Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 7 No 4 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

SOSIALISASI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENDUKUNG PEMASARAN UMKM DAN PENDAFTARAN USAHA DI GOOGLE MAPS DI DESA PAGELARAN, KECAMATAN MALINGPING, KABUPATEN LEBAK

Author: Renaldo Leswandi*[1], Muhamad Ade Ramdani[2], Damar Robby Wijaya[3], Andhika Bayu Bahari[4]
[1,2,3,4]Universitas Pamulang
Jl. Witana Harja No.18b, Pamulang Bar., Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15417
e-mail: renaldoleswandi@gmail.com[1], kideade07@gmail.com[2], damarwijayakedua@gmail.com[3], aa.bayu298@gmail.com[4]

Abstract

Utilization of social media and business registration on digital platforms such as Google Maps has become an important strategy to support the marketing of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), especially in rural areas like Pagelaran village. This study aims to examine how the use of social media can enhance the visibility and competitiveness of MSMEs as well as the benefits of business registration on Google Maps as a means to expand market reach and facilitate consumer access. The research method used is qualitative descriptive with data collection through interviews with MSME actors and direct observation of social media and Google Maps usage. The results show that social media platforms like Facebook, Instagram, and WhatsApp significantly help MSMEs in Pagelaran Village promote products, build communication with consumers, and increase sales. Additionally, registering MSMEs on Google Maps provides advantages such as easier consumer location of businesses digitally, strengthening business credibility, and opening new opportunities for collaboration and business development. The main challenges faced relate to limited technological understanding and digital promotion budgets. The study recommends digital marketing training and online business registration assistance for MSME actors in Pagelaran to maximize the potential of digital marketing. Through the integration of social media use and Google Maps, MSMEs in rural areas can strengthen their existence and contribution to a more developed and competitive local economy.

Keyword: Social Media; MSME Marketing; Google Maps

Abstrak

Pemanfaatan media sosial dan pendaftaran usaha di platform digital seperti Google Maps menjadi strategi penting dalam mendukung pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya di wilayah desa seperti Pagelaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pemanfaatan media sosial dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM serta manfaat pendaftaran usaha di Google Maps sebagai sarana memperluas jangkauan pasar dan mempermudah akses konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara dengan

Article History
Received: Desember 2025
Reviewed: Desember 2025
Published: Desember 2025

Plagirism Checker No 234.KK.443
Prefix DOI : **10.9765/Krepa.V218.3784**
Plagirism Checker No 234
Prefix DOI : Prefix DOI : 10.8734/Krepa.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

pelaku UMKM dan observasi langsung penggunaan media sosial serta Google Maps. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp secara signifikan membantu UMKM di Desa Pagelaran dalam mempromosikan produk, menjalin komunikasi dengan konsumen, serta meningkatkan penjualan. Selain itu, pendaftaran UMKM di Google Maps memberikan keuntungan berupa kemudahan konsumen menemukan lokasi usaha secara digital, memperkuat kredibilitas bisnis, dan membuka peluang baru untuk kolaborasi serta pengembangan usaha. Kendala yang dihadapi terutama terkait keterbatasan pemahaman teknologi dan modal promosi digital. Penelitian ini merekomendasikan pelatihan digital marketing dan pendampingan pendaftaran usaha secara online bagi pelaku UMKM di Pagelaran agar potensi pemasaran digital dapat dimaksimalkan. Dengan integrasi penggunaan media sosial dan Google Maps, UMKM di desa dapat memperkuat eksistensi serta kontribusinya dalam perekonomian lokal yang lebih berkembang dan berdaya saing.
Kata kunci: Media Sosial; Pemasaran UMKM; Google Maps

1. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya sebagai sumber lapangan kerja dan penopang ekonomi masyarakat lokal. Namun, kendala yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM, terutama di wilayah pedesaan seperti Desa Pagelaran, Kecamatan Malingping, Kabupaten Lebak, adalah terbatasnya akses terhadap teknologi informasi dan strategi pemasaran digital yang efektif. Pemanfaatan media sosial sebagai platform pemasaran dinilai sangat potensial dalam membantu UMKM memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk atau jasa yang mereka tawarkan.

Selain itu, pendaftaran usaha di Google Maps menjadi sebuah langkah strategis yang dapat meningkatkan visibilitas dan kemudahan akses konsumen terhadap UMKM secara online. Dengan meningkatnya penggunaan ponsel pintar dan internet, integrasi pemasaran melalui media sosial dan pendaftaran di Google Maps dapat menjadi solusi efektif untuk mendorong perkembangan UMKM di Desa Pagelaran. Namun, masih terdapat kesenjangan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengoptimalkan kedua media ini.

Oleh karena itu, sosialisasi mengenai pemanfaatan media sosial dan pendaftaran usaha di Google Maps sangat diperlukan untuk memberikan edukasi dan pelatihan agar UMKM di Desa Pagelaran dapat memanfaatkan teknologi digital dengan maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk menggali efektivitas sosialisasi tersebut dalam mendukung pemasaran UMKM serta meningkatkan pendaftaran usaha pada platform Google Maps sebagai upaya percepatan digitalisasi usaha mikro di tingkat desa.

2. METODE PENGABDIAN

Metode kegiatan ini berupa penyuluhan mengenai Pemanfaatan media sosial untuk mendukung pemasaran UMKM dan pendaftaran usaha di google maps, Kemudian diteruskan dengan sesi tanya jawab. Berikut ini adalah tahapan pelatihan yang dilakukan:

1. Metode Pendekatan

Menggunakan pendekatan kualitatif dan partisipatif, di mana pelaku UMKM tidak hanya menjadi objek, tetapi juga terlibat langsung dalam proses pelatihan dan pendampingan.

2. Metode Pelaksanaan

a. Sosialisasi dan Penyuluhan

Memberikan pemahaman dasar tentang pentingnya pemasaran digital.

Menjelaskan manfaat media sosial dan Google Maps untuk pengembangan usaha.



Gambar 1. Pemaparan Materi pada Masyarakat

b. Pelatihan Praktis (Workshop)

Membimbing UMKM membuat akun dan konten promosi di media sosial (Instagram, Facebook, TikTok, atau WhatsApp Business). Mengajarkan cara mendaftarkan usaha di Google Maps (Google Business Profile).

c. Pendampingan

Memberikan bimbingan secara langsung ketika pelaku UMKM mengaplikasikan ilmu yang didapat. Monitoring perkembangan usaha setelah memanfaatkan media sosial dan Google Maps.

d. Evaluasi

Mengukur dampak kegiatan melalui indikator seperti peningkatan jumlah pengikut media sosial, keterlibatan konsumen (engagement), ulasan di Google Maps, serta potensi peningkatan penjualan.

3. Metode Pengumpulan Data

Observasi, melihat kondisi awal penggunaan media sosial dan keberadaan usaha di Google Maps. Wawancara/FGD, menggali kebutuhan dan kendala UMKM terkait pemasaran digital. Dokumentasi, mencatat perubahan atau hasil yang dicapai setelah intervensi.

Vol 7 No 4 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784



Gambar 2. Dokumentasi Bersama Kepala Desa Pagelaran

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan di Desa Pagelaran melibatkan 30 pelaku UMKM dari berbagai bidang usaha seperti kuliner, kerajinan tangan, dan jasa layanan dengan tujuan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran dan meningkatkan aksesibilitas usaha melalui pendaftaran di Google Maps. Sebelum sosialisasi, sebagian besar pelaku UMKM belum memanfaatkan media sosial secara optimal; data awal menunjukkan bahwa hanya sekitar 25% yang menggunakan media sosial hanya sebagai sarana komunikasi pribadi, bukan untuk pemasaran. Setelah pelatihan, terjadi peningkatan signifikan di mana 85% peserta mampu mengelola akun media sosial bisnis mulai dari pembuatan konten, interaksi dengan konsumen, hingga memanfaatkan fitur iklan yang tersedia secara gratis maupun berbayar. Peserta menunjukkan antusiasme dalam mempelajari teknik pemasaran digital yang sederhana namun efektif, seperti penggunaan caption yang persuasif dan foto produk yang menarik. Selain pemanfaatan media sosial, sosialisasi pendaftaran usaha di Google Maps memberikan dampak positif, dengan sekitar 70% peserta berhasil melakukan pendaftaran dan verifikasi usaha mereka pada platform ini, sehingga usaha mereka kini dapat dicari dan ditemukan oleh pelanggan secara mudah melalui pencarian berbasis lokasi. Keberadaan usaha secara online ini tidak hanya meningkatkan visibilitas, tetapi juga memberi kepercayaan lebih kepada konsumen dalam memilih produk atau jasa yang ditawarkan. Meski hasil sosialisasi positif, terdapat beberapa kendala seperti infrastruktur teknologi yang belum merata di Desa Pagelaran, terutama koneksi internet yang tidak stabil dan keterbatasan perangkat smartphone yang digunakan pelaku UMKM.

Beberapa peserta juga mengungkapkan kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi Google Maps yang memerlukan proses verifikasi dan pengelolaan akun Google secara mandiri. Mentalitas terhadap perubahan teknologi juga menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan; meskipun sebagian besar peserta menunjukkan antusiasme tinggi, sebagian kecil masih merasa proses digitalisasi terlalu rumit dan memerlukan waktu adaptasi yang cukup panjang. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih intensif dan pendampingan jangka panjang agar teknologi benar-benar dapat diintegrasikan dalam aktivitas bisnis sehari-hari. Metode sosialisasi dengan pendekatan langsung dan pelatihan praktis yang dilakukan secara interaktif terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan digital UMKM, karena pelatihan langsung memungkinkan pelaku usaha untuk bertanya dan praktik saat itu juga sehingga pemahaman mereka lebih menyeluruh dibandingkan hanya penyuluhan teori. Tim pengabdian juga menyediakan pendampingan berkelanjutan yang membantu pelaku mengatasi kebutuhan teknis serta menyelesaikan masalah yang dialami pasca kegiatan. Pendampingan ini sangat penting untuk menjaga keberlanjutan penggunaan media sosial dan Google Maps sebagai sarana pemasaran, dengan monitoring berkala dan sesi konsultasi yang memungkinkan evaluasi kemajuan dan penyesuaian strategi pemasaran digital sesuai dinamika pasar dan kebutuhan pelaku UMKM. Temuan ini mengonfirmasi bahwa sosialisasi yang fokus pada pemberdayaan digital UMKM merupakan langkah strategis dalam memperkuat ekonomi lokal. Mengingat peran penting UMKM dalam kesejahteraan masyarakat desa, upaya digitalisasi pemasaran dan registrasi usaha dapat mempercepat akses pasar dan meningkatkan pendapatan. Untuk hasil

Vol 7 No 4 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

maksimal, dukungan dari pemerintah desa dan lembaga terkait sangat dibutuhkan dalam bentuk penyediaan infrastruktur teknologi, pelatihan lanjutan, serta penyediaan akses internet yang lebih baik. Pelaku UMKM juga perlu didorong untuk lebih terbuka dan adaptif terhadap teknologi baru melalui program edukasi yang berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Sosialisasi pemanfaatan media sosial dan pendaftaran usaha di Google Maps di Desa Pagelaran terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan digital pelaku UMKM untuk mendukung pemasaran usaha mereka. Kegiatan ini berhasil memberikan pemahaman yang signifikan tentang bagaimana media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp dapat digunakan sebagai alat pemasaran untuk memperluas jangkauan pasar dan membangun komunikasi yang lebih baik dengan konsumen. Selain itu, pendaftaran usaha di Google Maps mendorong peningkatan visibilitas usaha yang berdampak positif pada kemudahan konsumen menemukan lokasi usaha dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Melalui pelatihan dan pendampingan praktis yang berkelanjutan, pelaku UMKM mampu mengaplikasikan ilmu yang diperoleh secara langsung sehingga terjadi peningkatan dalam hal pengelolaan akun media sosial dan kemampuan digital secara keseluruhan.

Namun demikian, masih ditemukan sejumlah tantangan yang menjadi hambatan dalam proses digitalisasi UMKM. Infrastruktur teknologi yang belum merata, keterbatasan perangkat, serta akses internet yang tidak stabil menjadi kendala nyata yang memengaruhi efektivitas pemanfaatan platform digital. Selain itu, faktor psikologis seperti ketidaksiapan mental dan keraguan dalam penggunaan teknologi baru juga perlu diperhatikan dengan memberikan pendampingan lebih intensif dan edukasi berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi perlu disertai dengan program tindak lanjut yang mendukung adaptasi perubahan secara bertahap agar teknologi benar-benar menjadi bagian dari aktivitas bisnis pelaku UMKM.

Pemerintah desa dan lembaga terkait memiliki peran strategis dalam memberikan dukungan infrastrukutur dan pelatihan yang konsisten untuk memastikan upaya digitalisasi berjalan dengan baik dan berkelanjutan. Model sosialisasi yang mengintegrasikan pelatihan praktis dan pendampingan ini dapat menjadi contoh bagi pengembangan UMKM di wilayah pedesaan lain yang memiliki karakteristik serupa. Implementasi strategi ini diharapkan dapat memperkuat daya saing UMKM serta meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian lokal yang berkembang dan berkelanjutan. Secara keseluruhan, sosialisasi ini tidak hanya membantu UMKM untuk bertransformasi ke ranah digital, tetapi juga membuka peluang baru bagi inovasi pemasaran dan pengembangan usaha di era teknologi informasi saat ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Apresiasi kami sampaikan kepada Kepala Desa Pagelaran beserta seluruh staf yang telah memberikan izin, fasilitas, serta bantuan selama proses sosialisasi dan pelatihan berlangsung. Ucapan terima kasih khusus kami tujukan kepada para pelaku UMKM di Desa Pagelaran atas partisipasi aktif, antusiasme, dan semangat dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Terima kasih juga kami sampaikan kepada tim pengabdian yang telah bekerja dengan penuh dedikasi dan profesionalisme dalam merancang, melaksanakan, dan memberikan pendampingan selama kegiatan. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang nyata dalam pengembangan UMKM di Desa Pagelaran dan menjadi sumber inspirasi bagi pemberdayaan UMKM di wilayah lain. Kerjasama dan dukungan semua pihak merupakan fondasi utama keberhasilan program ini dalam memajukan UMKM lewat optimalisasi teknologi digital.

DAFTAR PUSTAKA

Fitriani, R., Pratama, H., & Santoso, D. (2023). Peran media sosial dalam meningkatkan pemasaran UMKM di daerah pedesaan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 10(2), 45-58.

Handayani, S., & Wibowo, T. (2024). Strategi digital marketing untuk UMKM di era digital: Studi kasus di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*, 12(1), 78-91.

Rahmawati, L., & Wijaya, A. (2024). Pengaruh pendaftaran usaha di Google Maps terhadap visibilitas dan kredibilitas UMKM. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, 11(3), 123-134.

Santoso, B., Nugroho, Y., & Putri, L. (2023). Pemanfaatan platform digital Google Maps untuk pengembangan UMKM. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Lokal*, 9(4), 50-63.

Tatik, T., & Setiawan, D. (2024). Does social media marketing impact MSME performance in Indonesia? *Emerald Insight*, *XX*(XX), 1-16.