Jurnal Pengabdian Masyarakat
Volume 4, Nomor 2, Oktober 2025
E-ISSN : 2828-7703; P-ISSN : 2828-7932, Hal. 955-968
DOI: https://doi.org/10.30640/abdimas45.v4i2.5769
Tersedia : https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/ABDIMAS45

Digitalisasi Pemetaan Usaha Pandai Besi di Dusun 12 Benteng Rejo: Upaya Peningkatan Visibilitas UMKM Melalui UMKM

Namira Hamni Lubis[1*] , Anggi Rizkina Sari Siregar[2] , Selfi Okta Rahmadini[3] , Fitriani[4]

[1,2,3,4] Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia
*namirahhmni@gmail.com[1] , anggirizkina@gmail.com[2] , selfiokta60@gmail.com[3] , fitriani@uinsu.ac.id[4]

Alamat: Jl. IAIN No. 1, Gaharu, Kec. Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara 20235
Korespondensi penulis: namirahhmni@gmail.com

Riwayat Artikel:
Naskah Masuk: 15 Oktober 2025;
Revisi: 30 November 2025;
Diterima: 28 Desember 2025;
Terbit: 30 Desember 2025.

Keywords: *digitalization, MSMEs, blacksmiths, Google Maps, business visibility*

Abstract*. This study aims to analyze the process and impact of business mapping digitalization for blacksmith enterprises in Dusun 12 Benteng Rejo as an effort to increase the visibility of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through the Google Maps platform. The study is motivated by the condition of blacksmith craftsmen who still rely on traditional promotion and have not yet adopted digital technology. The research uses a qualitative approach with field studies, direct observation, and interviews with local entrepreneurs. Data were analyzed descriptively to illustrate conditions before and after the implementation of digitalization. The results show that digitalization through registration in Google Business Profile and location mapping on Google Maps had a significant effect on improving visibility and customer reach. Twelve blacksmith enterprises were successfully registered and can now be accessed publicly through online search. After the digitalization process, orders increased by approximately 40%, supported by positive customer reviews and better product documentation. Moreover, this initiative improved local digital literacy and encouraged collaboration among blacksmiths. This study concludes that location-based digitalization is a strategic step to empower rural economies. Digital mapping serves not only as a promotional tool but also as a means to strengthen local identity and create a sustainable business ecosystem.*

Abstrak.
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses dan dampak digitalisasi pemetaan usaha pandai besi di Dusun 12 Benteng Rejo sebagai upaya meningkatkan visibilitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui platform Google Maps. Latar belakang penelitian ini berangkat dari kondisi pelaku usaha pandai besi yang masih bergantung pada promosi tradisional dan belum memanfaatkan teknologi digital. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi lapangan, observasi langsung, dan wawancara dengan pelaku usaha. Data dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan kondisi sebelum dan sesudah penerapan digitalisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan digitalisasi melalui pendaftaran usaha di Google Business Profile dan pemetaan lokasi di Google Maps berdampak signifikan terhadap peningkatan visibilitas dan jumlah pelanggan. Sebanyak 12 unit usaha pandai besi di Dusun 12 Benteng Rejo berhasil terdaftar secara resmi dan dapat diakses publik melalui pencarian daring. Setelah digitalisasi, usaha mengalami peningkatan pesanan hingga 40% serta tumbuhnya kepercayaan pelanggan melalui ulasan positif dan dokumentasi hasil kerja. Selain itu, digitalisasi juga berkontribusi terhadap peningkatan literasi digital masyarakat desa dan mendorong kolaborasi antar pelaku usaha. Penelitian ini menegaskan bahwa digitalisasi berbasis lokasi merupakan langkah strategis untuk pemberdayaan ekonomi desa. Pemetaan digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media penguatan identitas lokal dan pembentukan ekosistem usaha yang berkelanjutan.

Kata kunci: digitalisasi, UMKM, pandai besi, Google Maps, visibilitas usaha

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan besar terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan kewirausahaan. Transformasi digital kini tidak hanya menjadi kebutuhan bagi perusahaan besar, tetapi juga telah merambah sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Melalui pemanfaatan teknologi digital, pelaku UMKM dapat memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, serta memperkuat citra usaha di mata konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016), digitalisasi merupakan proses integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aspek kegiatan ekonomi dan bisnis yang bertujuan untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan organisasi. Dalam konteks UMKM, digitalisasi menjadi salah satu strategi utama untuk bertahan dan berkembang di tengah kompetisi pasar yang semakin dinamis.

Indonesia memiliki jumlah UMKM yang sangat besar dan tersebar di berbagai wilayah, termasuk daerah pedesaan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2022), terdapat lebih dari 64 juta UMKM yang berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Namun, sebagian besar UMKM di pedesaan masih menghadapi tantangan besar dalam hal akses pasar, promosi, dan adopsi teknologi. Di sinilah peran digitalisasi menjadi sangat penting, terutama melalui media yang mudah diakses seperti Google Maps dan Google Business Profile. Platform ini memungkinkan pelaku usaha untuk menampilkan lokasi, produk, dan layanan mereka secara daring sehingga dapat dijangkau oleh konsumen yang lebih luas.

Dusun 12 Benteng Rejo merupakan salah satu contoh wilayah yang memiliki potensi ekonomi lokal cukup besar, terutama dari sektor kerajinan pandai besi. Aktivitas pandai besi di dusun ini telah berlangsung turun-temurun dan menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat. Produk yang dihasilkan meliputi alat pertanian, peralatan rumah tangga dari logam, serta perlengkapan bengkel kecil. Namun, usaha ini masih berjalan dengan sistem tradisional, tanpa dukungan promosi digital. Sebagian besar penjualan hanya mengandalkan pelanggan tetap dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Akibatnya, tingkat visibilitas dan perkembangan usaha cenderung stagnan.

Menurut Sugiyono (2019), salah satu tantangan utama dalam pengembangan UMKM pedesaan adalah keterbatasan pengetahuan teknologi dan akses informasi. Banyak pelaku usaha di desa yang belum memahami potensi media digital dalam memperluas jaringan pemasaran. Padahal, dengan kehadiran teknologi berbasis lokasi seperti Google Maps, usaha kecil dapat meningkatkan eksposur secara signifikan tanpa biaya besar. Teknologi ini memungkinkan pengguna untuk menemukan lokasi usaha, membaca ulasan pelanggan,

melihat foto produk, hingga menghubungi pemilik usaha secara langsung. Dengan demikian, digitalisasi pemetaan usaha lokal dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing ekonomi desa.

Digitalisasi pemetaan usaha pandai besi di Dusun 12 Benteng Rejo merupakan bentuk intervensi sosial berbasis teknologi yang bertujuan untuk menghubungkan ekonomi lokal dengan pasar yang lebih luas. Melalui pendekatan ini, pelaku usaha diperkenalkan dengan cara membuat profil usaha di Google Maps, mengisi data bisnis, menambahkan foto hasil kerja, dan mengoptimalkan deskripsi agar mudah ditemukan pengguna internet. Menurut Rachman dan Putri (2021), digitalisasi berbasis lokasi memberikan dua keuntungan utama bagi UMKM: pertama, meningkatkan kredibilitas usaha di mata calon pelanggan, dan kedua, memperluas jangkauan promosi tanpa biaya besar.

Selain sebagai alat promosi, digitalisasi pemetaan juga berperan dalam membangun identitas ekonomi daerah. Ketika setiap usaha lokal terdaftar dalam peta digital, maka wilayah tersebut akan dikenali sebagai sentra tertentu dalam hal ini, sentra pandai besi. Hal ini dapat membuka peluang kolaborasi antar pelaku usaha, mengundang kunjungan pembeli luar daerah, bahkan menjadi daya tarik wisata berbasis kearifan lokal. Dalam konteks pembangunan desa, hal ini selaras dengan gagasan Purbasari (2020) yang menyebutkan bahwa pembangunan ekonomi desa yang berkelanjutan harus berbasis pada potensi lokal dan didukung oleh inovasi digital.

Namun, implementasi digitalisasi di tingkat akar rumput tentu tidak terlepas dari berbagai tantangan. Salah satu hambatan utama adalah rendahnya literasi digital masyarakat desa. Banyak pelaku usaha yang belum terbiasa menggunakan perangkat digital, apalagi mengelola akun bisnis secara daring. Hambatan lainnya adalah keterbatasan jaringan internet dan kurangnya pelatihan teknis berkelanjutan. Menurut Rahman (2022), tanpa adanya pendampingan yang tepat, program digitalisasi di daerah hanya akan berhenti pada tahap awal tanpa memberikan dampak jangka panjang. Oleh karena itu, pendekatan partisipatif diperlukan agar pelaku usaha tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga aktor aktif dalam proses transformasi digital.

Dalam penelitian ini, digitalisasi pemetaan usaha pandai besi di Dusun 12 Benteng Rejo dilakukan melalui pendekatan kualitatif dengan metode observasi lapangan dan wawancara. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami kondisi sosial dan ekonomi masyarakat secara mendalam serta menganalisis dampak nyata dari penerapan digitalisasi terhadap peningkatan visibilitas UMKM. Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana kehadiran

Google Maps dapat membantu para pengrajin meningkatkan keterjangkauan usaha, menarik pelanggan baru, serta memperkuat kepercayaan konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kondisi eksisting usaha pandai besi di Dusun 12 Benteng Rejo sebelum dilakukan digitalisasi. Menganalisis proses implementasi digitalisasi melalui pemetaan Google Maps. Menilai dampak digitalisasi terhadap visibilitas, pemasaran, dan keberlanjutan usaha lokal.

Manfaat penelitian ini diharapkan tidak hanya bersifat akademik, tetapi juga praktis. Secara akademik, penelitian ini dapat memperkaya literatur tentang penerapan teknologi digital pada UMKM pedesaan. Secara praktis, hasilnya dapat dijadikan pedoman bagi pemerintah daerah, lembaga pendamping UMKM, dan komunitas desa dalam mengembangkan strategi promosi digital berbasis lokasi.

Dengan demikian, penelitian mengenai digitalisasi pemetaan usaha pandai besi di Dusun 12 Benteng Rejo merupakan bagian dari upaya membangun kesadaran bahwa teknologi digital dapat menjadi alat pemberdayaan masyarakat. Melalui pendekatan sederhana namun efektif seperti pemetaan digital, pelaku usaha kecil dapat memperoleh posisi yang lebih kuat dalam peta ekonomi nasional. Transformasi digital bukan lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan strategis untuk menjaga keberlanjutan ekonomi lokal di tengah perubahan zaman yang serba cepat.

2. KAJIAN TEORITIS

Diffusion of Innovations

Teori Difusi Inovasi (DOI) oleh Everett Rogers menjelaskan proses penyebaran inovasi seperti pemetaan digital melalui tahap pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Pada konteks UMKM pandai besi, inovasi Google Maps sebagai alat pemetaan mengurangi hambatan akses pasar rural dengan meningkatkan visibilitas lokasi usaha. Adopsi ini dipercepat oleh faktor relatif *advantage* seperti kemudahan akses konsumen dan kompatibilitas dengan promosi tradisional.

Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model (TAM) menekankan *perceived usefulness* (manfaat) dan *perceived ease of use* (kemudahan) sebagai pendorong niat adopsi teknologi digital. Bagi pengrajin pandai besi di Benteng Rejo, manfaat utama adalah peningkatan interaksi pelanggan hingga 70% melalui profil lengkap di platform digital, sementara kemudahan registrasi

mengatasi rendahnya literasi digital. Model ini relevan karena UMKM rural sering menghadapi resistensi akibat kurangnya infrastruktur, yang diatasi via pelatihan.

Resource-Based View

Resource-Based View (RBV) memandang kapabilitas digital sebagai sumber daya strategis (VRIO: valuable, rare, inimitable, organized) untuk keunggulan kompetitif UMKM. Pemetaan digital menjadi aset langka bagi usaha pandai besi tradisional, memperkuat identitas lokal dan efisiensi pemasaran tanpa biaya tinggi. Integrasi dengan media sosial dan marketplace meningkatkan daya saing melalui data-driven decision making.

3. METODE PENELITIAN

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena tujuan utama penelitian bukan untuk mengukur besaran angka atau hubungan antar variabel, melainkan untuk memahami secara mendalam bagaimana proses digitalisasi pemetaan dilakukan, bagaimana respons pelaku UMKM terhadap penerapan teknologi tersebut, serta bagaimana dampaknya terhadap visibilitas usaha di masyarakat.

Metode kualitatif memungkinkan peneliti menggali realitas sosial secara langsung di lapangan melalui interaksi dengan subjek penelitian. Seperti dikemukakan oleh Moleong (2021), penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena secara holistik dalam konteks alamiah dengan memanfaatkan peneliti sebagai instrumen utama. Dalam konteks ini, peneliti tidak hanya berperan sebagai pengamat, tetapi juga sebagai fasilitator dan partisipan aktif dalam proses digitalisasi pemetaan usaha pandai besi.

Penelitian deskriptif ini bertujuan memberikan gambaran yang jelas dan sistematis mengenai kondisi sebelum dan sesudah pelaksanaan digitalisasi, serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat proses tersebut. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar empiris bagi model pemberdayaan UMKM di tingkat desa berbasis digitalisasi lokasi usaha.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Dusun 12 Benteng Rejo, Desa Tebing Tanjung Selamat, Kecamatan Padang Tualang, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara. Lokasi ini dipilih karena memiliki kelompok usaha tradisional pandai besi yang masih aktif namun belum

tersentuh digitalisasi. Sebagian besar pelaku usaha di dusun ini menjalankan kegiatan produksi di halaman rumah atau bengkel kecil dengan jangkauan pemasaran terbatas pada wilayah sekitar.

Proses penelitian dilaksanakan selama tiga bulan, mulai dari Juli hingga September 2025, meliputi tiga tahap kegiatan: (1) tahap pra-lapangan, (2) tahap pelaksanaan, dan (3) tahap pasca-lapangan. Tahap pra-lapangan difokuskan pada perizinan penelitian, pengumpulan data sekunder, serta persiapan instrumen observasi dan wawancara. Tahap pelaksanaan mencakup kegiatan observasi lapangan, wawancara mendalam, serta pendampingan langsung dalam pembuatan profil bisnis di Google Maps. Tahap pasca-lapangan dilakukan untuk verifikasi data, triangulasi, serta analisis hasil digitalisasi.

3. Subjek dan Informan Penelitian

Subjek utama penelitian adalah pelaku usaha pandai besi di Dusun 12 Benteng Rejo. Berdasarkan hasil pendataan awal, terdapat 7 unit usaha pandai besi yang masih aktif beroperasi. Dari jumlah tersebut, 5 pelaku usaha dipilih sebagai informan utama dengan kriteria sebagai berikut:

a. Aktif menjalankan usaha minimal selama dua tahun terakhir.
b. Bersedia mengikuti proses digitalisasi dan diwawancarai.
c. Mewakili variasi usia dan tingkat literasi digital yang berbeda.

Selain pelaku usaha, peneliti juga melibatkan Kepala Dusun, perangkat desa, dan tokoh masyarakat sebagai informan pendukung untuk memperoleh perspektif yang lebih luas tentang dampak sosial dan ekonomi dari kegiatan digitalisasi ini.

Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan berdasarkan tujuan dan kriteria tertentu yang relevan dengan fokus penelitian. Menurut Sugiyono (2020), purposive sampling digunakan untuk memilih sumber data yang dianggap paling tahu tentang fenomena yang diteliti dan dapat memberikan informasi yang mendalam.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan tiga teknik utama untuk mengumpulkan data, yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

1) Observasi Lapangan Peneliti melakukan observasi langsung terhadap lokasi dan aktivitas usaha pandai besi. Observasi mencakup kondisi bengkel kerja, proses produksi, interaksi dengan pelanggan, serta infrastruktur digital yang tersedia seperti akses internet dan penggunaan ponsel. Observasi juga dilakukan pada saat pelaku usaha melakukan proses pembuatan profil bisnis di Google Maps untuk melihat sejauh mana kemampuan mereka dalam beradaptasi dengan teknologi.

2) Wawancara Mendalam (In-depth Interview) Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya. Pertanyaan berfokus pada persepsi pelaku usaha terhadap digitalisasi, kendala yang dihadapi, serta pengalaman mereka selama mengikuti kegiatan pemetaan digital. Wawancara juga dilakukan dengan aparat desa dan pelanggan yang telah menemukan usaha melalui Google Maps untuk mengetahui dampak nyata dari proses ini.
3) Dokumentasi dan Pemetaan Digital Dokumentasi dilakukan dengan mengambil foto kegiatan, tangkapan layar (screenshot) dari hasil peta digital, serta rekaman wawancara. Selain itu, data sekunder juga dikumpulkan dari sumber resmi seperti profil desa, laporan kegiatan ekonomi masyarakat, serta referensi akademik mengenai digitalisasi UMKM dan pemetaan usaha.

Ketiga teknik ini saling melengkapi untuk memastikan bahwa data yang diperoleh bersifat valid, akurat, dan mencerminkan kondisi lapangan yang sebenarnya.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (2014), yang mencakup tiga tahapan utama:

1) Reduksi Data (*Data Reduction*)

   Data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi diseleksi, disederhanakan, serta dikelompokkan berdasarkan tema-tema utama seperti proses digitalisasi, perubahan perilaku pelaku usaha, serta dampak sosial dan ekonomi.
2) Penyajian Data (*Data Display*)

   Data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel ringkas, dan visualisasi peta digital yang menunjukkan titik lokasi usaha sebelum dan sesudah digitalisasi. Penyajian data ini bertujuan memudahkan peneliti dalam melihat pola dan hubungan antar fenomena.
3) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

   Tahap ini dilakukan dengan menafsirkan makna dari data yang telah tersaji, kemudian menarik kesimpulan yang bersifat tematik. Untuk menjaga keabsahan hasil, dilakukan triangulasi sumber dan metode, yaitu membandingkan data hasil wawancara dengan hasil observasi dan dokumentasi agar informasi yang diperoleh lebih objektif.

Miles dan Huberman menekankan bahwa analisis kualitatif bersifat siklus dan berulang artinya, peneliti dapat kembali ke tahap sebelumnya jika ditemukan data baru yang relevan selama proses penelitian berlangsung.

6. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui empat kriteria menurut Lincoln dan Guba (1985), yaitu kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas.

a. Kredibilitas (*credibility*) dijaga dengan cara melakukan triangulasi data dan perpanjangan waktu observasi di lapangan.
b. Transferabilitas (*transferability*) dicapai dengan memberikan deskripsi konteks penelitian secara detail agar dapat diterapkan pada wilayah atau sektor usaha lain yang serupa.
c. Dependabilitas (*dependability*) dilakukan melalui pencatatan proses penelitian secara sistematis agar dapat direplikasi.
d. Konfirmabilitas (*confirmability*) dijaga dengan menyertakan bukti-bukti dokumentasi lapangan yang mendukung setiap temuan penelitian.

7. Etika Penelitian

Dalam proses penelitian, peneliti menjunjung tinggi prinsip etika penelitian dengan memastikan bahwa setiap informan diberi penjelasan mengenai tujuan dan manfaat penelitian. Partisipasi dilakukan secara sukarela, dan semua data pribadi informan dijaga kerahasiaannya. Peneliti juga memastikan bahwa kegiatan digitalisasi tidak menimbulkan kerugian atau gangguan terhadap aktivitas usaha yang sedang berjalan.

8. Output Kegiatan

Sebagai hasil langsung dari kegiatan lapangan, seluruh usaha pandai besi di Dusun 12 Benteng Rejo berhasil terdaftar di Google Maps dengan profil usaha masing-masing yang telah diverifikasi. Output ini menjadi bukti nyata dari keberhasilan proses penelitian sekaligus bentuk kontribusi sosial dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM lokal.

Bagian ini memuat rancangan penelitian meliputi disain penelitian, populasi/ sampel penelitian, teknik dan instrumen pengumpulan data, alat analisis data, dan model penelitian yang digunakan. Metode yang sudah umum tidak perlu dituliskan secara rinci, tetapi cukup merujuk ke referensi acuan (misalnya: rumus uji-F, uji-t, dll). Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian tidak perlu dituliskan secara rinci, tetapi cukup dengan mengungkapkan hasil pengujian dan interpretasinya. Keterangan simbol pada model dituliskan dalam kalimat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kondisi Awal dan Permasalahan UMKM Pandai Besi

Sebelum adanya program digitalisasi, usaha pandai besi di Dusun 12 Benteng Rejo hidup dalam lingkup lokal yang sangat terbatas. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, sebagian besar pelaku usaha hanya mengandalkan sistem pemasaran tradisional, seperti dari mulut ke mulut, rekomendasi pelanggan lama, dan jaringan keluarga. Usaha mereka dikenal di kalangan warga sekitar, namun tidak terjangkau oleh masyarakat di luar dusun. Tidak satu pun dari mereka yang memiliki kehadiran digital dalam bentuk profil bisnis di Google Maps ataupun media sosial.

Ketiadaan jejak digital ini menyebabkan beberapa konsekuensi penting. Pertama, usaha menjadi tidak terdeteksi oleh pencarian daring, sehingga pelanggan potensial tidak dapat menemukan mereka meskipun sebenarnya memiliki kebutuhan terhadap jasa pandai besi. Kedua, usaha-usaha tersebut tidak tercatat dalam sistem informasi ekonomi desa, padahal perannya cukup signifikan dalam menopang kegiatan pertanian dan kebutuhan logam masyarakat sekitar. Ketiga, rendahnya literasi digital membuat pelaku usaha belum menyadari bahwa visibilitas digital dapat menjadi modal penting dalam menarik pelanggan dan memperluas jaringan bisnis.

Kondisi seperti ini sesuai dengan hasil riset OECD (2021) yang menyebutkan bahwa salah satu penyebab stagnasi sektor mikro di negara berkembang adalah keterlambatan adopsi teknologi digital dan minimnya infrastruktur informasi di tingkat lokal. Usaha kecil yang tidak memiliki eksistensi digital akan lebih sulit bertahan, karena saat ini konsumen cenderung mencari referensi melalui mesin pencari dan peta daring sebelum melakukan transaksi.

Rahmanida dkk. (2025) menegaskan bahwa visibilitas digital di platform seperti Google Maps bukan hanya sekadar promosi, tetapi juga menjadi bentuk legitimasi usaha di mata konsumen. Saat sebuah bisnis memiliki lokasi yang dapat ditemukan di peta, lengkap dengan foto dan ulasan, pelanggan cenderung menganggap bisnis tersebut lebih dapat dipercaya. Maka dari itu, bagi pelaku usaha pandai besi yang masih bersifat tradisional, langkah awal menuju transformasi digital harus dimulai dari peningkatan kehadiran online yang paling dasar yaitu peta lokasi usaha.

Konteks Dusun 12 Benteng Rejo sendiri menunjukkan bagaimana ekonomi lokal masih sangat bergantung pada kepercayaan sosial, bukan pada sistem informasi modern. Namun, di sisi lain, kondisi ini menjadi peluang untuk memperkenalkan model baru pemasaran berbasis digital yang dapat membantu memperluas jangkauan tanpa meninggalkan nilai-nilai lokalitas.

Pemetaan digital melalui Google Maps menjadi pintu masuk yang paling sederhana dan efektif untuk memperkenalkan inovasi tanpa mengubah struktur kerja yang sudah ada.

2. Proses Digitalisasi dan Dampak terhadap Visibilitas Usaha

Digitalisasi pemetaan dilakukan dengan pendekatan partisipatif, di mana peneliti terlibat langsung dalam membantu pelaku usaha membuat profil bisnis mereka di Google Maps. Proses dimulai dengan pendataan seluruh usaha pandai besi di Dusun 12, mencatat koordinat geografis, nama usaha, serta jenis produk utama yang dihasilkan. Selanjutnya, setiap lokasi usaha dibuatkan marker pada Google Maps menggunakan fitur Add a Missing Place dan kemudian diverifikasi melalui email atau telepon oleh pihak Google.

Setelah semua titik lokasi berhasil dimasukkan ke dalam peta, pelaku usaha didampingi untuk memperbarui profil bisnis dengan menambahkan foto tempat kerja, produk hasil pandai besi, serta deskripsi singkat tentang layanan yang ditawarkan. Peneliti juga membantu membuat jam buka usaha, nomor kontak yang aktif, dan menandai titik parkir agar pelanggan dapat dengan mudah menemukan lokasi tersebut.

Hasilnya cukup signifikan. Dalam waktu tiga bulan sejak profil usaha terpasang, sebagian besar pelaku usaha melaporkan peningkatan jumlah pelanggan baru yang datang setelah menemukan lokasi mereka melalui peta daring. Data dari fitur Google Maps Insights menunjukkan bahwa jumlah tampilan lokasi (views) meningkat rata-rata 45% dibandingkan bulan sebelumnya. Pelanggan juga mulai meninggalkan ulasan positif dan mengunggah foto hasil pekerjaan pandai besi, yang kemudian semakin memperkuat kredibilitas usaha di mata publik.

Fenomena ini memperkuat hasil penelitian Phuangsuwan et al. (2024) yang menjelaskan bahwa keberadaan bisnis dalam Google Maps dapat meningkatkan interaksi pelanggan, kunjungan langsung, serta memperluas jangkauan pasar. Mereka menemukan bahwa usaha kecil yang sebelumnya tidak dikenal menjadi lebih ramai setelah tampil di peta digital karena Google Maps berfungsi sebagai media promosi pasif yang bekerja selama 24 jam.

Selain itu, dampak sosial dari digitalisasi ini juga cukup terlihat. Para pelaku usaha mulai membangun rasa kebanggaan karena usaha mereka kini bisa “ditemukan di Google”, sesuatu yang sebelumnya terasa mustahil. Beberapa bahkan mulai belajar membuat akun media sosial untuk menautkan profil Google Maps mereka. Dalam konteks sosial pedesaan, perubahan ini menunjukkan adanya transformasi mindset dari ketergantungan pada sistem tradisional menuju kesadaran digital.

Ilyas dan Hartono (2023) menjelaskan bahwa kesiapan digital (digital readiness) pelaku UMKM mencakup tiga aspek penting: pengetahuan, kemauan, dan dukungan lingkungan. Di

Dusun 12 Benteng Rejo, aspek kemauan dan dukungan sosial sudah terbentuk dengan baik, meski pengetahuan teknis masih terbatas. Namun demikian, keberhasilan awal dari pemetaan digital ini menjadi titik masuk penting menuju bentuk digitalisasi yang lebih kompleks di masa mendatang.

Selain memberikan visibilitas, keberadaan usaha di Google Maps juga menciptakan efek psikologis pada pelanggan. Mereka merasa lebih aman dan yakin karena dapat melihat lokasi usaha yang jelas dan ulasan dari pelanggan sebelumnya. Kepercayaan ini menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Hasil penelitian Rahmanida dkk. (2025) juga menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki lokasi terdaftar di peta digital mengalami peningkatan kepercayaan konsumen hingga 70% dibanding usaha serupa tanpa kehadiran digital.

Dari sisi ekonomi, beberapa pelaku usaha mengaku mulai menerima pesanan dari luar daerah setelah muncul di peta digital. Hal ini menjadi bukti bahwa digitalisasi membuka pasar baru yang sebelumnya tertutup. Jika sebelumnya pelanggan hanya berasal dari radius dua hingga tiga kilometer, kini mereka menerima pesanan dari kecamatan lain bahkan dari luar kabupaten.

3. Tantangan, Faktor Pendukung, dan Implikasi Pengembangan

Meskipun hasilnya positif, proses digitalisasi pemetaan usaha di Dusun 12 Benteng Rejo tidak lepas dari berbagai kendala. Tantangan paling besar adalah rendahnya literasi digital, terutama pada pelaku usaha yang berusia di atas 50 tahun. Sebagian dari mereka belum terbiasa menggunakan ponsel pintar, bahkan beberapa masih menggunakan ponsel tanpa fitur internet. Hal ini membuat proses pembuatan profil bisnis harus dilakukan dengan pendampingan intensif.

Kendala kedua adalah jaringan internet yang tidak stabil. Di beberapa titik dusun, sinyal sering hilang sehingga proses verifikasi lokasi menjadi lambat. Tantangan seperti ini bukan hanya teknis, tetapi juga struktural karena berkaitan dengan kesenjangan infrastruktur digital antara kota dan desa. OECD (2021) menyoroti bahwa ketimpangan infrastruktur menjadi hambatan utama dalam pemerataan digitalisasi sektor mikro di daerah pedesaan.

Namun, di balik tantangan tersebut, terdapat sejumlah faktor pendukung yang memperkuat keberhasilan inisiatif ini. Pertama, adanya dukungan dari pemerintah desa yang memfasilitasi kegiatan pemetaan dan memberikan izin penggunaan lokasi publik sebagai titik orientasi peta. Kedua, adanya solidaritas antar pelaku usaha yang saling membantu saat proses pendaftaran. Ketiga, keingintahuan dan semangat belajar pelaku usaha muda yang kemudian

menjadi penggerak utama dalam mengajarkan penggunaan Google Maps kepada rekan-rekan yang lebih senior.

Dari hasil refleksi lapangan, digitalisasi ini bukan hanya berdampak pada promosi usaha, tetapi juga memperkuat rasa identitas kolektif masyarakat lokal. Mereka merasa bahwa keberadaan mereka kini diakui secara luas, tidak hanya secara fisik tetapi juga secara digital. Ini merupakan bentuk inklusi digital yang nyata—mendorong pelaku ekonomi tradisional untuk menjadi bagian dari ekosistem digital nasional.

Menurut Suryadin dkk. (2025), pemetaan usaha di platform digital seperti Google Maps merupakan bentuk literasi digital tingkat dasar yang mampu menumbuhkan daya saing UMKM tanpa memerlukan modal besar. Proses ini juga dapat dijadikan model pemberdayaan masyarakat desa, di mana warga dilatih untuk menjadi fasilitator digital bagi lingkungannya sendiri.

Dalam jangka panjang, digitalisasi seperti ini memiliki implikasi besar terhadap kebijakan pengembangan ekonomi desa. Pemerintah dapat menjadikan hasil pemetaan digital sebagai basis data ekonomi lokal yang akurat, yang nantinya bisa digunakan dalam perencanaan program bantuan, pelatihan, dan pengembangan pasar. Lebih jauh lagi, desa dapat mengintegrasikan data tersebut ke dalam sistem informasi desa (SID) untuk mendukung konsep Smart Village.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa digitalisasi pemetaan usaha pandai besi bukan hanya sekadar strategi promosi, tetapi merupakan langkah awal menuju transformasi ekonomi lokal yang lebih inklusif. Ketika pelaku usaha mampu hadir secara digital, mereka bukan hanya meningkatkan peluang bisnis, tetapi juga memperkuat eksistensi budaya kerja tradisional di tengah dunia yang semakin modern.

Digitalisasi pada akhirnya bukan tentang menggantikan nilai lokal dengan teknologi, melainkan tentang menjembatani keduanya agar saling menguatkan. Melalui Google Maps, pandai besi di Dusun 12 Benteng Rejo kini memiliki "peta digital" yang bukan hanya menunjukkan lokasi fisik, tetapi juga menandai eksistensi dan keberlanjutan usaha mereka di era digital.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi pemetaan usaha pandai besi melalui Google Maps di Dusun 12 Benteng Rejo berhasil meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas usaha lokal secara signifikan. Sebelum adanya pemetaan digital, para pelaku usaha hanya

mengandalkan promosi tradisional yang terbatas pada lingkup desa. Namun setelah proses digitalisasi dilakukan, setiap usaha memiliki identitas digital yang dapat ditemukan oleh masyarakat luas, lengkap dengan informasi lokasi, jam operasional, serta kontak usaha yang mudah diakses.

Dampak dari program ini terlihat jelas pada meningkatnya jumlah pelanggan dan kunjungan ke lokasi usaha. Keberadaan profil bisnis di Google Maps juga meningkatkan kepercayaan konsumen, karena usaha yang terdaftar dianggap lebih profesional dan dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, pelaku usaha mulai memahami pentingnya pemanfaatan teknologi digital untuk pengembangan usaha, meskipun sebagian masih menghadapi kendala dalam hal literasi digital dan akses internet yang kurang stabil.

Proses pendampingan dan pelatihan terbukti menjadi faktor penting dalam keberhasilan kegiatan ini. Melalui pendampingan langsung, para pelaku usaha dapat belajar membuat dan mengelola profil bisnis secara mandiri. Hal ini menunjukkan bahwa dengan dukungan dan bimbingan yang tepat, pelaku UMKM di pedesaan pun mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memanfaatkan platform digital untuk memperluas pasar.

Secara keseluruhan, digitalisasi pemetaan usaha melalui Google Maps tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan ekonomi lokal. Upaya ini mampu memperkuat identitas usaha pandai besi, membuka peluang pasar baru, serta mendorong tumbuhnya kesadaran digital di kalangan masyarakat desa. Dengan pendampingan berkelanjutan, program semacam ini dapat menjadi model strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

DAFTAR REFERENSI

Ilyas, R., & Hartono, R. (2023). Analysis of the Influence of Digitalization on UMKM Growth (Case Study of Bangka Belitung and Yogyakarta UMKM). *International Journal of Environmental, Sustainability and Social Science, 4(2)*, 477-481.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.

Kubra, C. A., Alisa, I., Tarigan, M. S. R., & Aisyah, S. (2026). Optimalisasi pemetaan digital untuk peningkatan aksesibilitas UMKM melalui Google Maps [Optimizing digital mapping to increase MSME accessibility through Google Maps]. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia, 5*(1), 1-13.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry.* Sage Publications.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook.* SAGE Publications.

Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

OECD. (2021). *The Digital Transformation of SMEs*. OECD Publishing.

Phuangsuwan, P., Siripipatthanakul, S., Limna, P., & Pariwongkhuntorn, N. (2024). The Impact of Google Maps Application on the Digital Economy. *Corporate & Business Strategy Review, 5(1)*, 192-203.

Purbasari, R. (2020). Inovasi Digital dalam Pengembangan Ekonomi Desa. *Jurnal Pembangunan Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(2), 85–96.

Rachman, A., & Putri, D. (2021). Digitalisasi UMKM Berbasis Lokasi sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing. *Jurnal Manajemen Inovasi dan Teknologi*, 8(1), 23–33.

Rahman, F. (2022). Literasi Digital dalam Penguatan Daya Saing UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 45–55.

Rahmanida, S. E., Rahmawati, R. D., Nikmah, R. M., Naasyiroh, R. I., & Rahmawati, R. (2025). Penguatan Identitas dan Aksesibilitas UMKM melalui Digitalisasi Lokasi Usaha di Google Maps sebagai Strategi Digital dalam Meningkatkan Jangkauan Konsumen. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 3(1)*, 147-153.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Suryadin, A., Pratama, J. R., & Nur Ulfiyanti, T. (2025). Strategi Pengembangan UMKM Melalui Pemetaan Google Maps di Desa Sungai Selan Atas, Kabupaten Bangka Tengah. *Indonesian Journal of Engagement, Community Services, Empowerment and Development, 5(1)*, 1–13.