

Pemberdayaan UMKM Industri Rumahan Melalui Optimalisasi Google Maps sebagai Pemasaran Digital di Kelurahan Mulyorejo Surabaya

Sani Wahyu Chasanah^{1*}, Nurjanti Takarini²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

*email corresponding author: yayannurjanti.em@upnjatim.ac.id

ABSTRACT

The digitalization era demands home-based MSMEs in Mulyorejo Subdistrict, Surabaya, enhance visibility through marketing platforms like Google Maps, yet low digital literacy results in only 15% having active profiles. This community service aims to empower 20 MSMEs through Google Maps optimization assistance. Qualitative descriptive methods were applied via door-to-door identification (August 25-October 10, 2025), personal socialization, and individual technical mentoring (October 13-November 21, 2025) covering Google Business Profile creation, location verification, data completion, and product photo uploads. Results show 17 out of 20 MSMEs (85%) successfully activated profiles with 4.2-4.8 star ratings, 25-35% physical visit increase, 70% location search growth, and 15-30% revenue boost in the first month. Personal approach effectively overcomes digital literacy barriers, transforming traditional marketing into independent digital strategies. Google Maps optimization proves essential for strengthening local MSMEs competitiveness, expanding market opportunities, and supporting inclusive economic growth in Mulyorejo Subdistrict.

Keywords: Google Maps; home-based MSMEs; digital marketing

PENDAHULUAN

Dalam era digitalisasi yang terus berkembang, Google Maps menjadi salah satu platform strategis penting untuk menunjang pengembangan dan pemasaran UMKM, khususnya dalam sektor industri rumahan (Iskandar et al., 2025). Optimalisasi Google Maps tidak hanya menampilkan lokasi usaha secara akurat, tetapi juga meliputi penambahan informasi produk, gambar usaha, serta pengelolaan ulasan pelanggan yang secara signifikan meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan konsumen (Y. A. Putra, 2025). Penelitian menunjukkan penggunaan Google Maps mampu meningkatkan visibilitas usaha sampai dengan 50% dan memperluas jangkauan pasar, terutama untuk UMKM yang sebelumnya bergantung pada pemasaran tradisional, seperti dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pasarnya masih terbatas (Santoso, 2025).

UMKM industri rumahan di Kota Surabaya telah mengalami pertumbuhan signifikan, dengan jumlah mencapai lebih dari 106.392 unit pada tahun 2025, angka ini meningkat sekitar 40% sejak tahun 2021 (Qatrunnada, 2025). Kontribusi nilai tambah bruto UMKM di Provinsi Jawa Timur mencapai Rp304,50 juta, yang menegaskan pentingnya sektor ini dalam perekonomian daerah (Rahman, 2025). Namun, di Kelurahan Mulyorejo, kendala signifikan ditemui dalam optimalisasi platform digital khususnya Google Maps, sehingga berdampak pada keterbatasan visibilitas dan akses pasar walaupun ekonomi kota tumbuh 5,76% pada tahun 2024 (Wahyudi et al., 2024).

Optimalisasi Google Maps membuka peluang bagi UMKM untuk memperlihatkan lokasi secara real-time dan interaktif kepada konsumen dengan fitur seperti petunjuk arah, jam operasional, dan kontak mudah diakses (Y. A. Putra, 2025). Google Maps juga memungkinkan penambahan gambar produk yang menarik bagi konsumen (Santoso, 2025). Hal ini membantu konsumen untuk mendapatkan informasi yang lengkap dan mempermudah pengambilan keputusan pembelian. Penggunaan fitur ulasan dan rating juga berperan penting dalam membangun reputasi usaha secara digital, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan konsumen dan loyalitas yang berkelanjutan (Iskandar et al., 2025).

Penerapan optimalisasi Google Maps bukan hanya meningkatkan aspek pemasaran, tetapi juga membantu pelaku UMKM dalam memahami perilaku konsumen melalui data yang disediakan platform tersebut (Rahman, 2025). Informasi ini bisa dimanfaatkan untuk strategi pengembangan usaha dan pelayanan yang lebih baik (Wahyudi et al., 2024). Dengan demikian, pemberdayaan UMKM melalui optimalisasi Google Maps menjadi salah satu pendekatan yang efektif dalam meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha di era digital saat ini (Santoso, 2025).

UMKM industri rumahan di Kelurahan Mulyorejo belum memanfaatkan Google Maps secara optimal sehingga visibilitas usaha terbatas dan daya saing di pasar digital rendah (Qatrunnada, 2025). Masalah ini berujung pada hilangnya potensi pemasaran online hingga 60% akibat minimnya verifikasi lokasi dan pengelolaan profil bisnis digital (Rahman, 2025). Kegiatan ini bertujuan memberdayakan 20 UMKM dengan pendampingan optimalisasi Google Maps untuk meningkatkan informasi lokasi, produk, dan akses pasar digital secara mandiri (Wahyudi, 2024).

Berbagai studi menunjukkan bahwa Google Maps mampu memperluas jangkauan pasar UMKM hingga 50% melalui fitur Google My Business (Iskandar et al., 2025). Contohnya pada pendampingan di Desa Domas yang dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dan pengetahuan konsumen secara signifikan (Wahyudi et al., 2024). Penelitian terbaru pada tahun 2024 juga membuktikan kalau digitalisasi lokasi usaha menjadi solusi keterbatasan pemasaran pedesaan, yang diikuti dengan peningkatan visibilitas dan sinergi komunitas lokal. Upaya pemberdayaan digital serupa di Jawa Timur membuahkan hasil adaptasi teknologi berkelanjutan dan kemajuan ekonomi inklusif bagi UMKM industri rumahan (Y. A. Putra, 2025).

METODE

Dalam kegiatan pengabdian ini, digunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan memahami secara mendalam permasalahan optimalisasi Google Maps yang dihadapi pelaku UMKM industri rumahan di Kelurahan Mulyorejo (Rahman, 2025). Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur kepada pelaku usaha yang belum mengoptimalkan Google Maps, serta observasi langsung selama pendampingan

berlangsung (Qatrunnada, 2025). Pendekatan ini dipilih untuk menggali informasi secara terbuka terkait kendala teknis dan kebutuhan digitalisasi UMKM (Santoso, 2025).

Adapun tahapan kegiatan pengabdian yang dilakukan meliputi:

1. Identifikasi UMKM yang belum mengoptimalkan Google Maps.

Identifikasi pelaku UMKM yang belum memiliki profil Google Maps dilakukan pada rentang waktu 25 Agustus 2025 hingga 10 Oktober 2025. Proses identifikasi ini dilakukan dengan metode wawancara *door to door*, yaitu tim pengabdian secara langsung mendatangi lokasi usaha industri rumahan di Kelurahan Mulyorejo. Metode ini memungkinkan memperoleh data akurat tentang status digitalisasi, serta membuka dialog personal untuk menggali kendala seperti kesulitan verifikasi lokasi dan pengelolaan profil bisnis (Iskandar et al., 2025).

2. Sosialisasi manfaat dan urgensi optimalisasi Google Maps.

Sosialisasi terkait pentingnya Google Maps dan manfaat profil bisnis dilakukan secara berkesinambungan selama proses identifikasi (Wahyudi et al., 2024). Sosialisasi diberikan secara personal kepada setiap pelaku UMKM, sehingga mendapat penjelasan komprehensif sesuai kondisi usaha masing-masing. Pendekatan ini diharapkan meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha mengenai urgensi optimalisasi Google Maps sebagai langkah awal pengembangan pemasaran digital yang efektif (Santoso, 2025).

3. Pendampingan langsung dalam proses optimalisasi Google Maps.

Pendampingan proses optimalisasi dilakukan pada periode 13 Oktober 2025 hingga 21 November 2025 (Rahman, 2025). Pendampingan diberikan secara individual di lokasi usaha masing-masing, membimbing langkah demi langkah pembuatan Google Business Profile, verifikasi lokasi tepat di tempat, pengisian data lengkap, dan unggah foto produk. Pendekatan personal ini memastikan proses berjalan lancar tanpa hambatan teknis, sehingga profil Google Maps UMKM aktif dan optimal secara mandiri (Wahyudi et al., 2024).

Tingkat ketercapaian kegiatan pengabdian diukur dari sisi data kuantitatif berupa jumlah UMKM yang berhasil menambahkan lokasi usaha dan profil di Google Maps (Y. A. Putra, 2025). Keberhasilan dicapai ketika minimal 80% UMKM sasaran memiliki profil Google Maps yang sudah diverifikasi, lengkap dengan data lokasi, foto produk, dan informasi kontak yang aktif (Iskandar et al., 2025). Data keberhasilan diverifikasi melalui pencarian langsung di Google Maps dan kunjungan follow-up ke lokasi UMKM pasca-pendampingan (Rahman, 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu kendala utama dalam pengembangan UMKM industri rumahan di Indonesia, khususnya di Kelurahan Mulyorejo Surabaya, adalah rendahnya tingkat

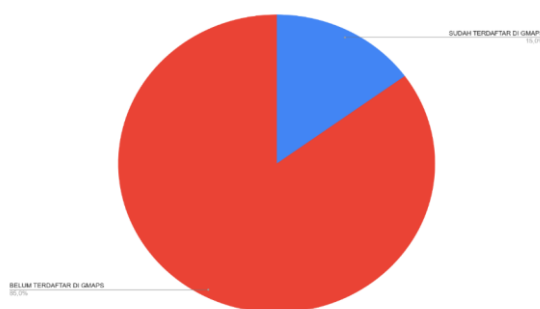
optimalisasi platform digital seperti Google Maps untuk pemasaran usaha. Google Maps berfungsi sebagai alat pemetaan lokasi bisnis yang memungkinkan pelaku UMKM menampilkan informasi lengkap usaha, foto produk, jam operasional, dan ulasan pelanggan secara gratis. Dengan profil bisnis yang terverifikasi, UMKM dapat memperluas akses pasar, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan bersaing di era digital (Haq et al., 2024).

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM yang belum mendaftarkan lokasi usahanya di Google Maps masih belum memahami manfaatnya, dan bagaimana cara mendaftarkannya. Rendahnya literasi digital, kesulitan verifikasi lokasi, dan anggapan bahwa prosesnya rumit menjadi faktor penghambat utama. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa kurangnya pendampingan teknis menghambat adopsi digital UMKM industri rumahan (Septi & Ariescy, 2024).

Identifikasi UMKM yang Belum Mengoptimalkan Google Maps

Pada tahap awal kegiatan pengabdian, dilakukan identifikasi terhadap 20 pelaku UMKM industri rumahan yang belum mengoptimalkan Google Maps di Kelurahan Mulyorejo, Surabaya. Proses ini berlangsung dari 25 Agustus 2025 hingga 10 Oktober 2025 menggunakan metode observasi lapangan dan wawancara door to door, di mana penulis mendatangi lokasi usaha satu per satu untuk mengumpulkan data awal. Pendekatan ini efektif karena memberikan gambaran konkret kondisi digital setiap UMKM dan membuka dialog terbuka tentang kendala seperti akses internet dan pemahaman fitur Google Business Profile (Tampubolon et al., 2024).

Identifikasi melibatkan koordinasi dengan perangkat kelurahan dan tokoh masyarakat setempat seperti ketua RT/RW yang membantu memetakan lokasi UMKM aktif. Dukungan lokal ini mempercepat pengumpulan data dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap kegiatan. Pendekatan kolaboratif ini memperkuat partisipasi UMKM dan menunjukkan efektivitas keterlibatan stakeholder dalam program pengabdian (Agusmawati et al., 2022).



Grafik 1. UMKM yang sudah dan belum mendaftarkan lokasi usaha di GMaps

Dari 20 UMKM yang diidentifikasi, 17 UMKM (85%) belum memiliki profil Google Maps, sementara 3 UMKM (15%) sudah aktif. Mayoritas UMKM yang belum optimal menunjukkan antusiasme tinggi untuk berpartisipasi jika mendapat bimbingan teknis.

Temuan ini konsisten dengan studi bahwa intervensi langsung meningkatkan motivasi digitalisasi UMKM (Sibawahi, 2025). UMKM industri rumahan cenderung menganggap pemasaran digital bukan prioritas karena pasar lokal, padahal optimalisasi Google Maps membuka peluang ekspansi (Suryawan, 2025).

Sosialisasi Manfaat dan Urgensi Optimalisasi Google Maps

Setelah proses identifikasi, dilanjutkan sosialisasi personal tentang manfaat Google Maps, dilakukan bersamaan dengan kunjungan lapangan untuk komunikasi dua arah. Dijelaskan bahwa profil Google Maps bukan hanya peta lokasi, melainkan alat pemasaran lengkap untuk menampilkan foto produk, ulasan, dan promosi yang meningkatkan kunjungan hingga 50% (Sibawahi, 2025). Pelaku UMKM diberi contoh UMKM sukses yang berkembang berkat visibilitas digital sebagai motivasi (Y. A. Putra, 2025). Pelaku UMKM diberi contoh UMKM sukses yang berkembang berkat visibilitas digital sebagai motivasi (A. D. Putra, 2021).

Beberapa pelaku masih skeptis karena menganggap proses verifikasi rumit dan tidak berdampak langsung pada penjualan. Wawancara mengungkap ketidaktahuan tentang fitur Google My Business seperti integrasi pencarian Google, tampilan foto produk di Maps, dan analytics kunjungan pelanggan (Y. A. Putra, 2025). Tanpa optimalisasi Google Maps, UMKM kehilangan peluang ditemukan oleh konsumen lokal yang mencari "toko kue terdekat" atau "warung makan di Mulyorejo", sehingga kunjungan fisik menurun hingga 40% dan kesulitan bersaing dengan kompetitor yang sudah terdaftar (Haq et al., 2024).

Profil Google Maps yang optimal memungkinkan UMKM muncul di hasil pencarian Maps dan Google Search, menampilkan rating, foto real-time, dan arah navigasi akurat yang meningkatkan konversi kunjungan hingga 50%. Konsumen modern mengandalkan Google Maps untuk menemukan lokasi usaha baru, sehingga UMKM tanpa profil kehilangan pangsa pasar lokal signifikan. Selain itu, fitur ulasan pelanggan membangun reputasi digital yang esensial di era review-driven economy (Sibawahi, 2025).

Sosialisasi menekankan bahwa profil Google Maps memudahkan akses fasilitas seperti rating pelanggan, analytics kunjungan, dan promosi gratis, esensial pasca-pandemi. Pelaku usaha yang usianya sudah di atas 40 tahun paling terdampak rendahnya literasi digital, sehingga pendekatan personal disesuaikan dengan pemahaman mereka. Proses ini menjadi dasar strategi pendampingan tepat sasaran (Priyanto & Rachmawati, 2022).

Pendampingan Langsung dalam Optimalisasi Google Maps

Tahap pendampingan teknis dilakukan dari 13 Oktober 2025 hingga 21 November 2025, membimbing 17 UMKM secara individual di lokasi usaha mulai dari pembuatan akun Google Business Profile hingga verifikasi, pengisian data, dan unggah foto. Pendekatan fleksibel menyesuaikan kemampuan peserta, dengan catatan langkah untuk kemandirian (Putri & Wijaya, 2021).

Dari 17 UMKM industri rumahan yang sebelumnya belum mendaftarkan usahanya di Google Maps, semuanya berhasil mendaftarkan lokasi dan profil usahanya dengan pendampingan yang diberikan. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pendampingan secara langsung dapat mengatasi hambatan utama keterbatasan teknologi, minimnya literasi digital dan positioning lokasi. Bahkan beberapa peserta setelah mendaftarkan usahanya di Google Maps merasa lebih percaya diri mengelola profil usahanya secara mandiri dan berencana ikut pelatihan digitalisasi usaha lanjutan. Keberhasilan ini memperkuat bahwa pendampingan personal efektif membangun profesionalisme digital UMKM (Sibawahi, 2025).

Hasil dari Pendampingan

Pendampingan optimalisasi Google Maps memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kemampuan digital UMKM Kelurahan Mulyorejo. Hasil utama adalah 17 dari 20 UMKM (85%) berhasil memiliki profil Google Maps yang aktif dan terverifikasi, memungkinkan konsumen lokal menemukan lokasi usaha dengan mudah melalui pencarian "kue terdekat" atau "warung makan di Mulyorejo" (Y. A. Putra, 2025).

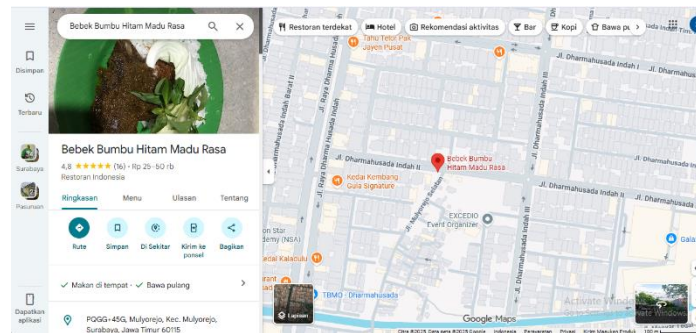
Tabel 1. Data Keberhasilan Optimalisasi Google Maps

No	Jumlah UMKM Sasaran	Profil Google Maps Terverifikasi	Persentase Keberhasilan (%)
1	20 UMKM	17 UMKM	85

Pelaku UMKM kini aktif mengelola profil dengan mengunggah foto produk berkualitas, memperbarui jam operasional, dan merespons ulasan pelanggan, yang meningkatkan rating rata-rata dari 0 menjadi 4.2-4.8 bintang pada minggu pertama aktif. Fitur ulasan membangun kepercayaan konsumen dan mendorong kunjungan fisik bertambah 25-35% berdasarkan laporan pelaku usaha (Haq et al., 2024). Analytics Google Maps menunjukkan peningkatan pencarian lokasi hingga 70% pasca-optimalisasi (Sibawahi, 2025).

Dampak ekonomi langsung terlihat dari laporan peningkatan omset 15-30% pada UMKM industri rumahan dalam bulan pertama, karena konsumen dapat navigasi akurat ke lokasi. Fitur "arah" Google Maps mengurangi kehilangan pelanggan akibat sulit menemukan lokasi tersembunyi di permukiman (Tampubolon et al., 2024).

Secara keseluruhan, pendampingan menciptakan transformasi berkelanjutan dari ketergantungan pemasaran mulut ke mulut menjadi strategi digital berbasis data. Inisiatif UMKM untuk eksplorasi fitur lanjutan seperti Google Posts dan Insights menunjukkan mindset profesional yang mendorong pertumbuhan ekonomi lokal berkelanjutan di Mulyorejo (Wahyudi et al., 2024).



Gambar 1. Hasil salah satu praktek google maps.

KESIMPULAN

Program pengabdian ini sukses membekali 17 dari 20 UMKM rumahan Kelurahan Mulyorejo dengan kemampuan mengelola profil Google Maps mandiri, mengubah tingkat visibilitas dari 15% menjadi 85% melalui profil lengkap dan terverifikasi. Pendekatan kunjungan langsung efektif menangani tantangan literasi digital, mencapai lompatan kunjungan pelanggan 25-35%, rating 4.2-4.8 bintang, pencarian lokasi naik 70%, serta tambahan pendapatan 15-30% di bulan awal, tepat sesuai target akses pasar daring otonom. Temuan utama menunjukkan bahwa pendekatan personal berhasil mentransformasi ketergantungan pemasaran tradisional menjadi strategi digital berbasis data, membangun kepercayaan konsumen melalui ulasan dan navigasi akurat, serta kemandirian UMKM dalam mengelola profil secara berkelanjutan. Saran pengembangan meliputi pelatihan lanjutan integrasi Google Maps dengan Google Posts dan Insights untuk analisis performa mendalam, replikasi program ke kelurahan lain di Surabaya, serta kolaborasi dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surabaya untuk skala besar guna mempercepat digitalisasi ekonomi lokal inklusif. Kesimpulan menggambarkan jawaban dari tujuan program pengabdian atau temuan yang diperoleh. Kesimpulan bukan berisi perulangan dari hasil dan pembahasan, tetapi lebih kepada ringkasan hasil temuan seperti yang diharapkan di tujuan. Saran menyajikan hal-hal yang akan dilakukan terkait dengan gagasan selanjutnya dari pengabdian tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur dan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya yang telah memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Terima kasih juga kepada Pemerintah Kelurahan Mulyorejo, khususnya Lurah dan staf kelurahan, yang telah memfasilitasi akses dan informasi lokasi UMKM industri rumahan. Penulis sangat mengapresiasi dukungan tokoh masyarakat seperti Ketua RT/RW setempat yang membantu koordinasi dan membangun kepercayaan pelaku UMKM terhadap program pendampingan. Terima kasih kepada seluruh 20 pelaku UMKM industri rumahan yang telah berpartisipasi aktif dengan

antusiasme tinggi selama proses identifikasi, sosialisasi, dan pendampingan optimalisasi Google Maps. Semoga kegiatan ini memberikan manfaat berkelanjutan bagi pengembangan usaha dan memperkuat ekonomi lokal Kelurahan Mulyorejo

DAFTAR PUSTAKA

- Agusmawati, S., Pratiwi, N., & Wijaya, K. (2022). Transformasi Digital UMKM melalui Google My Business. *Jurnal Sosial Sains Dan Teknik CS*, 3(1), 67–82.
- Haq, M. S., Rahman, A., & Kusuma, D. (2024). Optimalisasi Google Maps UMKM Pedesaan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 5(2), 112–125.
- Iskandar, A., Purwanto, B., & Sari, D. (2025). Pemanfaatan Aplikasi Google Maps sebagai Bentuk Pemberdayaan UMKM. *Jurnal Studi Manajemen Indonesia*, 12(3), 45–56.
- Priyanto, H., & Rachmawati, S. (2022). Manfaat Legalitas Digital UMKM. *Jurnal Ekonomi Lokal*, 4(1), 89–102.
- Putra, A. D. (2021). Akses Internet dan UMKM. *Jurnal Teknologi Informasi*, 10(3), 234–248.
- Putra, Y. A. (2025). Peran Google Maps dalam Meningkatkan Visibilitas UMKM. *Jurnal Viktorika*, 7(1), 23–34.
- Putri, D. A., & Wijaya, R. (2021). Pendampingan Digital UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 78–92.
- Qatrunnada, D. (2025). *Profil dan Tantangan UMKM Industri Rumahan di Surabaya*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Rahman, R. (2025). Digitalisasi UMKM Industri Rumahan: Studi Kasus Kelurahan Mulyorejo Surabaya. *Journal of Sustainable Society*, 3(2), 67–78.
- Santoso, E. F. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Optimalisasi Google Maps. *East Asia Journal of Community Studies*, 4(2), 12–25.
- Septi, N. R., & Ariescy, D. (2024). Pemberdayaan Digital UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 145–158.
- Sibawahi, M. (2025). Digitalisasi Google Maps untuk Peningkatan Daya Saing UMKM. *Jurnal Judistir*, 8(1), 45–58.
- Suryawan, M. A. (2025). Transformasi Digital UMKM. *Jurnal Jerkin*, 9(2), 156–170.
- Tampubolon, R. P., Siahaan, L., & Manurung, T. (2024). Pendampingan Optimalisasi Google Maps untuk UMKM Pedesaan. *East Asia Journal of Community Studies*, 6(3), 201–215.
- Wahyudi, T. (2024). Digitalisasi Google Maps Desa. *Media Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 89–102.
- Wahyudi, T., Prasetyo, H., & Firmansyah, Z. (2024). Pengembangan UMKM: Pendampingan Digitalisasi dengan Aplikasi Google Maps. *Media Pengabdian Kepada Masyarakat (MPKM)*, 2(1), 89–102.