

Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui Optimalisasi Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar

**Sri Kasnelly*¹, Siti Ulfa Afkari¹, Dewi Musdallifah¹, Marwiyah¹,
Munir Ehwan¹, Umiyati Agustia¹**

¹IAI An-Nadwah Kuala Tungkal, Indonesia

Email: srikasnellykasmijan@gmail.com*

Abstrak

Kegiatan PkM ini bertujuan untuk mengimplementasi strategi pemasaran digital melalui optimalisasi Google Maps dalam meningkatkan visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus, penelitian ini dilaksanakan pada UMKM Laksa Mamak Kembar yang berlokasi di Bengkinang Ujung, Lorong Sejahtera 3 pada tanggal 11 Juni 2024. Permasalahan utama yang dihadapi adalah rendahnya visibilitas usaha karena belum terdaftarnya lokasi usaha di Google Maps, sehingga menyebabkan banyak konsumen potensial tidak mengetahui keberadaan warung ini. Implementasi strategi dilakukan melalui pendaftaran dan optimalisasi Google My Business, yang meliputi pengisian informasi lengkap usaha, penempatan pin lokasi yang tepat, penambahan foto produk, dan proses verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran UMKM di Google Maps dapat meningkatkan visibilitas online, memudahkan pelanggan menemukan lokasi usaha, dan berpotensi meningkatkan omset penjualan. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital sebagai strategi pemasaran yang efektif dan terjangkau.

Kata Kunci: Digital Marketing; Google Maps; Visibilitas Bisnis

PENDAHULUAN

Kemajuan pesat dalam bidang teknologi informasi telah mentransformasi panorama dunia bisnis secara menyeluruh, tak terkecuali pada segmen usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Transformasi digital kini menjadi urgensi yang tidak dapat ditunda bagi para pelaku UMKM dalam rangka mengoptimalkan kompetitivitas serta mengekspansi jangkauan pasar mereka.¹ Perkembangan teknologi digital telah mengubah paradigma pemasaran tradisional menjadi suatu konsep baru yang dikenal sebagai digital *marketing*. Digital *marketing* memanfaatkan berbagai platform dan teknologi digital untuk mempromosikan produk atau layanan, menciptakan interaksi dengan pelanggan,

¹ Ihsan Iskandar, "Strategi Optimalisasi Google My Business (GMB) Dalam Meningkatkan Daya Saing Digital UMKM Di Kelurahan Kampung Baru Kota Medan, SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business, 8.1 (2025), pp. 197–205."

Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui Optimalisasi Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar

dan membangun kehadiran merek secara *online*.² Agar lebih kompetitif, UMKM harus terus berinovasi.³ Tidak hanya produk saja yang harus diinovasi, tetapi cara pemasaran juga baru berinovasi.

Pada era digital saat ini, perkembangan digital *marketing* membuka peluang besar bagi pelaku UKM untuk meningkatkan daya saing.⁴ Pemasaran digital membuka peluang besar bagi wirausaha, khususnya pelaku UMKM untuk mempromosikan produk dan layanan mereka secara lebih efektif.⁵ Google Maps merupakan salah satu platform digital yang dapat dioptimalkan oleh pelaku UMKM melalui akses via browser maupun aplikasi mobile. Platform ini telah berkembang menjadi instrumen vital dalam ekosistem teknologi informasi dan sistem geospasial modern. Fitur peta interaktif yang disediakan memberikan kontribusi substansial terhadap aspek navigasi, pemetaan, serta penentuan lokasi. Sistem pemetaan digital ini tidak semata-mata berfungsi sebagai penampil data geografis, melainkan juga berperan dalam meningkatkan kemudahan akses, mendukung proses pengambilan keputusan strategis, dan memfasilitasi kolaborasi yang lebih optimal. Implementasi sistem ini mencakup serangkaian tahapan komprehensif, dimulai dari seleksi perangkat dan teknologi yang tepat, kurasi data yang relevan, sampai dengan konstruksi peta digital yang fungsional dan dapat dioperasikan secara efektif.⁶

Mayoritas pelaku usaha UMKM masih bergantung pada pendekatan pemasaran tradisional dan belum optimal dalam mengoptimalkan platform digital seperti Google My Business. Kondisi ini mengakibatkan minimnya eksposur bisnis mereka dalam ekosistem pasar *online*, padahal aspek tersebut menjadi semakin krusial di era bisnis yang terintegrasi secara digital.⁷ Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM di era

² Nurdyansa Nurdyansa and others, "Pelatihan Digital Marketing Untuk UMKM Di Kota Makassar Melalui Pemanfaatan E-Marketplace Dan E-Marketspace Menggunakan Google Site Untuk Promosi Produk, Jurnal Pengabdian Sosial, 1.3 (2024), pp. 167–74."

³ Ketut Agus Seputra and others, "Pengembangan Branding Digital Sebagai Upaya Peningkatan Visibilitas Dan Saluran Pemasaran Digital UMKM, in Seminar Nasional Riset Inovatif, 2024, ix."

⁴ Ari Muhardono and others, "TRANSFORMASI DIGITAL: PELATIHAN UKM PISCOK JENGGU MENUJU ERA DIGITAL, DIMASEKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3.1 (2025), pp. 1–7."

⁵ Efrida Qurotul A'yun and others, "PENGENALAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA OPTIMALISASI PEMASARAN PADA UMKM DI DUSUN GIRIMULYO, Al-Ijtima': Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 5.1 (2024), pp. 63–75."

⁶ Heaven V Sahetapy and others, "Pelatihan Dan Pendampingan Pembuatan Tag Lokasi Usaha Berbasis Google Maps Sebagai Upaya Promosi UMKM Di Kota Ambon, Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, 9.2 (2024), pp. 534–41."

⁷ Fikhri Farhan Mobarok and others, "Sinergi Digitalisasi Dan Kesadaran K3 Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Di Desa Lebakwangi, PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4.2 (2024), pp. 531–38."

Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui Optimalisasi Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar

digital adalah rendahnya visibilitas usaha mereka.⁸ Laksa Mamak Kembar turut menghadapi permasalahan serupa. Ketidaktahuan konsumen menyebabkan hanya segelintir saja pembeli yang membeli produk Laksa Mamak Kembar. Menghadapi permasalahan tersebut, maka dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan membantu pemilik Laksa Mamak Kembar untuk memasukkan lokasi usahanya ke dalam Google Maps. Kegiatan ini dilakukan dengan maksud untuk meningkatkan visibilitas usaha Laksa Mamak Kembar.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang berfokus pada implementasi strategi pemasaran digital melalui optimalisasi google maps untuk meningkatkan visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam proses implementasi strategi pemasaran digital dan menganalisis dampaknya terhadap peningkatan visibilitas bisnis.

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di UMKM Laksa Mamak Kembar yang berlokasi di Bengkinang Ujung, Lorong Sejahtera 3. Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 11 bulan Juni 2024. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada kriteria UMKM yang belum mengoptimalkan penggunaan platform digital untuk pemasaran dan memiliki potensi untuk dikembangkan melalui strategi pemasaran digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekosistem pasar digital kontemporer menunjukkan tingkat kompetisi yang semakin intens, mengharuskan pelaku UMKM untuk mengimplementasikan strategi *branding* dan *digital marketing* yang efektif guna mempertahankan posisi kompetitif di antara kompetitor bisnis lainnya. Para pengusaha mikro mengalami berbagai hambatan dalam mengadopsi pendekatan *digital marketing* dan pembentukan identitas merek untuk mengoptimalkan pendapatan usaha mereka. Spektrum tantangan yang dihadapi mencakup minimnya wawasan serta kesadaran mengenai signifikansi *branding* dan

⁸ Ni Putu Ayu Sintya Saraswati and Ni Luh Ayu Candra Dewi, "Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Digital Melalui Integrasi Sosial Media Dan Pemetaan Lokasi Menggunakan Google Maps: Upaya Meningkatkan Visibilitas Dan Aksesibilitas Produk Lokal Gerabah Payuk Sari Di Era Digital, in PROSIDING SEMINAR NASIONAL PENGABDIAN MASYARAKAT (SENEMA), 2024, iii, pp. 754–60."

Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui Optimalisasi Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar

digital marketing, terbatasnya kapasitas sumber daya dan kompetensi teknis, ditambah dengan intensitas rivalitas pasar yang terus mengalami eskalasi.⁹ Eksistensi dari internet menjadi salah satu fasilitas dari hasil kemajuan teknologi yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran produk secara online (*digital marketing*), baik melalui *marketplace* atau media sosial.¹⁰

Pemasaran digital adalah kata luas untuk promosi barang atau jasa yang terfokus, terukur, dan interaktif melalui penggunaan teknologi digital.¹¹ Konsep pemasaran digital dapat dipahami secara komprehensif sebagai aktivitas promosi yang memanfaatkan jaringan internet sebagai media utama dalam strategi pemasaran. Implementasi pemasaran digital memberikan manfaat signifikan bagi sektor UMKM melalui penciptaan peluang-peluang baru yang memungkinkan konsumen untuk memantau perkembangan transformasi digital, di mana interaksi komunikasi pemasaran digital serta aktivitas transaksi dapat dieksekusi secara fleksibel tanpa batasan waktu dalam sistem *real-time* dengan jangkauan global, bahkan memfasilitasi konsumen untuk mengakses berbagai objek melalui platform internet. Mayoritas data informasi mengenai beragam produk dapat diakses melalui platform *online* dengan fitur layanan berlangganan, yang memungkinkan konsumen melakukan analisis komparatif antar produk untuk menentukan pilihan terbaik.¹²

Digital marketing tidak hanya melalui *marketplace* saja, namun bisa juga memanfaatkan aplikasi Google Maps yang disediakan oleh Google.¹³ Akses kepada konsumen sering menjadi hambatan bagi UMKM dalam meningkatkan pendapatan.¹⁴ Penggunaan aplikasi Google Maps mengakibatkan UMKM mampu untuk memperkenalkan sekaligus mengakses konsumen. Menurut penelitian yang dilakukan

⁹ Adelia Rahmawati and others, "Penerapan Digital Marketing Dan Branding Bisnis Untuk Peningkatan Penghasilan UMKM Geuko Mart, Jurnal Pengabdian Aceh, 4.1 (2024), pp. 63–69."

¹⁰ Mayla Fayyza Adzani and others, "PENDAYAGUNAAN DIGITAL BRANDING DENGAN GOOGLE MAPS PADA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DI DESA JAPANAN, Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat, 2.04 (2024), pp. 1262–68."

¹¹ Eka Agustina, Fauzi Hidayat Kusuma, and Nanda Anisa Fitriani, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan UMKM Di Desa Lampegan, Sadeli: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4.2 (2024), pp. 75–84."

¹² M Ahadi Nouvan, Viola De Yusa, and Riyadini Riyan Utami, "Pengembangan Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Whatsapp Business Dan Google Maps Pada UMKM Tahu, ADM: Jurnal Abdi Dosen Dan Mahasiswa, 3.1 (2025), pp. 11–18."

¹³ Nadhiya Hana Aushafina and Ira Wikartika, "Pendampingan Digitalisasi Marketing Desa Kebondalem Melalui Aplikasi Google Maps: Upaya Meningkatkan Pengembangan UMKM, Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia, 4.3 (2023), pp. 477–83."

¹⁴ Sjarief Hidajat and others, "Pengembangan: UMKM Pendampingan Digitalisasi UMKM Di Desa Domas Dengan Aplikasi Google Maps, Media Pengabdian Kepada Masyarakat (MPKM), 3.01 (2024), pp. 354–60."

Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui Optimalisasi Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar

oleh Google, lebih dari 80% pelanggan menggunakan Google Maps untuk mencari informasi tentang bisnis sebelum mereka mengunjungi tempat tersebut.¹⁵

Platform Google Maps yang populer sebagai aplikasi pemetaan digital memiliki kapabilitas yang melampaui fungsi dasarnya sebagai panduan navigasi, melainkan dapat dioptimalkan menjadi instrumen pemasaran yang powerful untuk sektor UMKM. Melalui proses registrasi bisnis pada platform Google Maps, para pelaku UMKM dapat mengamplifikasi eksposur usaha mereka dalam ruang digital, memfasilitasi kemudahan konsumen dalam melacak keberadaan lokasi bisnis, serta menyajikan data komprehensif mengenai karakteristik dan keunggulan produk maupun layanan yang ditawarkan.¹⁶

Google Maps bukan hanya sebagai alat navigasi, tetapi juga sebagai sarana untuk menemukan bisnis lokal, karena digunakan secara luas oleh masyarakat. Potensi Google Maps sebagai alat pemasaran yang kuat telah menarik perhatian UMKM untuk mengoptimalkan kehadiran mereka di platform ini guna meningkatkan visibilitas dan daya saing. Dengan menyediakan informasi bisnis yang akurat, menerima ulasan positif, dan menampilkan lokasi dengan benar, UMKM dapat meraih manfaat dari tren pencarian informasi melalui internet.¹⁷ Platform ini memberikan kontribusi signifikan bagi UMKM dalam mengoptimalkan eksposur bisnis, mengakuisisi konsumen potensial, serta mengadministrasi dan mempromosikan aktivitas bisnis dengan efisien. Strategi ini menjadi fondasi awal yang memungkinkan entitas UMKM untuk memperkenalkan keberadaan usaha mereka kepada masyarakat luas.¹⁸

Selain berfungsi sebagai panduan arah, Google Maps juga menyediakan berbagai fitur yang dapat ditingkatkan untuk mendukung promosi bisnis. Salah satu aspek yang patut diperhatikan adalah "Google My Business," di mana pelaku UMKM Laksa Si Kembar dapat mengelola secara komprehensif informasi bisnis mereka, termasuk alamat, nomor telepon, dan jam operasional. Dengan melakukan optimalisasi terhadap data ini,

¹⁵ Sabrina Eka Rahmanida and others, "Penguatan Identitas Dan Aksesibilitas UMKM Melalui Digitalisasi Lokasi Usaha Di Google Maps Sebagai Strategi Digital Dalam Meningkatkan Jangkauan Konsumen, Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 3.1 (2025), pp. 147–53."

¹⁶ M Imad Lukmanul Hakim and others, "Pemanfaatan Apikasi Google Maps Sebagai Upaya Branding UMKM Di Desa Singaraja Kabupaten Indramayu, Jurnal Pengabdian Masyarakat (JUDIMAS), 3.2 (2025), pp. 151–61."

¹⁷ Nafa Khairunnisa and others, "Strategi Marketing Dengan Optimasi Google Maps Untuk Mengenalkan Produk Dan Jasa UMKM, PROCEEDINGS UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG, 6.7 (2025), pp. 1–8."

¹⁸ Fitri Humairoh and others, "Implementasi Strategi Branding Dan Marketing Pada UMKM Manisan Di Desa Bagan Jawa, Jurnal Pengabdian Sosial, 1.11 (2024), pp. 1917–23."

Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui Optimalisasi Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar

pelanggan potensial dapat dengan mudah menemukan dan menghubungi bisnis pelaku UMKM Laksa Si Kembar.¹⁹

Ghufron dan kawan-kawan dalam tulisannya menemukan bahwa penggunaan Google Profil Bisnis secara efektif dapat meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan.²⁰ Implementasi Google Maps sebagai instrumen pemasaran untuk bisnis lokal mampu mengoptimalkan aksesibilitas konsumen dengan peningkatan mencapai 30%, mengingat kecenderungan konsumen yang semakin mengandalkan sistem pencarian berdasarkan lokasi geografis dalam proses determinasi keputusan pembelian mereka.²¹ Keberadaan UMKM di Google Maps akan meningkatkan visibilitas dan memudahkan pelanggan dalam menemukan lokasi usaha mereka.²²

Laksa mamak kembar adalah usaha kuliner tradisional yang didirikan pada tahun 2014 oleh Ibu Kartiah di kawasan Bengkinang, tepatnya berlokasi di Ujung Lorong Sejahtera III. Usaha ini telah menjalani perjalanan selama lebih dari 10 tahun dalam menyajikan hidangan laksa khas Melayu dengan dedikasi tinggi untuk melestarikan cita rasa tradisional yang autentik.

Target pasar Laksa Mamak Kembar meliputi berbagai kalangan masyarakat, mulai dari pekerja, pelajar, hingga keluarga yang mencari hidangan laksa dengan cita rasa tradisional yang autentik. Meskipun berlokasi strategis di kawasan pemukiman yang mudah diakses oleh masyarakat sekitar, usaha ini menghadapi kendala dalam menjangkau pelanggan yang lebih luas. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah sedikitnya jumlah pelanggan karena banyak konsumen potensial yang tidak mengetahui keberadaan warung ini, terutama disebabkan oleh belum terdaftarnya lokasi usaha di Google Maps, sehingga sulit ditemukan oleh calon pelanggan yang mencari tempat makan laksa di area tersebut. Oleh karena itu, pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu

¹⁹ Muhamad Solekan and Dwi Putriana Nuramanah Kinding, "Optimalisasi Penggunaan Aplikasi Google Maps Sebagai Media Promosi UMKM Bina Sejahtera Bersama Banjarnegara, MARHALADO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2.1 (2024), pp. 1–7."

²⁰ Moh Idil Ghufro and others, "Transformasi Digital Melalui Penggunaan Google Profil Bisnis Dalam Pengembangan Produk Bisnis Pada Cafe Grassroot Di Paiton Probolinggo, Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business, 4.6 (2024), pp. 2865–80."

²¹ Agung Pambudi Mahaputra, "Transformasi UMKM Desa Candirejo, Magetan: Meningkatkan Daya Saing Melalui Visual Branding Dan Digital Marketing, JIA (Jurnal Implementasi Abdimas), 2.1 (2025), pp. 1–6."

²² Manuel Vivien Ricardo Tampubolon and others, "Upaya Transformasi Digital UMKM Desa Kalipecabean Dengan Optimalisasi QRIS, Google Maps, Dan E-Commerce, Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global, 3.3 (2024), pp. 91–97."

Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui Optimalisasi Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar

ibu Kartiah meningkatkan visibilitas usahanya melalui penempatan lokasi usaha di Google Maps.

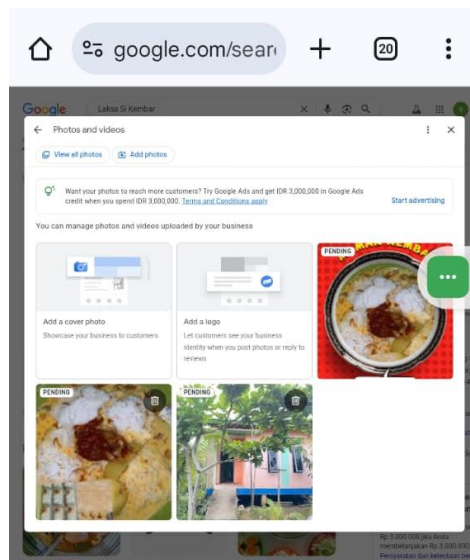
Proses ini dimulai dengan membuat atau masuk ke akun Google My Business. Setelah masuk, pemilik toko dapat mencari opsi untuk menambahkan lokasi bisnis baru. Pada tahap ini, informasi lengkap tentang toko kelontong harus diisi, termasuk nama toko, alamat lengkap, nomor telepon, jam operasional, dan kategori bisnis. Selanjutnya, pin lokasi toko kelontong ditempatkan pada peta Google Maps. Pemilik toko dapat memastikan lokasi yang tepat dengan menyesuaikan pin pada peta interaktif. Selain itu, menambahkan foto toko dan produk yang dijual akan membuat listingan lebih menarik dan informatif bagi pelanggan potensial. Setelah semua informasi diisi dan pin lokasi ditempatkan dengan benar, pengajuan lokasi baru harus diverifikasi oleh Google. Setelah verifikasi selesai, lokasi usaha Laksa Mamak Kembar akan muncul di Google Maps, memudahkan pelanggan untuk menemukan lokasi, mendapatkan petunjuk arah, dan melihat informasi penting tentang toko. Hal ini tidak hanya meningkatkan visibilitas *online* toko tetapi juga membantu dalam menarik lebih banyak pelanggan, meningkatkan omset penjualan, dan memperkuat kehadiran digital UMKM Laksa Si Kembar.²³



Gambar 1. Proses Menambahkan Lokasi Usaha Ke Google Maps

²³ Amanda Meiliya and Ety Dwi Susanti, "Implementasi Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Toko Kelontong Di Kecamatan Semampir, Economics And Business Management Journal (EBMJ), 3.02 (2024), pp. 188–94."

Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui Optimalisasi Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar

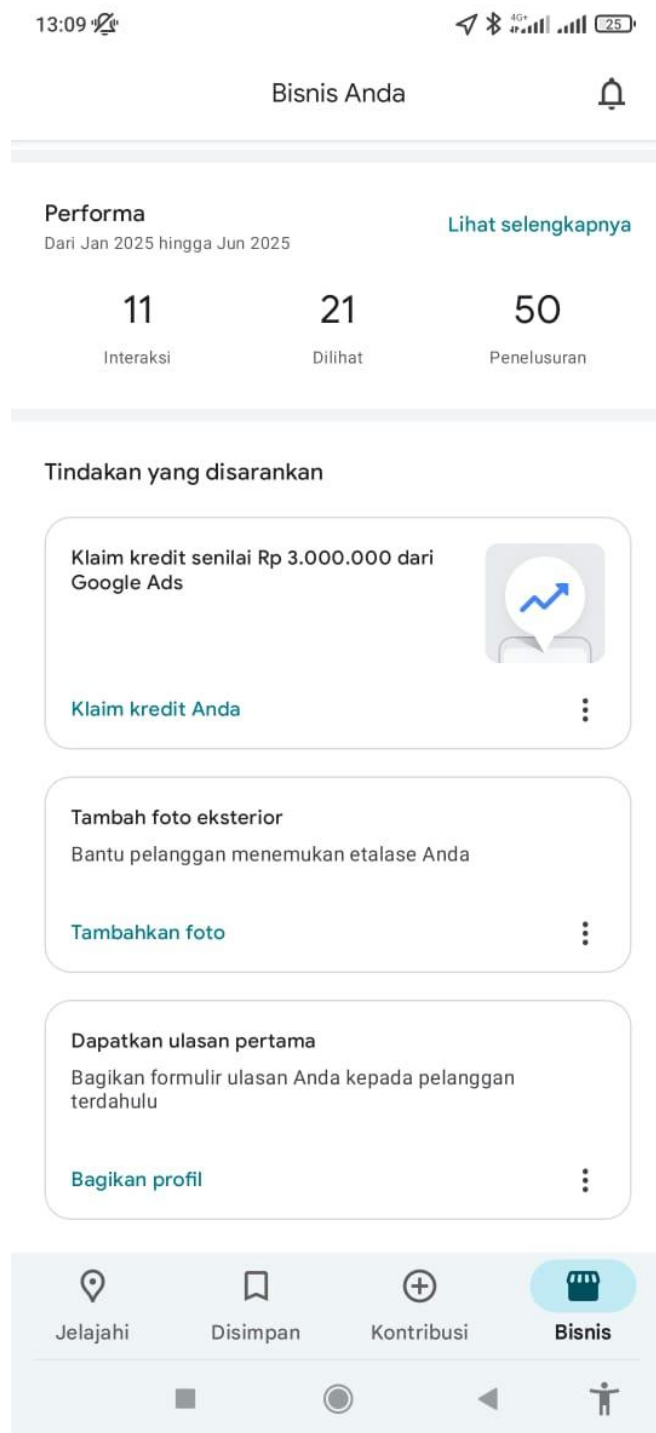


Gambar 2. Penambahan Foto Di Google Maps Untuk Menarik Pelanggan



Gambar 3. Dokumentasi Publish Lokasi Usaha Laksa Mamak Kembar Di Google Maps

Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui Optimalisasi Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar



Gambar 4. Visibilitas Bisnis Mulai Mengalami Peningkatan

Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui Optimalisasi Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar

KESIMPULAN

Kegiatan PkM mengimplementasi strategi pemasaran digital melalui optimalisasi Google Maps terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar. Proses pendaftaran dan optimalisasi Google My Business yang meliputi pengisian informasi lengkap, penempatan pin lokasi yang akurat, dan penambahan foto produk berhasil mengatasi tantangan utama berupa rendahnya visibilitas usaha yang selama ini menghambat jangkauan pelanggan. Google Maps tidak hanya berfungsi sebagai alat navigasi, tetapi juga sebagai platform pemasaran yang strategis bagi UMKM, mengingat lebih dari 80% konsumen menggunakan platform ini untuk mencari informasi bisnis sebelum berkunjung. Strategi ini memberikan manfaat jangka panjang dengan meningkatkan keterjangkauan pelanggan hingga 30%, memudahkan konsumen menemukan lokasi usaha, dan memperkuat branding digital tanpa memerlukan investasi besar. Keberhasilan implementasi pada UMKM Laksa Mamak Kembar dapat menjadi model rujukan bagi UMKM lainnya dalam mengadopsi transformasi digital sebagai langkah awal meningkatkan daya saing dan sustainabilitas bisnis di era digital.

Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui Optimalisasi Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar

REFERENSI

- Adzani, Mayla Fayyza, Nabilah Daffa Puspalohta, Vanny Rahma Yulianti, Fahri Cahya Ramadhan, Fabian Crisandy Edlin Djaelani, and Ramadhani Mahendra Kusuma. 'PENDAYAGUNAAN DIGITAL BRANDING DENGAN GOOGLE MAPS PADA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DI DESA JAPANAN'. *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 04 (2024): 1262–68.
- Agustina, Eka, Fauzi Hidayat Kusuma, and Nanda Anisa Fitriani. 'Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan UMKM Di Desa Lampegan'. *Sadeli: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 2 (2024): 75–84.
- Aushafina, Nadhiya Hana, and Ira Wikartika. 'Pendampingan Digitalisasi Marketing Desa Kebondalem Melalui Aplikasi Google Maps: Upaya Meningkatkan Pengembangan UMKM'. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia* 4, no. 3 (2023): 477–83.
- A'yun, Efrida Qurotul, Alessandro Adrian Piero, Ayu Sofi Khairul Nisa, Dafina Nazhifah, Edelweis Zita Orvala, Endang Erowati, Gendis Surya Kinanthi, Muhammad Nur Fatah Ma'ruf, Muhammad Rais Sidiq, and Shaqhirra Diva Salsa Billa. 'PENGENALAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA OPTIMALISASI PEMASARAN PADA UMKM DI DUSUN GIRIMULYO'. *Al-Ijtima': Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, no. 1 (2024): 63–75.
- Ghufron, Moh Idil, Ummi Warisa, Fadilatul Munawwaroh, and Suwaibatul Aslamiyah. 'Transformasi Digital Melalui Penggunaan Google Profil Bisnis Dalam Pengembangan Produk Bisnis Pada Cafe Grassroot Di Paiton Probolinggo'. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business* 4, no. 6 (2024): 2865–80.
- Hakim, M Imad Lukmanul, Amelia Nurul Safitri, Arif Furohman, Mudita Rahmawati, Leni Nur'aeni, M Abdullah Fauzan, Tasya Happy Liana, Iis Novia Risliyanti, Doni Amaluddin, and M Azzly Ansori Yusuf. 'Pemanfaatan Aplikasi Google Maps Sebagai Upaya Branding UMKM Di Desa Singaraja Kabupaten Indramayu'. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JUDIMAS)* 3, no. 2 (2025): 151–61.
- Hidajat, Sjarief, Febby Dzurrotul Amaliyah, Azzahrah Putri Arindi, Qonita Mumtazia Kamilah, Siti Alisia Asri Suprpto, Ahmad Fanani Suryanto, Nancy Anggita, Feby Yola Br Tarigan, Galuh Candra Mustika Dewi, and Cherry Novia Cantika. 'Pengembangan: UMKM Pendampingan Digitalisasi UMKM Di Desa Domas Dengan Aplikasi Google Maps'. *Media Pengabdian Kepada Masyarakat (MPKM)* 3, no. 01 (2024): 354–60.
- Humairoh, Fitri, Sandra Hardiansyah Baso'M, Draivo Prasetya Saragih, Vitra Stephani Simanungkalit, Atika Sari, Fihal Nur, Winny Meistyati Manurung, Rani Ramadhani, Intan Nabila, and Tasya Putri Mudari. 'Implementasi Strategi Branding Dan Marketing Pada UMKM Manisan Di Desa Bagan Jawa'. *Jurnal Pengabdian Sosial* 1, no. 11 (2024): 1917–23.

Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui Optimalisasi Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar

- Iskandar, Ihsan. 'Strategi Optimalisasi Google My Business (GMB) Dalam Meningkatkan Daya Saing Digital UMKM Di Kelurahan Kampung Baru Kota Medan'. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business* 8, no. 1 (2025): 197–205.
- Khairunnisa, Nafa, Putri Fuji Lestari, Latifah Annisyah Eka Suci, and Ai Samrotul Fauziah. 'Strategi Marketing Dengan Optimalisasi Google Maps Untuk Mengenalkan Produk Dan Jasa UMKM'. *PROCEEDINGS UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG* 6, no. 7 (2025): 1–8.
- Mahaputra, Agung Pambudi. 'Transformasi UMKM Desa Candirejo, Magetan: Meningkatkan Daya Saing Melalui Visual Branding Dan Digital Marketing'. *JIA (Jurnal Implementasi Abdimas)* 2, no. 1 (2025): 1–6.
- Meiliya, Amanda, and Ety Dwi Susanti. 'Implementasi Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Toko Kelontong Di Kecamatan Semampir'. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)* 3, no. 02 (2024): 188–94.
- Mobarok, Fikhri Farhan, Hasbi Hasidik Sihab, Tirta Nida Nurfadillah, Neng Asri Nurul Azizah, and Rafika Ratik Srimurni. 'Sinergi Digitalisasi Dan Kesadaran K3 Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Di Desa Lebakwangi'. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 2 (2024): 531–38.
- Muhardono, Ari, Wei Widia Utami, Hasna Salsabila Rosyidah, Adinda Permata Kammy, Mazidatul Karimah, and M Zidni Ifham. 'TRANSFORMASI DIGITAL: PELATIHAN UKM PISCOK JENGGO MENUJU ERA DIGITAL'. *DIMASEKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2025): 1–7.
- Nouvan, M Ahadi, Viola De Yusa, and Riyadini Riyan Utami. 'Pengembangan Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Whatsapp Business Dan Google Maps Pada UMKM Tahu'. *ADM: Jurnal Abdi Dosen Dan Mahasiswa* 3, no. 1 (2025): 11–18.
- Nurdyansa, Nurdyansa, Nur Fadhila Amri, Lukman Setiawan, Fatma Fatma, and Erniwati Erniwati. 'Pelatihan Digital Marketing Untuk UMKM Di Kota Makassar Melalui Pemanfaatan E-Marketplace Dan E-Marketspace Menggunakan Google Site Untuk Promosi Produk'. *Jurnal Pengabdian Sosial* 1, no. 3 (2024): 167–74.
- Rahmanida, Sabrina Eka, Restiana Dwi Rahmawati, Richa Mulin Nikmah, Rizqi Imroatun Naasyiroh, and Riska Rahmawati. 'Penguatan Identitas Dan Aksesibilitas UMKM Melalui Digitalisasi Lokasi Usaha Di Google Maps Sebagai Strategi Digital Dalam Meningkatkan Jangkauan Konsumen'. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3, no. 1 (2025): 147–53.
- Rahmawati, Adelia, Annisa Bunga Adilla, M Arsyady Maulana, Sherly Agustin, Woyla Fahira, Yazid Zaini, Asri Diana, Nur Aidar, and Chenny Seftarita. 'Penerapan Digital Marketing Dan Branding Bisnis Untuk Peningkatan Penghasilan UMKM Geuko Mart'. *Jurnal Pengabdian Aceh* 4, no. 1 (2024): 63–69.

Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui Optimalisasi Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM Laksa Mamak Kembar

- Sahetapy, Heaven V, Hendri Dony Hahury, Stellamaris Metekohy, Steven Siaila, Fahrudin Ramly, Muhammad Bugis, Muspida Muspida, Jopie Tamtelahitu, Hermi Oppier, and Terezia V Pattimahu. 'Pelatihan Dan Pendampingan Pembuatan Tag Lokasi Usaha Berbasis Google Maps Sebagai Upaya Promosi UMKM Di Kota Ambon'. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 9, no. 2 (2024): 534–41.
- Saraswati, Ni Putu Ayu Sintya, and Ni Luh Ayu Candra Dewi. 'Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Digital Melalui Integrasi Sosial Media Dan Pemetaan Lokasi Menggunakan Google Maps: Upaya Meningkatkan Visibilitas Dan Aksesibilitas Produk Lokal Gerabah Payuk Sari Di Era Digital'. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL PENGABDIAN MASYARAKAT (SENEMA)*, 3:754–60, 2024.
- Seputra, Ketut Agus, Ni Wayan Marti, Ketut Udy Ariawan, I Nyoman Saputra Wahyu Wijaya, and I Kadek Ardiana. 'Pengembangan Branding Digital Sebagai Upaya Peningkatan Visibilitas Dan Saluran Pemasaran Digital UMKM'. In *Seminar Nasional Riset Inovatif*, Vol. 9, 2024.
- Solekan, Muhamad, and Dwi Putriana Nuramanah Kinding. 'Optimalisasi Penggunaan Aplikasi Google Maps Sebagai Media Promosi UMKM Bina Sejahtera Bersama Banjarnegara'. *MARHALADO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 1 (2024): 1–7.
- Tampubolon, Manuel Vivien Ricardo, Masyura Fanni Ramadhan, Yafet Punta Rizky, Nifta Ardilia Putri, Nisrina Aulia Adzka, and Dewi Puspa Arum. 'Upaya Transformasi Digital UMKM Desa Kalipecabean Dengan Optimalisasi QRIS, Google Maps, Dan E-Commerce'. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global* 3, no. 3 (2024): 91–97.