

PENDAMPINGAN GOOGLE BUSINESS PROFILE UNTUK INDUSTRI TAHU LEDOK KULON BOJONEGORO

Muhammad Rizqi Agustino¹, Reza Anggapratama², Eka Ilham Firmansyah³, Iqbal Indrawan Santoso⁴

^{1,2,3,4}Manajemen Ritel, Fakultas Ekonomi, Universitas Bojoengoro
agustino15rizqi@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 07 Desember 2025

Disetujui : 06 Januari 2026

Kata Kunci :

Google Maps, Industri Tahu,
Digitalisasi

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. Dari 22 lokasi, 19 tag lokasi terdeteksi dengan baik, 14 diantaranya memperoleh ulasan bintang 5, 1 mendapat ulasan 4,9, 1 mendapat ulasan 4,7, 1 mendapat ulasan 4,5 dan 3 sisanya belum ada ulasan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini berkontribusi terhadap penguatan daya saing UMKM lokal melalui pemanfaatan teknologi informasi yang sederhana, murah, dan berkelanjutan.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : 07 December 2025

Accepted : 06 January 2026

Keywords:

Google Maps, Tofu Industry,
Digitalization

ABSTRACT

This community service program was carried out in Ledok Kulon Village, Bojonegoro District, Bojonegoro Regency, with the aim of improving digital literacy and the marketing capabilities of tofu industry entrepreneurs through the use of Google Maps as a business promotion platform. Based on initial observations, business owners in the area had not utilized digital technology

optimally and still relied heavily on traditional marketing methods. The activities consisted of preparation, socialization, digital literacy training, hands-on practice in creating a Google Business Profile, verification assistance, monitoring, and evaluation. A hands-on mentoring approach was implemented to ensure participants gained direct learning experiences and were able to manage their business profiles independently. The results showed that 22 business owners successfully created and activated their business location tags on Google Maps, indicating the effectiveness of the program in enhancing participants' digital capabilities. Documentation and verification demonstrated that all business profiles appeared in Google Maps searches and had begun receiving initial user views. This program has had a direct impact on increasing business visibility and has provided a foundation for the digital transformation of MSMEs in the village. Out of 22 locations, 19 location tags were successfully detected. Fourteen of them received 5-star reviews, one received a 4.9 rating, one received a 4.7, one received a 4.5, and the remaining three have not received any reviews yet. Thus, this community service activity contributes to strengthening the competitiveness of local MSMEs through the use of simple, low-cost, and sustainable information technology.

1. PENDAHULUAN

Usaha mikro dan kecil (UMK) merupakan sektor yang berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal di Indonesia. Salah satu sektor yang berkembang di wilayah pedesaan adalah industri tahu, termasuk di Desa Ledok Kulon, Kecamatan Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro. Meskipun memiliki potensi ekonomi yang besar, pelaku industri tahu di wilayah ini masih menghadapi sejumlah kendala, terutama terkait rendahnya literasi digital dan belum optimalnya pemanfaatan teknologi pemasaran. Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan pemasaran tradisional melalui jaringan pelanggan tetap, dari mulut ke mulut, serta distribusi konvensional. Kondisi ini menyebabkan usaha mereka sulit diakses konsumen baru, tidak memiliki kehadiran digital, dan kurang kompetitif dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen yang semakin digital oriented.

Permasalahan tersebut menjadi semakin penting mengingat perkembangan teknologi informasi yang mendorong pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan strategi pemasaran digital. Salah satu platform yang sangat potensial namun belum banyak dimanfaatkan adalah Google Business Profile (GBP), yang memungkinkan pelaku usaha menampilkan

lokasi bisnis mereka di Google Maps beserta informasi pendukung seperti jam operasional, foto produk, dan nomor kontak. Platform ini bersifat gratis, mudah digunakan, serta memiliki jangkauan luas. Dengan pemanfaatan yang tepat, keberadaan digital pelaku usaha dapat meningkat secara signifikan tanpa membutuhkan biaya besar.

Sebagai respon terhadap permasalahan tersebut, kegiatan pendampingan dilakukan dengan pendekatan hands-on mentoring, yaitu metode pembelajaran berbasis pengalaman langsung yang memungkinkan peserta terlibat secara aktif dalam proses pembuatan dan pengelolaan profil bisnis. Pendampingan ini mencakup pelatihan literasi digital dasar, praktik pembuatan akun Google Business Profile, pengisian data usaha, penetapan pin lokasi secara akurat, hingga proses verifikasi dan optimalisasi profil bisnis. Pendekatan ini dipilih karena mayoritas pelaku usaha belum familiar dengan perangkat digital, sehingga diperlukan metode yang sederhana, terarah, dan mudah dipraktikkan.

Tujuan dari penelitian/pengabdian ini adalah:

- a. mengidentifikasi tingkat literasi digital pelaku industri tahu sebelum pendampingan;

- b. meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam membuat dan mengelola profil bisnis di Google Maps;
- c. memverifikasi keberhasilan aktivasi tag lokasi usaha; serta
- d. menganalisis peningkatan kapasitas digital peserta setelah mengikuti pendampingan.

Secara teoritik, penelitian ini didukung oleh Technology Acceptance Model (Davis, 1989) yang menekankan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi manfaat (perceived usefulness) dan persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use). Pendekatan Experiential Learning Kolb (1984) juga relevan sebagai landasan bahwa pembelajaran berbasis pengalaman memberikan pemahaman lebih mendalam, terutama bagi peserta dari latar belakang non-digital. Selain itu, konsep pemasaran digital menegaskan bahwa visibilitas daring merupakan bagian dari strategi bauran pemasaran, khususnya elemen place dan promotion, yang sangat penting dalam meningkatkan aksesibilitas usaha kecil pada era digital.

Melalui pendekatan ini, diharapkan kegiatan dapat memberikan manfaat praktis berupa peningkatan kemampuan digital, peningkatan visibilitas usaha, serta peluang pasar yang lebih luas bagi pelaku industri tahu di Desa Ledok Kulon. Secara akademik, kegiatan ini diharapkan berkontribusi dalam pengembangan model pendampingan digitalisasi UMKM berbasis komunitas yang dapat diterapkan di berbagai daerah lainnya. Dengan demikian, program ini tidak hanya menyelesaikan permasalahan lokal, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap literatur pengembangan kapasitas digital UMKM di Indonesia

2. METODE

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat sebagai bentuk *participatory action research* (PAR), di mana peneliti terlibat aktif sebagai fasilitator, pengamat, sekaligus penganalisis perubahan.

Populasi penelitian adalah seluruh pelaku industri pembuat tahu di Desa Ledok Kulon. Sampel penelitian berjumlah 22 pelaku usaha yang tercatat aktif mengikuti kegiatan pelatihan

dan berhasil membuat tag lokasi bisnis di Google Maps.

Peneliti hadir secara langsung di lapangan sebagai fasilitator utama, memberikan pelatihan, pendampingan individu, serta melakukan observasi terstruktur. Informan penelitian meliputi:

- a. pelaku usaha tahu,
- b. perangkat desa, dan
- c. ketua komunitas industri tahu.

Penelitian dilakukan di Desa Ledok Kulon, Kecamatan Bojonegoro, dengan durasi 6 bulan, meliputi persiapan, pelatihan, pendampingan, monitoring, dan evaluasi hingga laporan akhir dan penyusunan artikel ilmiah selesai

Tahapan pengabdian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- a. Analisa Kebutuhan

Tahap awal dilakukan dengan mengidentifikasi kondisi pelaku industri tahu di Desa Ledok Kulon, termasuk kemampuan digital, ketersediaan perangkat, dan tantangan pemasaran yang mereka hadapi. Informasi diperoleh melalui observasi lapangan dan wawancara singkat dengan perwakilan pelaku usaha serta perangkat desa.

- b. Sosialisasi

Tim pengabdian memberikan penjelasan mengenai tujuan, manfaat, dan rangkaian kegiatan kepada para pelaku usaha dan pihak desa. Sosialisasi ini bertujuan membangun pemahaman dan komitmen peserta terhadap program digitalisasi usaha.

- c. Diskusi

Diskusi dilakukan untuk menggali kebutuhan spesifik masing-masing pelaku usaha, seperti kendala teknis, ketersediaan akun Gmail, serta pengalaman sebelumnya terkait platform digital. Diskusi ini menjadi dasar dalam penentuan bentuk pendampingan yang tepat.

- d. Penetapan Pelaku Usaha

Peserta program dipilih berdasarkan kesediaan mengikuti seluruh proses pendampingan, relevansi usaha, dan kesiapan perangkat pendukung. Sebanyak 25 pelaku usaha ditetapkan sebagai peserta utama.

- e. Kunjungan Lokasi
 Tim melakukan observasi langsung ke lokasi usaha untuk memastikan titik koordinat yang akurat dan mendokumentasikan kondisi usaha sebagai bahan pembuatan profil bisnis di Google Maps.
- f. Paparan
 Tim memberikan materi terkait pemasaran digital, manfaat Google Business Profile, dan prosedur pembuatan tag lokasi. Paparan dilakukan melalui sesi pelatihan tatap muka dengan metode demonstrasi.
- g. Pembuatan Tag Lokasi
 Peserta dibimbing langkah demi langkah dalam membuat akun GBP, mengisi informasi usaha, menentukan pin lokasi, mengunggah foto, dan menjalani proses verifikasi. Tahap ini merupakan inti dari kegiatan pengabdian.
- h. Tindak Lanjut Profil Lokasi
 Setelah tag lokasi berhasil dibuat dan diverifikasi, dilakukan monitoring perkembangan profil bisnis, seperti perubahan data, jumlah tampilan, serta keterlibatan pelanggan. Peserta diberi panduan lanjutan untuk mengoptimalkan profil usaha mereka secara mandiri.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 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. Berikut ini dokumentasi pendampingan pembuatan tag lokasi google maps;



Gambar 3.1. Proses Pendampingan

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

Tabel 3.1 Daftar Usaha Tahu

Tahu Ayik Feoda	Tahu Ketimpul
Tahu Mentur Pak Nyot	Tahu Gansus
Tahu Wakindi	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

Pelaku usaha tahu sebanyak 22 orang sebelumnya belum memiliki tag lokasi di google maps. Berikut ini bukti dari pengabdian ;

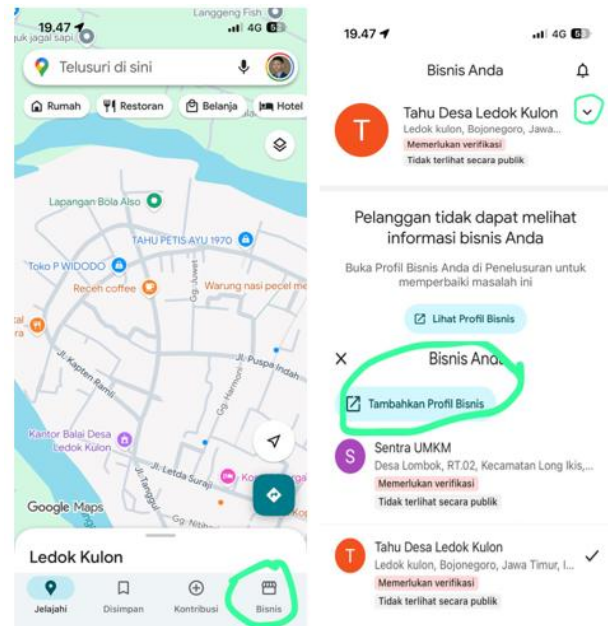
Tabel 3.2 Hasil Pendampingan

Tahu Ayik Feoda	
Tahu Mentur Pak Nyot	
Tahu Wakindi	
Tahu Anzalna	
Tahu Burobin	
Tahu StevaneYZa	

Tahu Jebor	
Bedo Roso	
Tahu Oyeer	
Tahu Mentuk	
Tahu Nurfafa	
Tahu Ketimpul	
Tahu Arul VIno 99	

Tahu Gansus	<p>GANSUS TAHU 5,0 ★★★★★ (1) Toko</p> <p>Ringkasan Ulasan</p> <p>Rute Simpan Di Sekitar Kirim ke ponsel Bagikan</p> <p>VWC+H6Q, Gg. Juwet, Ledok Kulon Dua, Ledok Kulon, Kec. Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur 62112</p>
Tahu Ari Priyanto	<p>TAHU RENGOS cak ARI PRIYANTO Toko Tahu</p> <p>Rute Simpan Di Sekitar Kirim ke ponsel Bagikan</p> <p>Jl. Puspita Indah Gg. Jasset No.57, Ledok Kulon Dua, Ledok Kulon, Kec. Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur 62112</p>
Tahu Kresem Pak Sukimin	<p>TAHU KRESEM PAK SUKIMIN 5,0 ★★★★★ (1) Toko</p> <p>Ringkasan Ulasan</p> <p>Rute Simpan Di Sekitar Kirim ke ponsel Bagikan</p> <p>Jl. Puspita Indah Gg. Juwet No.57, Ledok Kulon Dua, Ledok Kulon, Kec. Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur 62112</p>
Tahu Mblegedes	<p>TAHU MBLEGEDES PAK UDIN Toko</p> <p>Rute Simpan Di Sekitar Kirim ke ponsel Bagikan</p> <p>VWC+H6C, Ledok Kulon Dua, Ledok Kulon, Kec. Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur 62112</p>
Tahu Goreng Endak	<p>TAHU GORENG ENDAK Toko Tahu</p> <p>Rute Simpan Di Sekitar Kirim ke ponsel Bagikan</p> <p>RT05, RW 03, Ledok Kulon Dua, Ledok Kulon, Kec. Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur 62112</p>
Kue Mbulen Bu Siti	<p>TAHU GORENG ENDAK Toko Tahu</p> <p>Rute Simpan Di Sekitar Kirim ke ponsel Bagikan</p> <p>RT05, RW 03, Ledok Kulon Dua, Ledok Kulon, Kec. Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur 62112</p>
Tahu Mardevio89	<p>Bojonegoro, Jawa Timur</p> <p>Pabrik Tahu Ledok Kulon MARDEVIO 89 4,0 ★★★★★ (3) Toko Tahu</p> <p>Ringkasan Ulasan Tembang</p> <p>Rute Simpan Di Sekitar Kirim ke ponsel Bagikan</p> <p>Jl. Puspita Indah No.501, Ledok Kulon Dua, Ledok Kulon, Kec. Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur 62112</p>
Tahu Montil	<p>PABRIK TAHU MONTIL (MAS ALI YUSUF) 5,0 ★★★★★ (1) Toko Tahu</p> <p>Ringkasan Ulasan</p> <p>Rute Simpan Di Sekitar Kirim ke ponsel Bagikan</p> <p>LEDDOK PINGGIRAN, JI. Kapten Rendi, TAMBAHAN LEDOK, Sranak, Kec. Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur 62112</p>

Proses pendampingan meliputi dilakukan dengan akses masing-masing google maps di handphone pemilik usaha, dengan cara sebagai berikut:



Gambar 3.2 Tahap Pembuatan Tag Lokasi

Lalu 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.

3.2 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:

- 100% peserta memahami manfaat kehadiran digital bagi pemasaran usaha.
- 22 peserta berhasil membuat dan memverifikasi profil bisnis di Google Maps.
- Peserta mampu mengunggah foto produk, menambahkan deskripsi usaha, dan memperbarui informasi bisnis.
- Sebagian peserta mulai menerima tayangan profil (views) dan penelusuran awal dari pengguna Google Maps.
- Dari 22 lokasi, 19 tag lokasi terdeteksi dengan baik, 14 diantaranya memperoleh ulasan bintang 5, 1 mendapat ulasan 4,9, 1 mendapat ulasan 4,7, 1 mendapat ulasan 4,5 dan 3 sisanya belum ada ulasan. Terlampir pada tabel 3.2 hasil pendampingan.

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

3.3 Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kepada;

- Universitas Bojonegoro
- LPPM Universitas Bojonegoro
- Kepala Desa Ledok Kulon
- Ketua Asosiasi Industri Tahu
- Dan tim pengabdian.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

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

- Sebanyak 22 pelaku usaha berhasil membuat dan memverifikasi profil bisnis mereka di Google Maps, yang menunjukkan efektivitas metode *hands-on mentoring* dalam proses pendampingan.
- 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.
- 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.
- Menjadi model pendampingan Google Maps UMKM Pangan.

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.

4.2. Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan pendampingan, beberapa saran yang dapat

dijadikan pertimbangan untuk pengembangan kegiatan selanjutnya adalah sebagai berikut:

- a. 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.
- b. 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.
- c. 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.
- d. Replikasi model pendampingan dapat dilakukan pada kelompok UMKM lain di wilayah Bojonegoro agar manfaat digitalisasi dapat dirasakan lebih luas.
- e. 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.

5. 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.
<https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i12.7538>
- 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*.
<https://doi.org/10.54082/ijpm.210>
- 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. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i3.6633>
- Septi, A., Pudjiastutik, E. W., Mawardi, M., et al. (2024). *Pendayagunaan Aplikasi Google Maps Guna Mendukung Promosi Pemasaran UMKM*. *Jurnal Pengabdian Indonesia*. <https://journal.pubmedia.id/index.php/jpi/article/view/4654>
- 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