

Pemanfaatan Literasi Digital Menggunakan Aplikasi *Google Maps* Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Desa Gunung Kaler

Pramisdi Winanto Saputro ¹, Sonya Trikandi ², Diardana Prima Sintasari ³, Ina ⁴, fitri Anisa Kusumastuti ⁵

^{1,2,3,4} Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Tangerang Raya

⁵ Pendidikan Matematika Universitas Tangerang Raya

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan pemanfaatan literasi digital menggunakan aplikasi *Google Maps* bagi UMKM desa Gunung Kaler kabupaten Tangerang. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yakni metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Gejala yang diamati oleh penulis meliputi permasalahan terhadap kurangnya pemanfaatan literasi digital bagi UMKM. Mahasiswa KKN mensosialisasikan aplikasi *Google Maps* dengan beberapa tahapan meliputi, pendampingan belajar, pendampingan digitalisasi, pelaksanaan berdasarkan sarana prasarana, dan monitoring program yang telah terlaksana. Teknik pengumpulan data meliputi observasi awal, dokumentasi, dan wawancara di desa Gunung Kaler kabupaten Tangerang. Hasil penelitian mendeskripsikan bahwa empat tahapan tersebut meliputi kegiatan pembuatan akun, verifikasi lokasi, pengunggahan foto profil, dan deskripsi menarik untuk menarik konsumen lebih luas. Pemanfaatan literasi digital dapat mendukung UMKM dalam memasuki pasar internasional lebih adaptif, mandiri, dan inovatif sesuai kemampuan literasi digital pelaku UMKM.

Kata Kunci: Literasi Digital, *Google Maps*, dan UMKM

Abstract

The aim of this study is to describe the use of digital literacy using applications Google Maps for UMKM in Gunung Kaler village, Tangerang district. The research method used in this study was qualitative with a descriptive approach. The symptoms observed by the author included problems related to the lack of digital literacy utilization among MSME. Community Service Program students socialized the application Google Maps with several stages including learning assistance, digitalization assistance, implementation based on infrastructure, and monitoring of the implemented program. Data collection techniques included initial observation, documentation, and interviews in Gunung Kaler village, Tangerang district. The results of the study describe that the four stages include account creation, location verification, uploading profile photos, and attractive descriptions to attract a wider consumer base. The use of digital literacy can support MSME in entering the international market more adaptively, independently, and innovatively according to the digital literacy capabilities of MSME actors.

Keywords: Digital Literacy, *Google Maps*, and MSME

Copyright (c) 2026 Saputro, dkk

□ Corresponding author :

Email Address : sonyatrikandi28@gmail.com

PENDAHULUAN

Era digital abad ke-20 menuntut seluruh komponen mengikuti perkembangan teknologi baik itu dunia pendidikan, budaya, sosial, dan perekonomian. Menurut Saragih (2024) era digital berkaitan dengan literasi digital untuk menunjang keberhasilan dan berkelanjutan perekonomian terutama pada usaha mikro, kecil, dan menengah yang selanjutnya disingkat UMKM. Literasi digital dapat dimanfaatkan masyarakat untuk menguasai media sosial tepat guna seperti mencari berbagai tips untuk menghasilkan dan mempromosikan produk kekhlayak ramai tanpa harus membayar. Dengan demikian prinsip UMKM "*dengan modal sedikit-dikitnya menghasilkan untuk yang besar*" dapat terlaksana dengan baik, salah satunya dengan menguarangi harga promosi ataupun iklan yang dibuat oleh orang lain. Literasi digital merupakan salah satu kemampuan untuk akses, evaluasi, dan informasi dari berbagai sumber digital dengan tanggung jawab sehingga bernilai efektif bagi kehidupan bermasyarakat (Naidu, 2021).

Salah satu faktor penting bagi pelaku UMKM yakni mempersiapkan literasi dan perangkat digital, pemanfaatan literasi tersebut bertujuan agar dapat bersaing dalam pasar internasional. Susilowati (2025) berpendapat bahwa literasi digitak bertujuan agar pelaku UMKM dapat mengelolal teknologi informasi untuk mengelola, pemasaran, dan transaksi bisnis. Selain itu, melalui teknologi informasi orang lain dapat mempermudah konsumen dalam mencari produk walaupun langkah dan jarang diketahui oleh orang lain. Prinsip efesien, aman, dipercaya oleh konsumen menjadi standar yang harus dicapai oleh pelaku UMKM. Oleh karena itu pemanfaat teknologi menjadi hal penting yang harus disosialisasikan oleh pemerintah dan akademisi yang ramah terhadap karakteristik pelaku UMKM disuatu wilayah. Kewajiban untuk memberikan, pelatihan, kemitraan, dan strategi peluang dalam pengelolaan UMKM. Harapannya dengan adanya kegiatan tersebut pelaku UMKM dapat berinovasi terhadap produk sesuai dengan *trand* pasar (Sutrisno dkk, 2023)

Pelaku UMKM akan mengalami kesulitan untuk memahami, mengakses, dan memanfaatkan *fitur-fitur* yang terdapat dalam *platform* bisnis tanpa memahami literasi gital. Kholiq (2025) berpendapat bawa indeks literasi bisnis dan keuangan relatif rendah jika hal tersebut terus terjadi maka dapat mengakibatkan kesenjangan pemahaman pelaku UMKM. Masalah tersebut juga ditemukan peneliti di desa Kaler Kabupaten Tangerang. Berdasarkan hasil observasi awal maka diketahui bahwa Desa Gunung Kaler Kabupaten Tangerang memiliki berbagai potensi unggul yang dapat dikembangkan agar meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Perkembangan teknologi di desa tersebut cukup baik namun perlu adanya peningkatan literasi digital tertuama pada pelaku UMKM agar mendukung kemandirian dan inovasi produk. Hal tersebut dikarenakan Banyak warga, khususnya pelaku UMKM belum terbiasa menggunakan teknologi informasi dalam kegiatan sehari-hari. Kondisi ini membuat masyarakat kesulitan memanfaatkan peluang digital. Rendahnya pemahaman digital ini berdampak langsung pada rendahnya daya saing pelaku UMKM dan lambatnya adaptasi masyarakat terhadap perubahan digital.

Penelitian tentang pemanfaatan literasi telah diteliti terlebih dahulu oleh Sucipto (2025) hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatakan literasu digital bagi UMKM menggunakan pemanfaatan *Google Maps* dan media sosial di Kota Makasar. Pemanfaatan tersebut dilakukan dengan melibatkan narasumber dari berbagai instansi, hasilnya pelaku UMKM dapat membuat akun *Google Maps* dan

mengunggah konten yang berkaitan dengan produk jual. Selain itu, Susanto (2022) berpendapat bahwa kampus memiliki peran untuk pemulihan ekonomi bagi masyarakat dengan memberikan edukasi melalui kegiatan sosialisasi kepada UMKM desa Semangus Kabupaten Musiwas dengan memperluas pemasaran produk kerajinan sehingga bertahan dalam persaingan bisnis digital. Oleh karena itu, peneliti memilih topik penelitian tentang pemanfaatan literasi digital untuk meningkat pemahaman terhadap berbagai *paltform* bisnis. Tujuan penelitian untuk mendeskripsikan pemanfaatan literasi digital bagi UMKM desa Gunung Kaler Kabupaten Tangerang terutam pada *Google Maps* dan media sosial.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sugiyono (2018) berpendapat bahwa metode penelitian kualitatif dapat mengklasifikasi data secara konkrit dan teramati. Penelitian kualitatif memandang suatu objek secara utuh dan dinamis yang dikonstruksikan berdasarkan pemikiran dan diinterpretasikan sesuai dengan gejala. Adapun gejala yang diamati yakni permasalahan kurangnya pemanfaatan literasi digital bagi UMKM di desa Gunung Kaler Kabupaten Tangerang. Pemanfaatan literasi digital oleh mahasiswa KKN terdiri dari tahapan: 1) implementasi terhadap pendampingan belajar, 2) pendampingan digitalisasi UMKM menggunakan *Google Maps*, 3) pelaksanaan pembaruan sarana-prasana agar desa memiliki identitas, dan 4) monitoring dan evaluasi program yang telah terlaksana. Tekni pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi seluruh aktivitas KKN di desa Gunung Kaler Kabupaten Tangerang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan literasi digital di Kecamatan Gunung Kaler Kabupaten Tangerang dilakukan mengikuti jadwal KKN mahasiswa yakni pada bulan November s.d 10 Desember 2025. Jumlah penduduk yang tiinggi menjadi peluang untuk meningkatkat kualitas SDM terutama dalam mengembangkan kemandirian dengan mengadopsi ekonomi kreatif dan digitalisasi. Pemerintah telah menciptakan inovasi terhadap pendidikan formal yakni Ruang Terbuka Literasi Anak Desa (RTLAD). Tentunya pemerintah berkerja sama dengan Kelompok Kerja Literasi (Pokjalit) TP PKK desa Gunung Kaler. Namun, pelaksanaan program tersebut masih belum optimal karena rendahnya literasi pelaku UMKM. Pendampingan digitalisasi UMKM berfokus pada pendaftaran dan pengenalan pelaku UMKM menggunakan platform *Google Maps*. Dengan adanya pendampiang literasi digital pelaku UMKM dapat mengenalkan produk dan mencantumkan lokasi sehingga lebih mudah ditemukan oleh konsumen. Adapun hal yang dapat dilakukan oleh mahasiswa KKN meliputi kegiatan,

Pertama, mahasiswa membantu pelaku UMKM untuk pembuatan akun. Pemanfaatan *Google Maps* yang harus diperhatikan bagi pelaku UMKM untuk memenuhi standar pengembangan meliputi mudah dipahami, diakses, dan dipromosikan secara online. Sehingga dapat meningkatkan penjualan dengan jangkauan pelanggan yang lebih luas. Selain itu, pemanfaatan platform tersebut dapat memperkuat citra desa sebagai wilayah yang adaptif terhap perkembangan teknologi. Aplikasi *Google Maps* menjadi salah satu aplikasi yang mudah diakses bagi orang awam karena memiliki desain yang sederhana dan praktis dengan menampilkan lokasi UMKM (Novia, 2023).



Gambar 1. Uji Coba Pendaftaran Literasi Digitalisasi

Kedua, mahasiswa membantu verifikasi lokasi UMKM dengan memastikan bisnis terdaftar, membuat *listing*, memverifikasi lokasi sesuai panggilan telepon dan kode pos di desa Gunung Kaler Kabupaten Tangerang. Selain itu, pelaku UMKM juga dapat mengisi informasi yang lebih detail dan akurat meliputi alamat, jam buka/tutup, foto produk, dan kategori bisnis. Tujuan menciptakan visibilitas online UMKM, memperluas akses pasar internasional, dan produk kerajinan UMKM dapat dikenal oleh berbagai konsumen berbagai penjuru. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Ramdhan (2023) pemanfaatan *Google Maps* dapat mempermudah konsumen dalam mencari informasi produk yang lengkap sehingga konsumen memutuskan untuk berbelanja. Keputusan tersebut tentunya didukung dengan *feature rating* dengan memberikan ulasan seperti pujian, kepuasan, dan kritikan terhadap produk yang telah dibeli.

Ketiga, mahasiswa membantu pengunggahan foto profesional agar profil bisnis lebih menarik perhatian konsumen. Foto berkualitas memiliki tujuan untuk meningkatkan kepercayaan dan membantu mengenalkan produk UMKM. Pelaku UMKM harus kreatif dalam menghasilkan foto, gambar, interior usaha, dan kegiatan untuk mempromosikan suatu produk. Dalam hal ini mahasiswa membantu pelaku UMKM mengedit foto menggunakan *Canva* dengan berbagai fitur dan template pengeditan. Pendaftaran usaha pada *Google Maps* dilanjutkan dengan pelatihan foto produk, dan membuat frame digital untuk mendukung promosi produk UMKM (Amaliah, 2025).

Keempat, mahasiswa membantu deskripsi usaha yang informatif pada *google maps*. Mahasiswa KKN membantu pelaku untuk meningkatkan kualitas deskripsi produk dengan memperhatikan diksi bahasa harus menyesuaikan: 1) jenis produk, 2) keunikan produk, manfaat produk, 3) ketahanan/keunggulan produk, 4) ajakan untuk membeli. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Kader (2024) perlunya detail informasi mengenai deskripsi produk, kelebihan dan manfaat, harga, dan cara pemesanan.

Kelima, mahasiswa membantu mengatur jam operasional pada *google maps*. Pelaku usaha harus mengetahui waktu yang tepat mengatur waktu buka, tutup, dan istirahat. Dengan adanya konsistensi waktu tersebut akan membantu pelanggan

untuk merencanakan dan menghubungi pelaku UMKM dengan waktu yang tepat. Menurut Pemungkas (2024) aplikasi *google maps* dapat menyajikan berbagai informasi termasuk, waktu, jarak, dan lokasi untuk mencapai UMKM.



Gambar 2. Monitoring Literasi Digital *Google Maps*

Selain Itu, mahasiswa berkunjung ke salah satu UMKM Gunung Kaler untuk melakukan riset literasi digitalisasi yang masih membutuhkan bantuan. Pelaku UMKM harus dibiasakan untuk membuat katalog online, penggunaan media sosial, dan pemotretan produk untuk menambah nilai jual produk tersebut. Penciptaan terhadap lingkungan literasi yang lebih nyaman dapat membantu agar pelaku UMKM lebih bersemangat. Literasi nyaman bagi pembaca jika memenuhi karakteristik seperti bersih, rapi, dan menarik dengan berbagai aksesoris.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan literasi digital bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di desa Gunung Kaler Kabupaten Tangerang dilaksanakan kurang lebih dua bulan saat mahasiswa KKN. Pendampingan literasi digital dengan mensosialisasikan aplikasi *Google Maps* kepada pelaku UMKM meliputi kegiatan, pembuatan akun secara mudah dapat diakses oleh pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pembelian. Selanjutnya, verifikasi lokasi UMKM dengan menyertakan kode pos dan *feature rating* untuk menambah informasi tentang produk yang dijual. Deskripsi UMKM pada *Google Maps* harus menggambarkan tentang jenis produk, keunikan produk, keunggulan, dan ajakan agar konsumen tertarik untuk membeli. Terakhir, mengatur jam operasional buka atau tutup secara konsisten. Waktu tersebut dapat dikelompokkan menjadi buka, tutup, dan istirahat, serta membedakan waktu pada hari *weekend*. Pelaku UMKM dilatih untuk menguasai cara untuk membuat katalog dan pemanfaatan media sosial untuk mengikuti perkembangan pasar modal secara kreatif dan digitalisasi.

Referensi :

Amaliah, A., Rivaldy, B., Amanda, A., Apriyanti, R., & Amalia, L. (2025). Penerapan Sistem Digitalisasi UMKM Melalui QRIS, Google Maps, dan Literasi Teknologi Masyarakat: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(2), 10499-10505.

- Kader, M. A., Prawiranegara, B., Setiawan, R. A. P., Shelyanti, A., & Pratama, M. B. Y. (2024). Digitalisasi UMKM Melalui Literasi Digital dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kualitas Produk dan Volume Penjualan. *Journal of Community Development*, 5(2), 349-362.
- Naidu, S., & Chand, A. (2021). Enhancing digital literacy among MSME entrepreneurs in developing countries: A review of the literature. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, 9(2), 1-15.
- Novia, C., Aida, S., Zahro, D. A., & Lailiyah, A. (2023). PKM pendampingan literasi digital dan optimalisasi digital marketing sebagai media promosi keripik pisang. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, 4(3), 286-304.
- Pamungkas, S., Aprilyanto, C., Susanto, F. A., Setianingsih, A. B., & Rahayu, P. T. (2024). PENGGUNAAN APLIKASI GOOGLE MAPS SEBAGAI MEDIA PROMOSI UMKM GERABAH DESA PEJAGATAN. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 74-83.
- Ramdhan, F., & Anwari, M. K. (2023). Pelatihan Literasi Digital Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner Kota Pontianak. *GERVASI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(2), 1008-1017.
- Saragih, J. F. L., Faradilla, A. J., Nasution, R. A., Tafonao, D. F. A., Pitaloka, D., Amelia, B., & Dongoran, D. (2024). Menutup Kesenjangan Digital: Studi tentang Meningkatkan Kehidupan UMKM Melalui Literasi Digital. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(5), 1788-1795.
- Sucipto, K. R. R., Aras, R. A., Salam, M. F., Rahmawati, A., Afrizal, Y. H., & Rijal, S. (2025). UMKM go digital: Peningkatan literasi digital UMKM Kota Makassar pemanfaatan Google Maps dan media sosial. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(3), 3731-3737.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI).
- Susanto, Y., Effendi, M., Purwanto, M. B., & Pancasila, I. (2022). Sosialisasi Penggunaan Literasi Digital dalam Memasarkan Produk UKM di Desa Semangus Kecamatan Muara Lakitan Kabupaten Musirawas. *Abdimas Galuh*, 4(2), 1408-1415.
- Susilowati, T., Mustafa, F., Hendratni, T. W., Santosa, M. H., Nugraha, J. P., & Windreis, C. (2025). Pelatihan dan penguatan literasi digital untuk meningkatkan kapasitas UMKM menuju pasar internasional: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(1), 2554-2558.
- Sutrisno, S., Ausat, A. M. A., Permana, B., & Harahap, M. A. K. (2023). Do Information Technology and Human Resources Create Business Performance: A Review. *International Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev.*, 8(8), 14.