



## Optimalisasi Penggunaan Aplikasi *Google Maps* Sebagai Media Promosi UMKM Bina Sejahtera Bersama Banjarnegara

Muhamad Solekan<sup>1\*</sup>, Dwi Putriana Nuramanah Kinding<sup>2</sup>, Sarno<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, Indonesia

\*Alamat e-mail: muhamad.solekan@unsoed.ac.id

### Abstract

*"Bina Sejahtera Bersama" is one of the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) groups located in Banjarnegara Regency, facing challenges in the promotion sector, which consequently affects the development of these MSMEs. Typically, the group's promotions are still reliant on word of mouth and placing their products in local kiosks. This journal discusses the optimization of using the Google Maps application as a promotional medium for the participants of the "Bina Sejahtera Bersama" MSME group in Banjarnegara Regency. The methods employed in this community service journal are educational and community assistance methods, accompanied by tests to measure the extent of understanding among the MSME participants. This approach is implemented through direct, comprehensive, and structured information delivery to the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) participants of "Bina Sejahtera Bersama" (BSB) in Banjarnegara Regency regarding the utilization of Google Maps as a promotional medium. Based on pre-test and post-test results, there is a 47.5% increase in knowledge. Therefore, it can be concluded that the socialization, training, and assistance activities for using Google Maps as a promotional tool have been successful. These results illustrate the effectiveness of the planned activities, where participants have successfully improved their understanding of the application. This significant improvement indicates that the methods used in the socialization and assistance activities can have a positive impact, supporting participants in better understanding and optimizing the use of Google Maps in promoting their businesses.*

*Keywords:* Google Maps, MSMEs, Promotion Media, Training.

### Abstrak

Bina Sejahtera Bersama merupakan salah satu kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang ada di Kabupaten Banjarnegara yang memiliki permasalahan dalam bidang promosi, yang berimbas pada perkembangan UMKM tersebut. Pada umumnya promosi yang dilakukan oleh kelompok UMKM Bina Sejahtera Bersama masih dari mulut ke mulut maupun menitipkan produk mereka di kios-kios. Berdasarkan permasalahan tersebut, jurnal ini membahas mengenai optimalisasi penggunaan Aplikasi *Google Maps* sebagai media promosi pelaku UMKM Bina Sejahtera Bersama di Kabupaten Banjarnegara. Metode yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada jurnal ini adalah metode edukasi dan pendampingan masyarakat serta digunakan tes untuk mengukur seberapa besar pemahaman pelaku UMKM. Pendekatan ini dilaksanakan melalui penyampaian informasi secara langsung, menyeluruh, dan terstruktur, serta bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Bina Sejahtera Bersama (BSB) di Kabupaten Banjarnegara dalam mengenai pemanfaatan Aplikasi *Google Maps* sebagai media promosi. Berdasarkan hasil *pre test* dan *post test*, menunjukkan peningkatan pengetahuan sebesar 47,5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan penggunaan *Google Maps* sebagai sarana media promosi telah berjalan dengan baik. Hasil ini menggambarkan efektivitas dari rancangan kegiatan yang telah direncanakan, di mana peserta berhasil meningkatkan pemahaman mereka terkait aplikasi tersebut. Peningkatan signifikan ini memberikan indikasi bahwa metode yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi dan pendampingan mampu memberikan dampak positif, mendukung peserta untuk lebih



memahami dan mengoptimalkan penggunaan *Google Maps* dalam promosi usaha mereka.

**Kata Kunci:** *Google Maps*, Media Promosi, Pelatihan, UMKM.

## Pendahuluan

Kabupaten Banjarnegara merupakan salah satu Kabupaten yang ada di Jawa Tengah, terletak pada jalur pegunungan di bagian tengah Jawa Tengah sebelah Barat yang membujur dari arah Barat ke Timur. Luas Wilayahnya tercatat 106.970,997 Ha atau sekitar 3,29% dari luas wilayah Propinsi Jawa Tengah (3,25 juta Ha). Luas tersebut di atas terbagi atas lahan sawah sebesar 14.049 Ha atau 13,13% dari wilayah keseluruhan Kabupaten Banjarnegara dan Lahan Bukan Sawah sebesar 72.140 Ha atau 67,44% dari total Kabupaten. Sedangkan lahan bukan pertanian sebesar 20.782 Ha atau 19,43%. Wilayah utara Kabupaten Banjarnegara berbatasan dengan Kabupaten Pekalongan dan Kabupaten Batang. Wilayah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Kebumen. Wilayah Barat berbatasan dengan Kabupaten Purbalingga dan Kabupaten Banyumas. Wilayah Timur berbatasan dengan Wonosobo. Kabupaten Banjarnegara terdiri dari 20 Kecamatan, yaitu: Susukan, Purwareja Klampok, Mandiraja, Purwanegara, Bawang, Banjarnegara, Pagedongan, Sigaluh, Madukara, Banjarmangu, Wanadadi, Rakit, Punggelan, Karangobar, Pagentan, Pejawaran, Batur, Wanayasa, Kalibening, Pandanarum (BPS Kabupaten Banjarnegara, 2023).

Kabupaten Banjarnegara memegang potensi dan perkembangan yang menjanjikan dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. UMKM di wilayah ini dianggap sebagai pilar utama perekonomian masyarakat setempat, memberikan kontribusi yang besar terhadap peningkatan kesejahteraan dan upaya pengentasan kemiskinan. Pada tahun 2023 jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Banjarnegara berjumlah 2.868 yang bergerak di sektor perdagangan, industri, fashion, otomotif dan sebagainya, mayoritas masih didominasi di sektor perdagangan khususnya makanan dan minuman (Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah Provinsi Jawa Tengah, 2023).

Pengembangan potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Banjarnegara dilakukan dengan memperhatikan budaya lokal dan sumber daya yang ada di setiap daerah. Salah satu komunitas UMKM yang beroperasi di Kabupaten Banjarnegara adalah kelompok Bina Sejahtera Bersama (BSB). Kelompok ini dibentuk dengan maksud untuk menjalin kerjasama serta memperkuat persatuan dalam aktivitas UMKM (Sarno, 2021).

UMKM Bina Sejahtera Bersama di Kabupaten Banjarnegara umumnya dijalankan oleh masyarakat dengan modal dan kemampuan manajerial yang terbatas, sehingga mereka rentan terhadap masalah ekonomi. Kendala ini sering kali menjadi penghambat bagi perkembangan UMKM di wilayah tersebut. Selain itu, permasalahan promosi juga menjadi salah satu kendala perkembangan UMKM BSB. Pada umumnya promosi kebanyakan dilakukan oleh UMKM BSB masih dari mulut kemulut maupun menitipkan produk mereka di kios-kios. Dengan adanya permasalahan tersebut menyebabkan jumlah penjualan yang stagnan bahkan menurun sehingga perlu dilakukannya strategi untuk meminimalisir permasalahan promosi. Salah satu strategi promosi yang bisa digunakan adalah dengan memanfaatkan fitur Aplikasi *Google Maps*.

Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk mengoptimalkan penggunaan Aplikasi *Google Maps* sebagai media promosi pelaku UMKM Bina Sejahtera Bersama di Kabupaten Banjarnegara. Selain berfungsi sebagai panduan arah, *Google Maps* juga menyediakan berbagai fitur yang dapat ditingkatkan untuk mendukung promosi bisnis. Salah satu aspek yang patut diperhatikan adalah "*Google My Business*," di mana UMKM BSB dapat mengelola secara komprehensif informasi bisnis mereka, termasuk alamat, nomor telepon, dan jam operasional. Dengan melakukan optimalisasi terhadap data ini, pelanggan potensial dapat dengan mudah menemukan dan menghubungi bisnis pelaku UMKM BSB tersebut. Selaras



denga pernyataan Febriyanto (2018), *Google Maps* diakui sebagai aplikasi peta yang paling disukai, dengan beragam fitur yang meliputi kemampuan untuk mengatur, mengedit, menemukan, dan menandai *route* atau lokasi dari rumah ke kantor. Fitur ulasan dan penilaian juga memainkan peran penting dalam membangun reputasi positif secara *online*. *Google Maps* memungkinkan pelanggan untuk memberikan ulasan langsung tentang pengalaman mereka dengan bisnis pelaku UMKM BSB. Dengan memanfaatkan fitur ini, para pelaku UMKM BSB dapat mendapatkan umpan balik yang berharga, sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan (Google My Business, 2023).

Selain itu, *Google Maps* juga menawarkan fitur "*Street View*" yang memungkinkan pengguna untuk melakukan penjelajahan virtual di sekitar lokasi bisnis Anda. Fitur ini memberikan peluang untuk menampilkan atmosfer lingkungan sekitarnya, menarik perhatian calon pelanggan, dan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai bisnis yang dijalankan oleh para pelaku UMKM. Dalam proses pemanfaatan fitur-fitur Aplikasi *Google Maps*, pelaku UMKM BSB tentunya perlu dibekali pengetahuan dasar. Berdasarkan pengamatan, seluruh UMKM telah memiliki handphone untuk media komunikasi.

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan oleh Lestari, et al (2022) tentang Penggunaan Aplikasi *Google Maps* dan Imoji Sebagai Media Promosi UMKM Desa Tiyanan. Hasil Pengabdian yang dilakukan terdapat peningkatan kemampuan dan pengetahuan sebesar 40% dalam melakukan promosi dan pemasaran khususnya di penggunaan *Google Maps* dan imoji sebagai sarana media promosi. Sejalan dengan kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan oleh Rindiyan et al (2023) tentang Penggunaan Aplikasi *Google Maps* Sebagai Media Promosi UMKM di Nagari Batang Arah Tapan. Hasil Pengabdian yang dilakukan juga terdapat peningkatan kemampuan dan pengetahuan dalam melakukan promosi dan pemasaran khususnya penggunaan *Google Maps* sebagai sarana media promosi sebesar 45%.

### Metode Pelaksanaan

Metode yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode edukasi dan pendampingan masyarakat serta digunakan tes untuk mengukur seberapa besar pemahaman pelaku UMKM. Pendekatan ini dilaksanakan melalui penyampaian informasi secara langsung, menyeluruh, dan terstruktur, serta bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Bina Sejahtera Bersama (BSB) di Kabupaten Banjarnegara dalam mengenai pemanfaatan Aplikasi *Google Maps* sebagai media promosi. Metode pengabdian masyarakat tentang pemanfaatan Aplikasi *Google Maps* sebagai media promosi terlihat pada diagram alur 1.



**Gambar 1.** Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian



Penjelasan mengenai diagram alur pada Gambar 1 diuraikan sebagai berikut:

1. Mulai

Kegiatan kegiatan pelaksanaan pengabdian dimulai dari pembukaan dan sambutan dari Ketua Pengurus UMKM Bina Sejahtera Bersama.

2. *Pre-Test*

*Pre test* adalah kegiatan pemberian soal tes, dengan jumlah soal sebanyak 15 soal berupa pilihan ganda yang berisi soal-soal pengetahuan dasar mengenai Aplikasi *Google Maps* dan juga pemanfaatannya untuk media promosi usaha. Waktu yang diberikan untuk menyelesaikan soal adalah 15 menit. Hal ini digunakan untuk melihat seberapa banyak pelaku UMKM BSB mengetahui tentang Aplikasi *Google Maps* sebelum diberikan materi dan juga pendampingan.

3. Penyampaian Materi

Materi disampaikan menggunakan media power point dengan menjelaskan materi dasar terkait Aplikasi *Google Maps*, kelebihan menggunakan Aplikasi *Google Maps* untuk media promosi, cara mendaftar hingga penggunaannya.

4. Pendampingan Praktik

Setelah selesai dilakukan penyampaian materi dan Tanya jawab, selanjutnya dilakukan pendampingan praktik penggunaan Aplikasi *Google Maps* untuk media promosi. Praktik dilakukan dengan cara pengaplikasian langsung penggunaan Aplikasi *Google Maps* untuk media promosi salah satu UMKM BSB dimana pada saat itu dilakukannya sosialisai, pelatihan serta pendampingan.

5. Evaluasi (*Post Test*)

Evaluasi dilakukan dengan metode *Post test*, yaitu kegiatan pemberian soal tes kembali setelah dilakukan kegiatan sosialisai dan pendampingan, soal yang diberikan dalam bentuk pilihan ganda dengan jumlah soal sebanyak 15 soal, yang berisi soal-soal pengetahuan dasar mengenai Aplikasi *Google Maps*, pembuatan akun dan juga pemanfaatannya untuk media promosi usaha. Waktu yang diberikan untuk menyelesaikan soal adalah 15 menit. Hal ini digunakan untuk melihat seberapa besar peningkatan pemahaman pelaku UMKM BSB mengetahui tentang Aplikasi *Google Maps* dan cara pemanfaatannya untuk promosi setelah diberikan materi dan juga pendampingan.

### Hasil Pengabdian dan Pembahasan

Pemasaran digital telah menjadi unsur krusial dalam strategi bisnis modern, memainkan peran penting dalam meningkatkan visibilitas dan mencapai target pasar secara efektif. Metode pemasaran digital mencakup berbagai platform *online* seperti media sosial, mesin pencari, dan situs web, yang semuanya dirancang untuk menciptakan keterlibatan yang lebih besar dengan konsumen. Salah satu aspek kunci pemasaran digital adalah kreativitas dalam menghasilkan konten yang menarik dan relevan. Pemasaran digital juga memanfaatkan data dan analisis untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang perilaku konsumen, memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan promosi mereka (Dave & Fiona, 2019).

Tidak hanya itu, pemasaran digital juga mencakup penggunaan email dan pemasaran konten untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan potensial. Dengan menyematkan tautan yang relevan, produsen dapat mengarahkan konsumen menuju situs web atau *Google Maps* mereka dan memandu mereka melalui perjalanan pembelian (Andrew & Matthew, 2016).

Pelatihan penggunaan aplikasi *Google Maps* dilaksanakan selama satu hari di Desa Wanadadi Kabupaten Banjarnegara, tepatnya di salah satu tempat produksi anggota UMKM BSB yang bergerak di produk aneka olahan kue, dengan diikuti sebanyak 17 peserta. Alur kegiatan pengabdian dilaksanakan seperti tergambar pada Gambar 1.

Kegiatan pertama dimulai dengan dibukanya kegiatan oleh Ketua UMKM Bina Sejahtera Bersama, Mas Abi. Kegiatan selanjutnya dilakukan *pre test*, *pre test* adalah kegiatan pemberian soal tes, dengan jumlah soal sebanyak 15 soal berupa pilihan ganda yang berisi soal-soal



pengetahuan dasar mengenai Aplikasi *Google Maps* dan juga pemanfaatannya untuk media promosi usaha. Waktu yang diberikan untuk menyelesaikan soal adalah 15 menit. Hal ini digunakan untuk mengetahui seberapa banyak pelaku UMKM BSB mengetahui tentang Aplikasi *Google Maps* sebelum diberikan materi dan juga pendampingan. Rata-rata nilai hasil dari *pre test* dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Rata-rata Nilai *Pre Test* Peserta Kegiatan Penggunaan Aplikasi *Google Maps* untuk Media Promosi.

No	Topik Soal	Nilai Rata-rata Peserta
1.	Pengetahuan dasar Aplikasi <i>Google Maps</i>	55
2.	Penggunaan Aplikasi <i>Google Maps</i> untuk Media Promosi Usaha	35
<b>Total Nilai Rata-rata</b>		<b>45</b>

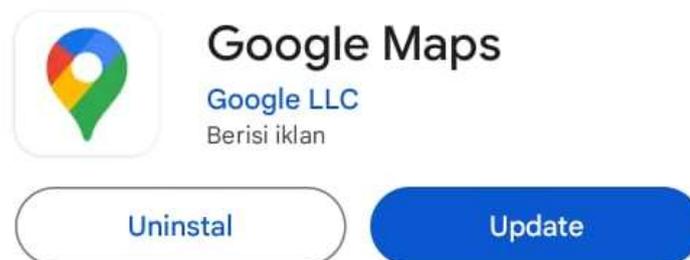
Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan hasil *pre test* nilai rata-rata peserta, terlihat nilai rata-rata pengetahuan dasar peserta mengenai aplikasi *Google Maps* telah mereka ketahui tetapi hanya sebatas sebagai petunjuk jalan, tetapi untuk penggunaan sebagai media promosi, sebagian besar dari peserta belum mengetahuinya, hal tersebut dapat dilihat dari hasil rata-rata nilai *pre test* topik kedua dengan nilai rata-rata yang cukup kecil, yaitu hanya 35.

Kegiatan tahap ketiga dilanjutkan dengan pemberian materi. Materi disampaikan menggunakan media power point dengan menjelaskan materi dasar terkait Aplikasi *Google Maps*, kelebihan menggunakan Aplikasi *Google Maps* untuk media promosi, cara mendaftar hingga penggunaannya dibarengi dengan sesi diskusi. Setelah sesi diskusi selesai, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan praktik penggunaan aplikasi *Google Maps* untuk media promosi usaha. Dalam hal ini, seluruh peserta menyiapkan handphone yang telah terintegrasi dengan paket data agar membantu kelancaran kegiatan pendampingan. Karena tempat pelaksanaan pendampingan adalah ditempat rumah produksi Ibu Hany, maka contoh untuk praktik yang digunakan adalah tempat produksi Ibu hani. UMKM Ibu Hani bergerak di bidang aneka makanan. Alur pendampingan praktik meliputi:

a. Memasang aplikasi

Tahap memasang aplikasi dilakukan bagi pelaku UMKM BSB yang belum memiliki Aplikasi *Google Maps* bawaan dari handphone mereka. Pemasangan dilakukan dengan mengunduh dan memasang aplikasi *Google Maps* dari toko aplikasi resmi, seperti Google Play Store untuk pengguna Android atau App Store untuk pengguna iOS. Tampilan aplikasi *Google Maps* pada pengguna android di Play Store dapat dilihat pada Gambar 2.



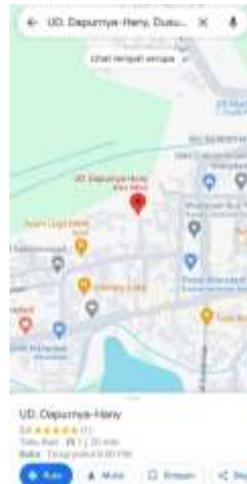
**Gambar 2.** Tampilan Aplikasi *Google Maps* di Play Store

b. Pendaftaran akun

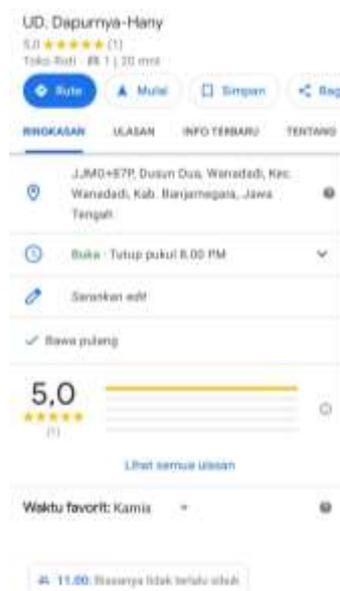
Tahap pendaftaran akun dilakukan bagi pelaku UMKM BSB yang belum memiliki akun google. Jika belum memiliki akun Google, mereka didampingi untuk membuat akun google.

c. Penentuan titik lokasi toko/outlet/tempat produksi

Setelah memiliki akun google, menentukan titik lokasi usaha, kemudian dilakukan pembuatan nama toko, warung, outlet, tempat produksi atau sejenisnya guna mempermudah pelanggan untuk menemukan tempat pemasaran UMKM BSB tersebut. Pembuatan nama pemasaran produk tersebut dilengkapi informasi bisnis mereka pada *Google Maps*, termasuk jam operasional, nomor telepon, dan foto terkini, agar tetap relevan dan akurat. Hasil gambar titik lokasi dan ringkasan informasi UD. Dapurnya-Hany dapat dilihat pada Gambar 3 dan Gambar 4.



**Gambar 3.** Titik Lokasi UMKM UD. Dapurnya-Hany



**Gambar 4.** Ringkasan Informasi UMKM UD. Dapurnya-Hany

d. Integrasi dengan media sosial

Guna mengoptimalkan agar tempat pemasaran produk pelaku UMKM BSB lebih cepat dikenal dan ditemukan, mereka dapat memanfaatkan integrasi *Google Maps* dengan



platform media sosial untuk membagikan lokasi bisnis mereka, meningkatkan visibilitas, dan mengundang pelanggan potensial untuk mengunjungi. Selain hal tersebut, para pelaku UMKM BSB juga agar sentiasa meminta kepada pelanggan untuk selalu memberikan ulasan yang positif pada toko atau stand pemasaran mereka untuk meningkatkan eksposur dan daya tarik bisnis mereka.

Kegiatan terakhir dalam rangka sosialisasi dan pendampingan bagi pelaku UMKM BSB adalah *post test*, yaitu suatu bentuk evaluasi yang dilakukan setelah serangkaian kegiatan tersebut. *Post test* ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana peningkatan pemahaman peserta terkait Aplikasi *Google Maps* dan pemanfaatannya untuk promosi usaha, setelah mereka mendapatkan materi dan pendampingan. *Post test* ini melibatkan pemberian 15 soal dalam bentuk pilihan ganda yang mencakup pengetahuan dasar tentang Aplikasi *Google Maps*, proses pembuatan akun, dan cara efektif memanfaatkannya sebagai media promosi. Peserta diberikan waktu 15 menit untuk menyelesaikan tes ini, sehingga hasilnya dapat memberikan gambaran tentang seberapa baik mereka memahami konsep-konsep yang telah disampaikan selama kegiatan sosialisasi dan pendampingan. Hasil *post test* ini diharapkan dapat menjadi indikator keberhasilan program, sekaligus menjadi bahan evaluasi untuk pengembangan kegiatan serupa di masa depan. Rata-rata nilai hasil dari *post test* dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Rata-rata Nilai *Post Test* Peserta Kegiatan Penggunaan Aplikasi *Google Maps* untuk Media Promosi.

No	Topik Soal	Persentase pemahaman peserta pelatihan		
		Sebelum	Sesudah	Persentase
1.	Pengetahuan dasar Aplikasi <i>Google Maps</i>	55	95	40%
2.	Penggunaan Aplikasi <i>Google Maps</i> untuk Media Promosi Usaha	35	90	55%
Rata-rata peningkatan				47,5%

Sumber: Data Primer Diolah

Setelah dilakukan *post test* terhadap peserta, hasil menunjukkan adanya peningkatan pemahaman yang signifikan mengenai aplikasi *Google Maps* dan pemanfaatannya untuk promosi usaha. Rata-rata peningkatan pengetahuan peserta mencapai angka yang cukup tinggi, yakni sebesar 47,5%. Peserta berhasil memahami secara lebih mendalam tentang berbagai fitur yang dimiliki oleh *Google Maps*, termasuk cara optimal untuk memanfaatkannya dalam strategi promosi usaha. Dengan pemahaman yang lebih baik terhadap aplikasi ini, peserta mampu menggali potensi-potensi yang dapat digunakan untuk meningkatkan eksposur dan visibilitas usaha mereka. Beberapa di antaranya mencakup optimalisasi informasi lokasi, penambahan foto dan ulasan, serta penggunaan fitur navigasi untuk memandu pelanggan menuju tempat usaha. Peningkatan pemahaman ini memberikan dampak positif terhadap efektivitas promosi usaha, memungkinkan peserta untuk lebih efisien dan efektif dalam memanfaatkan *Google Maps* sebagai alat pemasaran yang potensial dan berdaya saing.

### Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil *pre test* dan *post test*, menunjukkan peningkatan pengetahuan sebesar 47,5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan penggunaan *Google Maps* sebagai sarana media promosi telah berjalan dengan baik. Hasil ini menggambarkan efektivitas dari rancangan kegiatan yang telah direncanakan, di mana peserta berhasil meningkatkan pemahaman mereka terkait aplikasi tersebut. Peningkatan signifikan ini memberikan indikasi bahwa metode yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi dan pendampingan mampu memberikan dampak positif, mendukung peserta untuk lebih memahami dan mengoptimalkan penggunaan *Google Maps* dalam promosi usaha mereka. Kesimpulan ini mencerminkan kesuksesan implementasi program, serta



menegaskan pentingnya kegiatan sosialisasi yang terstruktur dan pendampingan yang mendalam untuk memastikan peningkatan pengetahuan dan pemanfaatan aplikasi secara maksimal.

### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada UMKM Bina Sejahtera Bersama Kabupaten Banjarnegara dan seluruh pihak yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan pengabdian masyarakat, khususnya sebagai peserta dalam sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan terkait optimalisasi penggunaan Aplikasi *Google Maps* sebagai media promosi. Keterlibatan dan antusiasme yang telah diperlihatkan oleh UMKM ini sungguh memperkaya kegiatan tersebut. Dengan kesungguhan dalam memahami dan menerapkan pengetahuan yang diperoleh, diharapkan UMKM Bina Sejahtera Bersama Kabupaten Banjarnegara dapat merasakan manfaat nyata dalam mempromosikan usahanya melalui *Google Maps*. Terima kasih atas kolaborasi yang baik, semoga penerapan strategi ini dapat membawa dampak positif dan mendukung pertumbuhan serta perkembangan UMKM di Kabupaten Banjarnegara.

### Referensi

- Andrew, N. S., & Matthew, Z. (2016). *Marketing Theory in the Digital Age: Rediscovering the Power of Brands*. United Kingdom: Oxford University Press.
- Ayuk, S. L., Novita, W., Nindita, M., Lucky, S., & Ardian, P. P. (2022). Penggunaan Aplikasi Google Maps dan Imooji Sebagai Media Promosi. *Dikmas: Jurnal Pendidikan Masyarakat dan Pengabdian*, 887-894.
- BPS Kabupaten Banjarnegara. (2023). *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Bbanjarnegara Menurut Lapangan Usaha*. Banjarnegara: Badan Pusat Statistik Kabupaten Banjarnegara.
- Dave, C., & Fiona, E.-C. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. United Kingdom: Pearson.
- Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah Provinsi Jawa Tengah. (2023). *Data UMKM Per Kab/Kota*. Semarang: Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah Provinsi Jawa Tengah.
- Google My Business. (2023, 01 01). *Google*. Retrieved from Google My Business: <https://www.google.com/business/>
- Rindiyani, Ahmad, K. N., & Winda, O. (2023). Penggunaan Aplikasi Google Maps Sebagai Media Promosi UMKM. *JERKIN*, 246-150.
- Sarno. (2021). Upaya Peningkatan Pengetahuan tentang Rencana Bisnis (Business Plan) Bagi Pelaku UMKM di Kabupaten Bbanjarnegara. *Indonesian Journal Of Community Service*, 148-155.