

## Pemberdayaan UMKM melalui Digitalisasi Promosi Visual dan Integrasi *Google Maps* untuk Penguatan Pemasaran Lokal di Desa Kembang Kerang

Muhammad Saiful<sup>\*1</sup>, Amri Muliawan Nur<sup>2</sup>, Amir Bagja<sup>3</sup>, Desi Safitri<sup>4</sup>, Era Fazira<sup>5</sup>, Rodianto<sup>6</sup>

saipulsbm@gmail.com<sup>\*1</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Hamzanwadi

<sup>6</sup>Program Studi Informatika, Fakultas Rekayasa Sistem, Universitas Teknologi Sumbawa

DOI : 10.29408/jt.v4i1.35120

Received : 24-05-2026

Accepted : 24-06-2026

Published : 30-06-2026

**Abstrak** : Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat, namun masih banyak pelaku usaha yang menghadapi kendala dalam pemasaran akibat rendahnya pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pemasaran UMKM melalui digitalisasi promosi visual dan integrasi *Google Maps* pada UMKM Tahu Bunda Ririn di Desa Kembang Kerang, Kecamatan Aikmel, Kabupaten Lombok Timur. Metode pelaksanaan yang digunakan meliputi observasi, wawancara, analisis kebutuhan, perancangan media promosi visual berupa banner dan poster menggunakan Canva, pendampingan pembuatan profil usaha pada *Google Maps*, serta evaluasi hasil kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM berhasil memiliki profil usaha yang terintegrasi dengan *Google Maps* sehingga memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi usaha dan memperoleh informasi bisnis secara digital. Selain itu, banner dan poster yang dirancang mampu meningkatkan identitas visual serta daya tarik usaha kepada masyarakat. Pendampingan yang dilakukan juga meningkatkan pemahaman dan literasi digital pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi sebagai media pemasaran. Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan visibilitas usaha, memperkuat pemasaran lokal, dan membuka peluang pengembangan pasar yang lebih luas melalui pemanfaatan teknologi digital. Model pemberdayaan ini dapat menjadi alternatif strategi pengembangan UMKM berbasis teknologi yang mudah diterapkan pada wilayah pedesaan.

**Kata Kunci:** *Google Maps*, Pemasaran Lokal, Promosi Visual, Pemberdayaan Masyarakat, UMKM

**Abstract** : *Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) play a significant role in supporting local economic development; however, many business owners still face marketing challenges due to limited utilization of digital technology. This community service program aimed to enhance MSME marketing capacity through visual promotion digitalization and Google Maps integration for Tahu Bunda Ririn MSME in Kembang Kerang Village, Aikmel District, East Lombok Regency. The implementation methods included observation, interviews, needs analysis, development of visual promotional media in the form of banners and posters using Canva, assistance in creating a Google Maps business profile, and activity evaluation. The results demonstrated that the MSME successfully established a business profile integrated with Google Maps, enabling customers to easily locate the business and access business information digitally. Furthermore, the promotional banners and posters improved the visual identity and attractiveness of the business to the community. The assistance program also enhanced the UMKM owner's digital literacy and understanding of technology utilization for marketing purposes. Overall, the program successfully increased business visibility, strengthened local marketing efforts, and created opportunities for broader market expansion through digital technology adoption. This empowerment model can serve as an alternative technology-based strategy for UMKM development that is practical and applicable in rural areas.*

**Keywords** : *Google Maps, Local Marketing, Visual Promotion, Community Empowerment, UMKM*

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di Indonesia, sektor UMKM berkontribusi signifikan terhadap perekonomian karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan menjadi penggerak ekonomi lokal di berbagai daerah (Amir Alkodri et al., 2024a). Namun, perkembangan UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam aspek pemasaran, promosi produk, dan pemanfaatan teknologi digital yang masih relatif rendah pada sebagian pelaku usaha (Samsu et al., 2025). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong terjadinya transformasi pemasaran dari metode konvensional menuju pemasaran digital (digital marketing). Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan pelaku usaha memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, serta membangun komunikasi yang lebih efektif dengan konsumen (Adit et al., 2025a). Salah satu bentuk implementasi teknologi yang mudah diterapkan oleh UMKM adalah penggunaan media promosi visual berbasis digital dan layanan berbasis lokasi (location-based services) seperti Google Maps. Media promosi visual seperti banner dan poster berfungsi sebagai sarana komunikasi pemasaran yang mampu meningkatkan daya tarik produk serta memperkuat identitas usaha (Samsu et al., 2025). Sementara itu, Google Maps memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menemukan lokasi usaha secara cepat dan akurat melalui perangkat digital. Pemanfaatan Google Maps sebagai media pemasaran digital telah banyak diterapkan dalam berbagai program pemberdayaan UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh Muh Sibawaihi dkk. menunjukkan bahwa pendampingan pembuatan Google Maps dan pemasangan banner mampu meningkatkan visibilitas usaha serta memperluas jangkauan pemasaran lokal UMKM (Chita Fitriana et al., 2025).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Suryawandari dkk. menyatakan bahwa digitalisasi UMKM melalui pemanfaatan platform digital dapat meningkatkan literasi teknologi pelaku usaha sekaligus memperluas akses pasar secara lebih efektif (Chita Fitriana et al., 2025). Selain itu, Ardiansyah dkk. menjelaskan bahwa pendampingan digitalisasi dan pemasaran berbasis teknologi memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas kewirausahaan masyarakat desa (Dessyana Suryawandari et al., 2025a). Dalam konteks promosi visual, penelitian yang dilakukan oleh Putra dkk. menunjukkan bahwa desain promosi digital yang menarik mampu meningkatkan minat konsumen serta memperkuat citra produk UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif (Ardiansyah et al., 2025a). Penelitian lain yang dilakukan oleh Alkodri dkk. juga menjelaskan bahwa implementasi desain grafis sebagai media promosi memberikan kontribusi terhadap peningkatan daya tarik produk dan penguatan identitas usaha (Sibawaihi et al., 2025). Sementara itu, Nurhayaty dkk. menegaskan bahwa penggunaan aplikasi Canva sebagai media desain promosi memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam membuat konten visual yang lebih profesional dan menarik (Adit et al., 2025b).

Desa Kembang Kerang, Kecamatan Aikmel, Kabupaten Lombok Timur merupakan salah

satu wilayah yang memiliki potensi UMKM cukup besar, khususnya pada sektor makanan dan usaha rumahan. Salah satu UMKM yang menjadi mitra dalam kegiatan ini adalah UMKM Tahu Bunda Ririn yang bergerak dalam produksi dan penjualan tahu (Nurhidayati et al., 2025). Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, diketahui bahwa kegiatan pemasaran usaha masih dilakukan secara tradisional melalui penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Selain itu, usaha tersebut belum memiliki media promosi visual yang representatif serta belum terdaftar pada Google Maps sehingga informasi lokasi usaha sulit ditemukan oleh konsumen baru. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa mitra masih memiliki keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Rendahnya literasi digital dan kurangnya pemahaman mengenai pentingnya identitas visual usaha menyebabkan potensi pemasaran lokal belum dimanfaatkan secara optimal. Kondisi ini dapat berdampak pada rendahnya visibilitas usaha, terbatasnya jangkauan konsumen, serta menurunnya daya saing UMKM di tengah perkembangan ekonomi digital yang semakin pesat (Dessyana Suryawandari et al., 2025b).

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu program pemberdayaan yang mampu membantu pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital secara sederhana namun efektif. Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah digitalisasi promosi visual melalui perancangan banner dan poster usaha serta integrasi Google Maps sebagai media informasi lokasi usaha (Putra et al., 2024). Pendekatan ini dipilih karena mudah diterapkan oleh pelaku UMKM, memiliki biaya yang relatif rendah, dan memberikan dampak langsung terhadap peningkatan visibilitas usaha serta akses informasi bagi konsumen.

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah meningkatkan kapasitas pemasaran UMKM melalui pemanfaatan media promosi visual dan teknologi digital berbasis Google Maps guna memperkuat pemasaran lokal di Desa Kembang Kerang (Yahya et al., 2023). Selain itu, kegiatan ini bertujuan meningkatkan literasi digital pelaku UMKM, memperluas jangkauan informasi usaha kepada masyarakat, serta mendukung penguatan daya saing UMKM berbasis teknologi informasi secara berkelanjutan.

## **METODE PELAKSANAAN**

### **Waktu dan Tempat**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada bulan September hingga Desember 2025 di Desa Kembang Kerang, Kecamatan Aikmel, Kabupaten Lombok Timur, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Mitra dalam kegiatan ini adalah UMKM Tahu Bunda Ririn yang bergerak pada bidang produksi dan penjualan tahu rumahan. Pemilihan lokasi dilakukan berdasarkan hasil observasi awal yang menunjukkan bahwa UMKM tersebut memiliki potensi usaha yang baik, namun masih menghadapi kendala dalam pemanfaatan teknologi digital dan media promosi sebagai sarana pemasaran usaha. Kegiatan melibatkan mahasiswa Program Studi Sistem Informasi Universitas Hamzanwadi, dosen pembimbing lapangan, serta pemilik UMKM sebagai mitra utama dalam pelaksanaan program pengabdian.

### Prosedur Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah metode pendampingan partisipatif (*participatory assistance*), yaitu pendekatan yang melibatkan mitra secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan mulai dari identifikasi masalah, perencanaan solusi, implementasi program, hingga evaluasi hasil kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena dinilai mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra dalam memanfaatkan teknologi digital secara berkelanjutan (Ardiansyah et al., 2025b).

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara untuk mengidentifikasi kondisi usaha, metode pemasaran yang digunakan, serta berbagai kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mempromosikan usahanya. Data hasil observasi kemudian dianalisis untuk menentukan kebutuhan utama mitra yang berkaitan dengan promosi visual dan digitalisasi pemasaran (Rahayu et al., 2023).

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, dilakukan perancangan media promosi visual berupa banner dan poster menggunakan aplikasi Canva. Penggunaan Canva dipilih karena merupakan platform desain yang mudah digunakan oleh pelaku UMKM dan memiliki berbagai template yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan promosi usaha (Dessyana Suryawandari et al., 2025a). Selanjutnya dilakukan pendampingan pembuatan dan pengelolaan profil usaha pada Google Maps dengan melengkapi informasi usaha seperti nama bisnis, alamat, jam operasional, deskripsi usaha, serta dokumentasi produk (Ardiansyah et al., 2025b).

Tahap berikutnya adalah implementasi media promosi melalui pemasangan banner dan poster pada lokasi strategis di sekitar usaha. Selain itu dilakukan sosialisasi mengenai pentingnya pemasaran digital, identitas visual usaha, serta pemanfaatan Google Maps sebagai media promosi yang dapat membantu konsumen menemukan lokasi usaha secara lebih mudah (Rahayu et al., 2023). Setelah seluruh program terlaksana, dilakukan evaluasi melalui observasi dan wawancara untuk mengetahui manfaat program terhadap peningkatan visibilitas usaha dan pemahaman mitra mengenai pemasaran digital (Ardiansyah et al., 2025b).

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan melalui beberapa tahapan yang tersusun secara sistematis untuk memastikan solusi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mitra. Adapun Roadmap atau peta jalan tahapan pengabdian yang dilakukan berdasarkan bidang yang diteliti sebagai berikut :



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

Uraian tahapan pengabdian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Observasi dan Identifikasi Permasalahan

Tahap pertama dilakukan dengan mengunjungi lokasi UMKM untuk mengetahui kondisi usaha secara langsung. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data mengenai metode pemasaran yang digunakan, kondisi media promosi yang dimiliki, serta tingkat pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku usaha. Hasil observasi menunjukkan bahwa mitra belum memiliki media promosi visual yang memadai dan belum terintegrasi dengan layanan Google Maps sebagai sarana informasi lokasi usaha.

2. Analisis Kebutuhan Mitra

Tahap kedua dilakukan melalui wawancara dengan pemilik UMKM untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan usaha, karakteristik produk, target pasar, serta kendala yang dihadapi dalam kegiatan pemasaran. Hasil analisis digunakan sebagai dasar dalam menentukan strategi digitalisasi yang tepat sesuai dengan kondisi usaha.

3. Perancangan Media Promosi Visual

Pada tahap ini dilakukan pembuatan desain banner dan poster promosi menggunakan aplikasi Canva. Desain dibuat dengan memperhatikan identitas usaha, pemilihan warna, tipografi, tata letak, serta informasi produk sehingga mampu menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya tarik visual usaha.

4. Integrasi Google Maps

Tahap berikutnya adalah pembuatan dan pengelolaan profil usaha pada Google Maps. Kegiatan meliputi penentuan titik koordinat lokasi usaha, pengisian informasi bisnis, unggahan foto produk, serta optimalisasi informasi usaha agar mudah ditemukan oleh konsumen melalui pencarian digital.

5. Implementasi dan Sosialisasi

Media promosi yang telah selesai dirancang kemudian dicetak dan dipasang pada lokasi usaha. Selain itu dilakukan sosialisasi kepada mitra mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, cara memperbarui informasi usaha pada Google Maps, serta strategi sederhana untuk meningkatkan visibilitas usaha secara online.

6. Evaluasi dan Pendampingan Lanjutan

Tahap akhir dilakukan dengan mengevaluasi hasil implementasi program melalui observasi dan wawancara terhadap mitra. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman mitra terhadap penggunaan media promosi visual dan Google Maps serta manfaat yang dirasakan setelah program dilaksanakan. Hasil evaluasi menjadi dasar untuk memberikan rekomendasi pengembangan usaha berbasis digital secara berkelanjutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

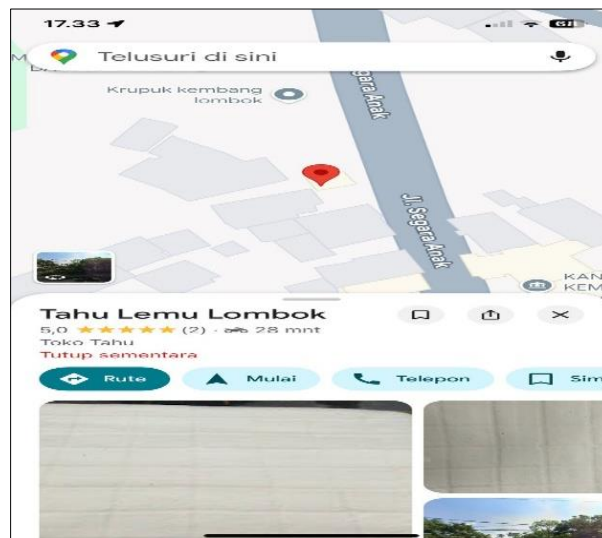
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan fokus pada pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi promosi visual dan integrasi Google Maps untuk

memperkuat pemasaran lokal di Desa Kembang Kerang. Mitra utama dalam kegiatan ini adalah UMKM Tahu Bunda Ririn yang bergerak di bidang produksi dan penjualan tahu rumahan. Berdasarkan hasil observasi awal, diketahui bahwa UMKM Tahu Bunda Ririn masih menggunakan metode pemasaran konvensional melalui penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Selain itu, usaha tersebut belum memiliki media promosi visual yang representatif serta belum terdaftar pada Google Maps. Kondisi ini menyebabkan keterbatasan akses informasi bagi konsumen dan rendahnya visibilitas usaha di lingkungan digital.

Pelaksanaan program pengabdian menghasilkan beberapa luaran utama yang mendukung peningkatan pemasaran UMKM, yaitu:

#### 1. Pembuatan Profil Usaha pada Google Maps

Salah satu hasil utama kegiatan adalah berhasilnya pembuatan dan aktivasi profil usaha UMKM Tahu Bunda Ririn pada Google Maps. Profil usaha yang dibuat memuat informasi penting seperti nama usaha, alamat lengkap, titik lokasi, jam operasional, kategori usaha, nomor kontak, serta dokumentasi produk dan lokasi usaha. Dengan adanya profil usaha tersebut, konsumen dapat dengan mudah menemukan lokasi usaha melalui pencarian Google Maps maupun Google Search. Keberadaan lokasi usaha secara digital juga meningkatkan kredibilitas usaha karena konsumen dapat melihat informasi usaha secara lengkap sebelum melakukan kunjungan.



**Gambar 2.** Tampilan Lokasi UMKM Tahu Bunda Ririn pada Google Maps

#### 2. Pembuatan Banner Promosi

Kegiatan pengabdian juga menghasilkan media promosi visual berupa banner usaha yang dirancang sesuai identitas UMKM (Ardiansyah et al., 2025b). Banner memuat informasi nama usaha, produk yang dijual, kontak usaha, dan elemen visual yang menarik sehingga dapat meningkatkan perhatian masyarakat terhadap keberadaan usaha. Banner dipasang pada lokasi strategis di sekitar tempat usaha sehingga berfungsi sebagai media informasi sekaligus penanda lokasi bagi calon konsumen.



Gambar 3. Hasil Desain Banner UMKM Tahu Bunda Ririn

### 3. Pembuatan Poster Promosi

Selain banner, dibuat pula poster promosi yang menampilkan produk unggulan UMKM dengan desain visual yang menarik dan informatif. Poster digunakan sebagai media promosi tambahan yang dapat dipasang di area publik maupun dibagikan melalui media sosial. Pemanfaatan poster membantu memperkenalkan produk kepada masyarakat secara lebih luas sekaligus memperkuat identitas visual UMKM.



Gambar 4. Hasil Desain Poster Promosi UMKM Tahu Bunda Ririn

### 4. Peningkatan Literasi Digital Pelaku UMKM

Melalui proses pendampingan, pemilik usaha memperoleh pengetahuan baru mengenai pemanfaatan Google Maps sebagai media promosi digital, pentingnya identitas visual usaha,

serta strategi pemasaran berbasis teknologi digital. Peningkatan pemahaman ini menjadi modal penting bagi keberlanjutan usaha dalam menghadapi perkembangan era digital.

#### 5. Meningkatnya Visibilitas dan Akses Informasi Usaha

Setelah implementasi program, informasi usaha menjadi lebih mudah diakses oleh masyarakat. Konsumen dapat mengetahui lokasi usaha secara akurat melalui Google Maps serta memperoleh informasi produk melalui media promosi visual yang telah dipasang. Hal ini memberikan peluang yang lebih besar bagi UMKM untuk menjangkau konsumen baru di luar lingkungan sekitar usaha.

### PEMBAHASAN

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa digitalisasi promosi visual dan integrasi Google Maps memberikan dampak positif terhadap penguatan pemasaran lokal UMKM. Keberhasilan pembuatan profil usaha pada Google Maps menunjukkan bahwa teknologi digital dapat dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran yang sederhana, murah, dan mudah diimplementasikan oleh pelaku usaha skala mikro.

Google Maps tidak hanya berfungsi sebagai penunjuk lokasi, tetapi juga menjadi media informasi bisnis yang mampu meningkatkan visibilitas usaha di internet. Konsumen dapat menemukan lokasi usaha dengan lebih mudah, memperoleh informasi operasional usaha, serta melihat dokumentasi produk yang tersedia. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sibawaihi dkk. yang menyatakan bahwa pemanfaatan Google Maps mampu meningkatkan aksesibilitas lokasi usaha dan memperluas jangkauan pemasaran UMKM (Ardiansyah et al., 2025a).

Selain pemanfaatan teknologi berbasis lokasi, penggunaan media promosi visual berupa banner dan poster juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan daya tarik usaha. Banner dan poster yang dirancang secara profesional mampu menciptakan identitas visual yang lebih kuat sehingga usaha lebih mudah dikenali oleh masyarakat. Kondisi ini sesuai dengan hasil penelitian Putra dkk. yang menjelaskan bahwa desain promosi visual yang baik dapat meningkatkan minat konsumen dan memperkuat citra produk UMKM (Hidayat et al., 2024).

Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa pendampingan digital memiliki peran penting dalam meningkatkan literasi teknologi pelaku UMKM. Sebelum program dilaksanakan, mitra belum memahami manfaat Google Maps dan media promosi visual sebagai sarana pemasaran. Setelah dilakukan pendampingan, mitra mampu memahami pentingnya kehadiran digital dalam mendukung keberlanjutan usaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ardiansyah dkk. yang menyatakan bahwa kegiatan pendampingan digitalisasi dapat meningkatkan kapasitas dan kemandirian pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi informasi (Amir Alkodri et al., 2024b).

Penggunaan aplikasi Canva dalam proses perancangan media promosi juga memberikan keuntungan karena mudah digunakan, memiliki banyak template desain, dan dapat

dioperasikan tanpa memerlukan kemampuan desain grafis yang kompleks. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Nurhayaty dkk. yang menyatakan bahwa Canva merupakan platform yang efektif untuk membantu masyarakat dan pelaku usaha menghasilkan media promosi yang menarik dengan biaya yang relatif rendah (Amir Alkodri et al., 2024b).

Secara keseluruhan, program pengabdian ini berhasil memberikan solusi terhadap permasalahan pemasaran yang dihadapi UMKM Tahu Bunda Ririn melalui kombinasi pendekatan promosi visual dan digitalisasi lokasi usaha. Integrasi kedua strategi tersebut terbukti mampu meningkatkan visibilitas usaha, memperkuat identitas bisnis, serta membuka peluang perluasan pasar secara berkelanjutan. Dengan demikian, model pemberdayaan yang diterapkan dapat direkomendasikan sebagai salah satu alternatif strategi pengembangan UMKM berbasis teknologi digital di wilayah pedesaan.

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan melalui program Pemberdayaan UMKM melalui Digitalisasi Promosi Visual dan Integrasi Google Maps untuk Penguatan Pemasaran Lokal di Desa Kembang Kerang telah berhasil dilaksanakan sesuai dengan tujuan yang direncanakan. Program ini memberikan solusi terhadap permasalahan pemasaran yang dihadapi oleh UMKM Tahu Bunda Ririn melalui penerapan teknologi digital dan pengembangan media promosi visual.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa integrasi lokasi usaha ke dalam Google Maps mampu meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas usaha sehingga memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi UMKM secara cepat dan akurat. Selain itu, pembuatan media promosi visual berupa banner dan poster berhasil memperkuat identitas usaha serta meningkatkan daya tarik produk kepada masyarakat (Amir Alkodri et al., 2024a). Pendampingan yang dilakukan juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital pelaku UMKM, khususnya dalam pemanfaatan teknologi sebagai sarana pemasaran.

Secara keseluruhan, kombinasi antara promosi visual dan digitalisasi lokasi usaha terbukti menjadi strategi yang efektif dalam mendukung penguatan pemasaran lokal UMKM. Program ini tidak hanya membantu meningkatkan eksistensi usaha di lingkungan masyarakat, tetapi juga membuka peluang pengembangan pasar yang lebih luas melalui pemanfaatan teknologi digital (World Economic Forum, 2024). Oleh karena itu, model pemberdayaan yang diterapkan dapat direkomendasikan untuk diimplementasikan pada UMKM lainnya sebagai upaya meningkatkan daya saing usaha di era transformasi digital.

## PERNYATAAN PENULIS

Penulis menyatakan bahwa artikel berjudul “Pemberdayaan UMKM melalui Digitalisasi Promosi Visual dan Integrasi Google Maps untuk Penguatan Pemasaran Lokal di Desa Kembang Kerang” merupakan karya ilmiah asli yang disusun berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan oleh penulis. Artikel ini belum pernah

dipublikasikan pada jurnal, prosiding, maupun media publikasi ilmiah lainnya, serta tidak sedang dalam proses pengajuan atau penilaian pada penerbit lain.

Seluruh data, informasi, dokumentasi, dan referensi yang digunakan dalam penulisan artikel ini telah dicantumkan secara benar sesuai dengan kaidah ilmiah yang berlaku. Penulis bertanggung jawab sepenuhnya terhadap isi artikel dan menjamin bahwa tidak terdapat unsur plagiarisme maupun pelanggaran hak cipta dalam bentuk apa pun. Penulis juga menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan yang dapat memengaruhi objektivitas hasil kegiatan maupun proses penyusunan artikel ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adit, A. A. P., Rika, R. F. S., Dika, D. T. W., & Inggrit, I. P. S. (2025a). Perancangan Desain Digital Fotografi Produk Sebagai Media Promosi Pada UMKM Peyek Kriuk Mak Koles Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen. *GESTALT*, 7(1), 105–116. <https://doi.org/10.33005/gestalt.v7i1.437>
- Adit, A. A. P., Rika, R. F. S., Dika, D. T. W., & Inggrit, I. P. S. (2025b). Perancangan Desain Digital Fotografi Produk Sebagai Media Promosi Pada UMKM Peyek Kriuk Mak Koles Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen. *GESTALT*, 7(1), 105–116. <https://doi.org/10.33005/gestalt.v7i1.437>
- Amir Alkodri, A., Isnanto, B., Kirana, C., & Adiwino, B. (2024a). *Implementasi Desain Grafis Untuk Media Promosi Umkm Di Pangkalpinang* (Vol. 5, Number 2).
- Amir Alkodri, A., Isnanto, B., Kirana, C., & Adiwino, B. (2024b). *Implementasi Desain Grafis Untuk Media Promosi Umkm Di Pangkalpinang* (Vol. 5, Number 2).
- Ardiansyah, M. D., Pangestu, R. A., & Purnamasari, L. (2025a). Pengembangan Kewirausahaan Desa Melalui Pendampingan Digitalisasi dan Pemasaran Produk UMKM. *Almujtamae: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 109–118. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v5i1.18260>
- Ardiansyah, M. D., Pangestu, R. A., & Purnamasari, L. (2025b). Pengembangan Kewirausahaan Desa Melalui Pendampingan Digitalisasi dan Pemasaran Produk UMKM. *Almujtamae: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 109–118. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v5i1.18260>
- Chita Fitriana, M., Hidayat, I., Nofiana, T., Septiani Sukandar, R., Sinaga, L., & Damayanti, I. (2025). Optimalisasi Pemasaran UMKM Melalui Pembuatan Media Promosi Banner di Desa Jawilan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*. <https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/index>
- Dessyana Suryawandari, Aghil Satrio Wicaksono, Made Wulan Febryani, Risma Dila Agustin, Wahyu Ragil Pamungkas, Erna Fitri Komariyah, & Akhmad Afnan. (2025a). Digitalisasi UMKM Berbasis E-Commerce: Pelatihan, Pendampingan, dan Implementasi UMKM Go Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 4409–4417. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2067>

- Dessyana Suryawandari, Aghil Satrio Wicaksono, Made Wulan Febryani, Risma Dila Agustin, Wahyu Ragil Pamungkas<sup>5</sup>, Erna Fitri Komariyah, & Akhmad Afnan. (2025b). Digitalisasi UMKM Berbasis E-Commerce: Pelatihan, Pendampingan, dan Implementasi UMKM Go Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 4409–4417. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2067>
- Hidayat, Muh. A. J., Putra, Y. K., Fathurrahman, Muhammad Saiful, L.M.Syamsu, & Sutriandi, A. E. (2024). Pelatihan Kompetensi Keahlian Pada Siswa SMKN 1 Pringgasele. *Jurnal Teknologi Informasi Untuk Masyarakat*, 2(2), 156–164. <https://doi.org/10.29408/jt.v2i2.28510>
- Nurhidayati, Muhammad Saiful, Hariman Bahtiar, Amri Muliawan Nur, Amir Bagja, & Aswian Editri. (2025). Pelatihan dan Pendampingan Sistem Informasi Berbasis Web Pada UMKM Bank Sampah Mandiri Sandubaya Selong. *Jurnal Teknologi Informasi Untuk Masyarakat*, 3(2), 265–270. <https://doi.org/10.29408/jt.v3i2.33142>
- Putra, Y. K., Hariman Bahtiar, Yahya, Muhammad Saiful, Muh. Adrian Juniarta Hidayat, Fathurrahman, Amri Muliawan Nur, L.M.Samsu, Nurhidayati, & Aswian Editri Sutriandi. (2024). Pelatihan Uji Kompetensi Keahlian Pada Siswa Kelas XII SMK NWDI Renco. *Jurnal Teknologi Informasi Untuk Masyarakat*, 2(1), 10–19. <https://doi.org/10.29408/jt.v2i1.26181>
- Rahayu, D., Nugraha, Y., Rosliani, E., & Habil, R. (2023). Assisting MSMEs in Utilizing Digital Marketing and Online Product Marketing Strategies in Jati Village, Tarogong District. *Indonesian Journal of Community Empowerment*, 4, 2745–6951. <https://doi.org/10.35899/ijce.v4i02.731>
- Samsu, L. M., Muhammad Saiful, Hariman Bahtiar, Muh.Adrian Juniarta, & Yupi Kuspani Putra. (2025). Peningkatan Kapasitas Pelaku Industri Rumahan melalui Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Teknologi Informasi Untuk Masyarakat*, 3(1), 159–169. <https://doi.org/10.29408/jt.v3i1.30906>
- Sibawaihi, M., Rahman Suradi, A., Ramli, F., Trisnowali, A. M., Kunci -Digitalisasi, K., Maps, G., & Lokal, P. (2025). Digitalisasi UMKM: Pendampingan Pembuatan “Google Maps” dan Pemasangan Banner dalam Meningkatkan Pemasaran Lokal di Desa Gantiwarno. 5(1). <https://doi.org/10.58794/jdt.v5i1.1343>
- World Economic Forum. (2024). *Shaping the Future of Learning: The Role of AI in Education 4.0*.
- Yahya, Y., Bahtiar, H., Nur, A. M., Sadali, M., Putra, Y. K., Fathurrahman, F., Sutriandi, A. E., Nurhidayati, N., Samsu, L. Muh., & Saiful, M. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Penulisan Karya Ilmiah Bagi Guru dan Staff di SMK Nahdlatul Wathan Diniyah Islamiah Korleko. *Jurnal Teknologi Informasi Untuk Masyarakat*, 1(2), 38–44. <https://doi.org/10.29408/jt.v1i2.24711>