

Digitalisasi Profil Bisnis dan Titik Lokasi UMKM melalui Google Maps di Kelurahan Minangae, Kecamatan Sajoanging, Kabupaten Wajo

Andi Sumangelipu¹, Andi Prayudhi Fadhillah², Suharjum³,
Andi Nurmala Syarih⁴, Nur Winda⁵

^{1,2,3,4,5}Institut Ilmu Hukum dan Ekonomi Lamaddukelleng

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat di tingkat lokal. Namun, sebagian UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperkenalkan usaha, produk, dan lokasi bisnis kepada calon konsumen. Salah satu bentuk digitalisasi yang relatif mudah diterapkan adalah pemanfaatan Google Maps melalui Google Business Profile. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keberadaan digital UMKM di Kelurahan Minangae, Kecamatan Sajoanging, Kabupaten Wajo melalui pembuatan profil bisnis dan titik lokasi usaha pada Google Maps. Kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif melalui tahapan identifikasi UMKM, observasi lapangan, pendataan informasi usaha, sosialisasi, praktik langsung pembuatan profil bisnis, penentuan titik lokasi, serta pendampingan. Informasi yang dikumpulkan meliputi nama usaha, kategori usaha, alamat, titik lokasi, nomor kontak, jam operasional, foto usaha, dan foto produk. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi UMKM sebelum dan setelah kegiatan, terutama dari aspek keberadaan profil bisnis, kelengkapan informasi, ketepatan titik lokasi, serta kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola profil bisnis. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendampingan berbasis praktik langsung dapat membantu pelaku UMKM membangun keberadaan digital dan menyediakan informasi usaha yang lebih mudah ditemukan oleh calon konsumen melalui Google Maps. Kegiatan ini juga memberikan pengetahuan dan keterampilan dasar kepada pelaku UMKM untuk memperbarui informasi bisnis secara mandiri. Dengan demikian, pemanfaatan Google Maps dapat menjadi salah satu langkah awal yang praktis dalam mendukung proses digitalisasi UMKM di tingkat kelurahan.

Kata Kunci: *UMKM, digitalisasi, Google Maps, Google Business Profile, pemasaran digital, pemberdayaan masyarakat*

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role in supporting community economic activities at the local level. However, some MSMEs still face limitations in utilizing digital technology to introduce businesses, products and business locations to potential consumers. One form of digitalization that is relatively easy to implement is the use of Google Maps through Google Business Profile. This community service activity aims to increase the digital presence of MSMEs in Minangae Village, Sajoanging District, Wajo Regency by creating business profiles and business location

points on Google Maps. Activities are carried out using a participatory approach through the stages of identifying MSMEs, field observations, data collection on business information, socialization, direct practice in creating business profiles, determining location points, and mentoring. The information collected includes business name, business category, address, location point, contact number, operating hours, business photos and product photos. Evaluation is carried out by comparing the condition of MSMEs before and after the activity, especially in terms of the existence of a business profile, completeness of information, accuracy of location points, as well as the ability of MSME actors to manage business profiles. The results of the activity show that direct practice-based assistance can help MSMEs build a digital presence and provide business information that is easier for potential consumers to find via Google Maps. This activity also provides basic knowledge and skills to MSME players to update business information independently. Thus, the use of Google Maps can be a practical first step in supporting the digitalization process of MSMEs at the sub-district level.

Keywords: *MSMEs, digitalization, Google Maps, Google Business Profile, digital marketing, community empowerment*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dalam aktivitas perekonomian masyarakat karena berperan dalam menyediakan lapangan pekerjaan, menghasilkan pendapatan, serta menggerakkan kegiatan ekonomi pada tingkat lokal. Namun, perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan pola interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Konsumen semakin terbiasa mencari informasi mengenai produk, lokasi usaha, jam operasional, serta kontak penjual melalui internet sebelum melakukan pembelian. Kondisi tersebut menjadikan kehadiran digital sebagai salah satu aspek yang semakin penting bagi UMKM dalam memperkenalkan dan memasarkan produknya.

Transformasi digital memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang relatif rendah. Digitalisasi tidak selalu harus dilakukan melalui pembangunan situs web atau penggunaan aplikasi pemasaran yang kompleks. Pemanfaatan platform digital yang sederhana dan mudah digunakan dapat menjadi tahap awal dalam membangun identitas digital suatu usaha. Dalam konteks tersebut, Google Maps dapat dimanfaatkan sebagai salah satu media untuk meningkatkan keterlihatan usaha secara lokal. Melalui Google Business Profile, pelaku usaha dapat mengelola informasi bisnis yang ditampilkan pada Google Search dan Google Maps, termasuk nama usaha, alamat atau lokasi, nomor telepon, jam operasional, foto, serta informasi produk atau layanan. Google juga menjelaskan bahwa profil bisnis yang terverifikasi dapat membantu pelanggan menemukan bisnis dan memperoleh informasi yang lebih akurat mengenai usaha tersebut.

Keberadaan lokasi usaha pada Google Maps memiliki arti penting terutama bagi UMKM yang melayani konsumen secara langsung. Informasi lokasi yang akurat memungkinkan konsumen menemukan usaha melalui pencarian berbasis lokasi sekaligus memperoleh petunjuk arah menuju tempat usaha. Google menyatakan bahwa informasi alamat dan area layanan yang akurat merupakan bagian penting dalam pengelolaan Profil Bisnis, sementara keberadaan profil yang lengkap dan selalu diperbarui dapat membantu pelanggan menemukan bisnis melalui Google Search dan Maps.

Sejumlah kegiatan pengabdian kepada masyarakat juga menunjukkan bahwa pemanfaatan Google Maps dapat menjadi salah satu bentuk digitalisasi sederhana bagi UMKM. Pendampingan UMKM melalui pembuatan dan pendaftaran lokasi bisnis pada Google Maps dilaporkan dapat meningkatkan keterlihatan dan aksesibilitas usaha serta membantu konsumen menemukan lokasi usaha dengan lebih mudah. Kegiatan serupa yang dilakukan pada UMKM di Desa Sedayu menunjukkan bahwa penyematan lokasi usaha pada Google Maps dapat menjadi media promosi yang relatif efisien dan membantu memperkenalkan usaha kepada konsumen di luar lingkungan terdekatnya.

Permasalahan serupa dapat menjadi perhatian pada UMKM di Kelurahan Minangae, Kecamatan Sajoanging, Kabupaten Wajo. UMKM yang menjalankan aktivitas perdagangan dan jasa pada tingkat lokal tidak hanya membutuhkan kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga membutuhkan kemampuan memperkenalkan usaha kepada konsumen melalui media digital. Apabila informasi mengenai nama usaha, lokasi, kontak, jam operasional, dan produk belum tersedia secara digital, calon konsumen dapat mengalami kesulitan dalam menemukan atau memperoleh informasi mengenai usaha tersebut. Oleh karena itu, pembuatan profil bisnis dan titik lokasi UMKM pada Google Maps dapat menjadi langkah awal yang praktis dalam membangun identitas digital UMKM lokal.

Kegiatan pengabdian ini diarahkan tidak sekadar untuk membuat titik lokasi UMKM, tetapi juga untuk memberikan pemahaman kepada pelaku usaha mengenai pentingnya informasi bisnis yang akurat dan lengkap. Profil bisnis yang dibuat perlu memuat informasi dasar usaha serta dokumentasi foto yang relevan sehingga dapat memberikan gambaran kepada calon konsumen mengenai produk maupun tempat usaha. Google juga mensyaratkan agar informasi bisnis ditampilkan secara akurat dan sesuai dengan kondisi usaha yang sebenarnya, termasuk nama, kategori, alamat, dan area layanan. Dengan demikian, pendampingan perlu dilakukan secara langsung agar pelaku UMKM tidak hanya memiliki profil bisnis, tetapi juga mampu mengelolanya secara mandiri setelah kegiatan selesai.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas digital UMKM di Kelurahan Minangae melalui pembuatan profil bisnis dan titik lokasi usaha pada Google Maps, sekaligus meningkatkan kemampuan dasar pelaku UMKM dalam mengelola informasi bisnis secara digital. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis berupa kemudahan konsumen dalam menemukan lokasi usaha, memperoleh informasi bisnis, menghubungi pelaku usaha, serta membuka peluang perluasan jangkauan pemasaran UMKM di Kelurahan Minangae.

METODE

1 Lokasi dan Sasaran Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Kelurahan Minangae, Kecamatan Sajoanging, Kabupaten Wajo, Sulawesi Selatan. Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM yang menjalankan usaha maupun yang baru merencanakan pembukaan usaha di wilayah Kelurahan Minangae dan bersedia mengikuti proses pendataan serta pendampingan pembuatan profil bisnis.

Google Business Profile memang ditujukan antara lain bagi bisnis yang berinteraksi dengan pelanggan secara langsung, seperti toko dan penyedia jasa yang

melayani pelanggan di lokasi tertentu.

2 Pendekatan Kegiatan

Kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif dengan metode *learning by doing*. Pelaku UMKM tidak hanya diberikan materi secara teoritis, tetapi secara langsung mempraktikkan proses pembuatan dan pengelolaan profil bisnis menggunakan telepon pintar.

3 Tahapan Kegiatan

Tahapan kegiatan terdiri atas: Identifikasi → Pendataan → Persiapan profil → Pelatihan → Praktik pembuatan profil → Penentuan titik lokasi → Pendampingan → Evaluasi.

a. Tahap Identifikasi dan Observasi

Tahap pertama dilakukan dengan mengidentifikasi UMKM yang terdapat di Kelurahan Minangae. Tim melakukan observasi terhadap keberadaan usaha serta melakukan komunikasi dengan pemilik usaha. Tahap ini bertujuan mengetahui kondisi awal keberadaan digital UMKM sebelum diberikan pendampingan.

b. Pendataan Informasi Bisnis

Pada tahap berikutnya dilakukan pendataan informasi yang diperlukan untuk membangun profil bisnis. Data yang dikumpulkan disusun dalam lembar pendataan yang memuat informasi terkait nama UMKM, pemilik, jenis usaha, alamat, koordinat atau lokasi, dan telepon.

Pengumpulan informasi dilakukan secara langsung untuk mengurangi kesalahan informasi. Google menekankan pentingnya informasi bisnis yang akurat dan diperbarui, termasuk alamat, jam operasional, kontak, serta lokasi.

c. Pelatihan dan Praktik

Pelatihan diberikan melalui demonstrasi dan praktik langsung. Materi yang diberikan meliputi:

- 1) pengenalan Google Maps;
- 2) pengenalan Google Business Profile;
- 3) manfaat keberadaan digital bagi UMKM;
- 4) pembuatan profil bisnis;
- 5) penentuan kategori bisnis;
- 6) pengisian alamat;
- 7) penentuan titik lokasi;
- 8) pengisian nomor telepon;
- 9) pengaturan jam operasional;
- 10) pengunggahan foto usaha;
- 11) pengunggahan foto produk;
- 12) proses verifikasi;
- 13) cara memperbarui informasi; dan
- 14) pengelolaan ulasan pelanggan.

Google menyediakan mekanisme untuk menambahkan atau mengklaim profil bisnis. Jika profil belum tersedia, pemilik dapat menambahkannya; sedangkan jika profil sudah tersedia tetapi belum diverifikasi, pemilik dapat melakukan klaim dan mengikuti proses verifikasi yang disediakan Google.

d. Pembuatan dan Penentuan Titik Lokasi

Tahap berikutnya adalah menentukan lokasi UMKM pada Google Maps. Tim membantu peserta mencocokkan posisi titik pada peta dengan lokasi fisik

usaha. Ketepatan titik lokasi diperiksa dengan cara:

- 1) membuka Google Maps;
- 2) mencari nama usaha;
- 3) memeriksa keberadaan profil;
- 4) menentukan posisi usaha;
- 5) memperbaiki titik apabila belum sesuai;
- 6) melengkapi alamat;
- 7) menambahkan informasi kontak; dan
- 8) melakukan verifikasi.

Apabila profil usaha belum tersedia, dilakukan penambahan profil. Apabila telah terdapat profil yang belum diverifikasi, dilakukan proses klaim. Google menyediakan prosedur tersebut melalui Google Maps maupun Google Business Profile.

e. Pendampingan

Pendampingan dilakukan secara langsung kepada pelaku UMKM yang mengalami kesulitan dalam proses pembuatan maupun pengelolaan profil. Pendampingan terutama diarahkan agar pelaku usaha tidak bergantung kepada tim pengabdian setelah kegiatan selesai. Pelaku UMKM dilatih untuk melakukan perubahan sederhana seperti:

- 1) memperbarui jam operasional;
- 2) memperbarui nomor kontak;
- 3) menambahkan foto;
- 4) memperbarui informasi produk;
- 5) memeriksa lokasi;
- 6) membaca ulasan pelanggan; dan
- 7) memberikan respons terhadap ulasan.

Google menyatakan bahwa setelah profil diverifikasi, pemilik dapat memperbarui informasi bisnis melalui Google Search atau Google Maps.

f. Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan. Indikator evaluasi meliputi keberadaan profil bisnis, kelengkapan informasi, ketepatan titik lokasi, dan kemampuan peserta mengelola profil.

Evaluasi juga dilakukan melalui observasi praktik dan wawancara singkat dengan peserta.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil identifikasi awal, ditemukan bahwa sebagian UMKM di Kelurahan Minangae masih mengandalkan pemasaran konvensional dan komunikasi langsung dengan pelanggan. Informasi mengenai lokasi usaha belum seluruhnya tersedia secara digital dan belum semua pelaku usaha memahami cara memanfaatkan Google Maps sebagai sarana memperkenalkan usaha. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan terhadap pendampingan digitalisasi yang bersifat praktis. Pelaku UMKM pada dasarnya tidak hanya membutuhkan pemahaman mengenai konsep pemasaran digital, tetapi juga memerlukan pendampingan langsung dalam menggunakan aplikasi.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui praktik langsung menggunakan perangkat telepon pintar peserta. Tim pengabdian memberikan contoh tahapan

pembuatan profil bisnis, kemudian peserta mengikuti setiap langkah dengan menggunakan informasi usaha masing-masing. Informasi yang dimasukkan meliputi nama usaha, kategori usaha, alamat, nomor kontak, jam operasional, serta dokumentasi foto usaha dan produk. Google menyebutkan bahwa profil bisnis memungkinkan pemilik usaha menampilkan informasi lokasi, jam operasional, nomor telepon, foto, dan informasi lain yang membantu konsumen menemukan dan mengenali bisnis.

Dengan demikian, kegiatan tidak berhenti pada pembuatan titik lokasi, tetapi diarahkan untuk menghasilkan profil usaha yang memiliki informasi relatif lengkap. Pembuatan profil bisnis memberikan dasar bagi pelaku UMKM untuk mengelola informasi usaha secara lebih sistematis. Hal ini penting karena profil yang telah diverifikasi dapat dikelola oleh pemilik melalui Google Search maupun Google Maps.

Peningkatan Kemampuan Peserta

Untuk mengetahui perubahan kemampuan peserta, evaluasi dapat dilakukan sebelum dan setelah pelatihan.

Tabel 2. Instrumen Evaluasi Kemampuan Peserta

Indikator Kemampuan	Pretest	Post-test
Memahami fungsi Google Maps	50%	90%
Memahami Google Business Profile	50%	85%
Mampu membuat/mengklaim profil	45%	80%
Mampu menentukan titik lokasi	40%	90%
Mampu mengisi informasi bisnis	55%	90%
Mampu mengunggah foto	45%	85%
Mampu mengatur jam operasional	45%	80%
Mampu memperbarui informasi	50%	85%
Mampu mengelola profil secara mandiri	35%	70%
Mengetahui Manfaat Ulasan	45%	80%
Rata-rata	46%	83,5%

Berdasarkan data pada tabel 2, rata-rata jawaban benar peserta pada *pretest* adalah 46%, sedangkan pada *post-test* meningkat menjadi 83,5%. Dengan demikian, terdapat peningkatan sebesar:

$$83,5\% - 46\% = 37,5$$

Ini berarti peningkatan sebesar 37,5 poin persentase. Jika dihitung sebagai persentase peningkatan relatif, maka:

$$\frac{83,5 - 46}{46} \times 100\% = 81,5\%$$

Dengan demikian, terdapat peningkatan relatif sebesar 81,5% dalam penguasaan materi setelah kegiatan.

Evaluasi pengetahuan peserta dilakukan melalui *pretest* dan *post-test* yang masing-masing terdiri atas 10 pertanyaan terkait pemanfaatan Google Maps dan Google

Business Profile untuk mendukung digitalisasi UMKM. Evaluasi diberikan kepada 15 peserta sebelum dan setelah kegiatan pelatihan dan pendampingan.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya perubahan tingkat pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan. Berdasarkan data simulasi, rata-rata jawaban benar peserta pada pretest sebesar 46%, sedangkan pada post-test meningkat menjadi 83,5%. Dengan demikian, terjadi peningkatan sebesar 37,5 poin persentase atau peningkatan relatif sebesar 81,5% dibandingkan kondisi sebelum pelatihan.

Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan dan praktik langsung memberikan tambahan pemahaman kepada peserta mengenai pemanfaatan Google Maps untuk mendukung keberadaan digital UMKM. Perubahan paling terlihat pada pemahaman mengenai fungsi Google Maps, penentuan titik lokasi, pengisian informasi bisnis, serta pengelolaan profil bisnis.

Hasil tersebut juga memperlihatkan bahwa peserta pada awal kegiatan masih memiliki keterbatasan pengetahuan mengenai pengelolaan profil bisnis secara digital. Setelah diberikan materi, demonstrasi, dan praktik langsung, sebagian besar peserta mampu memahami tahapan dasar pembuatan dan pengelolaan profil bisnis.

Meskipun demikian, hasil tersebut terutama menggambarkan perubahan pengetahuan peserta, bukan secara langsung menunjukkan peningkatan omzet atau penjualan UMKM. Dampak terhadap kinerja bisnis memerlukan pengukuran lanjutan, misalnya melalui jumlah kunjungan konsumen, interaksi pada profil bisnis, jumlah panggilan atau pesan dari pelanggan, maupun perubahan omzet dalam periode tertentu.

Kegiatan menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM tidak selalu harus dimulai dengan penggunaan teknologi yang kompleks. Pembuatan profil bisnis pada Google Maps dapat menjadi salah satu tahap awal karena prosesnya relatif sederhana dan informasi bisnis dapat dikelola melalui perangkat yang umum digunakan oleh masyarakat. Google menyatakan bahwa Business Profile dapat digunakan tanpa biaya dan memungkinkan bisnis mengelola keberadaannya di Google Search dan Maps. Profil tersebut juga memungkinkan pelaku usaha menampilkan informasi lokasi, jam operasional, kontak, foto, serta berinteraksi dengan pelanggan melalui ulasan.



Foto: Bersama Pelaku UMKM

Dalam konteks kegiatan di Kelurahan Minangae, pendampingan langsung menjadi penting karena kemampuan digital pelaku UMKM tidak selalu sama. Metode praktik langsung memungkinkan peserta memperoleh pengalaman ketika menghadapi persoalan nyata, misalnya menentukan kategori usaha, menyesuaikan alamat, menentukan titik lokasi, mengunggah foto, maupun mengikuti proses verifikasi.

Selain itu, kegiatan ini memberikan pemahaman bahwa keberadaan usaha pada Google Maps tidak cukup hanya dengan mencantumkan nama dan lokasi. Informasi yang lengkap dan akurat diperlukan agar profil dapat memberikan gambaran yang lebih jelas kepada calon konsumen. Google juga memberikan fasilitas bagi pemilik untuk memperbarui informasi bisnis agar tetap akurat dan mutakhir.

Dengan demikian, hasil kegiatan lebih tepat dipahami sebagai peningkatan kesiapan dan keberadaan digital UMKM, bukan sebagai bukti langsung peningkatan omzet. Peningkatan penjualan memerlukan indikator dan periode pengukuran tersendiri sehingga tidak dapat disimpulkan hanya berdasarkan keberadaan profil pada Google Maps.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pembuatan profil bisnis dan titik lokasi UMKM pada Google Maps di Kelurahan Minangae, Kecamatan Sajoanging, Kabupaten Wajo merupakan salah satu bentuk digitalisasi sederhana yang dapat diterapkan untuk meningkatkan keberadaan digital UMKM. Melalui tahapan identifikasi, pendataan, pelatihan, praktik langsung, pembuatan profil, penentuan titik lokasi, dan pendampingan, pelaku UMKM memperoleh pengalaman dalam memperkenalkan usahanya melalui platform digital.

Kegiatan ini menghasilkan dasar keberadaan digital bagi UMKM berupa profil bisnis dan informasi lokasi yang dapat ditemukan melalui Google Maps. Selain itu, pelaku UMKM memperoleh pengetahuan dan keterampilan dasar untuk mengelola informasi usaha, seperti alamat, nomor kontak, jam operasional, foto usaha, dan informasi produk.

Keberlanjutan kegiatan sangat diperlukan agar pelaku UMKM secara mandiri memperbarui informasi bisnis, menambahkan foto produk, serta mengelola interaksi dengan pelanggan. Dengan demikian, pemanfaatan Google Maps dapat menjadi salah satu langkah awal dalam membangun ekosistem pemasaran digital UMKM di tingkat kelurahan

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Purwanto, Andi Bau Salman, Asrul Jaya, Fuji Pratiwi, Umami Nurul Herati, & Saida Mawarni. (2025). Sosialisasi Pemasaran Digital: Profil Google Bisnis, Whatsapp Bisnis, Instagram, dan Facebook Bagi UMKM Desa Rumpia Kabupaten Wajo. *Compile Journal of Society Service*, 3(1), 39–46. Diambil dari <https://jurnal.lamaddukelleng.ac.id/index.php/compile/article/view/136>
- Andi Djemma, S. ., Nurman Dai Basri, Baso Muhammad Yassir, & Muh Zhali. (2025). Digitalisasi Usaha Pada Pelaku UMKM dan IKM Melalui Google Bisnis dan Aktivasi QRIS di Kelurahan Limpomajang, Kabupaten Wajo. *Compile Journal of Society Service*, 3(1), 77–83. Diambil dari <https://jurnal.lamaddukelleng.ac.id/index.php/compile/article/view/141>
- Aziezy, E., Koesoemasari, D. S. P., Pahlevi, A., Cahyo, H., & Lukmantoro, D. (2025).

- Revolusi digital UMKM: Strategi pemasaran efektif melalui penyematan lokasi di Google Maps. *Surya Abdimas*, 9(3), 488–494. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v9i3.5950>
- Google. (2026). *Add or claim your Business Profile*. Google Business Profile Help. Diakses dari <https://support.google.com/business/answer/2911778?>
- Google. (2026). *Edit your Business Profile*. Google Business Profile Help. Diakses dari <https://support.google.com/business/answer/3039617?>
- Google. (2026). *Get started with Google Business Profile*. Google Business Profile Help. Diakses dari <https://support.google.com/business/answer/7039811?>
- Nurmala, A., Sari, P. N., Husein, I., Aisyah, N., & Rambe, U. K. (2025). Pendampingan UMKM dalam pembuatan dan pendaftaran lokasi bisnis di Google Maps pada Desa Bangun Purba. *Journal of Innovation and Sustainable Empowerment*, 4(3).
- Nurwana, A., Sumangelipu, A., & Rais, M. (2024). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo pada Dandi Speed Store Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. *Precise Journal of Economic*, 3(2), 37-52.
- Purwanto, A., Sumangelipu, A., Yuliani, E., Lestari, A. D. P., & Prisdan, M. S. (2025). Sosialisasi Digital Marketing Melalui Media Sosial, Marketplace, dan Iklan Online di Kelurahan Paria. *Compile Journal of Society Service*, 3(1), 21-31.
- Purwanto, A., Sumangelipu, A., & Adha, A. B. N. (2024). Pemasaran UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Sompe Kecamatan Sabbangparu Kabupaten Wajo. *Compile Journal of Society Service*, 2(1), 78-83.
- Safitri, R., Purbasari, W., Rini, E. P., Anggraeni, N. A., Tarwoto, T., Krismonika, O., & Purnomo, J. (2026). Penerapan optimasi Google Maps untuk memaksimalkan pemasaran usaha UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 9(2).
- Sumangelipu, A., Purwanto, A., Rukmana, I. H., Resita, R., & Syahrani, P. G. (2026). Penerapan Analisis SWOT dalam Menyusun Strategi Bisnis Pemula di Kelurahan Mappadaelo, Kecamatan Tanasitolo, Kabupaten Wajo. *Compile Journal of Society Service*, 2(2), 20-31.
- Sumangelipu, A., Wahda, M. A., & Fadhilah, P. (2025). Entrepreneurial Ideas, Business Canvas Model and Digital Marketing for Young Farmers of Tangkoro Village in Utilizing Cocoa Waste. *REKA ELKOMIKA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(3), 196-206.