

**LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT INTERNAL DOSEN**



**PELATIHAN PEMBUATAN DAN PENGELOLAAN TAG LOKASI
USAHA DI GOOGLE MAPS BAGI PELAKU INDUSTRI TAHU LEDOK
KULON BOJONEGORO**

Tim Pengusul:

MUHAMMAD RIZQI AGUSTINO, S.KOM., M.B.A

REZA ANGGAPRATAMA, S.E., MM

EKA ILHAM FIRMANSYAH

IQBAL INDRAWAN SANTOSO

Nomor Kontrak

066 / LPPM-PENGMAS / UB / XI / 2025

Dibiayai oleh:

Universitas Bojonegoro

Periode 1 Tahun Anggaran 202

UNIVERSITAS BOJONEGORO

2026

HALAMAN PENGESAHAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENDANAAN PERGURUAN
TINGGI

1.	Judul Pengabdian	:	Pelatihan Pembuatan Dan Pengelolaan Tag Lokasi Usaha Di Google Maps Bagi Pelaku Industri Tahu Ledok Kulon
2.	Ketua		
	a.	Nama Peneliti	: Muhammad Rizqi Agustino
	b.	NIDN	: 0715089401
	c.	Program Studi	: Manajemen Ritel
	d.	E-mail	: Agustino15rizqi@gmail.com
	e.	Bidang Keilmuan	: Manajemen
3.	Anggota 1		
	a.	Nama (Dosen)	: Reza Anggapratama
	b.	NIDN	: 0722069006
	c.	Program Studi	: Manajemen Ritel
	d.	E-mail	: reza@unigoro.ac.id
	e.	Bidang Keilmuan	: Manajemen
		Anggota 2	
	a.	Nama (Mahasiswa)	: Eka Ilham Firmansyah
	b.	NIM	: 24617011019
	c.	Program Studi	: Manajemen Ritel
	d.	E-mail	: Ekailham1823@gmail.com
	e.	Bidang Keilmuan	: Manajemen Ritel
		Anggota 3	
	a.	Nama (Mahasiswa)	: Iqbal Indrawan Santoso
	b.	NIM	: 24617011037
	c.	Program Studi	: Manajemen Ritel
	d.	E-mail	: iqbalindrawan341@gmail.com
	e.	Bidang Keilmuan	: Manajemen Ritel
4.	Jangka Waktu Pengabdian	:	6 Bulan
5.	Lokasi Pengabdian	:	Industri Tahu Desa Ledok Kulon
6.	Dana Diusulkan	:	Rp2.000.000,00
Mengetahui,			Bojonegoro, 26 Januari 2026
Ketua LPPM Universitas Bojonegoro			Pengusul,
<u>Dr. Laily Agustina R., S.Si., M.Sc.</u> NIDN 07 2108 8601			<u>Muhammad Rizqi A., M.B.A</u> NIDN. 0715089401

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
INFORMASI KELAYAKAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT	vi
ABSTRAK	vii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Isu dan Fokus Pengabdian	1
1.2 Lokasi Pendampingan	3
1.3 Keterkaitan Hasil Penelitian Yang Sudah Dilakukan	3
BAB II	5
SOLUSI PERMASALAHAN	5
2.1 Solusi Permasalahan Pendampingan	5
2.2 Riset Terdahulu dan Teori Yang Relevan	7
BAB III	10
METODE PELAKSANAAN	10
3.1 Teknik Pendampingan	10
3.2 Strategi Yang Digunakan	12
3.3 Tahapan Kegiatan	15
BAB IV	17
KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI	17
BAB V	18
HASIL DAN PEMBAHASAN	18
5.1 Hasil Pendampingan	18
5.2 Pembahasan	19
BAB VI	21
PENUTUP	21
6.1 Kesimpulan	21

6.2 Saran	21
DAFTAR PUSTAKA	23
LAMPIRAN	25
Lampiran 1 – LogBook Pelaksanaan	25
Lampiran 2 – Tahap Membuat Tag Lokasi di Google Map	26
Lampiran 3 – Tag Lokasi Google Map Usaha Tahu	27
Lampiran 4 -Dokumnetasi Pelaksanaan	32
Lampiran 5 – Submit Artikel PKM	33
Lampiran 6 – Revisi	34
Lampiran 7 – Keputusan Terbit	35

DAFTAR TABEL

Tabel Informasi Kelayakan Pengabdian Kepada Masyarakat.....vi
Tabel 5.1 Daftar Usaha Tahu.....19

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Logbook Pelaksanaan.....	25
Lampiran 1 Tahap Membuat Tag Lokasi di Google Map.....	26
Lampiran 2 Tag Lokasi Google Map Usaha Tahu.....	27
Lampiran 3 Dokumentasi Pelaksanaan.....	32
Lampiran 4 Submit Artikel PKM.....	33
Lampiran 5 Revisi Naskah PKM.....	34
Lampiran 6 Keputusan Publikasi.....	35

INFORMASI KELAYAKAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Judul : Pelatihan Pembuatan Dan Pengelolaan Tag Lokasi Usaha Di Google Maps Bagi Pelaku Industri Tahu Ledok Kulon

Bidang Keilmuan : Manajemen

Nomor Kontrak : 066 / LPPM-PENGMAS / UB / XI / 2025

Nama Ketua : Muhammad Rizqi Agustino

NIDN Ketua : 0715089401

SINTA ID Ketua : 6793205

Nama Anggota 1 : Reza Anggapratama

NIDN Anggota 1 : 0722069006

SINTA ID Anggota 1 : 6825278

Nama Anggota 2 : Eka Ilham Firmansyah

NIM Anggota 2 : 24617011019

Nama Anggota 3 : Iqbal Indrawan Santoso

NIM Anggota 3 : 24617011037

Tahun Usulan : 2025

Tahun Pelaksanaan : 2026/2026

Luaran Wajib : Jurnal PKM

Alamat OJS : <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/ppkm/>

Nama OJS : Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Unsiq

Volume dan Issue : Januari Vol 13, No.1 2026

ISSN : Print : 2354-869X, online : 2614-3763

Tahun Publikasi : 2026

Peringkat Akreditasi : Sinta 4

ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Ledok Kulon, Kecamatan Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro dengan tujuan meningkatkan literasi digital serta kemampuan pemasaran pelaku industri pembuat tahu melalui pemanfaatan Google Maps sebagai media promosi bisnis. Berdasarkan hasil observasi awal, pelaku usaha di wilayah tersebut belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dan masih bergantung pada pemasaran tradisional. Kegiatan dilakukan melalui tahapan persiapan, sosialisasi, pelatihan literasi digital, praktik langsung pembuatan *Google Business Profile*, pendampingan verifikasi, monitoring, serta evaluasi. Metode *hands-on mentoring* digunakan agar peserta dapat memperoleh pengalaman belajar langsung dan mampu mengelola profil bisnis secara mandiri. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa sebanyak 22 pelaku usaha berhasil membuat dan mengaktifkan tag lokasi bisnis di Google Maps, yang menandai keberhasilan program dalam meningkatkan kapasitas digital peserta. Dokumentasi dan verifikasi menunjukkan bahwa seluruh profil usaha telah muncul dalam pencarian Google Maps dan mulai mendapatkan tayangan awal dari pengguna. Program ini memberikan dampak langsung pada peningkatan visibilitas bisnis serta memberikan dasar bagi transformasi digital UMKM di desa tersebut. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini berkontribusi terhadap penguatan daya saing UMKM lokal melalui pemanfaatan teknologi informasi yang sederhana, murah, dan berkelanjutan

Kata Kunci: Google Maps; Industri Tahu. Digitalisasi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Isu dan Fokus Pengabdian

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat melakukan aktivitas ekonomi, termasuk pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Digitalisasi menjadi salah satu faktor utama dalam peningkatan daya saing dan keberlanjutan bisnis di era industri 4.0. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), jumlah UMKM di Indonesia mencapai 65,5 juta unit usaha dan menyumbang sekitar 61,97% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Namun, baru sekitar 27,6 juta UMKM (42%) yang telah terhubung ke ekosistem digital. Angka ini menunjukkan masih adanya kesenjangan digital yang cukup signifikan, terutama di kalangan pelaku usaha tradisional seperti industri tahu.

Industri tahu merupakan sektor agroindustri yang banyak berkembang di daerah perkotaan dan pinggiran, termasuk di Kecamatan Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro, yang dikenal memiliki komunitas pengrajin tahu skala rumah tangga. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan pengurus komunitas, sebagian besar pelaku industri tahu di kawasan ini masih mengandalkan penjualan konvensional melalui pelanggan tetap dan belum memanfaatkan media digital dalam mempromosikan produknya. Hal ini menyebabkan keterbatasan akses pasar, stagnasi pertumbuhan penjualan, dan minimnya interaksi dengan konsumen baru.

Dalam konteks pemasaran modern, keberadaan digital menjadi bagian dari strategi *marketing mix* yang efektif. Menurut Kotler dan Keller (2016), visibilitas digital dapat meningkatkan *brand awareness*, memperluas jangkauan konsumen, dan menciptakan keunggulan kompetitif. Salah satu sarana sederhana namun berdampak besar adalah penggunaan *Google Business Profile* (GBP) untuk menampilkan lokasi usaha di Google Maps. Fitur ini memungkinkan pelaku usaha menampilkan lokasi, foto produk, jam operasional, dan ulasan pelanggan,

sehingga calon konsumen dapat dengan mudah menemukan usaha tersebut secara daring.

Namun demikian, literasi digital pelaku usaha kecil di Indonesia masih rendah. Berdasarkan survei *Indonesia Digital Literacy Index* yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika bersama Katadata Insight Center (2023), skor literasi digital nasional berada pada angka 3,65 dari 5,00, dengan aspek “literasi digital dasar” dan “etika digital” masih menjadi tantangan terbesar. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Rahman dan Santoso (2022), yang menyimpulkan bahwa kendala utama UMKM dalam adopsi teknologi digital adalah keterbatasan keterampilan teknis dan kurangnya pendampingan langsung. Dengan peneliti merasa perlu melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa *Pelatihan Pembuatan Tag Lokasi Bisnis di Google Maps bagi Komunitas Industri Pembuat Tahu di Desa Ledok Kulon Kecamatan Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro*. Program ini dirancang sebagai bentuk solusi untuk menjembatani kesenjangan digital dan meningkatkan kapasitas pemasaran digital pelaku usaha tahu.

Secara teoretis, kegiatan ini berlandaskan pada *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), yang menjelaskan bahwa penerimaan teknologi oleh individu dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan). Dengan pelatihan yang aplikatif dan praktik langsung, para peserta diharapkan dapat memahami manfaat nyata dari keberadaan digital serta mampu mengoperasikan teknologi tersebut secara mandiri.

Selain itu, kegiatan ini juga memiliki relevansi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang pemasaran digital dan pemberdayaan masyarakat, di mana dosen dan mahasiswa berperan aktif dalam proses *knowledge transfer* dan *capacity building*. Kegiatan ini tidak hanya memberikan dampak praktis bagi mitra, tetapi juga memberikan kontribusi akademik melalui dokumentasi, publikasi ilmiah, serta pengembangan model pendampingan digitalisasi UMKM berbasis komunitas.

Dengan demikian, isu utama dalam pengabdian ini adalah rendahnya literasi digital dan minimnya visibilitas usaha industri tahu dalam platform daring, yang berdampak pada terbatasnya pertumbuhan bisnis. Fokus pengabdian diarahkan pada pemberdayaan komunitas industri tahu melalui pelatihan dan pendampingan digitalisasi bisnis berbasis Google Maps, sehingga dapat meningkatkan daya saing, memperluas jaringan pasar, dan memperkuat ketahanan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

1.2 Lokasi Pendampingan

Lokasi pengabdian berada kawasan industri pembuatan tahu di desa Ledok Kulon kecamatan Bojonegoro kabupaten Bojonegoro.

1.3 Keterkaitan Hasil Penelitian Yang Sudah Dilakukan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan implementasi dari serangkaian penelitian yang telah dilakukan oleh dosen dan mahasiswa yang berfokus pada tema digitalisasi dan pemberdayaan. Penelitian-penelitian tersebut memberikan dasar ilmiah yang kuat dalam merancang kegiatan pengabdian yang aplikatif dan relevan terhadap kebutuhan mitra, khususnya komunitas industri tahu di Desa Ledok Kulon.

Salah satu penelitian yang menjadi landasan kegiatan ini adalah hasil studi Nugroho et al. (2023) berjudul "*Adopsi Teknologi Digital pada UMKM Sektor Pangan di Wilayah Jabodetabek*". Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat adopsi teknologi digital oleh UMKM sektor pangan masih rendah, terutama pada aspek pemanfaatan platform digital gratis seperti *Google Business Profile* (GBP) dan media sosial. Penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa faktor utama yang menghambat digitalisasi adalah kurangnya literasi digital (62%), minimnya pendampingan langsung (48%), dan rendahnya persepsi manfaat teknologi (44%).

Selain itu, penelitian Rahman & Fitriani (2022) tentang "*Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Optimalisasi Pemasaran Digital*" menegaskan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung mampu meningkatkan efektivitas

adopsi teknologi hingga 70% lebih tinggi dibandingkan pelatihan berbasis teori. Oleh karena itu, model pelatihan yang diterapkan dalam kegiatan ini dirancang berbasis *hands-on training* dan *mentoring langsung*, agar peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga menguasai keterampilan teknis dalam membuat dan mengelola profil bisnis digital.

Secara konseptual, kegiatan ini juga mengacu pada teori *Diffusion of Innovation* (Rogers, 2003), yang menjelaskan bahwa proses adopsi inovasi teknologi oleh masyarakat terjadi melalui lima tahap: *knowledge*, *persuasion*, *decision*, *implementation*, dan *confirmation*. Dalam konteks pengabdian ini, pelatihan berperan pada tahap *knowledge* dan *persuasion*, sementara pendampingan dan monitoring pasca-pelatihan mendukung tahap *implementation* dan *confirmation*. Dengan pendekatan ini, diharapkan perubahan perilaku digital peserta dapat berlangsung berkelanjutan.

Hasil-hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bukan hanya merupakan aktivitas sosial, tetapi juga merupakan penerapan hasil riset akademik secara langsung ke dalam praktik lapangan (*research-based community engagement*). Program ini dirancang untuk menjawab permasalahan yang teridentifikasi secara ilmiah, serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan model pendampingan UMKM berbasis data dan bukti empiris (*evidence-based intervention*).

Dengan demikian, keterkaitan antara penelitian dan program pengabdian ini terletak pada pemanfaatan hasil riset sebagai dasar perumusan permasalahan dan solusi yang kontekstual, penerapan teori dan temuan empiris untuk merancang metode pendampingan yang efektif, serta umpan balik lapangan dari kegiatan pengabdian yang dapat memperkaya penelitian selanjutnya mengenai strategi digitalisasi UMKM.

Keterpaduan antara kegiatan penelitian dan pengabdian ini diharapkan mampu memperkuat peran perguruan tinggi dalam menjalankan Tridharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam mengintegrasikan ilmu pengetahuan dengan pemberdayaan masyarakat menuju transformasi digital yang inklusif dan berkelanjutan.

BAB II

SOLUSI PERMASALAHAN

2.1 Solusi Permasalahan Pendampingan

Permasalahan utama yang dihadapi oleh komunitas industri pembuat tahu di Desa Ledok Kulon, Kecamatan Bojoengoro, Kabupaten Bojonegoro adalah rendahnya literasi digital dan belum optimalnya pemanfaatan teknologi informasi untuk kegiatan pemasaran dan promosi usaha. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan pengurus komunitas, sebagian besar pelaku usaha masih menggunakan metode pemasaran konvensional melalui penjualan langsung ke pelanggan tetap di sekitar lokasi produksi. Akibatnya, potensi ekspansi pasar menjadi terbatas dan daya saing usaha terhadap produk sejenis menurun.

Selain itu, pelaku usaha juga menghadapi kesulitan dalam memperkenalkan lokasi usahanya kepada konsumen baru, terutama karena banyak di antara mereka yang belum memiliki identitas digital atau keberadaan usaha di platform daring seperti Google Maps. Padahal, di era digital, keberadaan usaha di platform tersebut menjadi elemen penting dalam membangun kepercayaan konsumen, meningkatkan visibilitas usaha, serta memudahkan akses pelanggan terhadap produk dan lokasi bisnis.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan pendekatan pendampingan partisipatif yang menggabungkan unsur edukatif, aplikatif, dan berkelanjutan. Solusi yang ditawarkan dituangkan dalam bentuk program pelatihan dan pendampingan pembuatan tag lokasi bisnis di Google Maps, yang dirancang untuk menjawab kebutuhan mitra secara langsung melalui kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

1. Pelatihan Literasi Digital dan Pengenalan Google Business Profile (GBP)

Pada tahap awal, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya kehadiran digital bagi pelaku usaha kecil. Materi disampaikan dalam bentuk presentasi interaktif dan studi kasus tentang bagaimana profil bisnis di Google

Maps dapat meningkatkan kunjungan dan penjualan. Peserta diperkenalkan dengan fitur-fitur utama *Google Business Profile* (GBP), seperti pengaturan alamat bisnis, jam operasional, deskripsi usaha, foto produk, dan pengelolaan ulasan pelanggan.

Langkah ini dirancang untuk meningkatkan *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) sebagaimana dijelaskan dalam *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989), di mana kesadaran akan manfaat teknologi menjadi faktor utama dalam adopsi inovasi digital oleh individu.

2. Pelatihan Praktik Pembuatan Tag Lokasi Bisnis

Setelah memahami konsep dasar, peserta akan melakukan praktik langsung membuat akun Google dan mendaftarkan bisnis mereka di Google Maps. Tim dosen dan mahasiswa bertindak sebagai fasilitator dalam proses ini, memastikan bahwa setiap peserta berhasil mengunggah data lokasi usaha dengan benar dan lengkap. Pelatihan praktik ini dilakukan secara *hands-on training*, agar peserta dapat langsung memperoleh keterampilan teknis dan mengatasi kendala secara *real-time*.

Metode ini mengacu pada pendekatan *experiential learning* (Kolb, 1984), yang menekankan bahwa pembelajaran efektif terjadi melalui pengalaman langsung. Dengan praktik lapangan, peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga menguasai keterampilan teknis yang relevan.

3. Pendampingan Individu dan Verifikasi Lokasi

Setelah proses pendaftaran, peserta akan didampingi dalam tahap verifikasi lokasi bisnis oleh Google, baik melalui surat verifikasi (*postcard verification*) maupun metode digital lain. Tim pendamping akan membantu memastikan bahwa profil bisnis telah aktif dan dapat ditelusuri di Google Maps. Kegiatan ini penting untuk memastikan keberhasilan program secara konkret, yaitu setiap peserta memiliki profil bisnis aktif yang dapat ditemukan oleh calon pelanggan..

2.2 Riset Terdahulu dan Teori Yang Relevan

2.2.1 Riset Terdahulu

Dalam rangka merancang program pengabdian yang efektif bagi komunitas industri tahu di Desa Ledok Kulon, Kecamatan Bojoengoro, Kabupaten Bojonegoro, penting untuk menelaah hasil-penelitian sebelumnya baik dari peneliti sendiri maupun pihak lain, agar program berbasis bukti (evidence-based) dan sesuai kondisi lapangan.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Agustino, dkk (2024) berjudul *“Pendampingan Pembuatan dan Pengelolaan Akun Bisnis Media Sosial untuk Penetrasi Pasar”* menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang dibina dalam penggunaan media sosial sebagai saluran pemasaran mengalami peningkatan jangkauan pasar dan kesadaran terhadap teknologi pemasaran digital. Temuan ini relevan karena mengindikasikan bahwa pelatihan berbasis praktik (hands-on) dan pendampingan langsung dapat meningkatkan adopsi teknologi oleh UMKM, yang di dalam konteks kegiatan pengabdian ini adalah pemanfaatan platform digital (khususnya lokasi usaha di peta digital) untuk pembuat tahu.

Kedua, bahwa hambatan utama pelaku usaha mikro dalam memperluas pasar adalah keterbatasan akses digital dan rendahnya keterampilan teknis pemasaran daring. Hal ini menjadi indikator valid bahwa pelaku usaha kecil (termasuk industri tahu) membutuhkan pendampingan teknis untuk mengoptimalkan saluran digital (Agustino, dkk., 2024).

Ketiga, penelitian lainnya menunjukkan relevansi langsung dengan isu pengabdian ini: misalnya studi mengenai *“Pendayagunaan Aplikasi Google Maps Guna Mendukung Promosi Pemasaran UMKM”* oleh Septi dkk. (2024) dalam Jember yang menunjukkan bahwa pelatihan penggunaan *Google My Business/Google Maps* bagi UMKM meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital hingga sekitar 69 %. Demikian juga penelitian tentang Penerapan Profil Bisnis Google untuk Meningkatkan Visibilitas Online UMKM Kerang Celebes yang menunjukkan bahwa usaha yang sudah terverifikasi di Google Maps memiliki visibilitas online yang lebih kuat. P

Keempat, studi mengenai digitalisasi UMKM dalam menghadapi era Society 5.0 di Desa Pasirjambu (Ramadhan et al., 2023) menyebutkan bahwa kurang dari 10 % UMKM telah mengimplementasikan pemasaran digital secara efektif, yang menegaskan urgensi pendampingan digital bagi pelaku usaha mikro.

Dengan demikian, rangkaian riset terdahulu ini memberikan landasan empiris yang kuat bahwa: (a) pelaku UMKM memiliki kebutuhan nyata akan peningkatan literasi dan keterampilan digital; (b) penggunaan *Google Maps / Google My Business* sebagai saluran promosi lokal digital terbukti efektif; (c) model pelatihan + pendampingan langsung (praktik & mentoring) terbukti mempercepat adopsi teknologi oleh UMKM.

2.2.2 Teori yang Relevan

Program pengabdian ini juga didasari oleh sejumlah teori yang relevan dalam konteks digitalisasi UMKM dan pemasaran daring:

1. Technology Acceptance Model (TAM)

Dikembangkan oleh Davis (1989) yang menyatakan bahwa tingkat penerimaan suatu teknologi oleh pengguna dipengaruhi oleh *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan). Dengan memfokuskan pelatihan pada penggunaan Google Maps dan profil bisnis digital, program ini berupaya meningkatkan kedua aspek tersebut sehingga pelaku industri tahu merasa teknologi tersebut berguna dan mudah digunakan.

2. Diffusion of Innovations

Teori yang dikembangkan oleh Rogers (2003), menjelaskan bagaimana adopsi inovasi berlangsung melalui lima tahap: pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Dalam konteks ini, pelatihan berfungsi memberikan pengetahuan dan persuasi, pendampingan langsung membantu implementasi, dan monitoring/verifikasi membantu tahap konfirmasi.

3. Resource-Based View (RBV)

Teori manajemen strategis yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif suatu organisasi berasal dari sumber daya yang dapat dipertahankan dan unik. Dalam skala UMKM, sumber daya digital (kehadiran online, profil bisnis aktif)

dapat menjadi basis diferensiasi usaha tahu untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing di pasar lokal dan digital.

4. Marketing Mix (4P) dan Digital Marketing

Meskipun 4P (produk, harga, tempat, promosi) masih relevan, transformasi digital mensyaratkan adaptasi komponen ‘tempat’ (place) menjadi “kehadiran digital” (digital presence) dan ‘promosi’ melalui channel online. Teori ini menjustifikasi pentingnya menempatkan lokasi usaha di Google Maps sebagai bagian dari strategi pemasaran modern

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Teknik Pendampingan

Teknik pendampingan yang digunakan dalam program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara sistematis dan terarah untuk mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan literasi digital dan kemampuan pelaku industri tahu dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran usaha melalui platform Google Maps. Pendampingan dilaksanakan dengan pendekatan edukatif-partisipatif, yang mengedepankan keterlibatan aktif peserta dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari pemahaman konsep hingga praktik langsung.

Pendampingan ini dilakukan berdasarkan prinsip *experiential learning* (Kolb, 1984), di mana peserta belajar melalui pengalaman langsung dan refleksi terhadap aktivitas yang dilakukan. Selain itu, kegiatan ini juga menerapkan model *participatory empowerment* yang menempatkan mitra sebagai subjek utama kegiatan, bukan sekadar objek penerima bantuan. Dengan demikian, pendampingan tidak hanya bersifat transfer pengetahuan satu arah, tetapi juga mendorong partisipasi aktif dan kemandirian peserta.

Teknik pendampingan ini dibagi menjadi beberapa tahap yang saling berkesinambungan sebagai berikut:

1. Pendekatan Partisipatif (Participatory Approach)

Pendampingan dimulai dengan melakukan komunikasi awal dan diskusi dengan pengurus komunitas industri tahu untuk mengidentifikasi kebutuhan, tantangan, dan tingkat pemahaman peserta terhadap teknologi digital. Kegiatan ini dilakukan melalui wawancara, observasi, dan pengisian kuesioner sederhana untuk mengukur kesiapan digital (*digital readiness*).

Pendekatan partisipatif ini sejalan dengan teori *community engagement* (Bhattacharyya, 2004), yang menekankan pentingnya keterlibatan aktif masyarakat dalam perencanaan program agar solusi yang diberikan relevan dan kontekstual.

2. Pelatihan Interaktif (Interactive Training)

Tahap selanjutnya adalah pelatihan interaktif yang menggabungkan metode ceramah, diskusi kelompok kecil, simulasi, dan demonstrasi langsung. Peserta diperkenalkan pada konsep dasar pemasaran digital dan manfaat visibilitas bisnis di Google Maps.

Fasilitator menggunakan alat bantu visual (slide, video tutorial, dan contoh profil bisnis sukses) untuk meningkatkan pemahaman peserta. Pendekatan ini dirancang untuk meningkatkan *perceived usefulness* peserta terhadap teknologi digital sebagaimana dijelaskan dalam *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989).

3. Praktik Langsung dan Pendampingan Teknis (Hands-on Mentoring)

Setelah memperoleh pemahaman teoritis, peserta langsung melakukan praktik pembuatan akun Google dan pendaftaran profil bisnis di Google Maps dengan didampingi oleh tim pengabdian (dosen dan mahasiswa). Setiap peserta diarahkan langkah demi langkah untuk:

- Membuat akun Gmail (bagi yang belum memiliki).
- Mengakses dan mengisi data di *Google Business Profile*.
- Menentukan titik lokasi bisnis di peta.
- Mengunggah foto produk dan deskripsi usaha.

Pendampingan dilakukan secara *one-on-one mentoring* untuk memastikan setiap peserta dapat menyelesaikan proses dengan benar. Teknik ini efektif untuk kelompok masyarakat dengan tingkat literasi digital yang beragam, sebagaimana direkomendasikan dalam hasil penelitian Agustino (2024) tentang *pendampingan digitalisasi UMKM berbasis praktik langsung*.

4. Pendampingan Verifikasi dan Optimalisasi Profil

Setelah pembuatan profil bisnis, tim pengabdian membantu peserta dalam proses verifikasi akun yang dilakukan oleh Google. Pendampingan ini juga mencakup pembimbingan dalam memperbarui data, menambahkan jam operasional, menanggapi ulasan pelanggan, serta mengunggah konten foto atau promosi. Langkah ini mengikuti prinsip *capacity building*, yaitu membangun

kapasitas jangka panjang peserta agar mampu mengelola profil bisnisnya secara mandiri tanpa ketergantungan pada pihak eksternal (UNDP, 2017).

5. Evaluasi dan Refleksi Bersama (Reflective Learning)

Tahap akhir teknik pendampingan adalah refleksi bersama antara peserta, tim pengabdian, dan pengurus komunitas. Peserta diberikan kesempatan untuk berbagi pengalaman, tantangan yang dihadapi, serta hasil yang diperoleh selama proses pendampingan.

Kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai evaluasi, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran kolektif untuk mengidentifikasi langkah-langkah perbaikan di masa mendatang. Hasil refleksi kemudian dijadikan dasar penyusunan rekomendasi untuk kegiatan lanjutan, baik berupa pelatihan digital lanjutan maupun kolaborasi antar pelaku usaha dalam promosi daring.

Dengan penerapan teknik pendampingan yang sistematis ini, diharapkan:

- Peserta mampu memahami manfaat digitalisasi bagi pengembangan usaha.
- Setiap pelaku industri tahu memiliki profil bisnis aktif di Google Maps.
- Komunitas industri tahu dapat mengelola kehadiran digitalnya secara mandiri dan berkelanjutan.
- Terbangun model pendampingan berbasis praktik langsung yang dapat direplikasi pada UMKM sektor lain.

Teknik pendampingan ini pada akhirnya diharapkan menjadi contoh penerapan *community-based digital empowerment model*, di mana perguruan tinggi berperan aktif sebagai fasilitator transformasi digital masyarakat.

3.2 Strategi Yang Digunakan

Strategi pendampingan dalam program ini dirancang secara terstruktur dan terukur agar mampu mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan kapasitas digital dan daya saing pelaku industri tahu melalui pemanfaatan teknologi Google Maps dan Google Business Profile (GBP) sebagai media promosi dan pemasaran. Strategi yang digunakan berpijak pada prinsip pendekatan pemberdayaan masyarakat berbasis partisipasi dan pembelajaran langsung (*participatory and experiential empowerment approach*).

Pendampingan tidak sekadar bersifat pelatihan satu arah, tetapi melibatkan mitra secara aktif dalam seluruh tahapan kegiatan — mulai dari identifikasi masalah, pelaksanaan pelatihan, hingga refleksi hasil dan tindak lanjut keberlanjutan. Strategi ini selaras dengan pandangan Bhattacharyya (2004) tentang *community empowerment*, bahwa keberhasilan pengembangan masyarakat bergantung pada keterlibatan aktif warga dalam proses pembelajaran dan pengambilan keputusan. Secara rinci, strategi pendampingan dalam program ini meliputi lima komponen utama berikut:

1. Strategi Partisipatif dan Kolaboratif

Pendekatan awal kegiatan dilakukan melalui strategi partisipatif, di mana komunitas industri pembuat tahu dilibatkan sejak tahap perencanaan. Pengurus komunitas dan peserta berperan dalam menentukan waktu, lokasi, serta bentuk kegiatan agar kegiatan benar-benar sesuai dengan kebutuhan riil mitra. Pendekatan ini juga bersifat kolaboratif, melibatkan dosen, mahasiswa, dan perwakilan komunitas dalam peran yang setara sebagai mitra belajar. Kolaborasi tersebut menciptakan hubungan kemitraan yang egaliter dan meningkatkan rasa kepemilikan terhadap hasil kegiatan (*sense of ownership*). Strategi ini mengacu pada konsep *Participatory Rural Appraisal (PRA)* yang dikembangkan oleh Chambers (1994), yang menekankan bahwa masyarakat lokal adalah sumber utama informasi dan solusi bagi permasalahan mereka sendiri.

2. Strategi Edukatif-Transformasional

Pendampingan dilakukan bukan hanya untuk memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga untuk mengubah pola pikir (*mindset transformation*) pelaku industri tahu agar lebih terbuka terhadap inovasi digital. Strategi ini menggabungkan proses edukatif melalui pelatihan interaktif dengan pendekatan transformasional yang mendorong peserta untuk menyadari pentingnya digitalisasi bagi keberlanjutan usaha mereka. Melalui studi kasus, video pembelajaran, dan diskusi reflektif, peserta diajak untuk memahami manfaat jangka panjang dari memiliki kehadiran digital di Google Maps. Pendekatan ini sejalan dengan teori *Transformative Learning* (Mezirow, 1997), yang menekankan pentingnya refleksi

kritis untuk mengubah kerangka berpikir dan perilaku seseorang terhadap teknologi atau inovasi baru.

3. Strategi Praktik Langsung (*Hands-on Learning*)

Strategi utama dalam pendampingan ini adalah belajar melalui praktik langsung, di mana setiap peserta secara aktif membuat dan mengelola profil bisnis di Google Maps dengan bimbingan tim fasilitator. Model *hands-on learning* memungkinkan peserta belajar sambil melakukan (*learning by doing*), yang terbukti meningkatkan daya serap dan retensi pengetahuan. Pendekatan ini didukung oleh teori *Experiential Learning* (Kolb, 1984), yang menyatakan bahwa pengalaman konkret adalah elemen kunci dalam pembelajaran orang dewasa. Dengan strategi ini, peserta dapat langsung menguasai keterampilan teknis, memecahkan kendala yang muncul, dan memperoleh hasil nyata berupa profil bisnis aktif di Google Maps.

4. Strategi Berkelanjutan (*Continuous Mentoring and Monitoring*)

Pendampingan tidak berhenti pada tahap pelatihan, tetapi dilanjutkan dengan **mentoring berkelanjutan**. Setelah kegiatan utama selesai, tim pengabdian akan melakukan pemantauan jarak jauh untuk memastikan setiap peserta mempertahankan aktivitas digitalnya, memperbarui profil usaha, dan menanggapi ulasan pelanggan. Strategi ini memastikan keberlanjutan hasil kegiatan serta memungkinkan tim melakukan evaluasi efektivitas program berdasarkan data empiris. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip *sustainability in community development* (Eade, 1997), yang menekankan pentingnya kesinambungan pendampingan untuk menjaga keberlanjutan perubahan perilaku masyarakat.

5. Strategi Inovatif dan Adaptif

Dalam pelaksanaannya, strategi pendampingan juga menerapkan prinsip inovatif dan adaptif, menyesuaikan metode dengan tingkat literasi digital peserta. Untuk peserta yang belum familiar dengan teknologi, digunakan pendekatan *peer learning*, yaitu peserta yang sudah berhasil membantu peserta lain yang mengalami kesulitan. Selain itu, tim pengabdian memanfaatkan media komunikasi daring (grup WhatsApp dan video tutorial) sebagai sarana berbagi informasi dan

pendampingan pasca kegiatan. Pendekatan adaptif ini memperkuat efektivitas kegiatan dan membangun jejaring antar peserta untuk saling berbagi pengetahuan. Melalui strategi yang partisipatif, edukatif, aplikatif, dan berkelanjutan, kegiatan pengabdian ini tidak hanya menghasilkan perubahan jangka pendek berupa peningkatan keterampilan, tetapi juga perubahan jangka panjang berupa transformasi perilaku dan mentalitas digital di kalangan pelaku industri tahu.

3.3 Tahapan Kegiatan

Tahapan kegiatan pendampingan dalam program pengabdian kepada masyarakat ini disusun secara sistematis agar seluruh proses berjalan efektif, efisien, dan mencapai tujuan program secara optimal. Setiap tahapan dirancang berdasarkan prinsip partisipatif, edukatif, dan aplikatif, sehingga mitra tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga terlibat aktif dalam proses pembelajaran dan pengambilan keputusan. Secara garis besar, kegiatan ini dibagi menjadi lima tahapan utama, yaitu tahap persiapan, tahap koordinasi dengan mitra, tahap pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, tahap evaluasi, serta tahap tindak lanjut. Berikut uraian setiap tahap secara rinci:

1. Tahap Persiapan dan Perencanaan Program

Tahap ini merupakan langkah awal sebelum kegiatan dilaksanakan. Tujuan utamanya adalah memastikan seluruh elemen program direncanakan dengan baik agar pelaksanaan berjalan lancar. Langkah-langkah yang dilakukan yaitu analisis situasi dan kebutuhan mitra: dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan pengurus Komunitas Industri Pembuat Tahu Kecamatan Cimanggis. Hasil analisis menunjukkan rendahnya literasi digital dan belum adanya pemanfaatan Google Maps dalam strategi pemasaran. Tahap ini sejalan dengan teori *project planning* (Kerzner, 2017), yang menekankan bahwa keberhasilan program pemberdayaan masyarakat sangat dipengaruhi oleh kesiapan dan perencanaan yang matang di awal.

2. Tahap Koordinasi dan Sosialisasi dengan Mitra

Setelah perencanaan selesai, dilakukan koordinasi dengan mitra komunitas dan tokoh setempat. Kegiatan ini melibatkan Penjelasan tujuan, manfaat, dan

luaran kegiatan kepada pengurus komunitas. Pendekatan koordinatif ini bertujuan membangun komitmen dan partisipasi aktif mitra sejak awal. Prinsip ini sesuai dengan *community engagement model* (Bhattacharyya, 2004), di mana keterlibatan awal masyarakat menentukan keberhasilan program pemberdayaan.

3. Tahap Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan

Tahapan ini merupakan inti dari kegiatan pengabdian masyarakat. Proses pelatihan dan pendampingan dilakukan dengan pendekatan “learning by doing” agar peserta dapat langsung memperoleh keterampilan praktis. Rangkaian kegiatan pada tahap ini meliputi pemaparan materi, Demonstrasi, Praktik langsung (hands-on session), dan verifikasi dan pengujian hasil. Metode pelatihan berbasis praktik ini mengacu pada teori *Experiential Learning* (Kolb, 1984), yang menekankan bahwa pembelajaran efektif terjadi melalui pengalaman langsung yang akan dilakukan.

BAB IV

KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

Perguruan tinggi dalam pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang mencakup pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat terus meningkatkan kualitas penyelenggaraan pendidikan, memperkuat kegiatan riset yang inovatif, serta memperluas jangkauan program pengabdian yang memberikan manfaat nyata bagi masyarakat.

LPPM sebagai lembaga yang berfungsi mengembangkan dan mengoordinasikan kegiatan penelitian dan pengabdian. LPPM berperan penting dalam memfasilitasi proses pengajuan, pelaksanaan, hingga evaluasi program, termasuk pengelolaan dan penyediaan pendanaan untuk kegiatan pengabdian masyarakat baik dari sumber internal maupun eksternal. Dengan dukungan tersebut, program penelitian dan pengabdian dapat berlangsung secara berkelanjutan dan memberikan dampak positif.

BAB V
HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Pendampingan

Proses pendampingan dalam program pengabdian kepada masyarakat di Desa Ledok Kulon, Kecamatan Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro dilakukan melalui beberapa tahapan yang meliputi pelatihan teori, demonstrasi, praktik langsung, serta verifikasi akun Google Business Profile. Seluruh tahapan dilakukan menggunakan metode *hands-on mentoring*, di mana peserta secara langsung dibimbing untuk membuat dan mengelola tag lokasi bisnis di Google Maps.

Dari hasil pendampingan, tercatat bahwa 22 pelaku industri pembuat tahu berhasil membuat dan mengaktifkan lokasi usahanya di Google Maps. Antara lain;

Tabel 5.1 Daftar Usaha Tahu

Tahu Ayik Feoda	Tahu Ketimpul
Tahu Mentur Pak Nyot	Tahu Gansus
Tahu Wakindi (Bu Nanik)	Tahu Ari Priyanto
Tahu Anzalna	Tahu Kresem Pak Sukimin
Tahu Mbindul	Tahu Mblegedes
Tahu Burobin	Tahu Goreng Endak
Tahu Jebor	KUE MBULEN BU SITI
Bedo Roso	Tahu STEVANEYZA
Tahu Oyeer	Tahu Arul Vino 99
Tahu Mentuk	Tahu Mardevio89
Tahu Nurfafa	Tahu Montil

Proses pendampingan meliputi pembuatan akun Gmail, pengisian data profil bisnis (nama usaha, kategori, alamat, jam operasional), penentuan titik lokasi secara tepat melalui fitur penetapan pin, serta pengunggahan foto produk

dan lingkungan usaha. Seluruh peserta yang berhasil telah melalui proses verifikasi Google—baik melalui metode kartu pos maupun verifikasi digital.

Dokumentasi kegiatan berupa foto pelatihan, rekaman proses praktik, serta tangkapan layar profil usaha masing-masing peserta digunakan sebagai alat ukur keberhasilan. Analisis dokumentasi menunjukkan bahwa seluruh tag lokasi yang dibuat telah muncul di Google Maps dan dapat diakses publik. Beberapa profil usaha bahkan mulai mendapatkan tayangan (views) awal dari pengguna Google Maps dalam minggu pertama setelah aktivasi.

Keberhasilan 22 usaha ini menunjukkan bahwa pendampingan yang diberikan efektif dan berperan langsung dalam meningkatkan kemampuan digital peserta, sekaligus memperluas visibilitas usaha mereka ke platform daring.

5.2 Pembahasan

Hasil pendampingan menunjukkan perubahan signifikan pada kemampuan digital peserta dan keberadaan usaha mereka secara online. Sebelum pendampingan dilakukan, mayoritas pelaku industri tahu di Desa Ledok Kulon belum mengenal Google Business Profile dan tidak memiliki pengetahuan mengenai cara menampilkan lokasi usaha di Google Maps. Strategi pemasaran yang digunakan masih sangat konvensional, bergantung pada pelanggan tetap dan jaringan lokal sekitar desa. Kondisi ini berdampak pada keterbatasan jangkauan pasar serta minimnya visibilitas usaha.

Setelah pendampingan diberikan, peserta menunjukkan peningkatan literasi digital dan keterampilan teknis yang signifikan. Analisis evaluasi menunjukkan bahwa:

- a. 100% peserta memahami manfaat kehadiran digital bagi pemasaran usaha.
- b. 22 peserta berhasil membuat dan memverifikasi profil bisnis di Google Maps.
- c. Peserta mampu mengunggah foto produk, menambahkan deskripsi usaha, dan memperbarui informasi bisnis.
- d. Sebagian peserta mulai menerima tayangan profil (views) dan penelusuran awal dari pengguna Google Maps.

Perbandingan kondisi sebelum dan sesudah pendampingan memperlihatkan adanya transformasi dari ketidakpahaman terhadap teknologi digital menuju kemampuan pengelolaan profil bisnis secara mandiri. Hal ini menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik langsung (hands-on) dan pendampingan personal terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan digital pelaku usaha mikro.

Hasil evaluasi juga menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mengungkapkan bahwa keberadaan usaha mereka di Google Maps memberikan kepercayaan diri baru, membuka potensi pasar lebih luas, dan memudahkan pelanggan menemukan lokasi usaha mereka. Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan dampak jangka pendek berupa peningkatan keterampilan, tetapi juga potensi dampak jangka panjang terhadap pertumbuhan usaha dan digitalisasi UMKM di Desa Ledok Kulon.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan pembahasan program pengabdian kepada masyarakat di Desa Ledok Kulon, Kecamatan Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pelatihan dan pendampingan pembuatan tag lokasi bisnis di Google Maps telah berhasil meningkatkan literasi digital pelaku industri pembuat tahu, terutama dalam pemanfaatan teknologi pemasaran berbasis lokasi.
2. Sebanyak 25 pelaku usaha berhasil membuat dan memverifikasi profil bisnis mereka di Google Maps, yang menunjukkan efektivitas metode *hands-on mentoring* dalam proses pendampingan.
3. Program pendampingan memberikan dampak nyata terhadap peningkatan visibilitas usaha peserta, ditunjukkan dengan munculnya profil usaha pada hasil pencarian dan mulai meningkatnya tayangan awal (views) profil bisnis.
4. Proses pendampingan membuktikan adanya perubahan signifikan antara kondisi sebelum dan sesudah program, terutama pada aspek pengetahuan, keterampilan teknis, dan kesadaran pentingnya kehadiran digital bagi pengembangan usaha.
5. Kegiatan ini berhasil mencapai fokus utama pengabdian, yaitu membantu UMKM lokal melakukan digitalisasi usaha secara mandiri melalui penggunaan Google Maps sebagai alat pemasaran yang mudah diakses dan berkelanjutan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan pendampingan, beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan untuk pengembangan kegiatan selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Perlu dilakukan pendampingan lanjutan untuk memastikan peserta tetap aktif memperbarui profil bisnis, menambah foto produk, menanggapi ulasan pelanggan, dan mempertahankan kualitas informasi di Google Maps.

2. Diperlukan pelatihan tambahan terkait pemasaran digital tingkat lanjut, seperti penggunaan media sosial, pembuatan konten pemasaran, dan strategi branding digital untuk memperkuat daya saing pelaku industri tahu.
3. Kolaborasi dengan pemerintah desa dan dinas terkait perlu diperkuat agar digitalisasi UMKM dapat dijadikan program berkelanjutan di Desa Ledok Kulon, terutama dalam pengembangan peta digital usaha lokal.
4. Replikasi model pendampingan dapat dilakukan pada kelompok UMKM lain di wilayah Bojonegoro agar manfaat digitalisasi dapat dirasakan lebih luas.
5. Bagi tim pengabdian selanjutnya, monitoring berkala selama minimal 3–6 bulan pasca kegiatan sangat disarankan untuk mengukur dampak jangka panjang dan menilai perubahan perilaku digital peserta.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, M. R. (2024). *Pendampingan Pembuatan dan Pengelolaan Akun Bisnis Media Sosial untuk Penetrasi Pasar*. PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat, 9(12), 2373-2380.
- Berry, L. L. (1995). *Relationship Marketing of Services—Growing Interest, Emerging Perspectives*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23(4), 236–245.
- Bhattacharyya, J. (2004). *Theorizing Community Development*. *Journal of the Community Development Society*, 34(2), 5–34.
- Chambers, R. (1994). *Participatory Rural Appraisal (PRA): Analysis of Experience*. *World Development*, 22(9), 1253–1268.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Eade, D. (1997). *Capacity-Building: An Approach to People-Centered Development*. Oxford: Oxfam.
- Husain, T. K., Robbo, A., Amri, A. A., & Maskar, R. (2024). *Penerapan Profil Bisnis Google untuk Meningkatkan Visibilitas Online UMKM Kerang Celebes*. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI & Katadata Insight Center. (2023). *Indonesia Digital Literacy Index 2023*. Jakarta: Kominfo.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). *Laporan Statistik UMKM Nasional Tahun 2023*. Jakarta.
- Kerzner, H. (2017). *Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Mezirow, J. (1997). *Transformative Learning: Theory to Practice*. *New Directions for Adult and Continuing Education*, 74, 5–12.

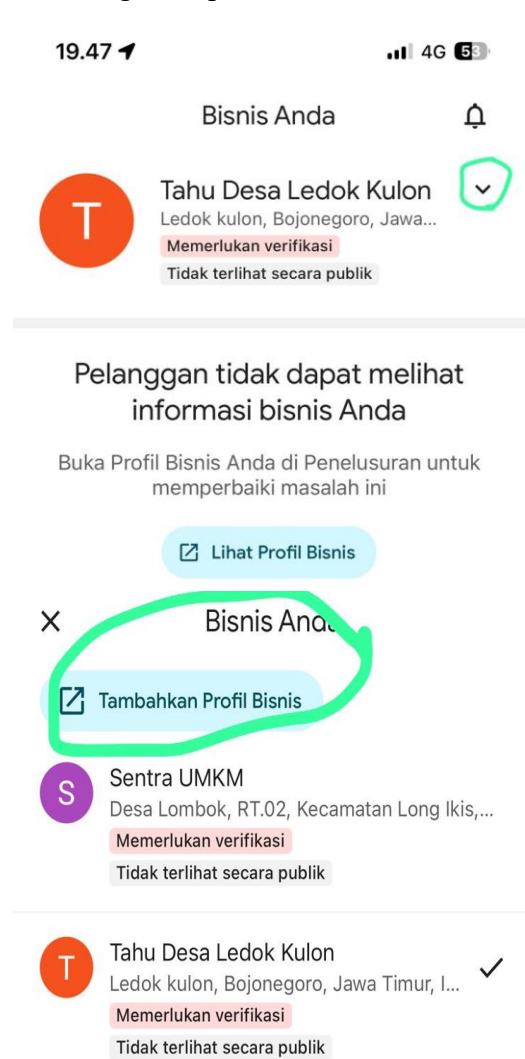
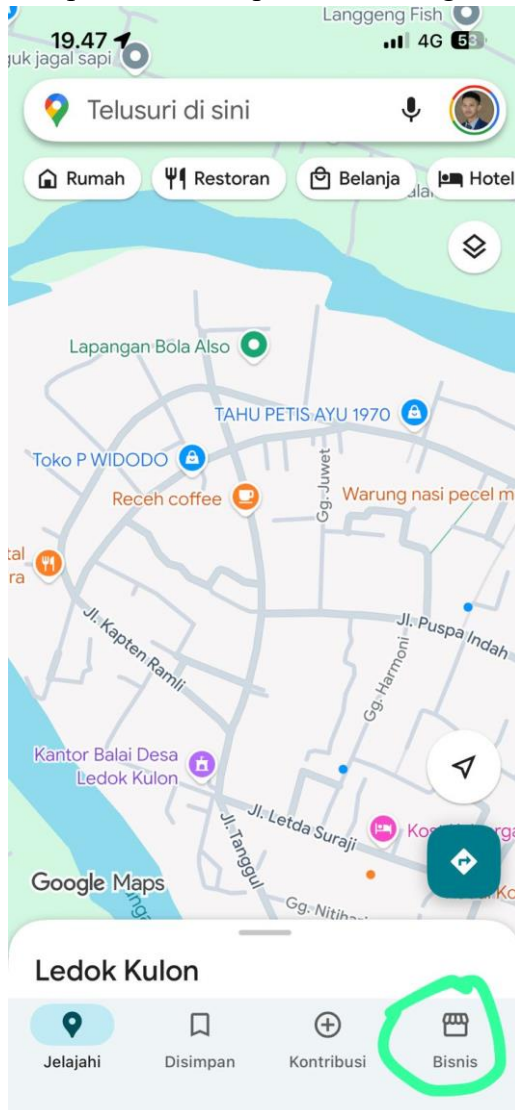
- Nugroho, R., Prasetya, D., & Widodo, M. (2023). *Adopsi Teknologi Digital pada UMKM Sektor Pangan di Wilayah Jabodetabek*. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 12(2), 87–98.
- Rahman, A., & Santoso, B. (2022). *Faktor Penghambat Digitalisasi UMKM di Indonesia: Studi Kasus di Sektor Pangan Olahan*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(1), 45–56.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Schön, D. A. (1983). *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action*. New York: Basic Books.
- Septi, A., Aras, R. A., Salam, M. F., Rahmawati, A., Afrizal, Y. H., & Rijal, S. (2025). *UMKM Go Digital: Peningkatan Literasi Digital UMKM Kota Makassar Pemanfaatan Google Maps dan Media Sosial*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(3), 3731-3737.
- Septi, A., Pudjiastutik, E. W., Mawardi, M., et al. (2024). *Pendayagunaan Aplikasi Google Maps Guna Mendukung Promosi Pemasaran UMKM*. *Jurnal Pengabdian Indonesia*.
- Tim Peneliti FEB UI. (2024). *Analisis Kesiapan Digital UMKM Pangan di Kota Depok*. Laporan Penelitian Internal Universitas Indonesia.
- UNDP. (2017). *Capacity Development: A UNDP Primer*. New York: United Nations Development Programme

LAMPIRAN

Lampiran 1 – LogBook Pelaksanaan






No.	Hari, Tanggal	Uraian Kegiatan	Hasil	Kendala	Rencana Tindak Lanjut
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Rabu, 12 November 2025 Pukul 08.30 WIB	Komunikasi awal dan konfirmasi kegiatan.	Disetujui	Tidak ada	Pegnurusan ijin dan administrasi
2	Rabu, 12 November 2025 Pukul 08.30 WIB	Pengurusan dokumen kesanggupan mitra	Selesai	Tidak ada	Tag Lokasi
3	Jumat 21 November 2025. Pukul 15.00 WIB	Pembuatan tag Lokasi 15 lokasi	Selesai	System error. Alamat email dan WA Error	Penambahan 12 lokasi
4	Sabtu 22 November 2025. Pukul 15.00 WIB	Pembuatan tag Lokasi 12 lokasi	Selesai	Tidak ada	optimalisasi
5	1 – 10 Desember 2025.	Optimalisasi tag Lokasi dengan review dan komentar positif	Selesai	Tidak ada	Pembuatan laporan
6	11-20 desember 2025	Pembuatan laporan akhir	Selesai	Tidak ada	Submit jurnal
7	Januari 2026	Submit jurnal PKM sinta 4	Selesai	Tidak ada	Menunggu terbit bulan januari 2026



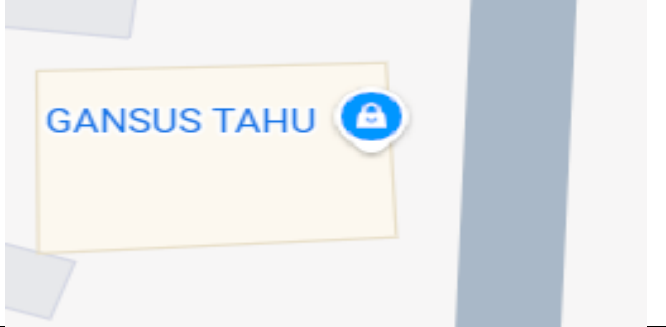

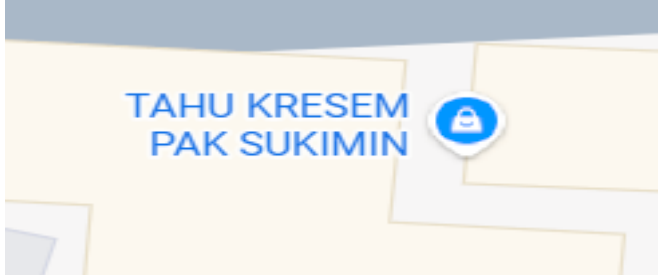
Lampiran 2 – Tahap Membuat Tag Lokasi di Google Map



Lampiran 3 – Tag Lokasi Google Map Usaha Tahu

<p>Tahu Ayik Feoda</p>	
<p>Tahu Mentur Pak Nyot</p>	
<p>Tahu Wakindi (Bu Nanik)</p>	
<p>Tahu Anzalna</p>	

<p>Tahu Burobin</p>	 <p>A map snippet showing a yellow rectangular area representing the location of 'TAHU BUROBIN Toko Tahu'. A blue location pin icon is placed on the yellow area. The background shows grey building footprints.</p>
<p>Tahu Jebor</p>	 <p>A map snippet showing a yellow rectangular area representing the location of 'TAHU JEBOR Toko Tahu'. A blue location pin icon is placed on the yellow area. A blue road labeled 'Jl. Kapten Ramli' runs diagonally across the map. Grey building footprints are visible in the background.</p>
<p>Bedo Roso</p>	 <p>A map snippet showing a yellow rectangular area representing the location of 'tahu BEDO ROSO Toko Tahu'. A blue location pin icon is placed on the yellow area. The background shows a grid of grey building footprints.</p>
<p>Tahu Oyeer</p>	 <p>A map snippet showing a yellow rectangular area representing the location of 'TAHU OYEER Toko Tahu'. A blue location pin icon is placed on the yellow area. The background shows grey building footprints.</p>
<p>Tahu Mentuk</p>	 <p>A map snippet showing a yellow rectangular area representing the location of 'TAHU MENTUK Toko Tahu'. A blue location pin icon is placed on the yellow area. A blue road labeled 'Gg. Ruslan' runs vertically on the right side of the map. Grey building footprints are visible in the background.</p>

<p>Tahu Nurfafa</p>	
<p>Tahu Ketimpul</p>	
<p>Tahu Gansus</p>	
<p>Tahu Ari Priyanto</p>	
<p>Tahu Kresem Pak Sukimin</p>	

<p>Tahu Mblegedes</p>	 <p>TAHU MBLEGEDES PAK UDIN</p>
<p>Tahu Goreng Endak</p>	 <p>TAHU GORENG ENDAK Toko Tahu</p>
<p>Tahu STEVANEYZA</p>	 <p>TAHU STIVANEYZA (BU KHOLIFAH)</p>
<p>Tahu Arul Vino 99</p>	 <p>TAHU ARUL VINO 99 Toko Tahu</p>
<p>Tahu Mardevio89</p>	 <p>Pabrik Tahu Ledok Kulon MARDEVIO 89 Toko Tahu</p>

Tahu Montil



**PABRIK TAHU
MONTIL (MAS ALI...
Toko Tahu**

Lampiran 4 -Dokumnetasi Pelaksanaan



Lampiran 5 – Submit Artikel PKM

Make a Submission: Upload Files

Submitting to the **Pengabdian** section. [Change](#)

[Save for Later](#)

1 Details — 2 **Upload Files** — 3 Contributors — 4 For the Editors — 5 Review

Upload Files

Provide any files our editorial team may need to evaluate your submission. In addition to the main work, you may wish to submit data sets, conflict of interest statements, or other supplementary files if these will be helpful for our editors.

Files

[Add File](#)

UNSIQ- PEMBUATAN DAN PENGELOLAAN T... [Article Text](#) [Edit](#) [Remove](#)

[Back](#) Last saved a few seconds ago [Save for Later](#) [Continue](#)

10520 / **Agustino et al.** / PEMBUATAN DAN PENGELOLAAN TAG LOKASI USAHA DI GOOGLE MAPS BAGI PELAKU INDUSTRI TAHU LEDOK KULON BOJONEGORO.docx [Library](#)

Workflow **Publication**

Submission **Review** Copyediting Production

Submission Files

[Search](#)

26367	UNSIQ- PEMBUATAN DAN PENGELOLAAN TAG LOKASI USAHA DI GOOGLE MAPS BAGI PELAKU INDUSTRI TAHU LEDOK KULON BOJONEGORO.docx	December 7, 2025	Article Text
-------	--	------------------	--------------

[Download All Files](#)

Pre-Review Discussions

[Add discussion](#)

Name	From	Last Reply	Replies	Closed
Comments for the Editor	rizqiagustino	-	0	<input type="checkbox"/>
	2025-12-07 07:16 AM			

Lampiran 6 – Revisi

Tasks
<input type="checkbox"/> Revision required. PEMBUATAN DAN PENGELOLAAN TAG LOKASI USAHA DI GOOGLE MAPS BAGI PELAKU INDUSTRI TAH
<input type="checkbox"/> Muhammad Agustino started a discussion: Comments for the Editor: Semoga januari bis terpublikasi, semangat, terimakasih PEMBUATAN DAN PENGELOLAAN TAG LOKASI USAHA DI GOOGLE MAPS BAGI PELAKU INDUSTRI TAH
Mark New Mark Read Delete
1 - 2 of 2 items

The following comments were received from reviewers.

Reviewer 1:

Recommendation: Accept Submission

1. Judul

Judul terdiri dari maksimal 14 kata dan mewakili isi dari artikel.

Berikanlah nilai untuk Judul dengan range nilai: **[0 - 5]**

4

Catatan untuk Judul:

Judul terdiri dari 13 kata dan mewakili isi utama tentang pembuatan tag Google Maps untuk industri tahu di lokasi spesifik.

Judul informatif namun agak panjang dan bisa lebih ringkas untuk daya tarik pencarian.

Catatan untuk Judul: Pertimbangkan penyederhanaan menjadi "Pendampingan Google Business Profile untuk Industri Tahu Ledok Kulon" agar lebih ringkas.

2. Abstrak

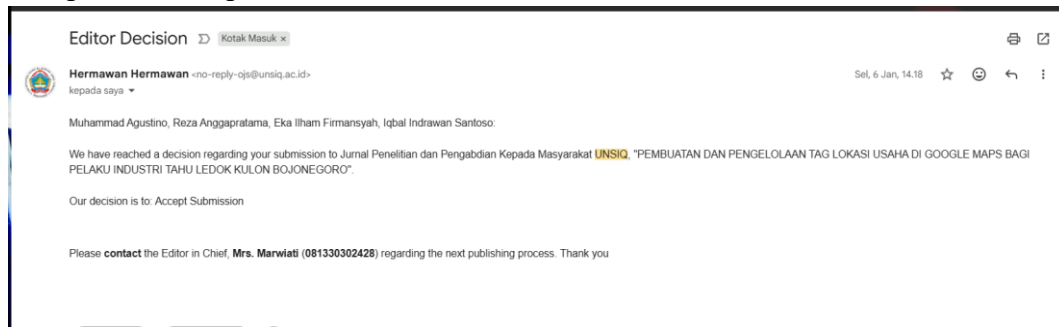
Abstrak dituliskan dengan jelas dalam bahasa indonesia dan bahasa inggris antara 150 - 200 kata yang meliputi: latar belakang masalah, metode, hasil, kesimpulan.

Pemilihan kata kunci yang tepat, terdiri dari maksimal 5 kata dalam bahasa indonesia dan bahasa inggris.

Berikanlah nilai untuk Abstrak dengan range nilai: **[0-10]**

9

Lampiran 7 – Keputusan Terbit



Lampiran 7 – Jurnal Terbit

HOME / ARCHIVES / VOL. 13 NO. 1 (2026): JANUARI / Pengabdian

PEMBUATAN DAN PENGELOLAAN TAG LOKASI USAHA DI GOOGLE MAPS BAGI PELAKU INDUSTRI TAHU LEDOK KULON BOJONEGORO

Muhammad Agustino

Universitas Bojonegoro

Reza Anggapratama

universitas bojonegoro

Eka Ilham Firmansyah

universitas bojonegoro

Iqbal Indrawan Santoso

universitas bojonegoro

DOI: <https://doi.org/10.32699/t2msq763>

