

PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DESA MELALUI PENDAFTARAN GOOGLE MAPS PADA USAHA MIKRO DI DESA KWALA AIR HITAM KABUPATEN LANGKAT

Nazwa Rahmadani Batubara

Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah , Fakultas Agama Islam , Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email : nazwa6359@gmail.com

ABSTRAK

Warung kelontong di Dusun 7, Desa Kwala Air Hitam, Kabupaten Langkat merupakan satu-satunya usaha ritel yang melayani kebutuhan sehari-hari masyarakat dusun, namun belum memiliki keberadaan digital sehingga sulit dijangkau oleh pihak di luar dusun. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji proses dan dampak pendaftaran lokasi usaha tersebut pada Google Maps sebagai bentuk pemberdayaan ekonomi masyarakat desa, yang dilaksanakan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN). Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis studi kasus, melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pendaftaran dan verifikasi lokasi usaha pada Google Maps berhasil dilaksanakan, sehingga profil usaha kini dapat diakses secara publik dengan informasi lengkap berupa nama usaha, titik lokasi, kategori usaha, jam operasional, dan foto usaha. Pendampingan yang diberikan tidak hanya meningkatkan visibilitas usaha secara digital, tetapi juga membekali pemilik usaha dengan pemahaman dasar untuk mengelola profil bisnisnya secara mandiri. Kajian ini menegaskan bahwa intervensi sederhana berbasis digitalisasi dapat memberikan kontribusi nyata terhadap pemberdayaan ekonomi usaha mikro di wilayah pedesaan yang sebelumnya belum terjangkau layanan digital, sekaligus relevan dengan prinsip ekonomi syariah yang menekankan kemaslahatan dan kemudahan akses bagi masyarakat.

Kata Kunci : Pemberdayaan ekonomi, Google Maps, Usaha mikro, Digitalisasi UMKM, Kuliah Kerja Nyata

ABSTRACT

The grocery store in Dusun 7, Kwala Air Hitam Village, Langkat Regency is the only retail business serving the daily needs of the hamlet's residents, yet it had no digital presence, making it difficult to reach for parties outside the hamlet. This article aims to examine the process and impact of registering the business location on Google Maps as a form of rural community economic empowerment, carried out through the Community Service Program (KKN). The study employed a descriptive qualitative approach using a case study design, with data collected through observation, interviews, and documentation. The results show that the registration and location verification process on Google Maps was successfully carried out, so that the

Article History

Received: September 2026

Reviewed: September 2026

Published: September 2026

Plagiarism Checker No
234.KK.44.893484

Copyright : Author

Publish by : Krepa



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

business profile can now be accessed publicly with complete information, including the business name, location point, business category, operating hours, and photos. The mentoring provided not only increased the business's digital visibility but also equipped the owner with basic understanding to independently manage the business profile. This study confirms that a simple digitalization-based intervention can make a tangible contribution to the economic empowerment of micro-enterprises in rural areas previously unreached by digital services, while also being relevant to sharia economic principles that emphasize public benefit (maslahah) and ease of access for the community.

Keywords: *Economic empowerment, Google Maps, Micro-enterprise, MSME digitalization, Community Service Program (KKN)*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam struktur ekonomi Indonesia, termasuk dalam upaya pemberdayaan masyarakat di tingkat desa (Jasri et al., 2023). Di tengah perkembangan teknologi digital, pelaku UMKM dituntut untuk terus beradaptasi agar mampu bertahan dan berkembang, salah satunya melalui pemanfaatan platform digital seperti Google Maps (Safitri & Nugroho, 2025). Google Maps tidak lagi berfungsi semata sebagai alat navigasi, melainkan telah bertransformasi menjadi sarana pemasaran yang efektif melalui fitur Google My Business, yang memungkinkan sebuah usaha untuk ditemukan, dikenali, dan dinilai oleh calon pelanggan secara daring (Safitri & Nugroho, 2025).

Kondisi ini menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM yang berada di wilayah pedesaan. Rendahnya literasi digital serta minimnya keterpaparan terhadap teknologi promosi berbasis lokasi menyebabkan banyak usaha mikro di desa sulit dijangkau oleh konsumen di luar wilayahnya, sekalipun usaha tersebut sudah lama berdiri dan memiliki peran penting bagi masyarakat sekitar (Muawanah et al., 2026). Padahal, pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps terbukti mampu meningkatkan visibilitas, memperluas jangkauan promosi, dan mendorong interaksi awal antara pelaku usaha dengan calon konsumen, sebagaimana ditemukan pada program pendampingan digitalisasi UMKM di berbagai desa (Rante et al., 2026).

Rendahnya literasi pemasaran digital di kalangan pelaku UMKM pedesaan juga tercatat sebagai kendala utama yang menghambat perluasan akses pasar bagi usaha lokal, sebagaimana ditemukan pada program pendampingan literasi digital di desa lain (Rasyid, 2026). Peran mahasiswa melalui program KKN terbukti dapat menjadi katalisator bagi pelaku UMKM yang belum terdigitalisasi untuk mulai memanfaatkan Google Maps, seperti ditunjukkan pada kegiatan pendampingan serupa yang melibatkan mahasiswa di berbagai kelurahan dan desa (Octaviano et al., 2026).

Kondisi tersebut juga terlihat di Dusun 7, Desa Kwala Air Hitam, Kabupaten Langkat. Wilayah ini hanya memiliki satu usaha ritel berupa warung kelontong yang menjadi tumpuan pemenuhan kebutuhan sehari-hari warga sekitar. Meskipun berperan penting bagi masyarakat dusun, warung tersebut belum terdaftar pada platform digital apa pun, sehingga keberadaannya tidak dapat diakses atau ditemukan secara daring oleh pihak luar, misalnya kurir pengantar barang, pendatang, maupun calon pelanggan baru dari luar dusun. Ketiadaan identitas digital ini membuat potensi ekonomi warung tersebut belum termanfaatkan secara optimal, sejalan dengan temuan bahwa keterbatasan infrastruktur dan pengetahuan digital menjadi penghambat utama transformasi digital UMKM di wilayah pedesaan (Safitri & Nugroho, 2025).

Melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN), mahasiswa hadir untuk memberikan pendampingan berupa pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps sebagai salah satu bentuk kontribusi nyata terhadap pemberdayaan ekonomi warga dusun. Upaya ini sejalan dengan program pendampingan serupa yang telah dilaksanakan di berbagai desa, yang menunjukkan bahwa digitalisasi lokasi usaha melalui Google Maps berkontribusi terhadap penguatan kapasitas pelaku usaha dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana pemasaran, sekaligus membuka peluang keberlanjutan praktik tersebut di tingkat desa (Khumaira et al., 2026).

Dari sudut pandang ekonomi syariah, pemberdayaan usaha kecil semacam ini juga relevan dengan prinsip kemaslahatan, yaitu upaya mewujudkan kemudahan akses dan kesejahteraan bagi masyarakat melalui penguatan sektor usaha yang ada di lingkungan mereka sendiri (Jasri et al., 2023). Edukasi dan pendampingan terhadap pelaku usaha, termasuk dalam aspek digitalisasi, merupakan bagian dari upaya pemberdayaan ekonomi yang berkelanjutan, sebagaimana ditegaskan dalam berbagai program pengabdian masyarakat berbasis prinsip syariah (Yetti, 2026).

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini disusun untuk mengkaji pelaksanaan dan dampak pendaftaran Google Maps pada satu-satunya usaha mikro di Dusun 7, Desa Kwala Air Hitam, Kabupaten Langkat, sebagai bentuk pemberdayaan ekonomi bagi pemilik usaha dan masyarakat sekitar. Kajian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana intervensi sederhana berupa digitalisasi lokasi usaha dapat berkontribusi terhadap peningkatan visibilitas dan potensi ekonomi usaha mikro di wilayah yang sebelumnya belum terjangkau oleh layanan digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif berbasis studi kasus (case study). Pendekatan studi kasus dipilih karena penelitian ini berfokus pada satu objek spesifik, yaitu satu-satunya usaha ritel berupa warung kelontong di Dusun 7, Desa Kwala Air Hitam, Kabupaten Langkat, sehingga memungkinkan penggalian data secara mendalam mengenai proses dan dampak pendaftaran usaha tersebut pada Google Maps. Pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus juga lazim digunakan dalam penelitian pemberdayaan UMKM berbasis komunitas, karena memungkinkan peneliti memahami konteks sosial-ekonomi objek penelitian secara utuh (Jasri et al., 2023).

Penelitian dilaksanakan di Dusun 7, Desa Kwala Air Hitam, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara, sebagai bagian dari pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Reguler Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU). KKN berlangsung selama 12 hari, mulai dari tanggal 20 - 31 Agustus 2026.

Subjek penelitian ini adalah pemilik warung kelontong di Dusun 7, Desa Kwala Air Hitam, sedangkan objek penelitian adalah proses pendaftaran, pendampingan, dan dampak penggunaan Google Maps terhadap visibilitas serta potensi ekonomi usaha tersebut.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik, yaitu:

1. Observasi lapangan : dilakukan untuk mengamati secara langsung kondisi warung, aktivitas jual beli, serta ketersediaan akses digital (jaringan internet dan penggunaan perangkat seluler) di lokasi penelitian.
2. Wawancara : dilakukan secara langsung dan tidak terstruktur kepada pemilik warung untuk memperoleh informasi mengenai profil usaha, kendala yang dihadapi sebelum pendaftaran Google Maps, serta tanggapan pemilik setelah proses pendaftaran dilakukan.
3. Dokumentasi : berupa foto kegiatan pendampingan, tangkapan layar (screenshot) proses pendaftaran dan tampilan profil usaha pada Google Maps, sebagai bukti pelaksanaan dan dasar analisis perubahan yang terjadi.

Pelaksanaan pendaftaran Google Maps pada warung kelontong dilakukan melalui beberapa tahapan:

1. Identifikasi kondisi awal : menelusuri apakah usaha sudah terdaftar pada Google Maps dan mengidentifikasi kendala yang menghambat pemilik usaha dalam memanfaatkan platform digital.
2. Sosialisasi dan edukasi : memberikan pemahaman kepada pemilik warung mengenai manfaat dan fungsi Google Maps bagi usaha mikro.
3. Pendaftaran dan pengisian profil usaha : meliputi penentuan titik lokasi, penulisan nama dan kategori usaha, jam operasional, serta pengunggahan foto usaha melalui Google Business Profile.
4. Verifikasi lokasi usaha : memastikan titik koordinat dan informasi usaha telah sesuai dan dapat ditampilkan secara publik.
5. Pendampingan lanjutan : memberikan arahan kepada pemilik usaha agar mampu mengelola profil secara mandiri, termasuk memperbarui informasi dan menanggapi ulasan pelanggan di kemudian hari.

Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif-kualitatif, yang meliputi tiga tahap sebagaimana dikemukakan dalam metode analisis data kualitatif pada umumnya, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilah hasil observasi dan wawancara yang relevan dengan tujuan penelitian. Data kemudian disajikan secara naratif untuk menggambarkan kondisi sebelum dan

sesudah pendaftaran usaha pada Google Maps. Tahap akhir berupa penarikan kesimpulan dilakukan untuk menilai sejauh mana program pendaftaran ini berkontribusi terhadap pemberdayaan ekonomi pemilik usaha dan masyarakat Dusun 7.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum program pendampingan dilaksanakan, warung kelontong di Dusun 7, Desa Kwala Air Hitam belum terdaftar pada platform digital apa pun, termasuk Google Maps. Warung tersebut bernama “Toko Safana”. Toko Safan berdiri sejak lebih dari sepuluh tahun dan menjual berbagai kebutuhan harian, seperti sayuran, ikan, jajanan, sembako, sabun, es, serta kebutuhan harian lainnya, sehingga menjadikannya sumber utama pemenuhan kebutuhan sehari-hari masyarakat Dusun 7.

Sebelum terdaftar di Google Maps, pembeli harian warung ini hanya berasal dari warga sekitar Dusun 7, sementara pendatang atau warga dari luar kesulitan menemukan lokasi warung karena tidak ada informasi digital yang dapat diakses secara daring. Kondisi ini sejalan dengan temuan bahwa UMKM di wilayah pedesaan umumnya mengalami keterbatasan visibilitas daring akibat rendahnya literasi digital dan minimnya keterpaparan terhadap platform pemasaran berbasis lokasi (Safitri & Nugroho, 2025).

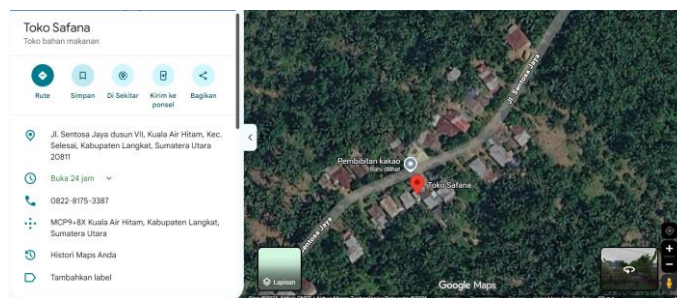
Proses pendaftaran pada Google Maps dilaksanakan melalui tahapan yang telah dijabarkan pada bagian metode, dimulai dari identifikasi kondisi awal hingga verifikasi lokasi usaha. Kegiatan pendaftaran dilaksanakan pada tanggal 25 Agustus 2026, dengan melibatkan mahasiswa KKN FAI UMSU dan pemilik toko Safana secara langsung. Dalam prosesnya, kendala teknis yang dihadapi adalah keterbatasan jaringan internet di lokasi, sehingga proses pengisian data dan verifikasi memerlukan waktu lebih lama dari perkiraan.



Gambar 1. Kegiatan pendampingan pendaftaran Google Maps pada warung kelontong di Dusun 7, Desa Kwala Air Hitam

Tahap pendampingan ini juga mencakup edukasi dasar kepada pemilik usaha mengenai cara mengisi profil bisnis, sebagaimana dilakukan dalam program pendampingan sejenis yang mengutamakan pada peningkatan pemahaman teknis sekaligus literasi digital pelaku usaha (Muawanah et al., 2026).

Setelah proses verifikasi selesai, profil usaha warung kelontong tersebut berhasil ditampilkan secara publik pada Google Maps dengan informasi berupa nama usaha, titik lokasi, kategori usaha, jam operasional, dan foto usaha.



Gambar 2. Tampilan profil usaha Toko Safana pada Google Maps

Pemilik toko Safana merasa senang karena tokonya telah terdaftar di Google Maps dan berharap pendaftaran ini dapat membuat usahanya semakin laris serta mendukung keberlanjutan warung ke depannya.

Pendaftaran warung kelontong pada Google Maps memberikan dampak langsung terhadap peningkatan aksesibilitas informasi usaha bagi masyarakat di luar Dusun 7. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian pada UMKM lain, yang menunjukkan bahwa kehadiran usaha di Google Maps secara signifikan memudahkan calon pelanggan menemukan lokasi bisnis berdasarkan pencarian lokal (Safitri & Nugroho, 2025). Dalam konteks warung kelontong di Dusun 7, hal ini berarti keberadaan warung tidak lagi hanya diketahui oleh warga dusun itu sendiri, tetapi juga dapat diakses oleh pihak luar seperti kurir pengantar barang, pendatang, atau warga dusun tetangga.

Pemberdayaan ekonomi dalam konteks ini tidak hanya dimaknai sebagai bantuan teknis pendaftaran, melainkan juga sebagai proses transfer kemampuan agar pemilik usaha dapat mengelola profil bisnisnya secara mandiri di kemudian hari. Hal ini sejalan dengan prinsip pendampingan digitalisasi UMKM yang menitikberatkan pada peningkatan kapasitas pelaku usaha dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana pemasaran berkelanjutan, bukan sekadar intervensi satu kali (Khumaira et al., 2026). Dengan demikian, keberhasilan program ini idealnya diukur bukan hanya dari selesainya proses pendaftaran, tetapi juga dari sejauh mana pemilik usaha memahami dan mampu memperbarui informasi profilnya secara mandiri.

Meskipun pendaftaran berhasil dilakukan, tantangan literasi digital tetap menjadi faktor yang perlu diperhatikan. Penelitian pada UMKM pedesaan lain menunjukkan bahwa keterbatasan pemahaman digital dan infrastruktur teknologi seperti akses internet yang tidak merata menjadi penghambat utama optimalisasi platform seperti Google Maps (Safitri & Nugroho, 2025). Hal serupa juga dialami oleh pemilik warung di Dusun 7, yang belum familiar dengan fitur profil bisnis pada Google Maps.

Dari sudut pandang ekonomi syariah, upaya memperluas akses dan visibilitas usaha mikro ini relevan dengan prinsip kemaslahatan, yaitu terciptanya kemudahan dan manfaat bagi masyarakat melalui penguatan sektor usaha yang ada di tengah mereka sendiri (Jasri et al., 2023). Program edukasi dan pendampingan semacam ini merupakan bagian dari upaya pemberdayaan ekonomi berkelanjutan yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan

pendapatan, tetapi juga pada penguatan kemandirian pelaku usaha (Yetti, 2026). Integrasi antara digitalisasi usaha dan nilai-nilai bisnis syariah, seperti kejujuran dan keterbukaan dalam bertransaksi, juga terbukti mampu memperkuat daya saing UMKM (Zebua et al., 2026).

Mengingat warung kelontong tersebut merupakan satu-satunya usaha ritel di Dusun 7, peningkatan visibilitasnya berpotensi memberi manfaat tidak hanya bagi pemilik usaha, tetapi juga bagi masyarakat dusun secara umum, misalnya dalam bentuk kemudahan akses barang kebutuhan sehari-hari yang lebih dikenal oleh pihak luar. Temuan dari program pendampingan serupa di desa lain menunjukkan bahwa digitalisasi lokasi usaha turut mendorong interaksi awal antara UMKM dan calon konsumen baru, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap keberlanjutan praktik pemasaran berbasis digital di tingkat desa (Khumaira et al., 2026).

KESIMPULAN

Pendaftaran warung kelontong “Toko Safana” di Dusun 7, Desa Kwala Air Hitam pada Google Maps melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) berhasil dilaksanakan, sehingga warung yang sebelumnya hanya dikenal oleh warga sekitar kini memiliki profil usaha yang dapat diakses secara publik dengan informasi berupa nama usaha, titik lokais, kategori usaha, jam operasional, dan foto usaha. Program ini tidak hanya meningkatkan visibilitas usaha secara digital, tetapi juga menjadi bentuk pemberdayaan ekonomi karena pemilik memperoleh pemahaman dasar untuk mengelola profil bisnisnya, sejalan dengan prinsip kemaslahatan dalam ekonomi syariah. Meskipun demikian, keterbatasan jaringan internet dan belum familiarnya pemilik dengan profil bisnis Google Maps masih menjadi kendala yang perlu diatasi.

SARAN

Disarankan agar pemilik usaha secara rutin memperbarui informasi dan foto profil usahanya serta menanggapi ulasan pelanggan, dan agar pendampingan literasi digital dilanjutkan secara berkala melalui kemitraan antara pemerintah desa, perguruan tinggi, dan pelaku usaha sehingga pemanfaatan Google Maps dapat berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Jasri, J., Mustamin, S. W., & Nurmayanti, S. (2023). Analisis Pemberdayaan UMKM dalam Perspektif Ekonomi Syariah untuk Mencapai Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Penelitian UPR*, 3(2), 47-54. <https://doi.org/10.52850/jptupr.v3i2.10729>
- Khumaira, Z. P., Rahma, K. A., Hayee, S. S. A., Dewi, R., Mugni, M. S., Destiani, T. S., Suprianti, S., Putra, R. R., & Sulastri, S. (2026). DIGITAL AND ECONOMIC UPGRADE: PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI GOOGLE MAPS DAN IDENTITAS VISUAL. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 281-286.
- Muawanah, N., Adilla, S. D., Iman, M., & Suryokencono, P. (2026). Pendampingan Digitalisasi UMKM Melalui Pendaftaran Google Maps di Desa Sabrang Kabupaten Jember. *Mujtama': Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 62-67.
- Octaviano, D., Rosa, D., Pertiwi, K., Sulistyowati, N., Adi, M. S., Rizky, A., Putra, T., & Azizah, N. (2026). Akselerasi Umkm Digital Melalui Google Maps Dan Promosi Visual Kreatif. *Abidumasy*, 7(1), 44-50.
- Rante, N. T., Narulita, A. A., & Yusri, S. I. (2026). IMPLEMETASI DIGITALISASI UMKM RUMAHAN MELALUI PEMBUATAN AKUN GOOGLE MAPS DAN AKTIVASI SISTEM PEMBAYARAN QRIS

TERHADAP UMKM DI RT. 59 KELURAHAN MANGGAR, KECAMATAN BALIKPAPAN TIMUR.

Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 9(4), 1678-1684.

Safitri, S. N., & Nugroho, R. H. (2025). Strategi digitalisasi UMKM melalui Google Maps dalam meningkatkan daya saing bisnis. *Jurnal Sinabis*, 1(4), 1106-1116.

Yetti, F. D. (2026). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat melalui Edukasi Ekonomi Syariah: Studi Kasus pada UMKM di Kota Pekanbaru. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 14-24.

Zebua, S., Irawan, J. W., Oktavia, S., & Suci, I. T. (2026). Pengembangan Umkm Maklor: Integrasi Kreativitas Kuliner Dengan Prinsip Bisnis Syariah Melalui Program Kkn Di Desa Mekarwangi Kabupaten Tangerang. *Abdi Dharma*, 6(1), 49-62.