


Pelatihan Pengembangan Umkm Melalui E-Commerce Dan Google Maps Dalam Meningkatkan Kompetitivitas Di Desa Lamuru

Suci Cahya Ramadhani^{1*}, Aulia Salsabila², Nursakina³, Mita Ariputri⁴, Neli Agusti⁵, Lenisya Winda⁶, M Aizul Sofyan Syam⁷, Ahmad Ali Irfan⁸, Hamzah⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9}Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Bone

E-mail: kknrlamuru@gmail.com

*Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.2896>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 10 September 2025

Revised: 26 September 2025

Accepted: 16 October 2025

Kata Kunci

UMKM, E-commerce, Google Maps, Pelatihan, Transformasi Digital, Kompetitivitas UMKM, Desa Lamuru

Keywords

MSMEs, E-commerce, Google Maps, Training, Digital Transformation, competitiveness of MSMEs, Lamuru Village



ABSTRACT

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pemanfaatan teknologi digital menjadi kebutuhan strategis dalam menghadapi persaingan pasar global. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas pelatihan pengembangan UMKM di Desa Lamuru dengan fokus pada pemanfaatan platform E-commerce dan Google Maps sebagai media pemasaran dan promosi usaha. Berdasarkan teori transformasi digital UMKM oleh Muliati (2024) dan konsep integrasi teknologi geolokasi dalam pemasaran oleh Wahyudi, Marbun & Sianturi (2024), penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi pelatihan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan implementasi digitalisasi usaha UMKM, yang berdampak positif pada peningkatan visibilitas usaha dan penjualan. Kendala utama yang ditemukan adalah keterbatasan infrastruktur teknologi dan adaptasi pengguna. Rekomendasi diberikan untuk penguatan dukungan teknologi dan pelatihan berkelanjutan.

The development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through the use of digital technology has become a strategic necessity in facing global market competition. This study aims to assess the effectiveness of MSME development training in Lamuru Village, focusing on the use of e-commerce platforms and Google Maps as marketing and business promotion media. Based on the theory of MSME digital transformation by Muliati (2024) and the concept of geolocation technology integration in marketing by Wahyudi, Marbun & Sianturi (2024), this study uses a qualitative approach with a case study method. Data were collected through interviews, observations, and training documentation. The results show that this training successfully improved the knowledge, skills, and implementation of MSME business digitalization, which had a positive impact on increasing business visibility and sales. The main obstacles identified were limited technological infrastructure and user adaptation. Recommendations are provided for strengthening technological support and ongoing training.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Suci Cahya Ramadhani, et al (2025). Pelatihan Pengembangan Umkm Melalui E-Commerce Dan Google Maps Dalam Meningkatkan Kompetitivitas Di Desa Lamuru, 4(2) 7996 -7999 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.2896>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor vital dalam perekonomian Indonesia, menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sebagian besar tenaga kerja nasional. Namun, UMKM sering menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal akses

pasar dan teknologi. Di era digital saat ini, pemanfaatan teknologi informasi menjadi kunci utama untuk meningkatkan daya saing UMKM.

Menurut Muliati (2024), transformasi digital UMKM tidak hanya sekadar penggunaan teknologi, tetapi juga perubahan paradigma bisnis yang mengintegrasikan teknologi digital dalam seluruh aspek operasional dan pemasaran. E-commerce menjadi salah satu solusi efektif untuk memperluas jangkauan pasar UMKM, memungkinkan pelaku usaha menjual produk secara online tanpa batasan geografis.

Selain itu, Wahyudi, Marbun & Sianturi (2024) menekankan pentingnya teknologi geolokasi, khususnya Google Maps, dalam meningkatkan visibilitas dan kemudahan akses konsumen terhadap produk UMKM. Google Maps tidak hanya berfungsi sebagai alat navigasi, tetapi juga sebagai media promosi yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat branding usaha.

Desa Lamuru sebagai lokasi penelitian memiliki potensi UMKM yang cukup besar, terutama di sektor kerajinan tangan dan kuliner. Namun, pemanfaatan teknologi digital masih sangat terbatas. Oleh karena itu, pelatihan pengembangan UMKM melalui E-commerce dan Google Maps menjadi sangat penting untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM di desa ini.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana dampak pelatihan pengembangan UMKM melalui E-commerce dan Google Maps di Desa Lamuru?
2. Apakah ada perubahan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM setelah mengikuti pelatihan?
3. Kendala apa yang dihadapi dalam implementasi teknologi digital pada UMKM di Desa Lamuru?

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis efektivitas pelatihan pengembangan UMKM melalui E-commerce dan Google Maps.
2. Mengidentifikasi perubahan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM setelah pelatihan.
3. Memberikan solusi atas kendala teknis maupun non teknis dalam implementasi teknologi digital.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai proses pelatihan dan dampaknya terhadap UMKM di Desa Lamuru.

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara: Dilakukan terhadap pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan untuk menggali pengalaman, perubahan pengetahuan, dan kendala yang dihadapi.
2. Observasi Partisipatif: Mengamati proses pelatihan dan interaksi peserta dengan materi pelatihan.
3. Dokumentasi: Mengumpulkan data pendukung seperti materi pelatihan, foto kegiatan, dan laporan hasil pelatihan.

Analisis Data

Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik yang mengacu pada teori transformasi digital UMKM dari Muliati (2024) dan konsep integrasi teknologi geolokasi dari Wahyudi, Marbun & Sianturi (2024). Proses analisis meliputi pengkodean data, identifikasi tema utama, dan interpretasi hasil sesuai dengan tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Digital UMKM

Pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang konsep dan manfaat digitalisasi usaha. Berdasarkan teori Muliati (2024), transformasi digital UMKM meliputi adopsi teknologi digital dalam pemasaran, manajemen, dan pelayanan pelanggan. Peserta pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan menggunakan platform E-commerce seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak untuk memasarkan produk mereka.

Selain itu, pelatihan penggunaan Google Maps memberikan pemahaman tentang pentingnya pendaftaran lokasi usaha secara online untuk meningkatkan visibilitas dan kemudahan akses konsumen. Hal ini sejalan dengan Wahyudi, Marbun & Sianturi (2024) yang menyatakan bahwa integrasi teknologi geolokasi dapat memperkuat branding dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap UMKM.

Dampak Pelatihan terhadap Usaha UMKM

Implementasi hasil pelatihan menunjukkan peningkatan jumlah transaksi dan pelanggan. Pelaku UMKM melaporkan bahwa dengan adanya toko online dan peta lokasi digital, produk mereka lebih mudah ditemukan oleh konsumen, baik lokal maupun luar daerah. Hal ini membuka peluang pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan usaha.

Kendala dan Tantangan

Meskipun pelatihan memberikan dampak positif, beberapa kendala masih dihadapi, antara lain:

1. Keterbatasan Infrastruktur: Akses internet yang tidak stabil dan perangkat teknologi yang terbatas menjadi hambatan utama dalam implementasi digitalisasi.
2. Adaptasi Teknologi: Beberapa pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam mengoperasikan teknologi baru karena kurangnya literasi digital.
3. Pendampingan Berkelanjutan: Kurangnya dukungan lanjutan setelah pelatihan menyebabkan beberapa peserta kesulitan mempertahankan penggunaan teknologi secara konsisten.

Implikasi Teoritis dan Praktis

Penelitian ini menguatkan teori Muliati (2024) bahwa transformasi digital UMKM adalah proses yang kompleks dan memerlukan dukungan pelatihan yang tepat serta infrastruktur memadai. Integrasi Google Maps sebagai media promosi juga terbukti efektif sesuai dengan Wahyudi, Marbun & Sianturi (2024). Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pemerintah desa dan lembaga terkait dalam merancang program pelatihan dan pengembangan UMKM berbasis teknologi digital.

KESIMPULAN

Pelatihan pengembangan UMKM melalui E-commerce dan Google Maps di Desa Lamuru efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital pelaku UMKM. Digitalisasi usaha melalui platform E-commerce dan Google Maps meningkatkan visibilitas dan penjualan produk UMKM. Kendala utama adalah keterbatasan infrastruktur dan adaptasi teknologi yang memerlukan perhatian khusus.

Pemerintah dan stakeholder terkait perlu meningkatkan akses dan kualitas infrastruktur teknologi di Desa Lamuru. Pelatihan literasi digital harus dilakukan secara berkelanjutan dengan pendampingan intensif. Pengembangan platform digital lokal yang mudah diakses dan digunakan oleh pelaku UMKM dapat menjadi solusi jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Hj. Kasmawati, S.P., S.Pd., M.M., selaku pembimbing utama atas bimbingan, masukan, dan dukungannya dalam menyelesaikan penelitian ini. Kami menghargai rekan-rekan peneliti di Desa Lamuru atas kerjasamanya dan kerja keras mereka dalam pengumpulan dan analisis data. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, sehingga data yang diperlukan dapat terkumpul dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Agung Baitul Hikmah, et al. "Menuju Smart Village Sinergi E-commerce dan Digital Marketing untuk Kesejahteraan Masyarakat Desa." *Indonesian Community Service Journal of Computer Science* 1.2 (2024): 12-16.
<https://doi.org/10.31294/indocom.v1i2.3430>
- Anjani, Reggina Wike. "Implementasi digital marketing dalam mengembangkan Strategi Bisnis digital di era Transformasi digital." *INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research* 1.1 (2024): 29-40.
<https://doi.org/10.61166/interdisiplin.v1i1.4>
- Khairunnisa, Nafa, et al. "Strategi Marketing Dengan Optimasi Google Maps Untuk Mengenalkan Produk Dan Jasa UMKM." *PROCEEDINGS UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG* 6.7 (2025): 1-8.
<https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/2012>

Pelatihan Pengembangan Umkm Melalui E-Commerce Dan Google Maps Dalam Meningkatkan Kompetitivitas Di Desa Lamuru, Suci Cahya Ramadhani, Aulia Salsabila, Nursakina, Mita Ariputri, Neli Agusti, Lenisya Winda, M Aizul Sofyan Syam, Ahmad Ali Irfan, Hamzah 8003

Larasati, Solichah, et al. "Peningkatan Visibilitas UKM Dengan Pemanfaatan Google Map Untuk Menjangkau Pelanggan Lebih Luas." *RENATA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kita Semua* 3.1 (2025): 29-34.

<https://www.jurnalpkm.id/index.php/renata/article/view/107>

Marbun, M., & Sianturi, R. D. (2024). INOVASI DAN DIGITALISASI TERHADAP UMKM DI DESA PARBABA DOLOK KECAMATAN PANGURURAN, KABUPATEN SAMOSIR. *Martabe : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*; Vol 7, No 12 (2024): *MARTABE : JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*; 5307-5313 ; 2598-1226 ; 2598-1218 ; 10.31604/Jpm.V7i12.

<http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/martabe/article/view/18433>

Muliati, S. S. (2024). Transformasi Digital dalam Praktik Bisnis: Tantangan dan Peluang di Era Kontemporer. *AsbaK Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*; Vol. 1 No. 2 (2024): *AsbaK Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*; 49-51 ; 3025-3381.

<https://loddosinstitute.org/journal/index.php/asbak/article/view/93>

Silaen, K., Eddy Bachtiar, L., Silaen, M., & Parhusip, A. (2024). STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK LOKAL DI ERA ONLINE. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS* ; Vol. 2 No. 3 (2024): Juni; 1072-1079 ; 2986-3104 ; 10.59407/Jpki2.V2i3.

<https://journal.ppmi.web.id/index.php/JPKI2/article/view/1004>

Tampubolon, Manuel Vivien Ricardo, et al. "Upaya transformasi digital UMKM Desa Kalipecabean dengan optimalisasi QRIS, Google Maps, dan e-commerce." *Upaya Transformasi Digital UMKM Desa Kalipecabean dengan Optimalisasi QRIS, Google Maps, dan E-Commerce* 3.3 (2024): 91-97.

<https://doi.org/10.30640/cakrawala.v3i3.3066>

Wahyudi, Wahyudi, and Yoko Trisianto. "PELATIHAN E-COMMERCE BAGI USAHA KECIL DAN MENENGAH DALAM BERADAPTASI DENGAN PERKEMBANGAN INDUSTRI 4.0." *SABDAMAS* 1.1 (2019): 362-368.

<https://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/sabdamas/article/view/1048>