

Implementasi Google Business Profile untuk Optimalisasi Strategi Pemasaran UMKM di Era Digital

¹Danang Ary Dewangga*

Program Studi Bisnis Digital, FEB,
Universitas Negeri Surabaya, Jalan
Ketintang 6021, Indonesia
danangdewangga@unesa.ac.id

²Ika Diyah Candra Arifah

Program Studi Bisnis Digital,
FEB, Universitas Negeri
Surabaya, Jalan Ketintang 6021,
Indonesia
ikaarifah@unesa.ac.id

³Nadia Nur Thahirrah

Program Studi Bisnis Digital, FEB,
Universitas Negeri Surabaya, Jalan
Ketintang 6021, Indonesia
nadiathahirrah@unesa.ac.id

⁴Ratih Amelia

Program Studi Bisnis Digital, FEB,
Universitas Negeri Surabaya, Jalan
Ketintang 6021, Indonesia
ratihamelia@unesa.ac.id

⁵Fresha Kharisma

Program Studi Bisnis Digital, FEB,
Universitas Negeri Surabaya, Jalan
Ketintang 6021, Indonesia
freshakharisma@unesa.ac.id

Abstract

Digital marketing visibility remains a major challenge for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia, as most business actors still rely on conventional promotion methods and have not optimized online platforms to reach potential customers. This Community Service Program was conducted for 51 MSMEs affiliated with the Paguyuban Ngoro Apik in Mojokerto Regency, Indonesia, with the objective of strengthening digital marketing capacity through the implementation and optimization of Google Business Profile (GBP). The program employed a participatory approach consisting of needs assessment, problem analysis, development of a practical training module, hands-on training, implementation assistance, and monitoring and evaluation. The 51 participating MSMEs were guided through business profile registration, completion of business information, photo and product catalog management, and strategies for obtaining and responding to customer reviews. The results show that participants were able to register and optimize their Google Business Profile, along with an improvement in participants' understanding of the importance of online visibility and reputation management. The implementation of GBP also expanded local market reach, accelerated interaction with prospective customers, and strengthened brand reputation. These findings indicate that Google Business Profile optimization can serve as a practical and low-cost solution to support the digital transformation of MSME marketing toward a more professional, effective, and sustainable model.

Keywords: MSMEs, Google Business Profile, digital marketing, business visibility, digital transformation

Abstrak

Visibilitas pemasaran digital masih menjadi tantangan utama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, karena sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan metode promosi konvensional dan belum mengoptimalkan platform daring untuk menjangkau calon pelanggan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada 51 UMKM anggota Paguyuban Ngoro Apik di Kabupaten Mojokerto dengan tujuan meningkatkan kapasitas pemasaran digital pelaku usaha melalui implementasi dan optimalisasi Google Business Profile (GBP). Metode yang digunakan meliputi identifikasi kebutuhan, analisis permasalahan pemasaran, penyusunan modul pelatihan praktis, pelaksanaan pelatihan, praktik dan pendampingan implementasi, serta monitoring dan evaluasi. Peserta dibimbing mulai dari pendaftaran profil bisnis, pengisian informasi usaha, pengelolaan foto dan katalog produk, hingga strategi mendapatkan dan merespons ulasan pelanggan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa 51 UMKM peserta pelatihan dibimbing untuk mendaftarkan dan mengoptimalkan profil bisnis mereka pada Google Business Profile, serta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai pentingnya visibilitas dan pengelolaan reputasi daring, sebagaimana tercermin dari tingginya partisipasi peserta pada sesi diskusi dan praktik langsung selama pelatihan. Implementasi GBP juga memperluas jangkauan pasar lokal, mempercepat interaksi dengan calon pelanggan, dan memperkuat reputasi merek usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa optimalisasi Google Business Profile dapat menjadi solusi praktis dan hemat biaya untuk mendukung transformasi digital pemasaran UMKM menuju tata kelola promosi yang lebih profesional, efektif, dan berkelanjutan.

Kata kunci: UMKM, Google Business Profile, pemasaran digital, visibilitas usaha, transformasi digital.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian lokal di Indonesia, termasuk di Kabupaten Mojokerto. Paguyuban Ngoro Apik menjadi wadah bagi pelaku UMKM lintas sektor produktif seperti kuliner, jasa, perdagangan, dan industri rumahan yang memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, pemberdayaan masyarakat, serta peningkatan kesejahteraan di wilayah Ngoro dan sekitarnya. Produk dan layanan yang dihasilkan anggota paguyuban umumnya memiliki kualitas yang baik dan peluang pasar yang luas, namun potensi tersebut belum sepenuhnya dioptimalkan, terutama dalam aspek pemasaran digital.

Secara umum, aktivitas pemasaran yang dilakukan mitra masih didominasi oleh metode konvensional, seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Kondisi ini sejalan dengan temuan berbagai studi yang menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM di Indonesia masih berada pada tahap awal adopsi pemasaran digital dan belum mengintegrasikannya secara menyeluruh ke dalam strategi bisnis (Purwana dkk., 2017; Pradiani, 2018). Padahal, pemanfaatan *digital marketing* yang efektif terbukti mampu meningkatkan *brand awareness*, jangkauan pasar, dan kinerja penjualan UMKM secara signifikan (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022).

Berdasarkan hasil identifikasi awal tim PKM, dari total UMKM mitra Paguyuban Ngoro Apik, tercatat 23 UMKM belum memiliki Google Business Profile dan 10 UMKM masih mengandalkan pemasaran konvensional seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Salah satu tantangan spesifik yang dihadapi pelaku UMKM sektor jasa dan industri rumahan di Paguyuban Ngoro Apik adalah rendahnya visibilitas usaha pada mesin pencari dan peta digital. Sebagian besar mitra belum memanfaatkan Google Business Profile (sebelumnya dikenal sebagai Google My Business) sebagai sarana untuk memperkuat kehadiran usaha secara daring, mengelola reputasi melalui ulasan pelanggan, serta meningkatkan peluang ditemukan oleh calon konsumen melalui pencarian lokal (*local search*). Padahal, keberadaan profil bisnis yang lengkap dan terverifikasi pada platform ini terbukti berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan efektivitas promosi usaha berbasis Lokasi (Iskandar, 2025).

Permasalahan ini diperparah oleh rendahnya literasi digital pelaku UMKM secara umum, keterbatasan keterampilan dalam mengelola akun bisnis digital, serta belum adanya perencanaan pemasaran digital yang terstruktur dan berkelanjutan. Pelaku UMKM umumnya belum memahami pentingnya *branding*, pengelolaan reputasi daring, dan optimalisasi profil bisnis sebagai bagian dari strategi pemasaran (Parawangsa dkk., 2024). Sementara itu, literasi digital dan kemampuan menerapkan strategi pemasaran digital terbukti berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha dan keberlanjutan UMKM (Rachmadana dkk., 2024; Yulian dkk., 2026).

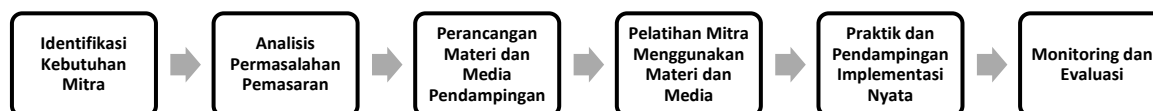
Berdasarkan kondisi tersebut, tim pelaksana memandang perlu dilakukan program pendampingan yang berfokus pada pemanfaatan Google Business Profile sebagai strategi pemasaran digital bagi UMKM Paguyuban Ngoro Apik Mojokerto. Melalui optimalisasi profil bisnis pada Google, mulai dari pengisian informasi usaha yang lengkap, pengelolaan foto dan deskripsi produk, hingga strategi mendapatkan dan merespons ulasan pelanggan, pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan visibilitas digital, memperkuat kepercayaan konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta pada akhirnya mendorong peningkatan penjualan dan daya saing usaha secara berkelanjutan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini secara khusus bertujuan untuk: (1) meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai konsep dan manfaat Google Business Profile sebagai sarana pemasaran digital; (2) mendampingi mitra dalam pembuatan dan optimalisasi profil bisnis pada platform tersebut; serta (3) membekali mitra dengan keterampilan pengelolaan reputasi digital dan evaluasi sederhana atas efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan.

METODE

Kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui pendekatan pelatihan partisipatif dan pendampingan implementasi Google Business Profile pada usaha anggota paguyuban UMKM. Metode yang digunakan terdiri atas beberapa tahapan yang saling terintegrasi sebagaimana ditunjukkan pada alur berikut.

Peserta pelatihan dipilih dengan kriteria: (1) merupakan anggota aktif Paguyuban Ngoro Apik Kabupaten Mojokerto; (2) usaha telah berjalan secara aktif; (3) belum memiliki atau belum mengoptimalkan Google Business Profile; dan (4) bersedia mengikuti seluruh rangkaian pelatihan dan pendampingan hingga tahap monitoring dan evaluasi.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Tahap 1: Identifikasi Kebutuhan Mitra

Tim PKM melakukan observasi dan diskusi dengan pelaku UMKM untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi mitra dalam pemasaran digital usahanya. Fokus identifikasi meliputi kinerja bisnis mereka saat ini, kendala dalam pengelolaan bisnis, jangkauan pemasaran produk mereka dan media yang digunakan untuk mempromosikan barang atau jasa yang dimiliki.

Tahap 2: Analisis Permasalahan Pemasaran

Hasil identifikasi kebutuhan selanjutnya dianalisis oleh tim PKM untuk merumuskan akar permasalahan pemasaran yang dihadapi mitra, seperti rendahnya visibilitas usaha pada mesin pencari dan peta digital, minimnya pemanfaatan Google Business Profile, serta keterbatasan literasi digital dalam mengelola reputasi dan interaksi dengan pelanggan secara daring. Hasil analisis ini menjadi dasar penentuan prioritas materi dan strategi pendampingan yang paling relevan dengan kebutuhan mitra.

Tahap 3: Perancangan Materi dan Media Pendampingan

Berdasarkan hasil identifikasi dan analisis permasalahan, tim menyusun sebuah modul pelatihan praktis yang didalamnya terdiri dari tahapan dalam proses pendaftaran Google Business Profile, pengisian informasi penting, rekomendasi konten yang perlu ada di profil, deskripsi produk yang dijual, penulisan lokasi tempat usaha hingga pengukuran kinerja Google Business Profile. Modul dan media pendampingan ini dirancang untuk membantu mitra mengimplementasikan dan mengoptimalkan pemasaran usahanya melalui Google.

Tahap 4: Pelatihan Mitra Menggunakan Materi dan Media

Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk penyampaian materi mengenai:

1. Pentingnya pemasaran digital bagi UMKM.
2. Identifikasi permasalahan pemasaran.
3. Pengimplementasian Google Business Profile.
4. Optimalisasi Google Business Profile.
5. Pengukuran kinerja Google Business Profile.

Tahap 5: Praktik dan Pendampingan Implementasi Nyata

Peserta melakukan praktik langsung dengan mendaftar ke situs Google Business Profile, kemudian dilanjutkan dengan pengisian profil bisnis mereka pada situs. Setelah informasi bisnis selesai

dilengkapi peserta diminta untuk mencari foto menarik terkait dengan usaha mereka untuk diunggah ke situs sehingga membuat tampilan terkesan lebih terpercaya. Tim PKM memberikan pendampingan teknis dan juga memberikan rekomendasi perbaikan selama proses implementasi dilakukan.

Tahap 6: Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui observasi langsung pada Google untuk memastikan usaha mitra yang sudah mendaftar telah terindeks, serta melalui kuesioner pemahaman yang diisi peserta sebelum (*pretest*) dan sesudah (*posttest*) pelatihan. Peningkatan pemahaman peserta dianalisis menggunakan N-Gain Score (Hake, 1998) untuk mengetahui besarnya peningkatan pemahaman dan kemampuan peserta dalam pemasaran digital setelah mengikuti pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Kegiatan pengabdian berupa pelatihan ini diikuti oleh banyak pelaku UMKM dari berbagai bidang mulai dari makanan & minuman, penyedia jasa, manufaktur furniture, pertanian & peternakan hingga fashion. Semua UMKM ini memiliki kebutuhan dalam pengelolaan pemasaran dan penggunaan media digital untuk promosinya. Sehingga materi yang diberikan mencakup konsep dasar manajemen pemasaran digital, implementasi Google Business Profile untuk media promosinya, pemanfaatan teknologi digital pendukung, dan pengukuran kinerja Google Business Profile.

Tabel 1. Karakteristik peserta pelatihan berdasarkan bidang usaha

No	Bidang Usaha	Jumlah Peserta	Persentase (%)
1	Makanan & Minuman	43	84,3
2	Penyedia Jasa	2	3,9
3	Manufaktur Furniture	1	2,0
4	Pertanian & Peternakan	2	3,9
5	Fashion	3	5,9
	Total	51	100



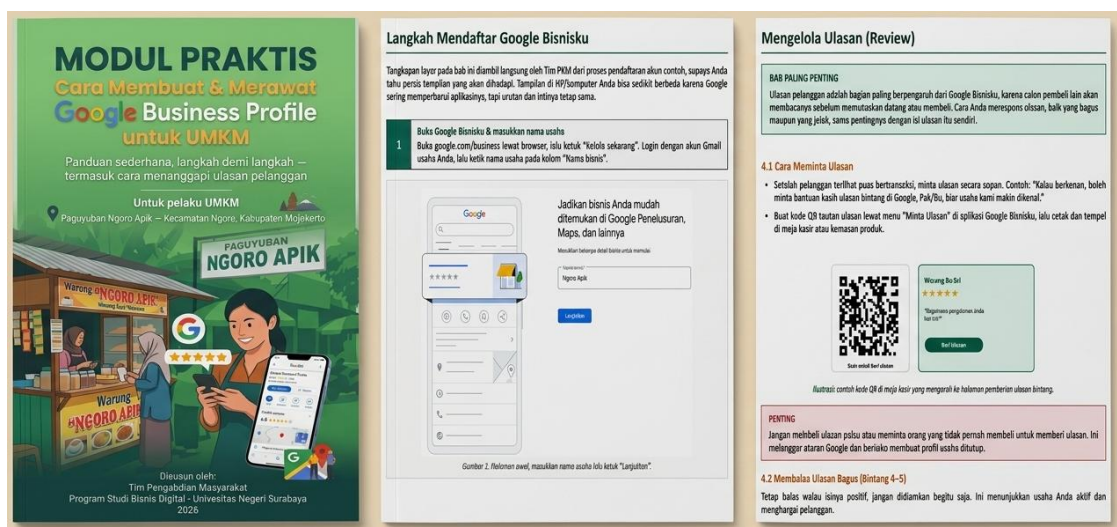
Gambar 2. Pelaksanaan pelatihan pemasaran digital pada paguyuban Ngoro Apik

Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama pelatihan dan pendampingan berlangsung. Antusiasme tersebut diukur melalui beberapa indikator, yaitu tingkat kehadiran peserta pada setiap sesi, intensitas diskusi dan tanya jawab langsung setelah materi disampaikan, serta kesediaan peserta mempraktikkan langsung pendaftaran dan pengisian profil bisnis pada perangkat masing-masing. Sebagian besar peserta yang sebelumnya masih menggunakan media pemasaran tradisional seperti banner dan dari mulut ke mulut, merasa mendapatkan Solusi yang praktis untuk meningkatkan kinerja pemasarannya. Harapannya usaha mereka mendapatkan jangkauan pasar yang lebih luas dan beragam.

Modul Implementasi dan Optimalisasi Google Business Profile

Modul pelatihan Implementasi dan Optimalisasi Google Business Profile (GBP) untuk UMKM ini disusun dalam tujuh bab yang saling berurutan, dengan nama produk yang ditampilkan pada aplikasi sebagai "Google Bisnisku". Modul diawali dengan Bab 1 (Persiapan Sebelum Mendaftar) dan Bab 2 (Langkah Mendaftar Google Bisnisku), yang membekali pelaku usaha mengenai pentingnya kehadiran digital di Google Maps. Pada bagian ini, peserta dipandu melewati tahap demi tahap pendaftaran akun, mulai dari penyiapan dokumen, penentuan kategori usaha yang relevan, hingga penyetelan titik lokasi secara akurat. Langkah-langkah verifikasi fisik seperti pembuatan rekaman video kondisi toko juga dijelaskan secara gamblang agar profil terverifikasi dengan lancar.

Bab 3 (Melengkapi Profil Supaya Menarik) berfokus pada optimalisasi informasi dan pengelolaan visual, di mana peserta dilatih melengkapi identitas utama bisnis (*Name, Address, Phone*) serta jam operasional secara presisi. Peserta diajarkan cara menyusun deskripsi bisnis yang menarik, mengunggah foto tampilan toko yang bersih dan terang, serta menyusun katalog produk dan layanan secara transparan. Pengaturan visual ini dirancang agar profil usaha terlihat profesional, tepercaya, dan ramah terhadap algoritma pencarian Google.



Gambar 3. Cuplikan dari modul pelatihan

Guna mempercepat proses belajar, seluruh materi dalam modul ini dirancang dengan Pendekatan Visual Berbasis Ilustrasi. Modul dilengkapi dengan *screenshot* panduan tiap langkah, infografis alur kerja, diagram petunjuk tombol aplikasi, hingga contoh visual komparasi antara foto produk yang ideal dan kurang tepat. Kehadiran ilustrasi petunjuk ini memudahkan peserta dari berbagai tingkat literasi digital untuk langsung mempraktikkan materi secara mandiri tanpa kebingungan.

Bab 4 (Mengelola Ulasan) dan Bab 5 (Memahami Performa Profil) membahas strategi mengumpulkan ulasan bintang lima menggunakan cetakan Kode QR di area kasir serta etika merespons ulasan pelanggan secara bijak. Peserta juga diajarkan cara menjaga keaktifan profil melalui fitur pembaruan berkala, serta cara membaca data *Performance Insights* sebagai dasar evaluasi strategi pemasaran bisnis ke depan.

Modul ini diakhiri dengan Bab 6 (Tips Menjaga Profil Tetap Aktif), yang membagikan rutinitas mingguan sederhana berdurasi 10–15 menit agar profil bisnis tetap aktif dan lebih sering muncul pada hasil pencarian, serta Bab 7 (Menghubungkan dengan Media Sosial dan Aplikasi Pesan-Antar), yang membahas integrasi Google Bisnisku dengan Instagram dan TikTok untuk memperkuat citra usaha, serta kerja sama dengan aplikasi pesan-antar seperti GoFood dan ShopeeFood untuk memperluas kanal penjualan mitra.

Berdasarkan hasil implementasi, profil bisnis pada Google Business Profile memberikan kemudahan bagi pemilik UMKM dalam menampilkan informasi usaha, foto, dan katalog produk secara lebih rapi dan mudah diakses dibandingkan metode promosi konvensional. Informasi kinerja usaha yang sebelumnya tidak terpantau kini dapat dilihat secara *real-time* melalui fitur *Performance Insights* pada Google Business Profile, seperti jumlah pencarian, panggilan telepon, dan permintaan petunjuk arah.

Peningkatan Efektivitas Pemasaran

Penggunaan modul pelatihan Google Business Profile memberikan beberapa manfaat utama bagi UMKM, antara lain:

1. **Peningkatan Visibilitas dan Aksesibilitas Usaha:** Informasi lokasi fisik, kontak, dan jam operasional terindeks secara presisi di Google Maps dan pencarian lokal, memudahkan calon pelanggan menemukan bisnis saat mencari produk atau layanan terkait.
2. **Penguatan Identitas dan Citra Merek (*Branding*):** Pengelolaan profil yang rapi, lengkap dengan deskripsi usaha yang menarik serta pameran katalog produk dan foto tempat usaha berkualitas tinggi, membangun kesan profesional dan terpercaya di mata konsumen.
3. **Peningkatan Interaksi dan Loyalitas Pelanggan:** Fitur ulasan (*review*), pesan langsung, dan unggahan pembaruan (*updates*) berkala memungkinkan pemilik usaha berkomunikasi dua arah, merespons masukan pelanggan, dan membangun reputasi daring yang positif.
4. **Efisiensi Strategi Promosi Digital:** Pemanfaatan tautan singkat, cetakan Kode QR untuk ulasan, serta pembaruan promosi dapat dijalankan tanpa biaya iklan tambahan, menjadikan aktivitas pemasaran hemat biaya namun berdampak langsung pada calon pembeli terdekat.
5. **Pengambilan Keputusan Pemasaran Berbasis Data:** Melalui fitur analitik (*Performance Insights*), UMKM dapat memantau kata kunci pencarian yang paling sering digunakan konsumen, jumlah panggilan telepon, serta rute petunjuk arah untuk mengevaluasi dan menyempurnakan strategi pemasaran selanjutnya.

Dampak Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan kapasitas pemasaran digital para pelaku UMKM yang menjadi mitra. Melalui rangkaian pendampingan yang dilakukan, peserta tidak hanya memahami arti penting visibilitas usaha di ranah daring, tetapi juga memperoleh keterampilan teknis dalam mengelola dan mengoptimalkan fitur-fitur pada Google Business Profile guna menunjang aktivitas operasional usaha sehari-hari.

Pada tataran yang lebih luas, penerapan profil digital yang tertata dengan baik terbukti membantu memperluas jangkauan pasar lokal, mempercepat proses interaksi dengan calon pelanggan, sekaligus memperkuat reputasi merek usaha di mata publik. Lebih jauh, pemanfaatan platform digital tersebut turut mendorong terjadinya transformasi dalam pola pemasaran UMKM, dari yang semula bersifat konvensional menuju tata kelola promosi yang lebih profesional, efektif, dan berkelanjutan. Keberlanjutan dampak ini diharapkan dapat terus dirasakan mitra sekalipun kegiatan pendampingan telah berakhir, mengingat kemampuan yang telah diperoleh bersifat aplikatif dan dapat diterapkan secara mandiri dalam pengelolaan usaha ke depannya.

Hasil Evaluasi Pemahaman Peserta (Pretest-Posttest)

Untuk mengetahui besarnya peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan, tim PKM memberikan kuesioner pemahaman kepada 51 peserta sebelum (*pretest*) dan sesudah (*posttest*) pelatihan. Kuesioner terdiri atas 10 butir pertanyaan yang mewakili lima materi pelatihan, yaitu (1) konsep dan manfaat Google Business Profile, (2) identifikasi permasalahan pemasaran, (3) pendaftaran

dan pengisian profil bisnis, (4) optimalisasi profil (foto, katalog, dan pengelolaan ulasan), serta (5) pengukuran kinerja melalui *Performance Insights*, dengan dua butir soal untuk setiap materi. Skor jawaban benar dikonversi ke skala 0–100, kemudian peningkatan pemahaman dihitung menggunakan rumus N-Gain Score (Hake, 1998): $N-Gain = (Skor\ Posttest - Skor\ Pretest) / (100 - Skor\ Pretest)$. Nilai N-Gain dikategorikan tinggi ($g \geq 0,7$), sedang ($0,3 \leq g < 0,7$), atau rendah ($g < 0,3$).

Tabel 2. Hasil *pretest*, *posttest*, dan N-Gain Score pemahaman peserta

Indikator	Rata-rata Pretest	Rata-rata Posttest	N-Gain	Kategori
Konsep dan manfaat Google Business Profile	56,86	90,20	0,77	Tinggi
Identifikasi permasalahan pemasaran	58,82	88,24	0,71	Tinggi
Pendaftaran dan pengisian profil bisnis	45,10	86,27	0,75	Tinggi
Optimalisasi profil (foto, katalog, ulasan)	43,14	84,31	0,72	Tinggi
Pengukuran kinerja (<i>Performance Insights</i>)	35,29	78,43	0,67	Sedang
Rata-rata Keseluruhan	47,84	85,49	0,72	Tinggi

Nilai N-Gain pada Tabel 2 menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan implementasi Google Business Profile memberikan peningkatan pemahaman dengan kategori tinggi (rata-rata N-Gain 0,72) pada empat dari lima indikator materi, dan kategori sedang pada indikator pengukuran kinerja melalui *Performance Insights*, yang merupakan materi paling teknis dan baru bagi sebagian besar peserta.

PENUTUP

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan dan pendampingan implementasi Google Business Profile menunjukkan peningkatan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM Paguyuban Ngoro Apik dalam mengelola pemasaran digital, dengan rata-rata N-Gain Score sebesar 0,72 (kategori tinggi) pada evaluasi *pretest-posttest* peserta (Tabel 2). Modul yang dikembangkan mampu memandu peserta secara bertahap, mulai dari pendaftaran dan pengisian profil bisnis, pengelolaan foto dan katalog produk, hingga strategi pengelolaan ulasan dan evaluasi kinerja profil. Implementasi Google Business Profile terbukti memberikan manfaat berupa peningkatan visibilitas dan aksesibilitas usaha, penguatan citra merek, peningkatan interaksi dengan pelanggan, efisiensi biaya promosi, serta dukungan terhadap pengambilan keputusan pemasaran berbasis data. Kegiatan ini turut mendorong perubahan pola pikir mitra dari pemasaran konvensional menuju pemasaran digital yang lebih terstruktur. Ke depan, pendampingan dapat dilanjutkan dengan pelatihan lanjutan pada platform digital lain seperti media sosial dan marketplace, serta pendampingan berkelanjutan dalam pengelolaan *Performance Insights*, sehingga UMKM Paguyuban Ngoro Apik mampu meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice*. Pearson Education.
- [2]. Hake, R. R. (1998). Interactive-engagement versus traditional methods: A six-thousand-student survey of mechanics test data for introductory physics courses. *American Journal of Physics*, 66(1), 64–74. <https://doi.org/10.1119/1.18809>
- [3]. Iskandar, I. (2025). Strategi optimalisasi Google My Business (GMB) dalam meningkatkan daya saing digital UMKM di Kelurahan Kampung Baru Kota Medan. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(1), 197–205.
- [4]. Parawangsa, I., Santi, I. N., Parani, S. B., & Lamusa, F. (2024). Eksplorasi faktor penghambat adopsi digital marketing pada UMKM di Kota Palu. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 21(2), 207–222. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/article/view/15036>.
- [5]. Pradiani, T. (2018). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan UMKM. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 12(2), 46–53.
- [6]. Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1), 1–17.
- [7]. Rachmadana, S. L., Pahmi, Sabaria, Hamsiah, & De Fretes, I. (2024). Digital marketing literacy to sustain MSME businesses in Southwest Papua. *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi*, 15(1), 44–55. <https://doi.org/10.18196/jbti.v15i1.20826>.
- [8]. Yulian, T. N., Mudiharso, W., & Susilawati. (2026). Pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap peningkatan penjualan UMKM di Indonesia: Systematic literature review. *JERKIN: Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(3), 21075–21085. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5735>.