

## Pemanfaatan *Google My Business* Sebagai Alat Promosi UMKM pada Pembuatan Tempe di Desa Paya Gambar

Sunilfa Maharani Tanjung<sup>1\*</sup>, M. Oemar Abdillah<sup>2</sup>, M. Jaffar Rayhannur<sup>3</sup>, Laura Melsya<sup>4</sup>,  
Farhan Rusdy Asyhary Lubis<sup>5</sup>, Usiono<sup>6</sup>

<sup>1\*,2,3,4,5</sup> Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia.

<sup>6</sup> Program Studi Pendidikan Bahasa Arab, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia.

*Email:* sunilfamaharani1@gmail.com<sup>1\*</sup>, muhammadomarabdillah@gmail.com<sup>2</sup>,  
muhammadjaffarrayhannur@gmail.com<sup>3</sup>, lauramelsya0@gmail.com<sup>4</sup>, farhanrusdy@gmail.com<sup>5</sup>,  
usiono@uinsu.ac.id<sup>6</sup>

### Histori Artikel:

*Dikirim* 25 Agustus 2023; *Diterima dalam bentuk revisi* 28 Agustus 2023; *Diterima* 12 September 2023; *Diterbitkan* 30 September 2023. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

### Abstrak

Pengabdian masyarakat ini fokus pada pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) "Tempe Endul" di Desa Paya Gambar, Kabupaten Deli Serdang. Sebelumnya, UMKM ini menghadapi kendala dalam promosi dan penjualan karena belum terdaftar di Google My Business dan kurang memanfaatkan teknologi digital. Tujuan pengabdian adalah meningkatkan visibilitas UMKM dengan mendaftarkannya di Google My Business dan memberikan pendampingan dalam penerapan strategi pemasaran digital. Melalui pendekatan pendampingan, observasi lapangan, dan wawancara, UMKM "Tempe Endul" diberikan pemahaman tentang pentingnya pemasaran digital. Pengabdian membantu mendaftarkan UMKM tersebut di Google My Business dan mengoptimalkan profil bisnis dengan informasi kontak, alamat, foto produk, dan ulasan pelanggan. Hasilnya, usaha ini kini terlihat di Google Maps dengan alamat jelas, jam operasional, dan informasi kontak yang lengkap. Pemanfaatan Google My Business memberikan manfaat signifikan. Pelanggan dapat dengan mudah menemukan dan memesan tempe Endul, dan UMKM ini dapat meningkatkan citra positif serta omset penjualan. Penggunaan teknologi digital memungkinkan UMKM untuk bersaing dalam era industri 4.0 dan memperluas jangkauan pasar. Pengabdian ini menggambarkan betapa pentingnya penerapan teknologi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM, mengatasi keterbatasan promosi, dan memajukan perekonomian lokal. Hasil dari pengabdian ini telah meningkatkan visibilitas dan kinerja UMKM "Tempe Endul" melalui penerapan Google My Business. Dengan dukungan teknologi digital, UMKM dapat mengoptimalkan pemasaran, menjangkau lebih banyak pelanggan, dan meningkatkan omset usaha. Langkah ini mencerminkan potensi strategis UMKM dalam mendukung ekonomi lokal dan mengatasi kendala-kendala yang dihadapi dalam era digitalisasi saat ini.

**Kata Kunci:** UMKM; Digital Marketing; Google My Business.

### Abstract

This community service focuses on the development of micro, small and medium enterprises (MSMEs) "Tempe Endul" in Paya Gambar Village, Deli Serdang Regency. Previously, these MSMEs faced barriers to promotion and sales because they were not registered on Google My Business and did not use digital technology. The purpose of the service is to increase the visibility of MSMEs by registering them on Google My Business and provide support in implementing digital marketing strategies. Through mentoring, field observations and interviews, "Tempe Endul" MSMEs can understand the importance of digital marketing. Loyalty helps register these MSMEs on Google My Business and optimize their business profile with contact information, address, product photos, and customer reviews. As a result, this business is now shown on Google Maps with a clear address, opening hours and full contact details. Using Google My Business offers significant benefits. Customers can easily find and order Endul tempeh, and this MSME can enhance its positive image and revenue. The use of digital technology enables MSMEs to compete in the industry 4.0 era and expand their market reach. This service illustrates the importance of adopting digital technology to increase MSME competitiveness, overcome advertising limitations and boost the local economy. The result of this service has been increased visibility and performance of "Tempe Endul" MSMEs through the implementation of Google My Business. With the help of digital technology, MSMEs can optimize marketing activities, reach more customers, and increase revenue. This move reflects the strategic potential of MSMEs in supporting the local economy and overcoming obstacles encountered in the current era of digitalization.

**Keywords:** MSMEs; Digital Marketing; Google My Business.

## 1. Pendahuluan

Desa Paya Gambar merupakan sebuah desa kecamatan Batang Kuis yang terletak di kabupaten deli serdang dan tidak jauh dari kota medan. Mayoritas masyarakat-nya merupakan petani karena terdapat banyak lahan persawahan dan pertanian. Di Desa Paya Gambar ini juga terdapat beberapa rumah produksi Pembuatan tempe yang hasilnya di impor keluar daerah ,di jual ke pasar-pasar dan pesantren .UMKM di desa Paya Gambar ini bisa terbilang cukup baik namun masih ada beberapa sektor usaha yang masih kurang memanfaatkan teknologi digitalisasi yang ada pada saat ini seperti Google My Business dan aplikasi market lainnya .Google My Business dapat menunjang perkembangan usaha dan meningkatkan keuntungan bagi pengusaha di desa Paya Gambar.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan sebagai bagian ekonomi yang telah memberikan dampak positif yang signifikan dalam proses pembangunan ekonomi, terutama dalam mengatasi ketidakmerataan distribusi pendapatan di kalangan masyarakat. Hal ini terutama bermanfaat bagi warga yang mayoritas bekerja di sektor dengan tingkat pendidikan rendah, serta UMKM menjadi penyedia lapangan pekerjaan penting bagi individu yang produktif secara ekonomi [1]. Sektor usaha UMKM merujuk pada bagian perekonomian dengan jumlah entitas terbanyak di Indonesia. Menurut informasi yang dihimpun dari Kementerian Koperasi dan UKM, tahun 2019 mencatat adanya sekitar 65,47 juta unit bisnis dalam kategori usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) [2]. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran signifikan dalam menggerakkan ekonomi lokal. Oleh karena itu, diperlukan upaya sosialisasi dan pelatihan guna meningkatkan pengetahuan serta keterampilan para pelaku UMKM. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa UMKM dapat terus tumbuh dan beradaptasi dengan perkembangan pasar yang terus berlangsung [3]. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan entitas usaha yang beroperasi secara mandiri, dijalankan oleh individu atau entitas bisnis, yang beroperasi dalam berbagai sektor ekonomi. Prinsip dasarnya adalah bahwa klasifikasi antara Mikro, Kecil, Menengah, dan Besar umumnya bergantung pada nilai aset awal (tidak termasuk properti tanah dan bangunan), pendapatan rata-rata tahunan, atau jumlah karyawan tetap. Namun, definisi UMKM berdasarkan tiga kriteria ini bervariasi antar negara. Karena itu, membandingkan signifikansi atau peran UMKM antara negara menjadi sebuah tantangan [4]. Hambatan muncul ketika UMKM mengalami kerugian bisnis karena kurangnya keterampilan, waktu, atau pengetahuan untuk melakukan transformasi secara mendalam, melainkan hanya mengadopsi elemen-elemen permukaan dari transformasi digital. Dari penelitian sebelumnya, sudah diketahui bahwa UMKM belum sepenuhnya memanfaatkan potensi teknologi digital baru, sehingga tidak memperoleh manfaat dari peluang-peluang digital tersebut [5]. Peran strategis UMKM dalam perekonomian Indonesia sangat signifikan, sebab berhubungan dengan terciptanya peluang pekerjaan, upaya mengurangi tingkat kemiskinan, serta kontribusi pada inovasi dan total produksi domestik suatu negara. Meski demikian, sejumlah usaha UMKM menghadapi berbagai kesulitan dan seringkali mengalami kegagalan dalam jangka waktu yang pendek. Beberapa kendala yang dihadapi oleh UMKM ini meliputi aspek terkait pengembangan produk serta efektivitas dalam menjalankan strategi pemasaran [6].

Tempe Endul merupakan salah satu Unit Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor produksi tempe. Usaha ini dijalankan oleh Abdul Halim, yang juga menjadi pemiliknya. Latar belakang pendirian usaha ini adalah kesadaran Abdul Halim akan kurangnya pasokan tempe di daerah Paya Gambar. Dengan memanfaatkan situasi tersebut, Abdul Halim memutuskan untuk mendirikan usaha produksi tempe. Produk tempe yang dihasilkan oleh Abdul Halim tidak mengandung bahan pengawet dan menggunakan kedelai yang berkualitas. Harga jual tempe dari Tempe Endul cukup terjangkau, berkisar antara Rp 800 hingga Rp 1.500 tergantung varian tempe yang dipesan. Jam operasional usaha dimulai dari pukul 08.00 pagi hingga pukul 18.00 sore. Lokasi usaha Tempe Endul berada di Jalan Pancasila, Dusun II, Kecamatan Batang Kuis, Desa Paya Gambar. Meskipun alamat usaha umum, hal ini bisa membingungkan pelanggan dalam menemukan lokasi dengan pasti. Lebih lanjut, tempe yang telah diproduksi hanya disimpan di area produksi sampai ada pembeli yang datang untuk melakukan pembelian. Tidak ada upaya pemasaran atau

promosi melalui internet yang dilakukan untuk menarik pembeli. Keadaan ini mengakibatkan stok tempe seringkali tidak terjual dengan baik, berpotensi menimbulkan kerugian.

Masuknya zaman revolusi industri 4.0 yang mengintegrasikan teknologi digital dan internet, telah mempermudah jalannya bisnis selama masa pandemi. Terbentuknya komunikasi dua arah secara bebas dari pembatasan ruang dan waktu, telah mempercepat, mempertajam, dan membuat proses lebih efisien. Hal ini membuka peluang bagi para pelaku UMKM untuk menjalankan transaksi penjualan produk yang mereka tawarkan [7]. Perkembangan zaman di dalam ranah teknologi informasi dan komunikasi telah menghadirkan perspektif baru bagi perusahaan dalam melaksanakan aktivitas pemasarannya [8]. Penerapan teknologi digital dalam UMKM dianggap memiliki potensi untuk meningkatkan pangsa pasar, jaringan, dan peluang produk agar lebih mendapatkan pengakuan dari khalayak secara lebih luas [9]. Strategi pemasaran dapat diimplementasikan melalui platform *online* seperti situs web atau melalui pesan media sosial, dengan tujuan utama untuk mengidentifikasi dan menarik konsumen potensial secara spesifik sesuai dengan pasar yang dituju [10]. Pemanfaatan alat lain bisa dilakukan melalui pendekatan penempatan lokasi pada halaman Google. Pendekatan ini bisa diwujudkan melalui pendaftaran di Google My Business. Strategi ini dari Google My Business berdampak pada peningkatan SEO (*Search Engine Optimization*), meningkatkan keberadaan bisnis secara *online* dibandingkan dengan pesaing utama, serta mempromosikan produk dan meningkatkan interaksi yang lebih positif sesuai dengan berbagai interaksi pembeli *online* [11].

### 1.1. Tujuan Kegiatan

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan serta mengembangkan usaha tempe Endul yang ada di desa Paya Gambar. Sebelumnya tempe Endul ini belum terdaftar di google Maps sehingga sulit untuk ditemukan oleh pembeli, sebelumnya penjualan tempe Endul masih dijual kepasar-pasar tradisional maka dengan kehadiran Google My Business dapat lebih mempermudah pembeli untuk menemukan penjualan tempe.

### 1.2. Manfaat Kegiatan

Manfaat kegiatan pengabdian ini adalah memudahkan Tempe Endul di temukan di google maps dan bisa dipesan melalui nomor telepon yang dicantumkan di Google My Business. Menggunakan Google My Business dapat meningkatkan citra positif usaha dimata para pembeli serta mampu meningkatkan omset usaha tempe itu sendiri.

## 2. Realisasi Kegiatan

### 2.1. Bentuk Kegiatan & Jadwal, Serta Tempat Kegiatan

#### a. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menerapkan pendekatan pendampingan sebagai metodenya. Proses pendampingan dimulai dengan melibatkan pengabdian dalam berdiskusi bersama mitra untuk menjelaskan kesulitan yang dihadapi dalam mengembangkan usaha mereka. Setelah itu, pengabdian memberikan penyuluhan tentang betapa pentingnya penerapan pemasaran digital untuk mendukung kelangsungan usaha. Setelah tahap itu, mitra mulai mendaftarkan bisnis mereka di Google My Business dengan bimbingan langsung dari pengabdian, serta mengisi seluruh fitur yang disediakan oleh Google My Business. Langkah terakhir yang harus dilakukan adalah memantau dan mengevaluasi kinerja Google My Business untuk memastikan apakah sudah berjalan dengan baik atau belum. Pada akhir program ini, tujuannya adalah agar mitra usaha mampu mengelola Google My Business secara teratur dan efektif.

Pada tahap awal, pengabdian ini akan melakukan observasi terhadap lingkungan UMKM pembuatan Tempe Endul yang ada di Desa Paya Gambar. Hal ini meliputi pengamatan langsung terhadap proses produksi tempe, penggunaan teknologi digital yang sudah ada, serta kendala yang dihadapi. Selain itu, wawancara akan dilakukan dengan pemilik UMKM tempe untuk memahami

pandangan mereka tentang penggunaan digital marketing dan Google My Business dalam upaya promosi.

Setelah mendapatkan gambaran awal, tahap pendampingan akan dimulai. Pengabdian akan bekerja berdekatan dengan UMKM dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital menggunakan Google My Business. Pendampingan ini mencakup pembuatan profil bisnis, mengoptimalkan informasi kontak dan lokasi, serta mengelola konten yang relevan.

Pada tahap ini, data yang telah terkumpul akan disusun dengan rapi dan dimasukkan ke dalam profil Google My Business UMKM. Ini termasuk informasi tentang produk tempe, foto-foto produk, jam operasional, ulasan pelanggan, serta informasi kontak yang lengkap. Semua elemen ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif kepada calon pelanggan yang mencari produk tempe.

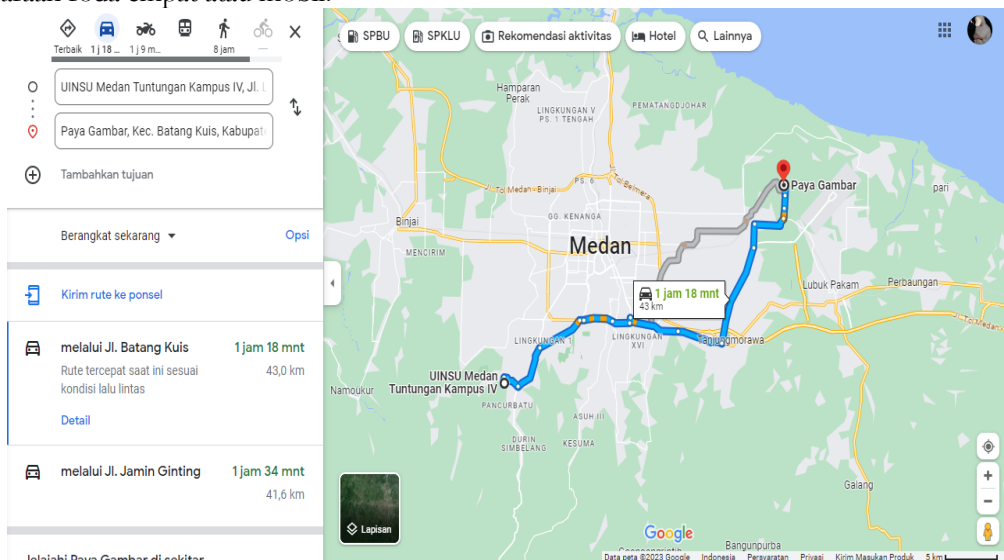
Setelah profil Google My Business terbentuk, pengabdian akan memasuki tahap evaluasi dan pemantauan. Performa promosi akan dipantau secara berkala dengan menganalisis statistik kunjungan, interaksi pengguna, dan ulasan yang diberikan. Dari hasil analisis ini, kegiatan ini akan mengidentifikasi strategi yang efektif dan membuat penyesuaian jika diperlukan. Evaluasi juga melibatkan wawancara lanjutan dengan pemilik UMKM untuk mengukur dampak nyata dari pemanfaatan digital marketing ini.

### b. Waktu Efektif Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan pada tanggal 18 Juli 2023 sampai 18 Desember 2023.

### c. Tempat Kegiatan

Lokasi kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Paya Gambar Kecamatan Batang Kuis, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Jarak antara Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dengan lokasi kegiatan pengabdian 43 Km, dengan waktu tempuh 1 jam 18 menit menggunakan kendaraan roda empat atau mobil.



Gambar 1. Peta Lokasi Kegiatan Pengabdian

## 2.2. Hasil Pelaksanaan Pengabdian

UMKM yang diteliti dalam pengabdian ini adalah sebuah usaha rumahan pembuatan tempe yang ada di desa Paya Gambar dimana sebelumnya usaha tempe ini hanya dijual kepasar-pasar tradisional dan warung-warung sampah terdekat. Usaha tempe ini sebelumnya belum terdaftar di google Maps dan di Google My Business sehingga masih belum dapat di temukan oleh para pelanggan. Pelaku usaha tempe yang diteliti belum pernah menjualkan Hasil buatan tempennya ke media-media *online* lainnya dikarenakan minimnya pengetahuan menggunakan teknologi. Untuk itu

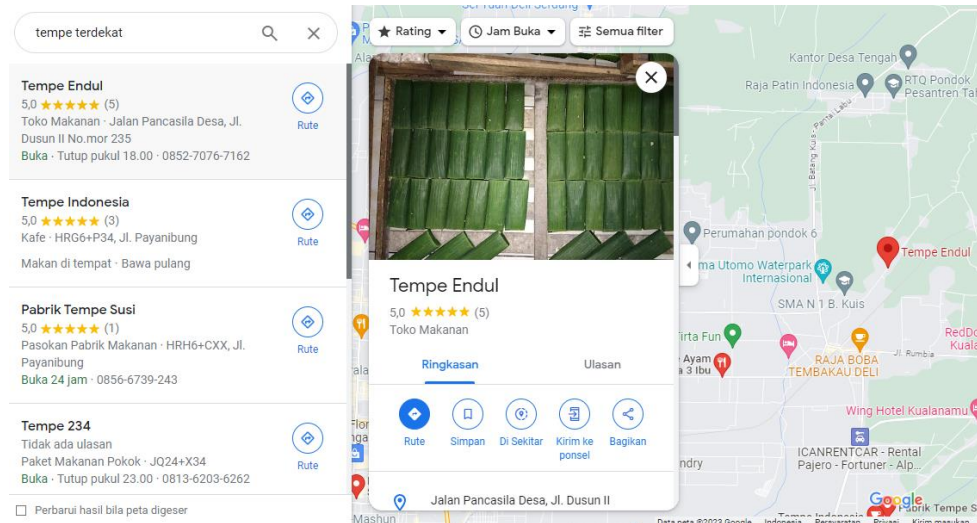
setelah dilakukan pendekatan dengan pelaku usaha dan akun Google My Business berhasil didaftarkan. Target yang diharapkan saat mendaftarkan Akun Google My Business yaitu:

- 1) Melakukan pendaftaran pada Google My Business yaitu dengan membuat akun gmail terlebih dahulu, mengisikan alamat, nama usaha serta profil bisnis lainnya. Pemilik usaha juga dapat melihat ulasan yang diberikan para pembeli. Selain itu, para pembeli bisa bertanya melalui No telpon atau bisa langsung mengunjungi lokasi pembuatan tempe yang dicantumkan sehingga dapat memesan tempe kepada pemilik usaha secara langsung. Selain No Telpon, pelaku usaha juga bisa mencantumkan link akun sosmed nya seperti Facebook, Instagram dan akun marketplace *online* lainnya di Google My Business agar dapat memudahkan para pembeli dalam melihat produk yang di jual serta memudahkan para pembeli dalam memesan produk.
- 2) Pembeli bisa melihat situs menggunakan link yang di share. Situs Link ini bisa mudah diakses dan dibagikan kepada siapapun sehingga mempermudah pelanggan untuk bisa melihat spesifikasi dan profil mengenai usaha tempe yang di promosikan. Pelanggan juga dapat melihat foto produk yang dicantumkan serta melihat ulasan mengenai produk yang telah sampai pada pelanggan.



Gambar 2. Lokasi usaha tempe sebelum dan sesudah terdaptarnya  
Di Google My Business

Pada bagian Gambar 2 di sini dapat di lihat perbedaan dari kedua gambaran “sebelum dan sesudah” yang sudah tersedia pada tampilan gambar 2, Sebelum Usaha Tempe Endul di Daftarkan ke dalam Google My Business tampak jelas di sana belum ada titik jelas dari lokasi keberadaan Tempel Endul tersebut. Dan kini sesudah Usaha Tempe Endul tersebut di Daftarkan ke dalam Google My Business tampak jelas sekarang di sana sudah ada titik lokasi dari keberadaan Tempe endul tersebut.



Gambar 3. Tampilan Hasil Pencarian “Tempe Endul” di Google Maps

Pada bagian gambar ke 3 di sini kita dapat melihat bahwa berdasarkan dari hasil pencarian Google Maps Tempe terdekat yang ada di desa Paya Gambar sudah tertera foto Tempe Endul dengan Rating 5,0. Dan di sana juga dapat kita lihat sudah ada alamat lengkap yaitu Jalan Pancasila Desa, Jl. Dusun III No.235 beserta dengan Jadwal Buka-Tutup pada Usaha Tempe Endul.

Google My Business hampir sama dengan Google Maps, namun ada fitur-fitur yang membedakan dan fitur Google My Business memang sangat berpatokan kepada bisnis. Memasuki zaman era sekarang banyak pebisnis yang sudah Go *online* dimana semua dilakukan secara *online* karena selain menghemat waktu juga menghemat tenaga. Google My Business saat ini sangat mudah digunakan bagi siapa pun tidak perlu membutuhkan keahlian khusus dan yang paling penting Gratis serta terbuka untuk siapa saja Google My Business saat ini juga sudah memiliki versi yang terbaru .

Berikut adalah beberapa keunggulan dari layanan Google My Business:

- 1) Mempermudah pelanggan dalam menemukan lokasi bisnis.
- 2) Mendukung perusahaan dalam menghadapi persaingan dengan pesaing yang telah beralih ke platform *online*.
- 3) Mengantarkan kita lebih maju daripada pesaing yang masih belum merambah dunia *online*.
- 4) Memberi kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan testimoni atau ulasan secara langsung.
- 5) Memperluas cakupan pemasaran toko.
- 6) Membantu memaksimalkan kinerja toko *online* melalui website.

Selain kelebihan, Google my business ini juga tentu mempunyai kekurangan misalnya penipuan, peretasan sedangkan dalam hal marketing sangat rawan mendapatkan ulasan buruk dan gampang tergeser oleh pelaku usaha yang kuat, untuk itu para pebisnis juga harus tetap mengupdate produk usahanya dan diharapkan terus *online* di media sosial agar tidak tertinggal atau tergeser serta mampu bersaing dengan para pelaku usaha yang Go *online*.

### 2.3. Masyarakat Sasaran

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan dan mengembangkan UMKM Tempe Endul yang berlokasi di desa Paya Gambar. Sebelumnya, UMKM Tempe Endul ini belum terdaftar dalam Google Maps, sehingga mengakibatkan kesulitan bagi calon pembeli dalam menemukannya. Penjualan tempe Endul sebelumnya hanya dilakukan melalui pasar-pasar tradisional. Dengan menerapkan Google My Business, diharapkan akan lebih memudahkan pembeli dalam menemukan lokasi dan melakukan pembelian tempe Endul.

### 3. Tinjauan Hasil yang dicapai

Dari hasil pengabdian masyarakat yang telah dilakukan dimulai dari observasi dan wawancara dapat memberikan data mengenai penjualan tempe yang masih dilakukan secara tradisional tanpa menggunakan Google My Business serta memberikan data-data lain yang dibutuhkan dalam pengabdian ini. Kemudian memberikan pendampingan kepada pelaku usaha tempe dan mengajarkan tentang digital marketing untuk mempromosikan usaha tempe, setelah itu mengajak pelaku usaha untuk mendaftarkan usahanya pada Google My Business. Setelah itu melakukan evaluasi dan pemantauan untuk melihat perkembangan dari Performa promosi yang dipantau secara berkala dengan menganalisis statistik kunjungan, interaksi pengguna, dan ulasan yang diberikan. Kinerja dari Google My Business sebagai media digital marketing dapat memudahkan pelaku usaha untuk mempromosikan produknya serta meningkatkan omset penjualan tempe di desa Paya Gambar.

Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Paya Gambar telah berhasil dicapai melalui penerapan strategi Google My Business. Proses tersebut melibatkan serangkaian langkah efektif, termasuk observasi lapangan, pelaksanaan wawancara, serta pelaksanaan praktik langsung. Melalui pendekatan ini, proses pembuatan akun Google My Business dapat diselesaikan dengan sukses dan tanpa hambatan yang berarti, membuka jalan bagi perkembangan usaha yang lancar dan berkesinambungan.

### 4. Daftar Pustaka

- [1] Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi umkm terhadap pertumbuhan ekonomi era digitalisasi melalui peran pemerintah. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(2), 184-204. DOI: <http://dx.doi.org/10.30998/jabe.v9i2.13703..>
- [2] Pritandhari, M. (2022). Peran UMKM sebagai salah satu pilar ekonomi kerakyatan. *Eksistensi Ekonomi Kerakyatan di Indonesia*, 1, 61.
- [3] Sari, D. K., Darlis, V., & Meidilisa, V. (2019). Penerapan mobile marketing dan perbaikan packaging pada UMKM Sumatera Barat tepung dan olahan sala Uni Jamila. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, 2(3. b), 305-314. DOI: <https://doi.org/10.25077/jhi.v2i3.b.327>.
- [4] Lim, J., Tango, J., Fernandes, N., & Eddison, T. (2023). Analisis Penerapan Digital Marketing Pada UMKM MM. Gemini. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 830-842. DOI: <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12513>.
- [5] Taiminen, H. M., & Karjaluo, H. (2015). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of small business and enterprise development*, 22(4), 633-651. DOI: <https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2013-0073>.
- [6] Rahayu, S., Kanisya, N. P., & Fatmawati, R. (2023). PELATIHAN DIGITAL MARKETING MENGGUNAKAN GOOGLE MY BUSINESS PADA UMKM GONDANGLEGI KABUPATEN MALANG. *Jurnal Abdimas Jayanegara*, 1(1).
- [7] Yuniarti, T., Faujiyah, F., Rizal, M. A., & Bani, F. C. D. (2022). Digitalisasi pemasaran dalam upaya peningkatan penjualan produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di wilayah Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdikan Terhadap Masyarakat)*, 2(2), 121-126. DOI: <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v2i2.202>.



- [8] Rohmah, A. N., & Hera, H. (2022). Pemanfaatan Google My Business Sebagai Media Digital Marketing Pada Bukuan Fried Chicken. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(3), 37-42. DOI: <https://doi.org/10.54099/jpma.v1i3.237>.
- [9] Astuti, R. P., Kartono, K., & Rahmadi, R. (2020). Pengembangan UMKM melalui Digitalisasi Tekonolgi dan Integrasi Akses Permodalan. *ETHOS: Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(2), 248-256. DOI: <https://doi.org/10.29313/ethos.v8i2.5764>.
- [10] Madriz, S., & Tejedor, S. (2020). Analysis of effective digital communication in travel blog business models. *Communication & Society*, 33(4), 75-87. DOI: <https://doi.org/10.15581/003.33.4.75-87>.
- [11] Natorina, A. (2020). Business optimization in the digital age: Insights and recommendations. *Економічний часопис-XXI*, 181(1-2), 83-91.