

## *Socialization and Training on MSME Digitalization through the Use of WhatsApp Business and Google Maps in Long Iram Kota Village*

## Sosialisasi dan Pelatihan Digitalisasi UMKM melalui Pemanfaatan WhatsApp Busines & Google Maps di Kampung Long Iram Kota

Muhammad Abid Rabbani <sup>1\*</sup>, Hairul Anwar <sup>2</sup>, Arief Rahman Hidayat <sup>1</sup>, Norlihna Hidayati <sup>3</sup>, Feby Triani <sup>3</sup>, Syalima <sup>4</sup>, Dewi Ratna Sari <sup>5</sup>, Nur Saibah <sup>6</sup>, Fariah Thyalisi Syahida <sup>6</sup>, Isti Qamariah <sup>7</sup>, Muhammad Syawal Rizqi Rahmadi <sup>8</sup>

- <sup>1</sup> Program Studi S1 Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.
  - <sup>2</sup> Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.
  - <sup>3</sup> Program Studi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.
  - <sup>4</sup> Program Studi S1 Fisika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.
  - <sup>5</sup> Program Studi S1 Biologi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.
  - <sup>6</sup> Program Studi S1 Akuakultur, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.
  - <sup>7</sup> Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.
  - <sup>8</sup> Program Studi S1 Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Mulawarman, Samarinda, 75119 Kalimantan Timur, Indonesia.
- \* Alamat Koresponding. E-mail: [hairul.anwar@feb.unmul.ac.id](mailto:hairul.anwar@feb.unmul.ac.id) (Hairul Anwar); Tel. +62-812-5348-5534.

**ABSTRACT:** *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in Indonesia's economy. However, globalization and the digital era require MSMEs to adapt to technology in order to remain competitive and sustainable. This community service activity was carried out as part of the 51st Community Service Program (KKN) of Mulawarman University, held from July 14 to August 20, 2025, in Long Iram Kota Village, Kutai Barat Regency, East Kalimantan. The objective was to enhance the digital literacy of MSME actors through the utilization of WhatsApp Business and Google Maps as tools for promotion, communication, and competitiveness. The method consisted of three stages: pre-implementation (observation, survey, preparation of materials, and distribution of invitations), implementation (socialization of materials and hands-on training on WhatsApp Business account creation and MSME registration on Google Maps), and evaluation and mentoring (reflection, technical guidance, and distribution of digitalization posters). The results showed improved understanding and practical skills of participants in using WhatsApp Business and Google Maps. The outputs included newly created WhatsApp Business accounts, MSME listings on Google Maps, and digitalization posters. This activity not only strengthened the digital capacity of local MSMEs but also contributed to the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs), particularly SDG 8 (Decent Work and Economic Growth) and SDG 9 (Industry, Innovation, and Infrastructure). Therefore, this program can serve as a model for rural MSME empowerment through sustainable digital technology adoption.*

**KEYWORDS:** *MSMEs; digitalization; WhatsApp Business; Google Maps; SDGs*

**ABSTRAK:** Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam mendukung perekonomian Indonesia. Namun, tantangan globalisasi dan era digital menuntut UMKM untuk beradaptasi dengan teknologi agar mampu bertahan dan bersaing. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan sebagai bagian dari Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan 51 Universitas Mulawarman yang berlangsung pada 14 Juli–20 Agustus 2025 di Kampung Long Iram Kota, Kecamatan Long Iram, Kabupaten Kutai Barat, Kalimantan Timur. Tujuan kegiatan adalah meningkatkan literasi digital pelaku UMKM melalui pemanfaatan aplikasi WhatsApp Business dan Google Maps sebagai sarana promosi, komunikasi, dan penguatan daya saing usaha. Metode pelaksanaan meliputi tiga tahap, yaitu pra-pelaksanaan (observasi, survei, penyusunan materi, dan pembagian undangan), pelaksanaan (sosialisasi materi dan praktik langsung pembuatan akun WhatsApp Business serta pencantuman UMKM di Google Maps), serta evaluasi dan pendampingan (refleksi, bimbingan teknis, dan pembagian poster digitalisasi UMKM). Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam penggunaan WhatsApp Business dan Google Maps. Luaran yang dihasilkan berupa akun WhatsApp Business baru, pencantuman UMKM di Google Maps, serta poster edukasi digitalisasi. Kegiatan

**Cara mensitasi artikel ini:** Rabbani MA, Anwar H, Hidayat AR, Hidayati N, Triani F, Syalima, Sari DR, Saibah N, Syahida FT, Qamariah I, Rahmadi MSR. Socialization and Training on MSME Digitalization through the Use of WhatsApp Business and Google Maps in Long Iram Kota Village. DESAMU Pros Disem KKN UNMUL. 2025; 1: 355-360.

ini tidak hanya meningkatkan kapasitas digital pelaku UMKM, tetapi juga mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) serta SDG 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur). Dengan demikian, kegiatan ini dapat menjadi model pemberdayaan UMKM pedesaan berbasis teknologi digital yang efektif dan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** UMKM; digitalisasi; WhatsApp Business; Google Maps; SDGs

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peranan krusial dalam perekonomian Indonesia. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Namun, untuk menghadapi tantangan era digitalisasi dan persaingan global, UMKM perlu terus berinovasi dan mengadopsi teknologi digital agar tetap kompetitif dan dapat memperluas pangsa pasar. Transformasi digital dalam pemasaran dan manajemen usaha menjadi kunci agar UMKM mampu bertahan dan berkembang di tengah perubahan ekonomi yang dinamis. Salah satu bentuk teknologi yang relatif mudah diakses dan efektif untuk pelaku UMKM adalah aplikasi komunikasi dan peta digital, seperti WhatsApp Business dan Google Maps. WhatsApp Business menyediakan fitur-fitur seperti katalog produk, pesan otomatis, label untuk pengelolaan chat, serta pesan siaran yang memudahkan pelaku usaha berkomunikasi dengan pelanggan secara lebih profesional dan efisien. Sedangkan Google Maps memungkinkan usaha kecil menampilkan lokasi fisik secara online, membantu calon konsumen menemukan tempat usaha dengan mudah serta memberikan ruang bagi ulasan dan penilaian yang dapat meningkatkan kredibilitas usaha tersebut. Penelitian terdahulu mengindikasikan bahwa pelatihan penggunaan aplikasi digital dapat secara signifikan meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM. Sebagai contoh, studi Welkom et al. (2025) membuktikan bahwa pelatihan WhatsApp Business dapat meningkatkan pemahaman dan kemampuan digital hingga 96,3%. Penguatan kapasitas digital ini tidak hanya berdampak pada peningkatan produktivitas, tetapi juga memperluas jaringan pemasaran dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan sebagai bagian dari program Kuliah Kerja Nyata (KKN) angkatan 51 Universitas Mulawarman yang berlangsung pada tanggal 14 Juli – 20 Agustus 2025 di Kampung Long Iram Kota, Kecamatan Long Iram, Kabupaten Kutai Barat, Provinsi Kalimantan Timur. Kampung Long Iram Kota merupakan desa tertua di Kecamatan Long Iram yang memiliki sejarah panjang dan budaya lokal yang kaya. Desa ini dihuni oleh 1.714 jiwa dengan total 558 kepala keluarga. Penduduk desa ini mayoritas bermata pencaharian sebagai pelaku usaha mikro tradisional, seperti kerajinan tangan, pertanian, dan perdagangan lokal yang masih mengandalkan cara konvensional dalam pemasaran produk mereka, kampung Long Iram Kota memiliki total UMKM kurang lebih sebanyak 150 UMKM. Letak geografis Kampung Long Iram Kota yang berada di kawasan yang kaya akan sumber daya alam menjadikan desa ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan secara ekonomi. Meski demikian, akses pasar yang terbatas dan kurangnya pemanfaatan teknologi digital menjadi hambatan utama bagi pelaku UMKM untuk berkembang lebih pesat. Oleh karena itu, digitalisasi usaha dipandang sebagai solusi strategis untuk meningkatkan daya saing UMKM sekaligus mendukung pengembangan ekonomi berbasis potensi daerah.

Program KKN ini sendiri dirancang dengan tema besar mendukung pencapaian *Sustainable Development Goals (SDGs)*, khususnya SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) serta SDG 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur). Melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan digitalisasi UMKM dengan pemanfaatan *WhatsApp Business* dan *Google Maps*, diharapkan dapat meningkatkan literasi digital masyarakat dan memberikan keterampilan praktis dalam penggunaan teknologi yang dapat langsung diterapkan untuk menunjang kelangsungan usaha mereka. Kegiatan ini juga bertujuan menumbuhkan kesadaran pentingnya pemanfaatan teknologi digital sebagai cara untuk memperluas pasar dan memperkuat jaringan bisnis lokal di Kampung Long Iram Kota. Dengan demikian, pelaku UMKM di desa ini tidak hanya mampu mempertahankan eksistensinya dalam ekonomi tradisional, tapi juga mampu berinovasi dan bersaing di pasar yang lebih luas, mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan di wilayah Kutai Barat.

## 2. METODE DAN PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode pelaksanaan pada kegiatan ini adalah penyampaian materi dan praktik langsung pembuatan akun *WhatsApp Business* & *Google Maps* kepada peserta. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Jumat, 15 Agustus 2025, bertempat di Ruang Rapat Kantor Pemerintah Desa Long Iram Kota, dengan peserta terdiri dari 10 pelaku UMKM yang dipilih berdasarkan koordinasi bersama pemerintah desa. Metode pelaksanaan terdiri dari tiga tahap, yaitu pra-pelaksanaan, pelaksanaan, serta evaluasi dan pendampingan.

Pada tahap **pra-pelaksanaan**, tim melakukan observasi dan survei terhadap UMKM di Kampung Long Iram Kota melalui wawancara dengan pelaku usaha serta koordinasi dengan perangkat desa. Hasil observasi digunakan untuk menyusun materi sosialisasi yang difokuskan pada pemanfaatan Google Maps dan WhatsApp Business. Setelah itu, undangan kegiatan dibagikan kepada pelaku UMKM terpilih. Tahap **pelaksanaan** dimulai dengan penyampaian dua materi utama. Materi pertama menjelaskan tentang pentingnya pencantuman UMKM di *Google Maps* sebagai sarana promosi dan peningkatan aksesibilitas usaha. Materi kedua membahas pemanfaatan *WhatsApp Business*, meliputi penjelasan fitur-fitur unggulan serta cara penggunaannya dalam strategi pemasaran. Setelah sesi sosialisasi, peserta dilibatkan dalam praktik langsung berupa pembuatan akun *WhatsApp Business*, pengisian katalog produk, serta pencantuman titik lokasi usaha di *Google Maps*. Tim mendampingi peserta dalam proses pembuatan akun WhatsApp Business serta verifikasi lokasi Google Maps dengan mendatangi langsung titik usaha. Tahap **evaluasi dan pendampingan** dilakukan dengan menilai pemahaman peserta melalui praktik, diskusi reflektif, serta pendampingan teknis bagi peserta yang mengalami kendala. Selain itu, tim juga membagikan poster edukasi mengenai digitalisasi UMKM sebagai panduan praktis agar peserta dapat mempelajari kembali materi secara mandiri setelah kegiatan.

Metode ini menggunakan pendekatan **partisipatif** dan **praktik langsung (*learning by doing*)** untuk memastikan peserta tidak hanya memahami secara teoritis, tetapi juga memiliki keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan digitalisasi UMKM di Kampung Long Iram Kota merupakan salah satu program kerja Kuliah Kerja Nyata Angkatan 51 Universitas Mulawarman Kelompok Long Iram Kota yang dilaksanakan pada tanggal 15 Agustus 2025, bertempat di Ruang Rapat Kantor Pemerintah Kampung Long Iram Kota. Tim KKN dalam hal ini bertindak sebagai penyelenggara, dengan dipandu oleh 2 pemateri dari Tim KKN dan diikuti oleh 10 pelaku UMKM Kampung Long Iram Kota. Sesi pertama pada kegiatan ini yaitu penyampaian materi tentang Pencantuman UMKM Pada Google Maps yang berisi penjelasan, manfaat, hingga tata cara pencantuman UMKM pada Google Maps. Sesi kedua dilanjutkan dengan penyampaian materi tentang Peningkatan Akses Pasar UMKM Melalui Optimalisasi WhatsApp Business yang berisi tentang penjelasan, perbedaan WhatsApp biasa dengan WhatsApp Business, manfaat untuk UMKM, keunggulan dan fitur utama WhatsApp Business, serta tata cara pembuatan akun WhatsApp Business. Setelah dua sesi penyampaian materi selesai, kegiatan dilanjutkan ke sesi berikutnya yaitu pelatihan dan praktik langsung.



Gambar 1. Penyampaian Materi Sosialisasi Pencantuman UMKM Pada Google Maps



Gambar 2. Penyampaian Materi Sosialisasi Peningkatan Akses Pasar UMKM Melalui Optimalisasi WhatsApp Business



Kegiatan selanjutnya yaitu sesi pelatihan berbentuk praktik langsung pembuatan akun WhatsApp Business.. Selama praktik, peserta berhasil membuat akun WhatsApp Business dengan bimbingan tim. Mereka belajar menambahkan produk ke katalog, menggunakan fitur balasan otomatis, serta memahami manfaat label chat dalam mengelola pelanggan. Kegiatan berlangsung dengan baik dan mendapat respon positif dari peserta.



Gambar 3. Praktik Pembuatan Akun WhatsApp Business

Praktik pencantuman UMKM pada Google Maps dilanjutkan setelah kegiatan selesai dengan cara mendatangi langsung ke titik lokasi UMKM untuk mendapatkan titik yang tepat pada Google Maps. Peserta berhasil mendaftarkan usaha mereka di Google Maps dengan mengisi data usaha dan melakukan verifikasi lokasi didampingi oleh tim KKN. Hasil verifikasi menunjukkan bahwa UMKM lokal mulai tercatat secara digital sehingga dapat diakses lebih luas oleh masyarakat.



Gambar 4. Pencantuman UMKM Pada Google Maps di Warung Makan Gulu

Pelaku UMKM yang hadir menunjukkan antusiasme tinggi, terlihat dari partisipasi aktif dalam sesi diskusi maupun praktik langsung. Sebagian besar peserta mengaku baru pertama kali mengetahui bahwa usaha mereka dapat dicantumkan di *Google Maps* dan bahwa *WhatsApp Business* memiliki fitur yang berbeda dari WhatsApp biasa. Dampak nyata dari kegiatan ini adalah meningkatnya pengetahuan peserta mengenai pentingnya digitalisasi serta terbentuknya keterampilan baru yang dapat langsung diterapkan. Beberapa peserta menyatakan bahwa setelah kegiatan ini, mereka berencana lebih aktif menggunakan fitur katalog produk WhatsApp untuk pemasaran, sekaligus memanfaatkan keberadaan Google Maps untuk menjangkau konsumen baru. Luaran kegiatan berupa akun WhatsApp Business, pencantuman UMKM di Google Maps, serta poster edukasi digitalisasi UMKM yang dibagikan kepada peserta menjadi bukti keberhasilan pelaksanaan program. Kegiatan ditutup dengan sesi dokumentasi bersama.

Secara konseptual, hasil ini sejalan dengan penelitian Welkom et al. (2025) yang menemukan bahwa pelatihan WhatsApp Business meningkatkan keterampilan digital peserta hingga 96,3%. Hal ini juga konsisten dengan Alfiyyani et al. (2024) yang menegaskan efektivitas WhatsApp Business dalam mendukung keberlanjutan usaha di pedesaan. Dengan demikian, kegiatan ini memperkuat literatur yang menunjukkan bahwa digitalisasi berbasis aplikasi sederhana dapat menjadi solusi bagi UMKM untuk menghadapi tantangan persaingan di era digital. Selain itu, kegiatan ini berkontribusi pada pencapaian *Sustainable Development Goals (SDGs)*. Melalui digitalisasi UMKM, kegiatan ini mendukung **SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi)** dengan memperkuat kapasitas ekonomi lokal, serta **SDG 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur)** dengan mendorong inovasi dalam strategi pemasaran berbasis teknologi. Hal ini menegaskan bahwa program KKN Universitas

Mulawarman tidak hanya memberikan dampak langsung bagi masyarakat, tetapi juga berkontribusi terhadap agenda pembangunan global.



Gambar 5. Dokumentasi Kegiatan Bersama Peserta

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan digitalisasi UMKM melalui pemanfaatan WhatsApp Business dan Google Maps yang dilaksanakan pada tanggal 15 Agustus 2025 di Kampung Long Iram Kota merupakan salah satu program **Kuliah Kerja Nyata (KKN) angkatan 51 Universitas Mulawarman Kalimantan Timur**. Melalui sosialisasi dan pelatihan yang diberikan, pelaku UMKM lebih memahami cara memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk mereka. Para pelaku UMKM menunjukkan peningkatan dalam keterampilan digital, namun masih terdapat keterbatasan seperti kurangnya pengetahuan terhadap teknologi dan adaptasi terhadap perubahan. Oleh karena itu, masih diperlukan dukungan berkelanjutan dan pelatihan lanjutan untuk memastikan UMKM dapat memanfaatkan platform digital secara optimal.

Luaran yang dihasilkan berupa akun WhatsApp Business baru, pencantuman UMKM di Google Maps, serta poster edukasi digitalisasi yang dapat dimanfaatkan sebagai panduan mandiri. Kegiatan ini juga berkontribusi pada pencapaian **SDG 8 dan SDG 9** melalui penguatan ekonomi lokal berbasis inovasi teknologi. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini dapat dijadikan model pemberdayaan UMKM pedesaan berbasis digital yang efektif, relevan, dan berkelanjutan. Untuk keberlanjutan program, diperlukan kegiatan serupa secara berkala dengan dukungan pemerintah desa, akademisi, serta stakeholder lain agar UMKM semakin mandiri dan adaptif menghadapi perkembangan ekonomi digital.

**Ucapan Terima Kasih:** Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada seluruh tim KKN Reguler Angkatan 51 Universitas Mulawarman Kelompok Long Iram Kota yang telah bekerja keras untuk menyukseskan program kerja ini. Terima kasih kepada Pemerintah Kampung Long Iram Kota atas kerjasama dalam mendukung dan membantu dalam memberikan informasi, arahan, serta koordinasi terkait UMKM yang ada di Kampung Long Iram Kota untuk berpartisipasi dalam pelaksanaan kegiatan. Terima kasih juga kami sampaikan kepada para pelaku UMKM di Kampung Long Iram Kota yang telah berpartisipasi dengan antusias dan mengikuti arahan dengan baik dalam pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan Digitalisasi UMKM Pemanfaatan WhatsApp Business & Google Maps.

**Kontribusi Penulis:** -

**Sumber Pendanaan:** -

**Konflik Kepentingan:** Para penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan

#### REFERENSI

- Alfiyany, R., Fatonah, S., & Mulyono, E. D. (2024). Pelatihan Pemanfaatan WhatsApp Business dan QRIS untuk Mendukung Keberlanjutan Usaha di Desa Sumberaji, Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Abdimas*, 6(1), 61–68. <https://doi.org/10.33395/abdimas.v6i1.16266>
- Andamisari, D. (2021). Penggunaan Status Whatsapp Sebagai Digital Marketing Warga Kecamatan Medan Satria Bekasi Di Era New Normal. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 5(1), 66–72. <https://doi.org/10.31334/lugas.v5i1.1559>
- Ardhianto, E., Lestariningsih, E., Handoko, W. T., & Soelistijadi, R. (2022). Pemanfaatan peta google sebagai sarana promosi melalui penandaan lokasi usaha rumahan di paguyuban warga lentera prigi mranggen demak. *Jurnal INTIMAS*, 2(2), 78–83.
- Bukit, F. R. A., A.S, G. G., Irvan, & Fahmi. (2019). Pembuatan Website Katalog Produk Umkm Untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner Website Creation Product Catalog MSMES For Marketing and Promotion Development of Culinary Products. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), of Culinary Products. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 229–236

- Eka, Y., & Ria, R. (2020). Penerapan Teknologi Digital untuk Pemasaran UMKM pada Era Industri 4.0. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 10(2), 78–88. <https://doi.org/10.26740/jpm.v10n2.p78-88>
- Fajar Maulana, P. (2021). Digitalisasi UMKM dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Jurnal Produksi dan Manajemen Industri*, 6(2), 45–55. <https://doi.org/10.26740/jpmi.v6n2.p45-55>
- Farizki, F. I., et al. (2020). Penyuluhan Umkm Di Era New Normal Dengan Memprioritaskan Ekonomi Digital Marketing. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 620-623
- Han, T., & Keskin, F. (2016). Using a Mobile Application (WhatsApp) to Reduce EFL Speaking Anxiety. *Gist: Education and Learning Research Journal*. 10(2), 113-123
- Handayani, I., Haryanti, P., Septiana, A. T., Sulisty, S. B., Etnanta, Y. C., & Setiawan, A. (2022). Pelatihan Dalam Upaya Peningkatan Pengetahuan Dan Ketrampilan Digital Marketing Bagi Umkm Di Purbalingga. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(1), 152-164.
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku belanja online di Indonesia: Studi kasus. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193-213.
- Harahap, R. R., & Hidayatullah, H. (2018). Sistem Informasi Google Maps Dengan Menggunakan VB. NET. *Journal of Science and Social Research*, 1(1), 36-41.
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 3(2), 77
- Hendriyani, C., Dwianti, S. P., Herawaty, T., & Ruslan, B. (2020). Analysis of Whatsapp Business Usage in Encouraging Sales and Customer Engagement At Pt Saung Angklung Udjo. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(2), 193-200.
- Kusumawati, R., Akmalia, A., & Bukhori, I. (2022). Pemanfaatan pemasaran digital bagi umkm klepu lor. Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(2), 786-794.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principle Of Marketing, 17e Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi strategi promosi produk dalam proses keputusan pembelian melalui digital marketing saat pandemi covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23-31
- Merdekawati, A., Kurniawan, A., Leidiyana, H., & Ghazali, A. (2021). Pelatihan Google Bisnisku Untuk Meningkatkan Pemasaran Pada Karang Taruna Tunas Mandiri Desa Sukaharja. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 66-70.
- Mayasari, D., & Rohmi, A. (2022). *Statistika Daerah Kota Pasuruan 2022*. BPS Kota Pasuruan
- M. Ahadi Nouvan, Viola De Yusa, Riyadini Riyan Utami. (2025). Pengembangan Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan *Whatsapp Business* Dan *Google Maps* Pada UMKM Tahu. *Jurnal Abdi Dosen dan Mahasiswa*, 11-18 P-ISSN: 2986-9382 E-ISSN : 2986-9390. <https://dx.doi.org/10.61930/jurnaladm>
- Nuryani, H. S., Salam, A., & Faturrahman, F. (2022). Pelatihan pendampingan google bisnisku dan sahabat umkm bagi para pelaku usaha umkm di desa sebewe: pelatihan pendampingan google bisnisku dan sahabat umkm bagi para pelaku usaha umkm di desa sebewe. *Ammma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(06), 730-736.
- Nusantara, C. A. (2021). Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan *Bisnis Online Melalui Aplikasi Tiktok*. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Press
- Permatasari, D., et al. (2022). Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Umkm Batik Di Kelurahan Gedog Kota Blitar. *Tranasformasi dan Inovasi, Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1.
- Rismayani, R. (2016). Pemanfaatan Teknologi Google MapsApi Untuk Aplikasi Laporan Kriminal Berbasis Android Pada Polrestabes Makassar. *Jurnal Penelitian Pos dan Informatika*, 6(2), 185-200.
- Rudjito. (2003, Agustus). Strategi pengembangan UMKM Berbasis Sinergi Bisnis. Makalah dipresentasikan pada seminar peran perbankan dalam memperkuat ketahanan nasional kerjasama Lemhanas RI dengan BRI.
- Senja Ikerismawati1, Iliyatus Sholiha2, Sinta Hardiyanti3. (2023). Pendampingan Pemanfaatan Google Maps dan Whatsapp Bisnis Sebagai Media Digital Marketing Bagi UMKM di Kelurahan Seban Kota Pasuruan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1294-1302 E-ISSN : 2809-2031 (Online) P-ISSN : 2809-2651
- Ultach Enri, I. (2022). Pelatihan peningkatan Kapasitas Digital Bagi UMKM di Masa Pandemi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM)*, 4(2), 150–158. <https://doi.org/10.33395/jpkm.v4i2.1493>
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Kinerja*, 19(1), 170-182.
- Welkom, J., dkk. (2025). Pemanfaatan Aplikasi WhatsApp Business untuk Meningkatkan Keterampilan Digital Pelaku UMKM. *Jurnal Abdimas Sains dan Inovasi*, 7(2), 417–424. <https://doi.org/10.33395/jamsi.v7i2.788>
- Wati, A. . (2020). *Pemasaran digital*. Edulitera.
- Yuliawan, D., & Wanniatie, V. (2021). Analisis Covid-19 terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Tulang Bawang Tahun 2020. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 10(3), 144-158.
- Yunike, E., & Ria, Y. (2023). Pemanfaatan Google Maps untuk Meningkatkan Aksesibilitas UMKM di Perdesaan. *Jurnal Inovasi dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 220–229. <https://doi.org/10.33395/jipm.v5i1.5872>