



PENGUATAN IDENTITAS DIGITAL UMKM MELALUI PENDAMPINGAN LEGALITAS DAN DIGITALISASI LOKASI USAHA DI DESA WONOKERTO

Arista Salwa Sakinah Aqilah ^{1*}, Fitriyah Ummah Syahida ², Fitria Rahma Yanti ³,
Amiroh Nurul Azizah ⁴, Ahmad Khozi Darmawan ⁵, Lola Sri Agustini ⁶,
Andika Pradana Putra Waluya ⁷, Azha Putri Auwaly ⁸

*e-mail: 11020123043@uinsa.ac.id

¹⁻⁸ Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya, Indonesia

ABSTRAK

Transformasi digital mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memiliki identitas digital yang kuat melalui legalitas usaha, visibilitas lokasi, dan penyediaan informasi usaha. Namun, sebagian UMKM di Desa Wonokerto, Kecamatan Kedunggalar, Kabupaten Ngawi masih menghadapi keterbatasan dalam aspek legalitas, visibilitas lokasi, dan penyediaan informasi usaha secara digital. Kegiatan pengabdian ini bertujuan memperkuat identitas digital UMKM melalui pendampingan penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB), digitalisasi lokasi usaha menggunakan Google Maps, penyusunan peta sebaran UMKM berbasis GIS, serta pengembangan katalog digital UMKM LAKUWO. Metode yang digunakan adalah *Asset-Based Community Development* (ABCD) yang meliputi tahapan *discovery*, *dream*, *design*, dan *destiny*. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, diskusi partisipatif, serta pendampingan sesuai kondisi dan kesiapan pelaku UMKM. Sasaran kegiatan mencakup 28 UMKM yang tersebar di tujuh dusun di Desa Wonokerto. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan jumlah UMKM yang memiliki NIB dari 11 menjadi 14-unit dan UMKM yang terdaftar pada Google Maps dari 18 menjadi 22 unit. Program ini juga menghasilkan peta sebaran UMKM berbasis GIS dan katalog digital LAKUWO yang memuat profil usaha, produk, kontak, dan lokasi usaha. Pendampingan yang mengintegrasikan aspek legalitas, digitalisasi lokasi, dan penyediaan informasi usaha menghasilkan peningkatan keterdaftar NIB dan Google Maps serta menyediakan infrastruktur informasi digital melalui peta sebaran UMKM dan katalog LAKUWO.

Kata Kunci : identitas digital; UMKM; NIB; Google Maps; katalog digital

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat. Selain menciptakan lapangan kerja dan



menjadi sumber pendapatan masyarakat, UMKM juga berperan dalam menggerakkan perekonomian di tingkat lokal melalui pemanfaatan potensi sumber daya daerah (E. D. Astuti et al., 2025; Rojabi & Kurniawan, 2026). Seiring dengan berkembangnya transformasi digital, pola pemasaran, akses informasi, dan interaksi antara pelaku usaha dengan konsumen turut mengalami perubahan. Lestari et al. (2026) dan Zed et al. (2025) menunjukkan bahwa platform digital semakin digunakan untuk memperoleh informasi mengenai usaha, lokasi, produk, dan layanan. Kondisi tersebut mendorong UMKM untuk memiliki keberadaan digital yang lebih terstruktur agar informasi mengenai usaha dapat dikenali dan diakses oleh masyarakat.

Identitas digital menjadi salah satu aspek yang relevan dalam keberadaan UMKM di ruang digital. Rojabi dan Kurniawan (2026) serta Mendrofa (2025) menjelaskan identitas digital sebagai representasi suatu usaha yang memungkinkan bisnis dikenali, diverifikasi, dan diakses melalui berbagai ekosistem digital. Identitas digital tidak hanya berkaitan dengan keberadaan usaha pada platform digital, tetapi juga mencakup unsur legalitas, keterlihatan lokasi, ketersediaan informasi usaha, serta pemanfaatan teknologi sebagai media komunikasi dan pemasaran. Dengan demikian, penguatan identitas digital dapat dipahami sebagai upaya menyediakan informasi usaha yang lebih lengkap, terstruktur, dan mudah diakses oleh masyarakat.

Dalam praktiknya, identitas digital UMKM dibentuk oleh beberapa komponen yang saling berkaitan. OSS (2026) menjelaskan bahwa Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan identitas pelaku usaha dalam sistem perizinan berusaha dan menjadi bagian penting dalam proses legalisasi usaha. Dari sisi lokasi, Rahmadani et al. (2025) dan Fauziyya et al. (2023) menunjukkan bahwa keberadaan informasi usaha pada platform berbasis lokasi dapat membantu masyarakat memperoleh informasi mengenai lokasi dan informasi dasar usaha. Sementara itu, penyediaan informasi mengenai profil, produk, dan kontak usaha diperlukan agar keberadaan UMKM tidak hanya dapat ditemukan berdasarkan lokasi, tetapi juga dapat dikenali melalui informasi usaha yang lebih lengkap. Oleh karena itu, legalitas, keterlihatan lokasi, dan ketersediaan informasi dapat dipandang sebagai komponen pendukung dalam pembentukan identitas digital UMKM.

Sejalan dengan kebutuhan tersebut, berbagai program pengabdian kepada masyarakat telah dilakukan untuk mendukung digitalisasi UMKM dengan fokus yang beragam. Amalina et al. (2025) dan Rahmadani et al. (2025) memfokuskan pendampingan pada penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai bagian dari penguatan legalitas usaha.



Sementara itu, Fauziyya et al. (2023), Putri dan Prabowo (2025), serta Rahmawati et al. (2025) mengembangkan pendampingan melalui pemanfaatan Google Maps dan Google Business Profile untuk menyediakan informasi lokasi usaha secara digital. Di sisi lain, Putrikuri et al. (2025) dan Hasdiansa et al. (2026) menitikberatkan kegiatan pada pengembangan kemasan, *branding*, dan pemasaran digital. Berbagai kegiatan tersebut menunjukkan bahwa penguatan kapasitas UMKM telah dilakukan melalui pendekatan yang beragam sesuai dengan kebutuhan dan fokus masing-masing program.

Meskipun demikian, berdasarkan penelitian terdahulu yang digunakan dalam kegiatan ini, aspek legalitas, digitalisasi lokasi, dan penyediaan informasi usaha lebih sering dibahas sebagai bentuk intervensi yang berdiri sendiri. Integrasi beberapa komponen tersebut dalam satu rangkaian pendampingan pada tingkat desa masih menjadi ruang yang relevan untuk dikembangkan. Pengintegrasian berbagai komponen memungkinkan informasi mengenai UMKM tidak hanya tersedia dalam satu bentuk, tetapi dapat dihubungkan antara aspek legalitas, lokasi, informasi spasial, dan informasi profil usaha. Atas dasar tersebut, diperlukan pendekatan pemberdayaan yang tidak hanya memberikan pendampingan pada satu aspek, tetapi menghubungkan beberapa komponen identitas digital sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat.

Konteks tersebut ditemukan pada UMKM di Desa Wonokerto, Kecamatan Kedunggalar, Kabupaten Ngawi. Berdasarkan hasil observasi lapangan, sebagian besar pelaku UMKM merupakan usaha rumah tangga pada sektor makanan, minuman, dan kerajinan dengan skala usaha relatif kecil. Aktivitas pemasaran masih banyak mengandalkan penjualan langsung, pelanggan tetap, dan promosi dari mulut ke mulut. Selain itu, sebagian pelaku usaha belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), sementara pemanfaatan media digital sebagai sarana informasi usaha belum merata. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa informasi mengenai keberadaan dan identitas UMKM di Desa Wonokerto masih perlu diperkuat.

Permasalahan juga ditemukan pada aspek informasi lokasi usaha. Berdasarkan hasil observasi, beberapa informasi wilayah pada Google Maps masih menggunakan data lama sehingga keberadaan sejumlah usaha belum terdokumentasikan secara optimal. Di sisi lain, karakteristik pelaku UMKM yang didominasi kelompok usia paruh baya menjadi salah satu kondisi yang perlu dipertimbangkan dalam proses pendampingan pemanfaatan teknologi digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penguatan identitas digital di Desa Wonokerto tidak cukup dilakukan melalui satu bentuk

intervensi, tetapi memerlukan penyediaan informasi yang mencakup aspek legalitas, lokasi, spasial, dan profil usaha.

Untuk menjawab kebutuhan tersebut, program pengabdian ini mengembangkan pendampingan yang mengintegrasikan empat komponen, yaitu penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB), digitalisasi lokasi usaha melalui Google Maps, penyusunan peta sebaran UMKM berbasis data spasial, serta penyusunan katalog digital UMKM "LAKUWO". NIB digunakan sebagai bagian dari penguatan legalitas usaha, Google Maps sebagai media informasi lokasi, peta sebaran sebagai media informasi spasial, sedangkan LAKUWO digunakan untuk menghimpun informasi profil, produk, kontak, dan lokasi UMKM dalam satu katalog digital. Keempat komponen tersebut dirancang dalam satu rangkaian kegiatan dengan melibatkan pemerintah desa, BUMDes, lembaga terkait, dan pelaku UMKM.

Berbeda dari kegiatan yang berfokus pada satu bentuk pendampingan, program ini menempatkan legalitas, lokasi, informasi spasial, dan informasi usaha sebagai komponen yang dihubungkan dalam satu proses penguatan identitas digital. Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan pelaksanaan pendampingan tersebut serta menganalisis capaian penguatan identitas digital UMKM berdasarkan perubahan jumlah UMKM yang memiliki NIB dan terdaftar pada Google Maps, serta tersedianya peta sebaran dan katalog digital LAKUWO. Hasil kegiatan diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai penerapan pendampingan identitas digital UMKM berbasis kondisi dan aset lokal di tingkat desa.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Wonokerto, Kecamatan Kedungalar, Kabupaten Ngawi, Provinsi Jawa Timur, pada 17 Juni hingga 23 Juli 2026. Mitra kegiatan terdiri atas Pemerintah Desa Wonokerto, Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Ngawi, serta pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pelaku UMKM menjadi sasaran utama pendataan dan pendampingan, sedangkan pemerintah desa, BUMDes, dan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro berperan dalam mendukung proses koordinasi, pendampingan, dan keberlanjutan program.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD). Pendekatan ini menempatkan aset dan potensi yang telah dimiliki masyarakat sebagai titik awal dalam proses pemberdayaan sehingga



masyarakat berperan sebagai subjek dalam setiap tahapan kegiatan (Kretzmann & McKnight, 1993; Mathie & Cunningham, 2003). Dalam kegiatan ini, aset yang diidentifikasi meliputi keberadaan pelaku UMKM dengan beragam jenis usaha, dukungan Pemerintah Desa Wonokerto, BUMDes, serta jejaring kelembagaan dengan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Ngawi. Aset tersebut menjadi dasar dalam merancang program penguatan identitas digital UMKM melalui pendampingan legalitas dan digitalisasi informasi usaha. Pelaksanaan kegiatan mengacu pada tahapan *Discovery*, *Dream*, *Design*, dan *Destiny* dalam pendekatan ABCD.

1. *Discovery*

Tahap *discovery* bertujuan mengidentifikasi aset, potensi, serta kondisi awal UMKM di Desa Wonokerto. Kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara dengan Kepala Desa, Kepala Dusun, Ketua RT/RW, pengurus BUMDes, pelaku UMKM, serta Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Ngawi. Informasi yang dihimpun meliputi jenis usaha, kondisi legalitas, pola pemasaran, pemanfaatan media digital, serta potensi ekonomi yang dimiliki masyarakat. Hasil identifikasi digunakan untuk memetakan kondisi awal UMKM dan menentukan kebutuhan pendampingan. Identifikasi menunjukkan bahwa Desa Wonokerto memiliki UMKM dengan beragam jenis usaha, sementara pemanfaatan identitas digital dan informasi usaha belum merata. Kondisi tersebut menjadi dasar penentuan fokus kegiatan pada penguatan legalitas, digitalisasi lokasi, dan penyediaan informasi usaha secara terintegrasi.

2. *Dream*

Tahap *dream* dilakukan melalui diskusi partisipatif bersama Pemerintah Desa Wonokerto dan pemangku kepentingan terkait untuk merumuskan harapan serta tujuan pengembangan UMKM desa. Diskusi diarahkan pada kebutuhan untuk memperkuat identitas dan informasi usaha agar keberadaan UMKM dapat didokumentasikan dan lebih mudah dikenali melalui media digital maupun informasi spasial. Hasil diskusi menjadi dasar dalam menentukan bentuk pendampingan yang disesuaikan dengan kondisi masyarakat. Kesepakatan mengenai bentuk kegiatan selanjutnya digunakan sebagai dasar penyusunan rencana teknis program bersama mitra.

3. *Design*

Tahap *design* mencakup penyusunan strategi dan pelaksanaan program pendampingan berdasarkan hasil identifikasi aset serta kebutuhan masyarakat.



Program diarahkan pada empat komponen yang saling berkaitan, yaitu (1) pendampingan penerbitan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai penguatan legalitas usaha, (2) digitalisasi lokasi usaha melalui pendaftaran titik usaha pada Google Maps, (3) penyusunan peta sebaran UMKM berbasis data lokasi, dan (4) penyusunan katalog digital UMKM “LAKUWO” yang memuat profil usaha, informasi produk, kontak pelaku usaha, dan lokasi usaha. Pendampingan dilakukan secara langsung sesuai dengan kondisi dan kesediaan masing-masing pelaku UMKM. Data dan informasi usaha dihimpun melalui proses pendataan, kemudian digunakan untuk mendukung pembuatan titik lokasi, peta sebaran, serta katalog digital. Dengan demikian, proses *design* tidak hanya menghasilkan rencana kegiatan, tetapi juga menghasilkan luaran informasi yang dapat digunakan oleh pemerintah desa dan masyarakat.

4. *Destiny*

Tahap *destiny* diarahkan pada verifikasi capaian kegiatan dan upaya menjaga keberlanjutan luaran program. Verifikasi dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap hasil pendampingan legalitas usaha, pendaftaran lokasi pada Google Maps, serta penyusunan peta sebaran dan katalog digital UMKM. Capaian program dibandingkan dengan kondisi awal berdasarkan jumlah UMKM yang telah memiliki NIB dan jumlah UMKM yang telah terdaftar pada Google Maps. Selain itu, keberadaan peta sebaran UMKM dan katalog digital LAKUWO didokumentasikan sebagai luaran kegiatan. Tahap ini juga diarahkan untuk mendorong keberlanjutan pengelolaan informasi UMKM melalui keterlibatan pemerintah desa dan BUMDes setelah kegiatan pengabdian selesai.

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan mengelompokkan temuan berdasarkan komponen kegiatan, yaitu penguatan legalitas usaha, digitalisasi lokasi, penyediaan informasi spasial, dan penyusunan katalog digital UMKM. Data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi digunakan untuk menggambarkan proses pelaksanaan kegiatan dan kondisi UMKM yang didampingi.

HASIL

Program penguatan identitas digital UMKM di Desa Wonokerto dilaksanakan melalui beberapa tahapan kegiatan, yaitu observasi dan pendataan UMKM, pendampingan legalitas usaha, digitalisasi lokasi usaha menggunakan Google Maps, serta penyusunan katalog digital UMKM berbasis website. Setiap tahapan dilaksanakan secara bertahap berdasarkan kondisi UMKM yang ditemukan di lapangan. Hasil kegiatan disajikan



dalam empat bagian, yaitu kondisi awal dan pendataan UMKM, pendampingan legalitas usaha, digitalisasi lokasi dan penyusunan peta sebaran UMKM, serta penyusunan katalog digital LAKUWO.

Kondisi Awal, Pendataan, dan Pendampingan Legalitas UMKM

Program pengabdian diawali dengan observasi lapangan untuk mengidentifikasi kondisi awal UMKM di Desa Wonokerto. Observasi dilakukan secara *door to door* melalui kunjungan ke lokasi usaha dan wawancara langsung dengan pelaku UMKM. Informasi yang dikumpulkan meliputi jenis usaha, kondisi usaha, status legalitas, media promosi yang digunakan, lokasi usaha, serta kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha.

Berdasarkan hasil pendataan, diperoleh 28 UMKM yang tersebar di tujuh dusun, yaitu Dusun Pudak, Wonorejo, Sumber Agung, Wonokerto, Sendangembes, Sendangrejo Kidul, dan Sendangrejo Lor. Jenis usaha yang ditemukan didominasi oleh usaha berskala mikro dan *home industry*, terutama pada sektor makanan dan minuman, seperti keripik tempe, kerupuk rambak, bakpao, jajanan pasar, sambal pecel, mie ayam, seblak, sate ayam, dan aneka kue. Sebagian besar usaha dikelola secara mandiri oleh keluarga.

Hasil pendataan awal menunjukkan bahwa aspek legalitas dan identitas lokasi digital belum dimiliki oleh seluruh UMKM. Sebelum pelaksanaan program, sebanyak 11 dari 28 UMKM telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), sedangkan 17 UMKM belum memiliki NIB. Pada aspek identitas lokasi digital, sebanyak 18 UMKM telah terdaftar di Google Maps, sedangkan 10 UMKM belum terdaftar. Dalam kegiatan wawancara, diketahui pula bahwa promosi produk masih dilakukan melalui komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan WhatsApp.

Pendampingan selanjutnya dilakukan melalui sosialisasi dan pendataan lanjutan serta pendampingan secara *door to door*. Kegiatan pendampingan legalitas difokuskan pada UMKM yang belum memiliki NIB. Pendampingan meliputi pengecekan kelengkapan administrasi, pembuatan akun email apabila diperlukan, pendaftaran melalui sistem *Online Single Submission* (OSS), pengisian data usaha, serta pendampingan hingga proses penerbitan NIB. Bagi pelaku usaha yang belum memenuhi persyaratan administrasi, tim memberikan informasi mengenai dokumen yang perlu dilengkapi untuk melanjutkan proses pendaftaran.



Berdasarkan hasil pendampingan, terdapat 3 UMKM yang berhasil memperoleh NIB selama pelaksanaan program. Dengan demikian, jumlah UMKM yang memiliki NIB meningkat dari 11 UMKM sebelum program menjadi 14 UMKM setelah program. Pada aspek digitalisasi lokasi, jumlah UMKM yang terdaftar di Google Maps meningkat dari 18 UMKM menjadi 22 UMKM atau bertambah sebanyak 4 UMKM.

Tabel 1. Perubahan Jumlah UMKM yang Memiliki NIB dan Terdaftar di Google Maps

Indikator	Sebelum Program	Sesudah Program	Peningkatan
Memiliki NIB	11	14	+3
Terdaftar Google Maps	18	22	+4

Tabel 1 menunjukkan adanya perubahan jumlah UMKM yang memiliki NIB dan terdaftar di Google Maps selama pelaksanaan program. Untuk menggambarkan kondisi masing-masing UMKM secara lebih rinci, Tabel 1.2 menyajikan hasil pendataan terhadap 28 UMKM berdasarkan jenis usaha, dusun, kondisi legalitas, dan keterdaftaran lokasi pada Google Maps.

Tabel 2. Rekapitulasi Profil dan Status 28 UMKM Desa Wonokerto

No.	Jenis UMKM	Dusun	Status NIB	Google Maps
1	Jajanan Pasar	Pudak	Sudah memiliki NIB	Sudah
2	Oishii Donatsu	Wonorejo	Sudah memiliki NIB	Belum
3	Keripik Bawang	Wonorejo	Sudah tidak produksi	Belum
4	Keripik Tempe Sagu	Wonorejo	Sudah memiliki NIB	Sudah
5	Bakpao Ijo	Sumber Agung	Sudah memiliki NIB	Sudah
6	Keripik Sumber Agung	Sumber Agung	Sudah memiliki NIB	Sudah
7	Tahu	Sumber Agung	Sudah memiliki NIB	Sudah
8	Mie Ayam dan Seblak	Sumber Agung	Belum memiliki NIB	Sudah
9	Sate Tahu	Sumber Agung	—	—
10	Warung Osin	Sumber Agung	Belum memiliki NIB	Sudah
11	Keripik Tempe	Wonokerto	Sudah memiliki NIB	Sudah



No.	Jenis UMKM	Dusun	Status NIB	Google Maps
12	Keripik Tempe	Wonokerto	Sudah memiliki NIB	Sudah
13	Warung Makan	Sendangembes	Sudah memiliki NIB	Sudah
14	Kerupuk Rambak	Sendangembes	Sudah memiliki NIB	Sudah
15	Mie Ayam	Sumber Agung	Belum memiliki NIB	Sudah
16	Gethuk	Sendangrejo Kidul	Tidak memiliki HP	Sudah
17	Keripik Tempe Benguk	Sendangrejo Kidul	Sudah memiliki NIB	Sudah
18	Sambel Pecel	Sendangrejo Kidul	Sudah memiliki NIB	Sudah
19	Capcin	Sendangrejo Kidul	Belum tahu kapan akan mulai jualan lagi	Belum
20	Kue Kering	Sendangrejo Lor	Belum berkenan	Sudah
21	Mie Ayam Adinda	Sendangrejo Lor	Tidak berkenan	Sudah
22	Snack (Kue Kering dan Kue Basah)	Sendangrejo Lor	Sudah memiliki NIB	Sudah
23	Snack Kue	Sendangrejo Lor	Sudah tidak jualan	Belum
24	Ayam Panggang dan Tahu	Sendangrejo Lor	Belum memiliki NIB	Sudah
25	Seblak	Sendangrejo Lor	Belum memiliki NIB	Sudah
26	Sate Ayam	Sendangrejo Lor	Sudah memiliki NIB	Sudah
27	Maskas Jajan	Sendangrejo Lor	Belum memiliki NIB	Belum
28	Tepo dan Sate Ayam	Sendangrejo Lor	Belum memiliki NIB	Sudah

Berdasarkan Tabel 2, sebanyak 28 UMKM yang didata tersebar di tujuh dusun dengan jenis usaha yang beragam. Kondisi masing-masing UMKM menunjukkan variasi dalam kepemilikan NIB dan keterdaftaran lokasi pada Google Maps. Sebagian UMKM telah

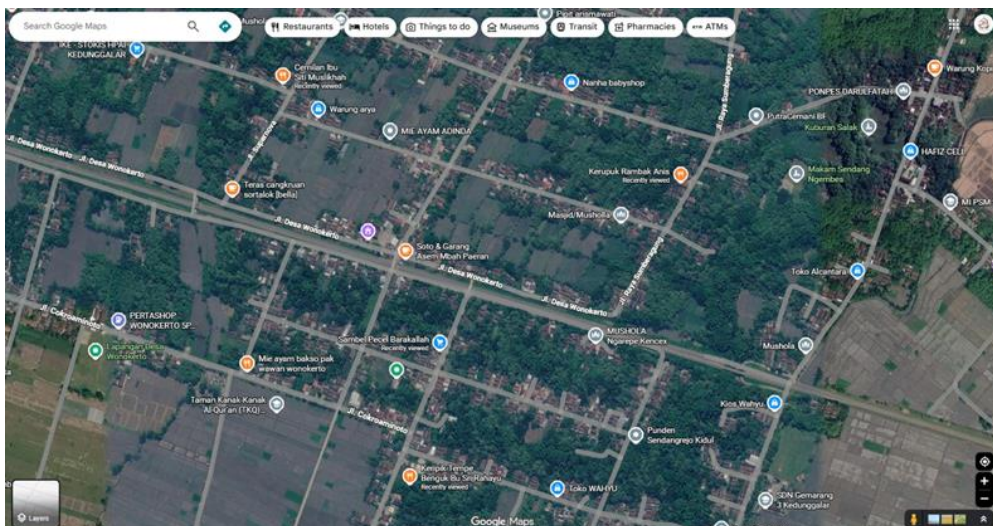


memiliki NIB dan terdaftar di Google Maps, sedangkan sebagian lainnya belum memiliki NIB atau belum terdaftar di Google Maps. Selain itu, terdapat UMKM yang sudah tidak berproduksi, belum berjualan kembali, tidak memiliki telepon seluler, atau belum berkenan mengikuti proses pendampingan. Kondisi tersebut menjadi dasar dalam menentukan bentuk pendampingan yang diberikan kepada masing-masing UMKM.

Digitalisasi Lokasi Usaha dan Peta Sebaran UMKM

Digitalisasi lokasi usaha dilakukan berdasarkan data lokasi yang diperoleh selama kegiatan observasi dan pendataan *door to door*. Lokasi UMKM dicatat menggunakan koordinat GPS pada telepon seluler dan penandaan lokasi pada aplikasi peta digital. Data tersebut digunakan untuk memastikan titik lokasi usaha yang didaftarkan sesuai dengan kondisi di lapangan.

Selanjutnya, lokasi UMKM didaftarkan ke Google Maps sebagai titik lokasi bisnis. Informasi yang dicantumkan meliputi nama usaha, kategori usaha, jam operasional, dan titik lokasi. Sampai akhir pelaksanaan program, sebanyak 22 UMKM telah terdaftar di Google Maps dan tersebar di tujuh dusun Desa Wonokerto. Hasil pendaftaran didokumentasikan melalui tangkapan layar Google Maps yang menampilkan titik lokasi UMKM.



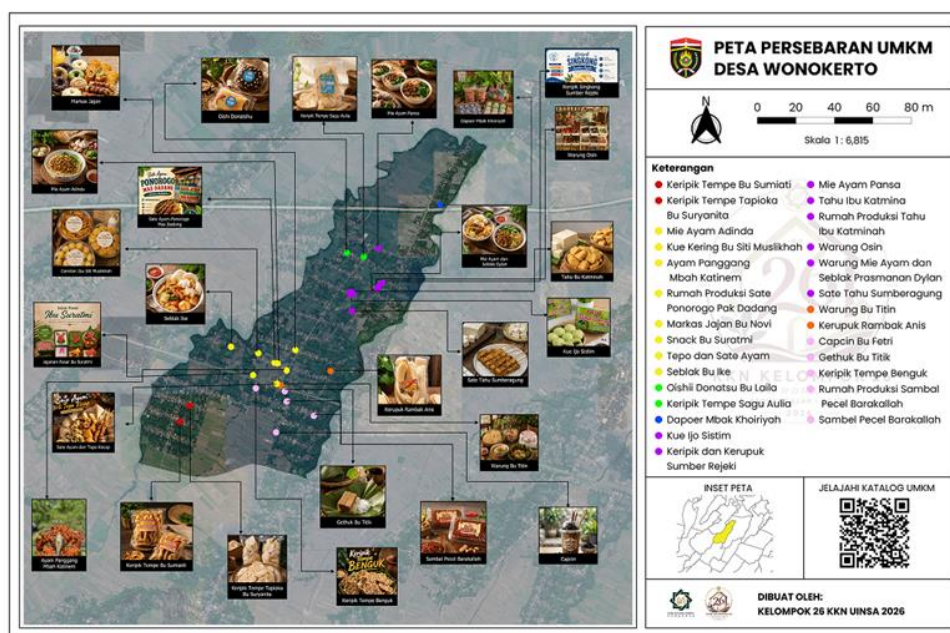
Gambar 1. Titik Lokasi Google Maps

How to Cite:

Aqilah, A. S. S., Syahida, F. U., Yanti, F. R., Azizah, A. N., Darmawan, A. G., Agustini, L. S., Waluya, A. P. P., & Auwaly, A. P. (2026). Penguatan identitas digital UMKM melalui pendampingan legalitas dan digitalisasi lokasi usaha di Desa Wonokerto. *TRADISI: Trajektori Budaya dan Aksi Pemberdayaan Inklusif*, 1(1), 84-105.

Data titik lokasi yang telah diperoleh selanjutnya digunakan sebagai dasar penyusunan peta sebaran UMKM. Titik koordinat UMKM dipindahkan ke Google Earth dan diekspor dalam format KML. Data tersebut kemudian diolah menggunakan *software* QGIS bersama dengan batas administrasi Desa Wonokerto. *Plugin QuickMapServices* digunakan untuk menambahkan *basemap* Google Satellite. Titik UMKM pada peta dibedakan berdasarkan dusun untuk memudahkan identifikasi persebaran usaha antarwilayah.

Peta sebaran UMKM kemudian disusun dalam tata letak cetak (*print layout*) berukuran 100 cm × 150 cm. Peta memuat judul, muka peta dengan latar citra satelit, foto produk UMKM, arah mata angin, skala, legenda yang memuat daftar nama UMKM, serta kode QR yang terhubung dengan katalog digital LAKUWO. Peta tersebut dicetak dan dipasang pada papan berbahan bambu di sebelah Kantor Desa sebagai salah satu luaran fisik program.



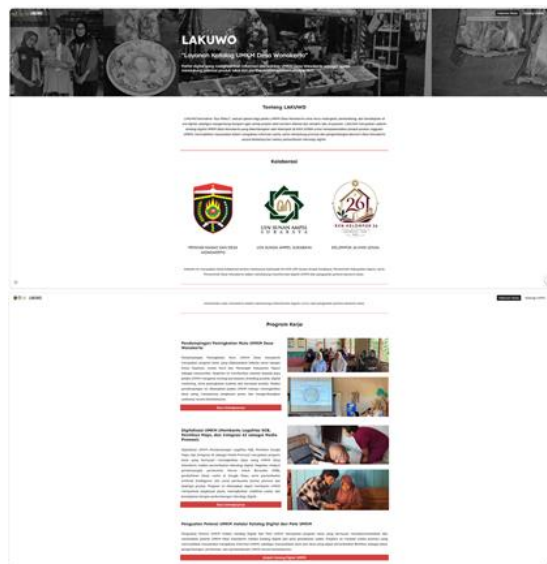
Gambar 2. Peta Sebaran UMKM Desa Wonokerto

Penyusunan Katalog UMKM "LAKUWO"

Penyusunan katalog digital UMKM dilakukan berdasarkan data yang diperoleh selama proses pendataan dan digitalisasi lokasi usaha. Katalog dikembangkan dalam bentuk

website dengan nama LAKUWO (*Layanan Katalog UMKM Desa Wonokerto*). Website memuat informasi mengenai profil UMKM, produk yang dipasarkan, dokumentasi usaha, informasi kontak, serta lokasi usaha yang terhubung dengan Google Maps.

Halaman utama website memuat informasi mengenai LAKUWO, latar belakang pengembangan website, tujuan penyusunan katalog digital, serta profil singkat program yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kabupaten Ngawi, Pemerintah Desa Wonokerto, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (UINSA), dan Kelompok 26 KKN UINSA. Halaman tersebut juga memuat dokumentasi kegiatan pendataan UMKM, pendampingan legalitas usaha, digitalisasi lokasi usaha, dan pengembangan katalog digital.



Gambar 3. Halaman Utama Katalog Digital LAKUWO

Halaman katalog UMKM diawali dengan peta persebaran UMKM Desa Wonokerto. Peta tersebut menampilkan lokasi UMKM berdasarkan hasil pendataan lapangan. Pada halaman yang sama disediakan daftar dusun yang dapat dipilih untuk melihat kelompok UMKM berdasarkan wilayah.





Dengan demikian, katalog digital LAKUWO memuat informasi UMKM dalam satu platform yang terstruktur, mulai dari informasi program, peta persebaran UMKM, pengelompokan berdasarkan dusun, hingga profil masing-masing UMKM. Informasi yang ditampilkan pada katalog disusun berdasarkan hasil pendataan dan verifikasi selama pelaksanaan program.

PEMBAHASAN

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa penguatan identitas digital UMKM di Desa Wonokerto dilakukan melalui beberapa komponen yang saling melengkapi, yaitu legalitas usaha, digitalisasi lokasi melalui Google Maps, penyusunan peta sebaran UMKM, dan katalog digital LAKUWO. Keempat komponen tersebut menghasilkan bentuk informasi usaha yang lebih terstruktur, karena informasi mengenai legalitas, lokasi, profil, produk, dan kontak tidak hanya tersedia secara terpisah, tetapi dihubungkan melalui beberapa media informasi. Pendekatan ini berbeda dari sejumlah program pendampingan yang berfokus pada satu aspek digitalisasi, seperti legalitas usaha atau digitalisasi lokasi secara terpisah (Amalina et al., 2025; Fauziyya et al., 2023). Dengan demikian, kontribusi utama program ini terletak pada upaya menghubungkan beberapa unsur identitas usaha dalam satu rangkaian pendampingan.

Legalitas Usaha Sebagai Dasar Identitas Digital

Legalitas usaha merupakan salah satu komponen penting dalam pembentukan identitas usaha yang lebih formal. Dalam kegiatan ini, Nomor Induk Berusaha (NIB) digunakan sebagai salah satu indikator legalitas usaha yang dapat didokumentasikan dan dihubungkan dengan proses penguatan identitas digital UMKM. OSS (2026) menjelaskan bahwa NIB merupakan identitas pelaku usaha dalam sistem perizinan berusaha dan menjadi bagian penting dalam proses legalisasi usaha. Selain itu, legalitas usaha dapat mendukung akses pelaku usaha terhadap berbagai program pemerintah dan bentuk pengembangan usaha lainnya (Amalina et al., 2025; D. R. Astuti et al., 2025).

Pada awal pendataan, sebanyak 11 dari 28 UMKM telah memiliki NIB. Setelah pendampingan, jumlah tersebut meningkat menjadi 14 UMKM atau bertambah tiga unit. Jika dibandingkan dengan jumlah UMKM yang didata, proporsi kepemilikan NIB meningkat dari 39,3% menjadi 50,0%. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa pendampingan secara langsung membantu sebagian pelaku usaha menyelesaikan proses legalitas yang sebelumnya belum terpenuhi. Namun, capaian tersebut belum mencakup seluruh UMKM yang didata. Kondisi ini menunjukkan bahwa proses

pemenuhan legalitas masih dipengaruhi oleh kesiapan masing-masing pelaku usaha, termasuk kesiapan dokumen dan kemampuan mengikuti proses administrasi secara digital.

Dengan demikian, peningkatan kepemilikan NIB dalam kegiatan ini lebih tepat dipahami sebagai capaian pendampingan pada aspek legalitas, bukan sebagai bukti bahwa legalitas tersebut secara langsung meningkatkan penjualan atau daya saing UMKM. Hubungan antara legalitas dan perkembangan usaha memerlukan indikator tambahan dan pengamatan dalam periode yang lebih panjang.

Digitalisasi Lokasi Dan Keterlihatan Usaha

Legalitas usaha belum sepenuhnya menggambarkan keterlihatan UMKM di ruang digital. Oleh karena itu, digitalisasi lokasi melalui Google Maps menjadi komponen lain yang digunakan dalam program ini. Pencantuman lokasi usaha pada platform berbasis lokasi memungkinkan informasi dasar mengenai keberadaan usaha ditampilkan secara lebih terstruktur dan dapat ditemukan melalui pencarian berbasis lokasi. Rahmadani et al. (2025) dan Fauziyya et al. (2023) menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital berbasis lokasi dapat membantu menyediakan informasi mengenai keberadaan dan lokasi UMKM.

Dalam kegiatan ini, jumlah UMKM yang terdaftar di Google Maps meningkat dari 18 menjadi 22 unit. Dengan jumlah keseluruhan 28 UMKM yang didata, proporsi keterdaftaran meningkat dari 64,3% menjadi 78,6%. Peningkatan tersebut menunjukkan adanya penambahan empat UMKM yang lokasi usahanya berhasil didigitalisasi selama periode pendampingan. Temuan ini sejalan dengan Rahmanida et al. (2025) yang menempatkan digitalisasi lokasi sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan akses terhadap informasi mengenai UMKM.

Meskipun demikian, peningkatan jumlah UMKM yang terdaftar di Google Maps tidak dapat langsung diartikan sebagai peningkatan jumlah konsumen atau perluasan pasar. Penelitian ini tidak mengukur jumlah pencarian, kunjungan, interaksi, maupun transaksi yang berasal dari Google Maps. Oleh karena itu, temuan yang dapat ditegaskan adalah adanya peningkatan keterdaftaran lokasi usaha pada platform digital selama program berlangsung. Perubahan tersebut merupakan salah satu unsur pendukung pembentukan identitas digital, sedangkan dampaknya terhadap perilaku konsumen dan kinerja usaha masih memerlukan pengukuran lebih lanjut.

Peta Sebaran Sebagai Penghubung Informasi Digital Dan Fisik

Selain digitalisasi lokasi secara daring, program menghasilkan peta sebaran UMKM berbasis koordinat yang diolah menggunakan QGIS dan kemudian dicetak untuk ditempatkan di lingkungan Kantor Desa. Peta tersebut memberikan bentuk visual mengenai persebaran UMKM berdasarkan lokasi dan dilengkapi dengan kode QR yang terhubung dengan katalog digital LAKUWO.

Keberadaan peta cetak memberikan alternatif akses informasi bagi masyarakat yang tidak secara langsung menggunakan platform digital. Dalam konteks kegiatan ini, peta tidak hanya berfungsi sebagai visualisasi lokasi, tetapi juga menghubungkan informasi fisik dengan sumber informasi digital melalui kode QR. Dengan demikian, peta sebaran dapat diposisikan sebagai media pendukung yang mempertemukan dua bentuk penyajian informasi, yaitu informasi spasial dalam bentuk cetak dan informasi usaha dalam bentuk digital.

Namun, penggunaan peta sebagai media akses informasi belum diuji melalui pengukuran terhadap jumlah pengguna, frekuensi akses, atau perubahan pengetahuan masyarakat setelah peta dipasang. Oleh karena itu, manfaat yang dapat ditegaskan berdasarkan hasil kegiatan adalah tersedianya media informasi spasial baru yang sebelumnya belum dimiliki desa, bukan peningkatan penggunaan atau efektivitasnya terhadap masyarakat secara kuantitatif.

Katalog digital LAKUWO sebagai infrastruktur informasi

Katalog digital LAKUWO digunakan untuk mengintegrasikan informasi UMKM dalam satu media yang memuat profil usaha, produk, dokumentasi, kontak, dan lokasi yang terhubung dengan Google Maps. Pengelompokan berdasarkan dusun juga memberikan struktur wilayah pada penyajian informasi UMKM. Dalam konteks program ini, LAKUWO berfungsi melengkapi digitalisasi lokasi dan legalitas dengan menyediakan informasi yang lebih komprehensif mengenai masing-masing usaha. Temuan ini sejalan dengan Putrikuri et al. (2025) dan Putri dan Prabowo (2025) yang menekankan pentingnya penyediaan informasi usaha secara terpusat dalam mendukung proses digitalisasi UMKM.

Meskipun demikian, efektivitas LAKUWO sebagai media yang digunakan masyarakat belum diukur melalui *user acceptance*, *usability testing*, jumlah kunjungan, lama akses, maupun interaksi pengguna selama periode program. Oleh karena itu, LAKUWO dalam penelitian ini lebih tepat diposisikan sebagai **infrastruktur informasi digital** yang telah

dibangun untuk mendukung identitas digital UMKM, bukan sebagai bukti bahwa penggunaan teknologi tersebut telah meningkatkan jangkauan konsumen atau kinerja usaha.

Peran Partisipasi Dalam Pelaksanaan Pendampingan

Selain luaran teknis, proses pelaksanaan program menunjukkan pentingnya keterlibatan berbagai pihak dalam pendampingan. Tim melibatkan pemerintah desa, kepala dusun, RT/RW, BUMDes, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Ngawi, serta pelaku UMKM dalam proses observasi, pendataan, perencanaan, dan pelaksanaan kegiatan. Rencana teknis juga dibahas terlebih dahulu melalui rapat kerja bersama perangkat desa sebelum dilaksanakan.

Pola tersebut menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya dilakukan melalui penyampaian informasi secara satu arah, tetapi melibatkan pihak lokal dalam proses pelaksanaan. Pendekatan ini sesuai dengan prinsip *Asset-Based Community Development* (ABCD), yang menempatkan aset dan kapasitas masyarakat sebagai bagian dari proses pemberdayaan (Kretzmann & McKnight, 1993; Mathie & Cunningham, 2003). Dalam kegiatan ini, aset tersebut antara lain berupa keberadaan pelaku UMKM, perangkat desa, BUMDes, serta dukungan lembaga pemerintah yang terkait dengan pengembangan usaha.

Partisipasi pelaku UMKM juga terlihat dalam proses pendataan dan pendampingan secara langsung. Namun, tingkat keterlibatan tidak seragam pada seluruh UMKM yang didata. Karena itu, istilah pendampingan perlu dipahami sebagai proses yang menjangkau UMKM yang berhasil didata dan bersedia mengikuti kegiatan, bukan sebagai keberhasilan pendampingan yang sama pada seluruh 28 UMKM.

Perubahan Capaian Sebelum Dan Sesudah Pendampingan

Perbandingan kondisi sebelum dan sesudah program menunjukkan adanya perubahan terukur pada dua indikator utama. Jumlah UMKM yang memiliki NIB meningkat dari 11 menjadi 14 unit, sedangkan jumlah UMKM yang terdaftar di Google Maps meningkat dari 18 menjadi 22 unit. Jika dihitung berdasarkan 28 UMKM yang berhasil didata, kepemilikan NIB meningkat dari 39,3% menjadi 50,0%, sedangkan keterdaftaran pada Google Maps meningkat dari 64,3% menjadi 78,6%.

Secara relatif, jumlah UMKM yang memiliki NIB meningkat sebesar 27,27% dibandingkan kondisi awal, sedangkan jumlah UMKM yang terdaftar di Google Maps



meningkat sebesar 22,22%. Angka tersebut menunjukkan perubahan pada indikator capaian program, tetapi tidak menunjukkan peningkatan sebesar 27,27% atau 22,22% pada penjualan, konsumen, maupun daya saing UMKM. Kedua indikator tersebut hanya menggambarkan perubahan jumlah UMKM yang telah memiliki legalitas NIB dan pendaftaran lokasi pada platform digital.

Selain dua perubahan kuantitatif tersebut, kegiatan menghasilkan dua luaran informasi yang sebelumnya belum tersedia di desa, yaitu peta sebaran UMKM berbasis GIS dan katalog digital LAKUWO. Kedua luaran tersebut dapat menjadi sarana pendukung pengelolaan informasi UMKM, tetapi keberlanjutan manfaatnya tetap bergantung pada pemutakhiran data, pemeliharaan media, dan keterlibatan pihak desa setelah program selesai.

Temuan mengenai perubahan bertahap tersebut sejalan dengan Kurniawan et al. (2024) yang menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM berbasis komunitas dapat berlangsung secara bertahap dan dipengaruhi oleh kesiapan pelaku usaha serta dukungan kelembagaan. Dalam konteks Desa Wonokerto, masih terdapat UMKM yang belum mencapai kedua indikator tersebut sehingga pendampingan lanjutan masih diperlukan.

Keterbatasan Interpretasi Hasil

Hasil penelitian perlu diinterpretasikan dengan mempertimbangkan beberapa keterbatasan. Pertama, indikator kuantitatif yang digunakan terbatas pada perubahan jumlah UMKM yang memiliki NIB dan terdaftar di Google Maps. Penelitian belum mengukur perubahan penjualan, jumlah pelanggan, frekuensi kunjungan digital, maupun peningkatan pendapatan setelah program. Kedua, efektivitas katalog LAKUWO dan peta sebaran belum diuji melalui pengukuran penggunaan atau persepsi pengguna. Ketiga, penelitian tidak menggunakan kelompok pembanding sehingga perubahan yang ditemukan lebih tepat disebut sebagai capaian setelah pelaksanaan pendampingan dan tidak dapat digunakan untuk membuktikan hubungan sebab-akibat secara eksperimental.

Dengan keterbatasan tersebut, kontribusi kegiatan ini terutama terletak pada terbentuknya rangkaian infrastruktur informasi yang menghubungkan aspek legalitas, lokasi, informasi spasial, dan informasi profil usaha. Integrasi tersebut memberikan dasar yang lebih terstruktur bagi pengelolaan identitas digital UMKM di tingkat desa. Namun, apakah infrastruktur tersebut selanjutnya mampu meningkatkan jangkauan



pasar, penggunaan oleh konsumen, penjualan, atau daya saing UMKM masih memerlukan pengamatan dan penelitian lanjutan.

Secara keseluruhan, pembahasan menunjukkan bahwa penguatan identitas digital UMKM Desa Wonokerto berlangsung melalui proses bertahap yang mencakup legalitas usaha, keterdaftaran lokasi, penyediaan informasi spasial, dan penyediaan katalog digital. Peningkatan NIB dari 11 menjadi 14 UMKM dan keterdaftaran Google Maps dari 18 menjadi 22 UMKM menunjukkan capaian yang dapat diukur selama periode program. Sementara itu, peta sebaran dan katalog LAKUWO memperluas bentuk infrastruktur informasi yang tersedia di tingkat desa. Dengan demikian, hasil kegiatan lebih tepat dipahami sebagai **penguatan fondasi identitas digital UMKM**, sedangkan dampaknya terhadap penggunaan digital oleh konsumen, perluasan pasar, dan kinerja ekonomi UMKM masih memerlukan pengukuran lanjutan.

KESIMPULAN

Program pemberdayaan masyarakat di Desa Wonokerto menghasilkan perubahan pada beberapa indikator identitas digital UMKM. Jumlah UMKM yang memiliki NIB meningkat dari 11 menjadi 14 unit, sedangkan jumlah UMKM yang terdaftar pada Google Maps meningkat dari 18 menjadi 22 unit. Jika dibandingkan dengan 28 UMKM yang berhasil didata, proporsi kepemilikan NIB meningkat dari 39,3% menjadi 50,0%, sedangkan keterdaftaran pada Google Maps meningkat dari 64,3% menjadi 78,6%.

Pendampingan yang mengintegrasikan penerbitan NIB, digitalisasi lokasi usaha melalui Google Maps, penyusunan peta sebaran UMKM, dan pengembangan katalog digital LAKUWO menghasilkan rangkaian infrastruktur informasi yang saling terhubung. NIB menjadi bagian dari aspek legalitas usaha, Google Maps mendukung keterlihatan lokasi secara digital, peta sebaran menyediakan informasi spasial dalam bentuk visual, sedangkan LAKUWO menyediakan informasi profil, produk, kontak, dan lokasi UMKM dalam satu katalog digital.

Pendekatan partisipatif yang melibatkan pemerintah desa, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Ngawi, BUMDes, dan pelaku UMKM mendukung pelaksanaan kegiatan pendataan dan pendampingan. Namun, capaian program belum mencakup seluruh UMKM yang didata sehingga masih diperlukan pendampingan lanjutan, khususnya bagi pelaku usaha yang belum memiliki legalitas atau belum terdaftar pada platform digital.



Keberlanjutan hasil kegiatan memerlukan pemutakhiran data UMKM, pemeliharaan peta sebaran, pengelolaan katalog digital LAKUWO, serta pendampingan literasi dan pemanfaatan teknologi digital secara berkelanjutan. Dampak lebih lanjut terhadap penggunaan digital oleh konsumen, perluasan pasar, penjualan, dan daya saing UMKM belum dapat disimpulkan dari kegiatan ini karena belum dilakukan pengukuran terhadap indikator-indikator tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Wonokerto dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih disampaikan kepada panitia pelaksana kegiatan yang telah berkontribusi dalam perencanaan dan pelaksanaan program, seluruh pelaku UMKM di Desa Wonokerto yang telah berpartisipasi dalam proses pendampingan, serta Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Ngawi atas dukungan, pendampingan, dan penyampaian materi selama kegiatan berlangsung.

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada pihak SDN Wonokerto 4 yang telah memberikan izin penggunaan tempat selama kegiatan, serta Pemerintah Desa Wonokerto beserta seluruh perangkat desa atas kerja sama, dukungan, dan fasilitasi selama pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat.

REFERENSI

- Afiyah, J., & Qurratu'aini, N. I. (2025). Pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui Sistem Online Single Submission (OSS) untuk usaha mikro berbasis jasa konveksi rumah tangga. *Jurnal Pengabdian Inovatif Masyarakat*, 2(2), 42–45. <https://doi.org/10.62759/jpim.v2i2.251>
- Amalina, A., Rosyidi, M. A., & Hentika, N. P. (2025). Pendampingan kemandirian ekonomi desa melalui legalitas, sertifikasi halal, digitalisasi, dan branding UMKM Desa Gitik. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 157–169. <https://doi.org/10.62734/ipm.v2i2.766>
- Astuti, D. R., Maharani, M., Maulah, S., Azizah, S. H., Maulidiyah, W. R., Awwaludin, R. B., Mulyana, I., & Haq, I. S. (2025). Penguatan UMKM melalui digitalisasi dan pendampingan legalitas: Sebuah bentuk pengabdian mahasiswa di Desa Sukahening. *Rahmah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 177–187. <https://doi.org/10.65065/x47h804>



- Astuti, E. D., Tarto, T., Utami, R. T., & Oktaviany, V. (2025). Transformasi UMKM digital berbasis potensi lokal. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(2), 2150–2158. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1592>
- Fauziyya, P. A., Rashida, F. A., & Arif, L. (2023). Pembuatan NIB dan aplikasi Google Maps dalam pengembangan UMKM Desa Kebondalem Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 1837–1847. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1214>
- Hasdiansa, I. W., Hasbiah, S., Aslam, A. P., Aswar, N. F., & Farhan, A. (2026). Penguatan daya saing UMKM melalui optimalisasi kemasan produk dan pemasaran digital di Kabupaten Gowa. *Inovasi Sosial: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 34–42. <https://doi.org/10.62951/inovasisosial.v3i2.3216>
- Kretzmann, J. P., & McKnight, J. (1993). *Building communities from the inside out: A path toward finding and mobilizing a community's assets*. The Asset-Based Community Development Institute.
- Kurniawan, K., Ardhiyansyah, A., Budiman, D., Pahrijal, R., Nurhadi, T., Rahmawati, Y. D., Hermawan, I., Juniarto, A., & Gumelar, T. M. (2024). Mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan: Strategi pemberdayaan UMKM berbasis komunitas di Desa Cikahuripan Kecamatan Cislok Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Pengabdian West Science*, 3(4), 350–360. <https://doi.org/10.58812/jpws.v3i04.1104>
- Lestari, N. K. D., Amrita, N. D. A., Putri, N. P. K. A., Wicaksana, I. M. R. R., & Suartini, N. K. (2026). Perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian online pada platform e-commerce. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 5(2), 532–542. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v5i2.6454>
- Mathie, A., & Cunningham, G. (2003). From clients to citizens: Asset-based Community Development as a strategy for community-driven development. *Development in Practice*, 13(5), 474–486. <https://doi.org/10.1080/0961452032000125857>
- Mendrofa, K. J. (2025). *Pengelolaan dan pemasaran domain .ID: Kajian sejarah, bisnis, dan identitas digital Indonesia* (D. Winarni, Ed.). Eureka Media Aksara.
- OSS. (2026, June 24). OSS RBA - Memahami transisi KBLI 2025 dalam ekosistem perizinan berusaha. <https://oss.go.id/id/berita/memahami-transisi-kbli-2025-dalam-ekosistem-perizinan-berusaha>
- Putri, M. W., & Prabowo, B. (2025). Implementasi program digitalisasi UMKM melalui media pembuatan QRIS dan Google Maps di Desa Kemiri Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Sinabis*, 1(2), 635–640. <https://jsinabis.upnjatim.ac.id/index.php/jsinabis>
- Putrikuri, K. E., Pratama, V. P., Maulana, A. A., Maylaffazyza, J., Fadil, B. U., Laili, E. N., Rifah, F. M., Salsabila, Sari, S. D. R., Yuliandini, I., Syaifudin, D. A., Muafiroh, N., Hasan, A., Maulidah, F. D., Firmansyah, A., & Savitrah, R. M. (2025). Peningkatan



- jangkauan pasar dan kredibilitas bisnis UMKM Desa Grenden Kabupaten Jember di era digital. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 9(1), 81–90. <https://doi.org/10.30595/jppm.v9i1.23724>
- Rahmadani, R. P., Ramdhani, M. F., & Rizqullah, I. (2025). Pendampingan UMKM dalam pembuatan NIB dan penandaan lokasi pada Google Maps di Desa Sambung. *SANDIMAS3*, 2(2).
- 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. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2177>
- Rahmawati, F., Soesilowati, E., Priambodo, M. P., & Prastiwi, L. F. (2025). Penguatan ekonomi lokal melalui digitalisasi UMKM perempuan: Studi kasus kelompok tani wanita Desa Sidodadi. *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, 7(2), 158–165. <https://doi.org/10.33480/abdimas.v7i2.6435>
- Rojabi, M. A., & Kurniawan, D. (2026). *IKD: Transformasi ekosistem identitas digital nasional* (E. Haryati, Ed.). Afdan Rojabi Publisher.
- Zed, E. Z., Indriani, S., & Wati, S. F. (2025). Pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian konsumen di era e-commerce. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 171–180. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v4i1.4740>