

Digitalisasi UMKM melalui Pendaftaran NIB dan Pemanfaatan Google Maps Sebagai Media Promosi

Muhammad Arham Al Arif¹, Angga Prasty², Mohammad Azril Ramadhan³, Imani Hartanto⁴, Muhammad Abil Thariq⁵, Vema Sefia⁶, Yulia Rahmawati⁷, Siska ayu Priyandita⁸, Arma Luthfiana Putri⁹, Farah Meliani Mahardya Zain¹⁰, Hifa Zaimatul Khusna¹¹, Laksmiatin Zulfa Chandani¹², Siti Sofia Hamidah¹³, Anggraita Yulianingrum¹⁴, Durorin Humairoh¹⁵, Farah Abidah Iliyina Ridho¹⁶, Husna Zuhrotul Mas'udah¹⁷

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri

imaniaja552@gmail.com⁴

Article Info

Volume 3 Issue 3
September 2025

DOI :
[10.30762/welfare.v3i3.2622](https://doi.org/10.30762/welfare.v3i3.2622)

Article History

Submission: 16-08-2025
Revised: 16-08-2025
Accepted: 17-08-2025
Published: 13-09-2025

Keywords:
Digital Marketing, Google Maps, Business Legality, NIB, MSMEs

Kata Kunci:

Pemasaran Digital, Google Maps, Legalitas Usaha, NIB, UMKM



Copyright © 2025 Muhammad Arham Al Arif, Angga Prasty, Mohammad Azril Ramadhan, Imani Hartanto, Muhammad Abil Thariq, Vema Sefia, Yulia Rahmawati, Siska ayu Priyandita, Arma Luthfiana Putri, Farah Meliani Mahardya Zain, Hifa Zaimatul Khusna, Laksmiatin Zulfa Chandani, Siti Sofia Hamidah, Anggraita Yulianingrum, Durorin Humairoh, Farah Abidah Iliyina Ridho, Husna Zuhrotul Mas'udah

Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

Abstract

This community service project addresses the issue of low understanding among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Mojoayu Village, Plemahan District, Kediri Regency, regarding the importance of business legality through a Business Identification Number (NIB) and the optimization of digital promotion through Google Maps. The lack of digital literacy causes obstacles in NIB registration and the use of online promotional media. This research uses the Asset-Based Community Development (ABCD) method, which focuses on strengthening the existing potential of MSMEs, such as skills, networks, and technological devices. The stages include discovery, dream, design, delivery, and destiny. The results of the assistance show that out of ten partner MSMEs, eight successfully obtained an NIB and all of them are registered on Google Maps. This program had a positive impact on increasing business visibility, brand awareness, and business actors' understanding of legality and digital marketing. This assistance model can be replicated for MSME development in other regions.

Abstrak

Pengabdian ini mengangkat isu rendahnya pemahaman pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Mojoayu, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri, terkait pentingnya legalitas usaha melalui Nomor Induk Berusaha (NIB) serta optimalisasi promosi digital melalui Google Maps. Minimnya literasi digital menyebabkan hambatan dalam pendaftaran NIB dan pemanfaatan media promosi daring. Penelitian ini menggunakan metode *Asset-Based Community Development (ABCD)* yang berfokus pada penguatan potensi yang telah dimiliki UMKM, seperti keterampilan, jaringan, dan perangkat teknologi. Tahapan meliputi *discovery, dream, design, delivery, dan destiny*. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa dari sepuluh UMKM mitra, delapan berhasil memperoleh NIB dan seluruhnya terdaftar di Google Maps. Program ini berdampak positif pada peningkatan visibilitas usaha, *brand awareness*, dan pemahaman pelaku usaha mengenai legalitas dan pemasaran digital. Model pendampingan ini dapat direplikasi untuk pengembangan UMKM di wilayah lain.

1. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar dalam perekonomian Indonesia. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia (Hapsaro et al., 2024). Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, banyak UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah kurangnya strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan daya saing mereka di era digital ini (Rahmawati et al., 2025)

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah keterbatasan dalam akses pasar yang lebih luas (Rifai et al., 2025). Banyak pelaku UMKM masih bergantung pada pemasaran konvensional, seperti promosi dari mulut ke mulut dan pemasaran offline melalui spanduk atau brosur. Namun, metode tersebut memiliki keterbatasan dalam menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas usaha. Di era digital, keberadaan UMKM dalam platform daring sangat penting untuk meningkatkan daya saing (Muntadhiroh et al., 2024).

Di Tengah percepatan transformasi digital global, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia dihadapkan pada tantangan besar: bagaimana bertahan dan berkembang di era informasi yang serba cepat. UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional, berkontribusi terhadap 61,07% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Namun, meski potensinya besar, banyak UMKM masih tertinggal dalam pemanfaatan teknologi digital, baik untuk legalitas usaha maupun strategi pemasaran (Nurjanah et al., 2024).

Dari sepuluh UMKM yang ada di plemahan desa mojoayu, juga mengalami tantangan serupa. Meskipun memiliki produk berkualitas dengan beragam penjualan yang sangat menarik, UMKM ini masih kurang dikenal di pasar yang lebih luas karena belum memanfaatkan platform digital secara maksimal. Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah digitalisasi lokasi usaha melalui Google Maps sebagai bagian dari strategi digital marketing yang efektif. Google Maps bukan hanya sekadar alat navigasi, tetapi juga berfungsi sebagai media promosi bagi bisnis (Septi & Ariesey, 2024). Dengan adanya lokasi usaha yang terdaftar di Google Maps, pelanggan dapat dengan mudah menemukan alamat, melihat ulasan pelanggan lain, dan mendapatkan informasi terkait jam operasional serta kontak bisnis (Mutmainah et al., 2024).

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah membantu delapan UMKM dalam meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas bisnisnya melalui pembuatan lokasi usaha di Google Maps. Dengan strategi ini, diharapkan UMKM dapat menjangkau lebih banyak konsumen, meningkatkan jumlah pelanggan, serta memperkuat brand awareness di pasar yang lebih luas. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk memberikan edukasi kepada pemilik UMKM mengenai pentingnya pemasaran digital dan pemanfaatan teknologi dalam menjalankan bisnis. Peningkatan literasi digital bagi pelaku UMKM sangat penting agar mereka dapat secara mandiri mengelola dan mengoptimalkan platform digital yang telah dibuat. Dalam kajian pustaka, berbagai penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi dalam bisnis memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan usaha kecil. Misalnya, penelitian oleh Chaffey & Ellis-Chadwick (2020) dalam buku "Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice" menyatakan bahwa penggunaan strategi digital yang tepat dapat meningkatkan jangkauan pasar dan loyalitas pelanggan (Wibowo, 2024).

Dengan melihat data dan kajian yang ada, maka digitalisasi lokasi UMKM yang ada di daerah plemahan desa mojoayu dalam membuat Google Maps merupakan langkah yang tepat dalam meningkatkan daya saing dan aksesibilitas bisnisnya. Program ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek dalam meningkatkan penjualan, tetapi juga manfaat jangka panjang berupa peningkatan brand awareness dan loyalitas pelanggan.

Secara keseluruhan, program ini bertujuan untuk mendorong transformasi digital bagi UMKM dengan cara yang mudah dan terjangkau. Dengan memanfaatkan platform yang sudah tersedia secara gratis, UMKM dapat meningkatkan visibilitasnya tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk pemasaran. Digitalisasi seperti ini dapat menjadi model yang dapat diterapkan oleh UMKM lain di wilayah Kediri dan sekitarnya.

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, diharapkan bahwa dari delapan UMKM tersebut dapat lebih siap dalam menghadapi persaingan bisnis di era digital. Dengan strategi pemasaran yang lebih modern, UMKM dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian lokal maupun nasional.

Selain itu mahasiswa juga melakukan pendampingan pembuatan NIB (nomor induk berusaha) guna untuk membantu UMKM dalam mempermudah legalitas usaha. NIB akan berperan sebagai surat izin resmi pengganti SIUP, TDP, API, dan hak akses keabeanan dalam hal ini, nomor induk berusaha (NIB) sangat menguntungkan bagi UMKM diantaranya adalah mendapatkan kemudahan dalam mengurus legalitas usaha seperti NPWP, SIUP, dan sertifikat halal. Apabila UMKM tidak memiliki NIB, maka mereka tidak akan mendapatkan kemudahan dalam berusaha. Hal tersebut didasarkan pada peraturan menteri keuangan republik Indonesia nomor 71/PMK.04/2014 tentang pelayanan perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik dibidang keabeanan, cukai, dan perpajakan. Namun, peraturan tersebut hanya merujuk pada UMKM yang melakukan kegiatan ekspor/impor. Pendaftaran nomor induk berusaha (NIB) dapat dilakukan secara online dengan mengunjungi laman <https://oss.go.id>. Melihat adanya pemasalahan yang ada di lapangan seperti kurangnya pemahaman Masyarakat terhadap teknologi sehingga pembuatan NIB secara online mengalami kendala. Target yang akan kami

lakukan Adalah membantu UMKM dalam membuat NIB. Dengan adanya NIB membuat UMKM lebih mudah dalam mengembangkan usahanya.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi para pelaku UMKM yang ingin menerbitkan untuk memberikan kemudahan bagi para pelaku UMKM yang ingin menerbitkan NIB usahanya secara efektif dan efisien sehingga dapat mengembangkan usahanya, serta meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya penggunaan platform digital marketing sebagai media untuk mempromosikan usahanya agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, masalah yang dihadapi oleh UMKM di Desa Mojoayu adalah kurangnya pemahaman mengenai pentingnya NIB untuk legalitas suatu usaha. Selain itu ditemukan masalah lain, yakni kurangnya pemahaman UMKM mengenai pentingnya digital marketing dalam membantu pengembangan pemasaran produk agar lebih optimal.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) yang berfokus pada pengembangan berbasis aset yang telah dimiliki oleh komunitas. Pendekatan ini dipilih karena pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjadi sasaran penelitian bukanlah pihak yang sepenuhnya kekurangan sumber daya, melainkan memiliki potensi internal yang dapat dioptimalkan, seperti keterampilan, jaringan, pengalaman usaha, serta perangkat teknologi yang dimiliki. Melalui pendekatan ini, proses pemberdayaan tidak dimulai dari kekurangan, tetapi dari kekuatan yang sudah ada, sehingga intervensi yang dilakukan dapat lebih efektif dan berkelanjutan.

Proses penelitian diawali dengan tahap discovery, yaitu peneliti mengidentifikasi aset yang dimiliki UMKM, seperti legalitas usaha, kemampuan pengelolaan teknologi, jaringan pelanggan, dan keberadaan di platform digital seperti Google Maps. Informasi ini diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan penelaahan dokumen usaha yang tersedia. Setelah itu dilanjutkan dengan tahap dream, di mana peneliti Bersama pelaku UMKM merumuskan gambaran ideal usaha yang diinginkan, baik dari sisi legalitas melalui pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) maupun strategi promosi digital melalui Google Maps. Tahap ini dilakukan melalui diskusi kelompok terarah yang memungkinkan pelaku UMKM mengungkapkan aspirasi dan target pengembangan usaha mereka.

Tahap berikutnya adalah design, yaitu perumusan strategi yang disepakati bersama untuk mengintegrasikan pendaftaran NIB dengan optimalisasi Google Maps. Strategi tersebut meliputi pelatihan singkat, pendampingan teknis, dan penyusunan Langkah promosi digital menggunakan fitur Google Business Profile. Selanjutnya, tahap delivery dilakukan dengan mengimplementasikan strategi tersebut melalui pendampingan langsung, termasuk membantu pendaftaran NIB melalui sistem OSS, melengkapi profil Google Maps, serta mengunggah konten promosi yang relevan. Peneliti juga memantau perkembangan profil digital UMKM selama periode penelitian berlangsung. Pada tahap terakhir, yaitu destiny, peneliti Bersama pelaku UMKM melakukan evaluasi terhadap hasil dan keberlanjutan upaya yang telah dilaksanakan. Evaluasi ini dilakukan melalui observasi lanjutan, wawancara reflektif, dan analisis data interaksi pelanggan di Google Maps untuk menilai manfaat nyata yang dirasakan oleh pelaku UMKM.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kombinasi wawancara mendalam, observasi langsung, diskusi kelompok terarah, dan dokumentasi berupa foto, profil Google Maps, serta dokumen legalitas usaha. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema sesuai dengan lima tahap ABCD. Analisis dilakukan dengan mereduksi data, mengelompokkannya kedalam kategori tematik, serta mengaitkannya dengan indikator keberhasilan digitalisasi UMKM yang telah ditetapkan.

Pendekatan ABCD dianggap paling sesuai dengan tujuan penelitian ini karena mampu mendorong partisipasi aktif pelaku UMKM, memperkuat potensi yang telah ada, dan membentuk kapasitas yang dapat berkembang secara mandiri di masa depan. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan tidak hanya memberikan pemahaman teoretis, tetapi juga menghasilkan model intervensi yang aplikatif dalam mengoptimalkan pendaftaran NIB dan pemanfaatan Google Maps sebagai media promosi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan bagi UMKM yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN UIN Syekh Wasil Kediri di Dusun Mojoayu Wetan, Desa Mojoayu, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri sebagai wujud dukungan terhadap pengembangan ekonomi lokal. Kegiatan ini dilaksanakan selama tiga belas hari, dari tanggal 31 Juli hingga 12 Agustus 2025, dengan tujuan utama membantu pelaku UMKM di Dusun Mojoayu Wetan dalam memperoleh sertifikat NIB serta mendukung mereka dalam rebranding usaha dengan memanfaatkan platform digital yaitu

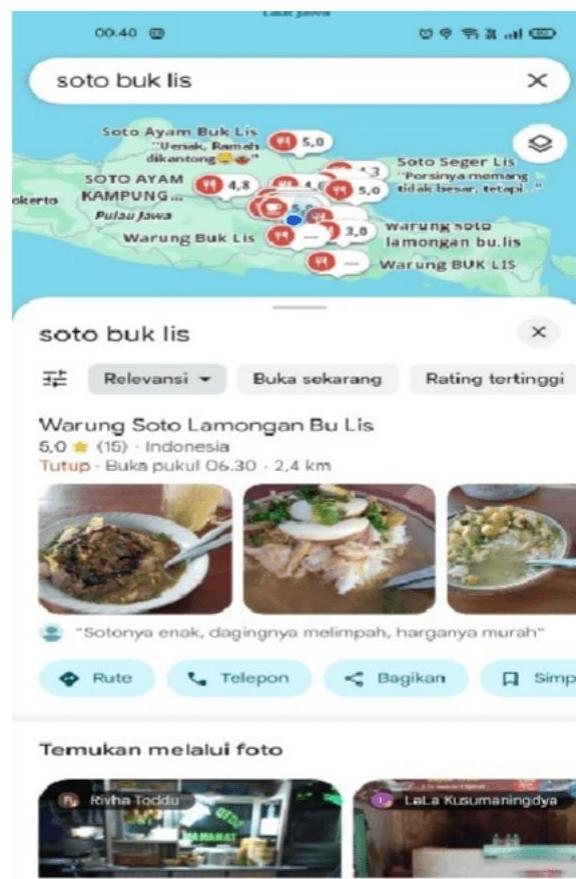
Google Maps, agar bisa menjangkau pasar yang lebih luas. Program ini dirancang untuk menawarkan solusi terhadap permasalahan yang sering dihadapi oleh UMKM, seperti kurangnya pemahaman mengenai pentingnya legalitas usaha dan hambatan dalam memasarkan produk dengan cara yang efektif.

Dari data UMKM di atas dapat disimpulkan untuk toko bu lis tidak di daftarkan NIB karena beliau tidak mau takut kena pajak jadi kami hanya mendaftarkan google maps nya saja. Untuk usaha ayam geprek Hanna dan toko sembako Bu Yaumin itu sebenarnya beda toko, karena pemilik toko sembako Bu Yaumin tidak memiliki handphone jadi kami menawarkan pemilik tersebut untuk gabung NIB dengan pemilik ayam geprek Hanna. Untuk 8 UMKM selain itu mau dan bersedia kami daftarkan di google maps dan NIB.

1. Pembuatan Google Maps untuk UMKM di desa Mojoayu

Google Maps adalah layanan pemetaan daring gratis yang dikembangkan oleh Google. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk menjelajahi dunia, mencari lokasi, mendapatkan petunjuk arah, dan menemukan informasi tentang tempat-tempat menarik (Hidajat et al., 2024). Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh Kelompok 85 KKN UIN Syekh Wasil Kediri Jawa Timur ini berkolaborasi dengan mitra UMKM yang menghadapi tantangan terkait kurangnya pemahaman UMKM mengenai pentingnya digital marketing dalam membantu pengembangan pemasaran produk agar lebih optimal.

Bentuk kegiatan berupa membantu penambahan lokasi dan informasi pada Google Maps dan tema kegiatan adalah pengembangan UMKM melalui penambahan titik Google Maps. Kegiatan yang dilakukan adalah membantu pemasangan point Google Maps (Kudus, 2023). Google Maps sendiri memiliki fitur yang dapat membantu perkembangan UMKM antara lain, Direction, Share Place, dan Review yang bisa disertai dengan gambar. Sasaran dari kegiatan ini adalah UMKM dan Tempat Umum yang sekiranya memiliki potensi yang bagus untuk dikembangkan dan dipasarkan melalui media online. Adapun Gambaran Langkah Langkah pelaksanaan google maps (Ramadhan et al., 2023). 1. Mecari ketersediaan umkm pada google maps, 2. Persiapan materi serta perizinan pada umkm, 3. Melakukan wawancara dan pre test sebelum digitalisasi, 4. Melakukan foto pada usaha umkm, 5. Membuat akun google maps, 6. Mengisi konten (foto) pada google maps, 7. Setelah selesai ajukan dan tunggu prsetujuannya



Gambar 1. titik Google Maps warung soto buk Lis

Gambar 1 adalah sebuah warung makan yang terletak di Desa Mojoayu. Nama toko ini adalah warung soto buk lis. Toko ini dikenal sebagai salah satu tempat yang menjual soto babat, ayam bakar madu, dan ayam sambal ijo di Desa Mojoayu. Diharapkan dengan adanya pendaftaran di google maps ini dapat semakin dikenal oleh masyarakat dan penjualan produknya semakin meningkat.

2. Pembuatan NIB (Nomor Induk Berusaha) untuk UMKM di Desa Mojoayu

Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan langkah strategis yang dilakukan untuk meningkatkan legalitas usaha para pelaku UMKM di Desa Mojoayu. NIB, sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko, berfungsi sebagai identitas resmi pelaku usaha dan menjadi pengganti beberapa dokumen legalitas, seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Tanda Daftar Perusahaan (TDP), dan Angka Pengenal Impor (API). Melalui penerbitan NIB, pelaku UMKM dapat memperoleh berbagai kemudahan, antara lain akses terhadap pembiayaan, kemitraan bisnis, keikutsertaan dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah, serta pengurusan sertifikat halal (Ika Wulandari & Martinus Budiantara, 2022).

Berdasarkan hasil pendampingan yang dilakukan, masih ditemukan beberapa hambatan di lapangan, khususnya terkait rendahnya literasi digital dan minimnya pemahaman mengenai manfaat NIB. Sebagian pelaku UMKM belum menyadari bahwa NIB tidak semata-mata berhubungan dengan kewajiban perpajakan, tetapi juga membuka peluang bagi pengembangan usaha secara legal dan profesional. Misalnya, salah satu pelaku UMKM, pemilik Toko Bu Lis, menolak pembuatan NIB karena khawatir akan dikenakan pajak tambahan, meskipun sebenarnya skema pajak bagi usaha mikro memiliki tarif yang sangat ringan sesuai Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018.

Proses pembuatan NIB di Desa Mojoayu dilaksanakan secara daring melalui sistem Online Single Submission (OSS) yang dapat diakses di laman resmi <https://oss.go.id>. Tahapan yang dilakukan meliputi:(Aji Putra et al., 2022) 1. Pengumpulan Data Usaha - meliputi identitas pemilik, alamat usaha, bidang usaha (KBLI), dan skala usaha. 2. Pendampingan Registrasi OSS - membantu pelaku UMKM membuat akun OSS, mengunggah data yang diperlukan, dan mengisi formulir pendaftaran. 3. Verifikasi dan Penerbitan NIB - setelah data terverifikasi, sistem akan menerbitkan NIB beserta dokumen pendukung seperti Sertifikat Standar dan Izin Usaha. 4. Sosialisasi Manfaat NIB - memberikan penjelasan mengenai kegunaan NIB, prosedur penggunaannya, serta peluang pengembangan usaha pasca-legalisasi.



Dari sepuluh UMKM yang menjadi mitra kegiatan, delapan di antaranya berhasil memperoleh NIB, sedangkan dua UMKM lainnya tidak mengajukan permohonan karena kendala persepsi dan keterbatasan akses teknologi. Strategi khusus juga diterapkan untuk mengatasi masalah kepemilikan perangkat digital, seperti menggabungkan data NIB dua pelaku usaha yang saling bekerja sama (contoh: pemilik Ayam Geprek Hanna dan Toko Sembako Bu Yaumin).

Pendampingan ini menunjukkan bahwa legalitas usaha merupakan fondasi penting dalam mendorong kemandirian dan daya saing UMKM. Dengan kepemilikan NIB, UMKM di Desa Mojoayu tidak hanya memiliki legitimasi hukum, tetapi juga mendapatkan kepercayaan lebih tinggi dari konsumen dan mitra bisnis. Selain itu, NIB menjadi pintu masuk untuk memanfaatkan berbagai fasilitas pemerintah, termasuk program pembinaan usaha, subsidi, dan sertifikasi halal gratis (SEHATI).

4. KESIMPULAN

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pendampingan pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) dan digitalisasi lokasi usaha melalui Google Maps telah memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM di Desa Mojoayu. Dari sepuluh UMKM yang menjadi mitra, delapan berhasil memperoleh NIB, sementara seluruh UMKM telah terdaftar di Google Maps. Keberhasilan ini tidak hanya meningkatkan legalitas usaha, tetapi juga memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas, serta membangun brand awareness di kalangan konsumen. Hambatan yang ditemui terutama terkait rendahnya literasi digital dan kurangnya pemahaman

pelaku usaha mengenai manfaat legalitas dan pemasaran daring. Melalui pendekatan *Asset-Based Community Development (ABCD)*, hambatan tersebut dapat diatasi dengan memanfaatkan potensi yang telah dimiliki UMKM, seperti keterampilan, jaringan, dan perangkat teknologi yang ada. Rekomendasi perbaikan dari penelitian ini adalah perlunya pelatihan literasi digital secara berkelanjutan, sosialisasi manfaat NIB secara intensif, serta pendampingan lanjutan dalam pengelolaan konten promosi di Google Maps. Dengan langkah-langkah tersebut, UMKM diharapkan mampu mengoptimalkan teknologi digital untuk mendukung keberlangsungan dan pengembangan usaha secara mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji Putra, C., Aprilia, N. N., Novita Sari, A. E., Muhammad Wijdan, R., & Rafidah Putri, A. (2022). Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Melalui Web Online Single Submission (OSS) untuk UMKM di Kelurahan Tlumpu. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(2), 149–157. <https://journal.unwira.ac.id/index.php/BERBAKTI/article/view/2532>
- Hidajat, S., Amaliyah, F. D., Arindi, A. P., & ... (2024). Pengembangan: UMKM Pendampingan Digitalisasi UMKM di Desa Domas Dengan Aplikasi Google Maps. *Media Pengabdian* ..., 3(1), 354–360. <https://ejournal-rmg.org/index.php/AMPKM/article/view/356>
- Ika Wulandari, & Martinus Budiantara. (2022). Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Melalui Online Single Submission. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 386–394. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i2.8205>
- Kudus, S. (2023). Penambahan Lokasi UMKM dan tempat Umum Kedalam Geogle Maps Di Nagari Tanjung Bonai Aur Kecamatan. 4(4), 4849–4855.
- Nurjanah, N., Nasihin, N., Indriyani, T., Isnadiyati, A., Sabita, A., Noviana, P., Jannah, A. N., Wahyuningsih, S. R., Nur, S. M., Safithri, H. W., Loerensa, A. S., Asropi, P., & Harahap, A. A. (2024). Pelatihan dan Pendampingan untuk Meningkatkan Potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Mengenah (UMKM) di Kelurahan Sawitan. *Warta LPM*, 27(2), 172–184. <https://doi.org/10.23917/warta.v27i2.2826>
- Ramadhany, E. D., Arief, M. H., Nugroho, D. M., & Laily, N. F. (2023). Digitalisasi Umkm Melalui Penggunaan Media Sosial Dan Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas Dan Efektifitas Penyebaran Informasi Bisnis. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(9), 969–974. <https://doi.org/10.55681/swarna.v2i9.875>
- Rahmawati, S., Aisyah, S., Andarwati, T., Ainiyah, U. N., & Harning, T. (2025). Penguatan Daya Saing UMKM Melalui Pemanfaatan Website sebagai Media Promosi dan Branding Produk Skincare. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 126–132
- Muntadhiroh, F. A., Nisak, I. L., & Kediri, I. (2024). Pemberdayaan UMKM Melalui Platform ECommerce : Panduan Praktis Membuat Akun Shopee untuk Aries Craft Rajut. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 628–633.
- Rifai, A., Wardani, H. W., & Andini, P. (2025). Transformasi Digital UMKM : Strategi Branding dan Optimalisasi Marketplace bagi Pelaku Usaha Nugget. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 35–40.
- Mutmainah, A. S., Handaru, J. R., Desthantri, D., Alif, S. E. N., & Pradesa, H. A. (2024). Pendampingan usaha mikro kecil dan menengah Angkringan Sadulur dengan mengoptimalkan pemanfaatan marketplace serta media sosial. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(2), 1526–1538.
- Wibowo, I. S. (2024). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Toko Online. *Jikumerabit: Jurnal Inovasi, Kewirausahaan, Manajemen Ritel Dan Bisnis Digital Di Era Reformasi*, 1(1).
- Hapsoro, B. B., Palupiningdyah, & Slamet, A. (2019). Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi Klaster UMKM di Kota Semarang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 23(2), 117–120.
- Zunaidi, A. Maghfiroh, F.L. (2025). *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis UMKM*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Zunaidi, A. (2024). *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*. Yayasan Putra Adi Dharma.