Artikel ini terdapat di http://journal.uim.ac.id/index.php/darmabakti

DARMABAKTI

Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat

Optimalisasi Google Maps melalui Pendampingan Google Business Profile sebagai Upaya Peningkatan Media Informasi dan Promosi Digital UMKM di Desa Karangbong

Nur Agustina Khatijah[1,*], Sri Nurhasana[1], Karina Zakiatul Skiah[1], Nandhita Putri Maulaniah[1]
[1]*Universitas Hafshawaty Zainul Hasan*

Alamat e-mail: nur.agustina.kha@gmail.com, srinurhasana2727@gmail.com, zakiaakarina4@gmail.com, nandhitaputrimaulaniah07@gmail.com

Informasi Artikel

Kata Kunci :
Google Maps
Google Business Profile
Digitalisasi UMKM
Promosi digital
Pemberdayaan masyarakat

Keyword :
Google Maps
Google Business Profile
MSMEs
Digital promotion
Community empowerment e

Abstrak

Rendahnya pemanfaatan teknologi digital masih menjadi kendala bagi UMKM dalam meningkatkan promosi dan jangkauan pemasaran. Berdasarkan observasi terhadap 15 UMKM di Desa Karangbong, Kecamatan Padjarakan, Kabupaten Probolinggo, hanya 3 UMKM yang telah terdaftar di Google Maps. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan Google Business Profile sebagai media promosi digital. Metode pelaksanaan meliputi observasi, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Kegiatan dilaksanakan pada 20 April–16 Mei 2026 dengan melibatkan 15 pelaku UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh peserta berhasil memiliki Google Business Profile yang terintegrasi dengan Google Maps serta mampu mengelola informasi dan foto produk secara mandiri. Program ini meningkatkan literasi digital, mempermudah konsumen menemukan lokasi usaha, dan mendukung penguatan pemasaran digital UMKM.

Abstract

The low utilization of digital technology remains a challenge for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in improving promotion and marketing reach. Based on observations of 15 MSMEs in Karangbong Village, Padjarakan District, Probolinggo Regency, only 3 had been registered on Google Maps. This community service program aimed to improve MSME owners' ability to utilize Google Business Profile as a digital promotional tool. The methods included observation, socialization, training, mentoring, and monitoring and evaluation. The program was conducted from April 20 to May 16, 2026, involving 15 MSME owners. The results showed that all participants successfully created Google Business Profiles integrated with Google Maps and were able to independently manage business information and product photos. This program improved digital literacy, helped consumers locate businesses more easily, and supported the development of digital marketing for MSMEs..

https://doi.org/10.31102/darmabakti.2026.7.02.386–398
Received 12 Juli 2026; Received in revised form 15 Juli 2026; Accepted 05 November 2026
Available online 06 November 2026
© 2026 Published by Darmabakti

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor strategis dalam perekonomian Indonesia karena berperan dalam penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, dan penguatan ekonomi masyarakat. Berdasarkan publikasi Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, UMKM memberikan kontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional (Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia,2023). Besarnya kontribusi tersebut menunjukkan bahwa penguatan kapasitas dan daya saing UMKM, termasuk melalui transformasi digital, merupakan bagian penting dalam pengembangan ekonomi masyarakat.

Transformasi digital menjadi semakin penting karena perilaku konsumen dalam mencari informasi mengenai produk dan layanan telah mengalami perubahan. Konsumen tidak hanya mengandalkan informasi dari lingkungan sekitar, tetapi juga memanfaatkan mesin pencari dan platform digital untuk menemukan lokasi usaha, melihat produk, mengetahui jam operasional, membaca ulasan pelanggan, serta menentukan keputusan pembelian. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2022) menegaskan bahwa transformasi digital UMKM merupakan salah satu prioritas dalam penguatan fondasi ekonomi nasional. Pemerintah juga menempatkan percepatan digitalisasi UMKM sebagai salah satu prioritas penguatan daya saing, mengingat adopsi teknologi digital oleh pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala.

Desa Karangbong, Kecamatan Pajarakan, Kabupaten Probolinggo merupakan salah satu wilayah yang memiliki aktivitas ekonomi masyarakat melalui berbagai jenis UMKM. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh tim KKN Universitas Hafshawaty Zainul Hasan pada pelaksanaan kegiatan di Desa Karangbong, ditemukan 15 UMKM yang menjadi sasaran kegiatan. UMKM tersebut bergerak pada beberapa bidang usaha, antara lain makanan olahan, minuman, perdagangan, dan usaha rumahan. Keragaman jenis usaha tersebut menunjukkan adanya potensi ekonomi lokal yang dapat dikembangkan melalui perluasan akses pasar dan pemanfaatan media pemasaran digital.

Meskipun memiliki potensi produk dan pasar lokal, sebagian besar UMKM di Desa Karangbong masih mengandalkan pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Kondisi tersebut menyebabkan informasi mengenai usaha belum mudah ditemukan oleh konsumen yang melakukan pencarian melalui internet. Hasil pemetaan awal menunjukkan bahwa dari 15 UMKM yang menjadi mitra kegiatan, hanya 3 UMKM (20%) yang telah memiliki Google Business Profile dan terdaftar pada Google Maps, sedangkan 12 UMKM (80%) belum memiliki identitas usaha pada platform tersebut. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan media informasi digital yang cukup besar di antara pelaku UMKM sasaran.

Permasalahan yang ditemukan tidak hanya berkaitan dengan belum tersedianya profil usaha pada Google Maps, tetapi juga pada aspek kemampuan pengelolaannya. Sebagian besar pelaku UMKM belum memahami tahapan pembuatan Google Business Profile, pengisian informasi usaha, pengelolaan dan pembaruan profil, serta pemanfaatan fitur yang tersedia untuk mendukung promosi. Akibatnya, informasi mengenai nama usaha, lokasi, jam operasional, produk, foto, maupun informasi pendukung lainnya belum tersedia secara optimal dalam pencarian digital. Keterbatasan tersebut berpotensi mengurangi peluang

UMKM untuk ditemukan oleh calon konsumen yang menggunakan Google Search dan Google Maps dalam mencari produk atau lokasi usaha.

Kondisi tersebut menjadi semakin relevan karena digital marketing dapat membantu UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan meningkatkan efisiensi kegiatan promosi (Purwana et al., 2017; Dwivedi et al., 2021). Dalam konteks lokal, pemanfaatan platform digital yang relatif sederhana dan mudah diakses menjadi alternatif yang sesuai bagi UMKM yang masih berada pada tahap awal transformasi digital. Google Business Profile dapat dimanfaatkan untuk menampilkan identitas dan informasi usaha sehingga konsumen dapat memperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai keberadaan suatu usaha melalui Google Search maupun Google Maps.

Sejumlah kegiatan pengabdian sebelumnya telah menunjukkan bahwa pendampingan digitalisasi UMKM dapat meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital untuk promosi dan memperluas jangkauan pasar (Pratiwi et al., 2023; Nursani et al., 2023; Tampubolon et al., 2024). Namun, kegiatan pengabdian yang dilakukan di Desa Karangbong memiliki pembeda pada pendekatan dan sasaran intervensinya. Kegiatan ini tidak berhenti pada sosialisasi mengenai pentingnya digital marketing, tetapi diarahkan pada pendampingan langsung berbasis praktik untuk membangun identitas digital UMKM melalui Google Business Profile hingga profil tersebut dapat digunakan sebagai media promosi melalui Google Maps. Pendampingan dilakukan secara bertahap mulai dari identifikasi kondisi awal UMKM, pembuatan profil usaha, pengisian informasi bisnis, penambahan foto produk atau usaha, hingga pengenalan pengelolaan informasi dan ulasan pelanggan.

Pembeda lainnya terletak pada pendekatan pendampingan yang berorientasi pada kemandirian pelaku UMKM. Pelaku usaha tidak hanya dibantu untuk memiliki akun atau profil digital, tetapi juga diberikan pengetahuan dan keterampilan agar mampu melakukan pembaruan informasi usaha secara mandiri setelah kegiatan selesai. Dengan demikian, luaran kegiatan tidak hanya berupa bertambahnya jumlah UMKM yang terdaftar di Google Maps, tetapi juga berupa peningkatan kemampuan pengelola dalam memanfaatkan profil tersebut sebagai sarana media informasi digital UMKM dan promosi digital yang dapat dipelihara secara berkelanjutan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tim KKN Universitas Hafshawaty Zainul Hasan melaksanakan kegiatan pendampingan optimalisasi layanan Google Maps melalui pembuatan dan pengelolaan Google Business Profile bagi pelaku UMKM di Desa Karangbong. Kegiatan dilaksanakan melalui tahapan sosialisasi, pemetaan kondisi awal, pelatihan, praktik pembuatan profil usaha, pengisian informasi bisnis, pengunggahan foto produk dan usaha, serta pendampingan pengelolaan informasi dan ulasan pelanggan. Pendekatan tersebut diharapkan dapat mengurangi kesenjangan media informasi digital UMKM yang ditemukan pada tahap observasi awal sekaligus meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola identitas usahanya di ruang digital.

Dengan demikian, tujuan kegiatan pengabdian ini adalah:

a. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam membuat, melengkapi, memperbarui, dan mengelola Google Business Profile sebagai media promosi digital.
b. Meningkatkan jumlah dan kelengkapan identitas digital UMKM di Desa Karangbong melalui pembuatan dan optimalisasi Google

Business Profile yang terhubung dengan Google Maps.

c. Meningkatkan media informasi dan kemampuan promosi digital UMKM melalui penyediaan informasi usaha yang lebih lengkap, meliputi lokasi, jam operasional, informasi usaha, foto produk/usaha, serta pengelolaan ulasan pelanggan.
d. Mendorong kemandirian pelaku UMKM dalam mengelola dan memperbarui profil usaha secara berkelanjutan setelah kegiatan pendampingan selesai.

2. Metode Pengabdian

2.1. Lokasi, Waktu, dan Peserta Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Karangbong, Kecamatan Padjarakan, Kabupaten Probolinggo pada tanggal 20 April–16 Mei 2026 sebagai bagian dari program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Hafshawaty Zainul Hasan. Sasaran kegiatan adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjalankan usaha di wilayah Desa Karangbong.

Peserta kegiatan ditentukan secara purposive berdasarkan hasil observasi awal dan pertimbangan kebutuhan digitalisasi usaha. Pemilihan peserta didasarkan pada beberapa kriteria, yaitu: (1) merupakan pelaku UMKM yang menjalankan usaha secara aktif di Desa Karangbong, Kecamatan Padjarakan, Kabupaten Probolinggo; (2) memiliki produk atau jasa yang telah dipasarkan kepada konsumen; (3) memiliki lokasi usaha yang dapat dicantumkan pada Google Maps; (4) memiliki telepon pintar dan akun Google yang dapat digunakan selama proses pendampingan; (5) belum memiliki atau belum mengoptimalkan Google Business Profile sebagai media informasi dan promosi usaha; dan (6) bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan mulai dari sosialisasi, pelatihan, pendampingan, hingga evaluasi.

Berdasarkan kriteria tersebut, sebanyak 15 pelaku UMKM ditetapkan sebagai peserta kegiatan. UMKM peserta bergerak pada berbagai bidang usaha, antara lain makanan olahan, minuman, perdagangan, dan usaha rumahan. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa hanya 3 dari 15 UMKM (20%) yang telah memiliki Google Business Profile, sedangkan 12 UMKM (80%) belum memiliki profil usaha yang dapat diakses melalui Google Maps.

Tabel 1. Kriteria Pemilihan Peserta Kegiatan

No	Kriteria	Keterangan
1.	Status Usaha	UMKM aktif Desa karangbong
2.	Produk/Jasa	Memiliki produk atau jasa yang dipasarkan
3.	Lokasi Usaha	Memiliki lokasi usaha yang dapat dicantumkan pada Google Maps
4.	Perangkat	Memiliki smartphone dan akses internet
5.	Akun Digital	Memiliki atau bersedia membuat akun Google
6.	Kondisi Digital	Belum memiliki atau belum mengoptimalkan Google Business Profile
7.	Komitmen	Bersedia mengikuti seluruh tahapan kegiatan

2.2. Bahan dan Alat yang Digunakan

Peralatan yang digunakan dalam kegiatan meliputi laptop, telepon pintar peserta, jaringan internet, akun Google, Google Maps, Google Business Profile, modul pelatihan, lembar observasi, pedoman wawancara, serta perangkat dokumentasi. Smartphone digunakan sebagai perangkat utama dalam praktik pembuatan dan pengelolaan profil usaha, sedangkan laptop digunakan oleh tim pengabdian untuk memberikan demonstrasi dan membantu proses pendampingan.

Dokumentasi kegiatan dilakukan menggunakan kamera smartphone dalam bentuk foto kegiatan, tangkapan layar proses pembuatan profil, dan tangkapan layar Google Business Profile peserta setelah profil berhasil dibuat.

2.3. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Metode pengabdian menggunakan pendekatan partisipatif (Participatory Approach), yaitu pendekatan yang melibatkan mitra secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan sehingga peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga langsung mempraktikkan penggunaan teknologi yang diberikan. Pendekatan ini banyak digunakan dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat karena mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta kemandirian peserta (Chambers, 1994a; Chambers, 1994b). Pelaksanaan kegiatan terdiri atas lima tahapan utama, yaitu observasi dan identifikasi kebutuhan, sosialisasi, pelatihan dan pendampingan, monitoring dan evaluasi, serta keberlanjutan program.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

1) Observasi dan Identifikasi Kebutuhan

Tahap pertama dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara awal dengan pelaku UMKM. Observasi digunakan untuk mengidentifikasi kondisi digitalisasi usaha, keberadaan Google Business Profile, kelengkapan informasi usaha, serta kemampuan awal peserta dalam menggunakan Google Maps sebagai media promosi.

Hasil observasi menunjukkan bahwa dari 15 UMKM peserta, hanya 3 UMKM atau sebesar 20% yang telah memiliki Google Business Profile. Sebanyak 12 UMKM atau 80% belum memiliki profil usaha yang terintegrasi dengan Google Maps. Temuan tersebut menjadi dasar pelaksanaan program pendampingan.

2) Sosialisai

Tahap kedua berupa sosialisasi mengenai pentingnya digitalisasi usaha dan pemanfaatan Google Business Profile. Materi meliputi manfaat Google Maps untuk meningkatkan keberadaan usaha di ruang digital, cara konsumen menemukan lokasi usaha melalui pencarian Google, pentingnya kelengkapan informasi usaha, serta pengelolaan ulasan pelanggan.

Sosialisasi dilakukan melalui ceramah interaktif, demonstrasi, dan diskusi. Peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan

pengalaman, kendala, serta kebutuhan digitalisasi yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha.

3) Pelatihan dan Pendampingan

Tahap ketiga merupakan kegiatan inti berupa praktik pembuatan dan pengelolaan Google Business Profile. Peserta dibimbing menggunakan akun Google masing-masing untuk mengisi informasi usaha yang meliputi nama usaha, kategori usaha, alamat, nomor telepon, jam operasional, deskripsi usaha, titik lokasi, foto produk, dan foto tempat usaha.

Pendampingan dilakukan secara individual untuk memastikan setiap peserta dapat mengikuti tahapan secara langsung. Peserta yang mengalami kendala teknis diberikan bantuan sampai profil usaha dapat dibuat dan ditampilkan pada Google Maps.



Gambar 2. Pendampingan peserta dalam proses pembuatan dan pengelolaan Google Business Profile

4) Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan setelah proses pelatihan untuk memastikan profil usaha telah dibuat dan informasi yang dicantumkan sesuai dengan kondisi usaha. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan.

Evaluasi mencakup dua aspek utama, yaitu keberhasilan implementasi Google Business Profile dan keterampilan peserta dalam mengelola profil usaha.

Keterampilan peserta dinilai menggunakan lembar observasi dengan skala 1–4, yaitu:

1 = belum mampu
2 = mampu dengan bimbingan intensif
3 = mampu dengan sedikit bimbingan
4 = mampu secara mandiri

Indikator keterampilan meliputi kemampuan membuat/mengakses profil, mengisi informasi usaha, menentukan lokasi, mengunggah foto, memperbarui informasi, dan mengelola ulasan pelanggan.

Tabel 2. Indikator Evaluasi Keterampilan Peserta

No.	Indikator Keterampilan	Deskripsi Penilaian
1.	Mengakses / Membuat Profil	Mampu membuat atau mengakses Google Business Profile
2.	Mengisi informasi usaha	Mampu mengisi nama, kategori, alamat, kontak, jam operasional dan deskripsi
3.	Menentuka lokasi	Mampu menentukan titik lokasi usaha secara tepat
4.	Mengunggah Foto	Mampu mengunggah foto produk atau tempat usaha
5.	Memperbaharui informasi	Mampu melakukan perubahan informasi secara mandiri
6.	Mengelola ulasan	Mampu membaca dan memberikan respons terhadap ulasan pelanggan

5) Keberlanjutan Program

Tahap terakhir diarahkan pada keberlanjutan pemanfaatan Google Business Profile oleh peserta. Tim memberikan panduan sederhana mengenai pembaruan informasi

usaha, pengunggahan foto produk secara berkala, pengelolaan ulasan pelanggan, serta pemeliharaan konsistensi informasi usaha. Peserta juga diarahkan untuk menjadikan Google Business Profile sebagai salah satu media informasi usaha yang dapat dikelola secara mandiri setelah kegiatan pengabdian selesai.

2.4. Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Data dalam kegiatan pengabdian ini diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM. Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi awal pemanfaatan Google Business Profile dan Google Maps sebagai media promosi digital, sedangkan wawancara digunakan untuk menggali informasi mengenai kendala yang dihadapi pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital. Dokumentasi berupa foto kegiatan, daftar hadir, serta tangkapan layar (screenshot) Google Business Profile digunakan sebagai data pendukung.

Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif komparatif, yaitu dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program pendampingan (Miles et al., 2020). Analisis difokuskan pada perubahan jumlah UMKM yang memiliki Google Business Profile, peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola profil usaha, serta perubahan pemahaman peserta mengenai pemanfaatan Google Maps sebagai media promosi digital. Hasil analisis kemudian disajikan dalam bentuk tabel, persentase, dan uraian deskriptif untuk menggambarkan dampak kegiatan terhadap mitra.

2.5. Perhitungan Keberhasilan Program

Keberhasilan program diukur menggunakan analisis persentase capaian (*achievement percentage*), yaitu membandingkan jumlah UMKM yang telah memiliki Google Business Profile sebelum dan sesudah pendampingan. Rumus yang digunakan mengacu pada analisis statistik deskriptif (Sugiyono, 2023), yaitu:

$$P = \frac{f}{N} \text{ X } 100\%$$

Berdasarkan hasil pendampingan, diperoleh perhitungan sebagai berikut:
Sebelum pendampingan
= (3 ÷ 15) × 100%
= 20%
Sesudah pendampingan
= (15 ÷ 15) × 100%
= 100%

Selanjutnya, peningkatan capaian dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Peningkatan Capaian (\%)} = \text{ Capaian Baru} - \text{Capaian Lama}$$

Sehingga diperoleh:
100% − 20% = 80%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan berhasil meningkatkan jumlah UMKM yang memiliki Google Business Profile sebesar 80 persen, sehingga seluruh UMKM peserta telah memiliki identitas usaha digital yang dapat diakses melalui Google Maps.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi

Kegiatan pengabdian diawali dengan sosialisasi mengenai pentingnya digitalisasi usaha melalui pemanfaatan Google Maps dan Google Business Profile. Sosialisasi dilaksanakan di Balai Desa Karangbong dan diikuti oleh 15 pelaku UMKM dengan berbagai jenis usaha, seperti makanan olahan, minuman, perdagangan, dan usaha rumahan. Materi yang disampaikan meliputi pentingnya identitas digital usaha, manfaat Google Business Profile sebagai media promosi, cara meningkatkan kepercayaan konsumen melalui informasi

usaha yang lengkap, serta strategi mengoptimalkan Google Maps agar usaha lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan. Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi. Hal ini terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diajukan terkait proses pendaftaran usaha, verifikasi lokasi, pengelolaan ulasan pelanggan, hingga cara memperbarui informasi usaha secara mandiri.



Gambar 3. Sosialisasi Pemanfaatan Google Business Profile kepada Pelaku UMKM Desa Karangbong

3.2 Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan

Setelah kegiatan sosialisasi, peserta mengikuti pelatihan secara langsung mengenai pembuatan Google Business Profile. Pendampingan dilakukan secara individual agar setiap pelaku UMKM dapat menyelesaikan seluruh tahapan mulai dari pembuatan akun, penentuan titik lokasi usaha pada Google Maps, pengisian informasi usaha, hingga pengunggahan foto produk. Pada tahap ini, tim KKN membantu peserta yang mengalami kendala, seperti belum memiliki akun Google, kesulitan menentukan koordinat lokasi usaha, maupun proses verifikasi profil usaha. Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan jumlah UMKM yang memiliki Google Business Profile dibandingkan sebelum kegiatan dilaksanakan.

Tabel 3. Kondisi UMKM Sebelum dan Sesudah Pendampingan

Kondisi UMKM	Sebelum	Sesudah
Sudah memiliki Google Business Profile	3 UMKM	15 UMKM
Belum memiliki Google Business Profile	12 UMKM	0 UMKM
Persentase UMKM yang terdaftar di Google Maps	20%	100%

Berdasarkan Tabel 3, terjadi peningkatan jumlah UMKM yang memiliki Google Business Profile dari 20% menjadi 100%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan mampu membantu seluruh peserta memiliki identitas usaha secara digital sehingga lebih mudah ditemukan oleh masyarakat melalui Google Maps.

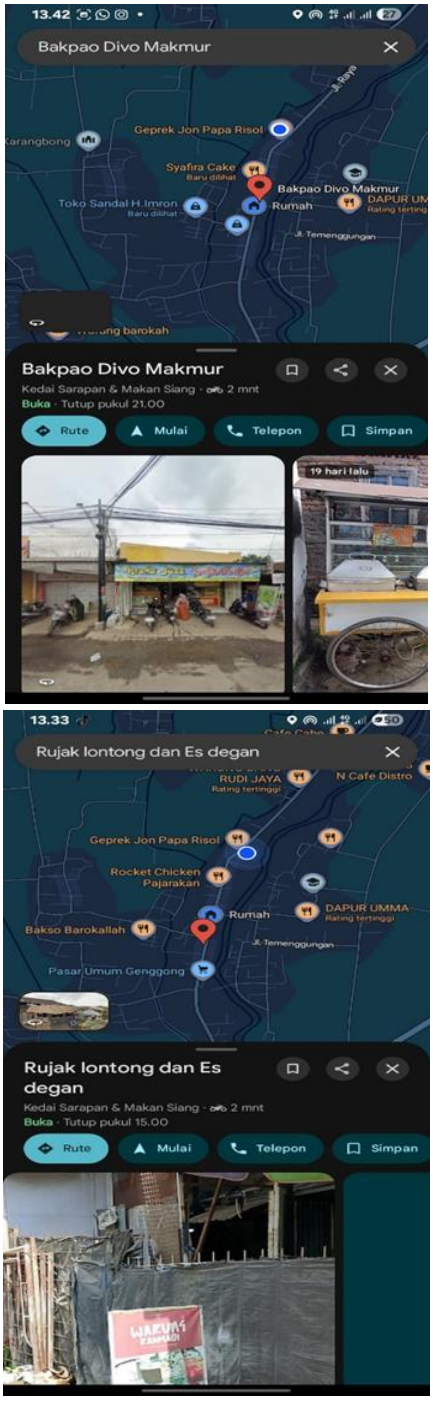


Gambar 4. Pelatihan Pembuatan Google Business Profile

3.3 Implementasi Google Business Profile

Tahap implementasi dilakukan dengan memastikan seluruh profil usaha telah aktif dan dapat ditemukan melalui Google Maps. Selain membuat profil usaha, peserta juga diajarkan mengelola informasi bisnis agar tetap diperbarui secara berkala. Informasi yang dilengkapi meliputi: Nama usaha; Kategori usaha; Alamat lengkap; Nomor telepon; Jam operasional; Foto produk; Foto lokasi usaha; Deskripsi usaha. Implementasi Google Business Profile memberikan identitas digital bagi setiap UMKM sehingga usaha tidak hanya dapat ditemukan berdasarkan lokasi, tetapi juga muncul pada hasil pencarian Google ketika

konsumen mencari produk atau jasa yang sesuai.



Gambar 5. Tampilan Google Business Profile UMKM

3.4 Analisis Dampak Kegiatan

Pendampingan yang dilakukan memberikan perubahan positif terhadap kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar peserta belum mengetahui fungsi Google Business Profile dan menganggap Google Maps hanya digunakan sebagai aplikasi navigasi. Setelah mengikuti pelatihan, seluruh peserta memahami bahwa Google Maps juga dapat dimanfaatkan sebagai media promosi yang mampu meningkatkan visibilitas usaha.

Perubahan yang dirasakan mitra meliputi:

Tabel 4. Perubahan Kondisi UMKM Sebelum dan Sesudah Kegiatan

No.	Indikator	Sebelum	Sesudah
1.	Memiliki Google Business Profile	3 (20%)	15 (100%)
2.	Profile dapat ditemukan di Google Maps	3 (20%)	15 (100%)
3.	Informasi dasar usaha terisi	4 (26,7%)	15 (100%)
4.	Titik lokasi usaha tersedia	3 (20%)	15 (100%)
5.	Foto produk/ tempat usaha tersedia	3 (20%)	15 (100%)
6.	Peserta mampu memperbaharui informasi	2 (13,3%)	15 (100%)
7.	Peserta memahami fungsi Google maps untuk promosi	4 (26,7%)	14 (93,3%)
8.	Peserta mampu mengelola profile secara mandiri	2 (13,3%)	13 (86,7%)

Sumber: Data hasil observasi dan evaluasi kegiatan KKN di desa karangbong, 2026

Tabel 3 menunjukkan bahwa perubahan paling besar terjadi pada aspek kemampuan memperbarui informasi usaha, yang meningkat dari 13,3% menjadi 100%. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya menghasilkan profil usaha baru, tetapi juga memberikan keterampilan praktis kepada peserta untuk melakukan pengelolaan profil. Sementara itu, sebanyak 13 dari 15 peserta (86,7%) telah mampu mengelola profil secara mandiri pada tahap evaluasi. Dua peserta

lainnya masih memerlukan pendampingan terutama dalam proses teknis pembaruan informasi dan pengelolaan fitur tertentu. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan program tidak hanya dapat dilihat dari terbentuknya akun, tetapi juga dari tingkat kemandirian peserta setelah pendampingan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Nur Septi dan Ariescy (2024), Tampubolon et al. (2024), serta Luthfi et al. (2025) yang menyatakan bahwa Google Business Profile mampu meningkatkan media informasi usaha, memperluas akses pasar, serta meningkatkan kemampuan digital pelaku UMKM. Selain itu, digitalisasi usaha melalui Google Business Profile merupakan alternatif promosi yang mudah diterapkan karena tidak memerlukan biaya tambahan dan dapat dikelola secara mandiri oleh pelaku usaha.

3.5 Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan selama kegiatan berlangsung hingga seluruh profil usaha berhasil dipublikasikan pada Google Maps. Tim KKN memastikan setiap UMKM telah melengkapi informasi usaha, mengunggah foto produk, serta memahami cara memperbarui informasi apabila terjadi perubahan. Evaluasi dilakukan melalui observasi dan wawancara kepada peserta setelah kegiatan selesai. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa seluruh peserta mampu mengakses kembali akun Google Business Profile, memperbarui informasi usaha, menambahkan foto produk baru, serta memahami pentingnya menjaga kualitas layanan agar memperoleh ulasan positif dari pelanggan.

Keberhasilan kegiatan tidak hanya ditunjukkan oleh bertambahnya jumlah UMKM yang memiliki Google Business Profile, tetapi juga meningkatnya pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi. Untuk memperkuat hasil evaluasi, keterampilan peserta dinilai menggunakan enam indikator dengan skala 1–4, yaitu 1 = belum mampu, 2 = mampu dengan bimbingan intensif, 3 = mampu dengan sedikit bimbingan, dan 4 = mampu secara mandiri.

Tabel 5. Hasil Evaluasi Keterampilan Peserta

No.	Indikator Keterampilan	Skor Rata - rata	Kategori
1.	Mengakses/ membuat Google Business Profile	3,87	Sangat terampil
2.	Mengisi informasi dasar usaha	3,80	Sangat terampil
3.	Menentukan titik lokasi usaha	3,67	Sangat terampil
4.	Mengunggah foto produk/tempat usaha	3,87	Sangat terampil
5.	Memperbaharui informasi profile	3,53	Sangat terampil
6.	Mengelola atau merespon ulasan	3,20	Terampil
	Seluruh Indikator	3,66	Sangat terampil

Sumber : Hasil observasi keterampilan peserta, 2026

Hasil evaluasi menunjukkan rata-rata keterampilan peserta sebesar 3,66 dari skala 4, yang berada pada kategori sangat terampil. Kemampuan dengan skor tertinggi adalah kemampuan mengakses atau membuat Google Business Profile serta mengunggah foto produk atau tempat usaha. Sementara itu, kemampuan dengan skor relatif lebih rendah adalah pengelolaan dan respons terhadap ulasan pelanggan dengan skor 3,20.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa peserta relatif mudah memahami fungsi dasar Google Business Profile, tetapi masih membutuhkan penguatan pada aspek pengelolaan hubungan dengan pelanggan secara digital. Oleh karena itu, pendampingan

lanjutan sebaiknya tidak hanya berfokus pada pembuatan profil, tetapi juga pada pengelolaan ulasan, pembaruan konten, dan interaksi dengan konsumen. Dengan demikian, program pendampingan ini memberikan dampak yang nyata terhadap penguatan kapasitas digital UMKM di Desa Karangbong dan diharapkan mampu mendukung keberlanjutan pemasaran usaha secara mandiri.

4. Simpulan dan Saran

4.1 Simpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pendampingan pemanfaatan Google Business Profile sebagai media promosi digital telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas digital pelaku UMKM di Desa Karangbong, Kecamatan Padjarakan, Kabupaten Probolinggo. Kegiatan yang dilaksanakan melalui tahapan observasi, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, monitoring, dan evaluasi berhasil meningkatkan kehadiran digital UMKM peserta. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sebelum kegiatan hanya 3 dari 15 UMKM (20%) yang telah memiliki Google Business Profile, sedangkan setelah kegiatan seluruh peserta, yaitu 15 UMKM (100%), telah memiliki profil usaha yang dapat diakses melalui Google Maps. Dengan demikian, terjadi peningkatan capaian sebesar 80 poin persentase. Selain itu, peserta telah mampu melengkapi informasi dasar usaha, menentukan titik lokasi, mengunggah foto produk maupun tempat usaha, serta melakukan pembaruan informasi pada profil usaha. Evaluasi keterampilan menunjukkan bahwa kemampuan peserta dalam mengelola Google Business Profile berada pada tingkat yang baik hingga sangat baik. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai fungsi Google Maps sebagai media promosi, tetapi juga memperoleh keterampilan praktis untuk mengelola identitas digital usaha secara mandiri. Meskipun demikian, kemampuan dalam mengelola dan merespons ulasan pelanggan masih memerlukan penguatan melalui pendampingan lanjutan. Dengan demikian, program pengabdian ini berhasil mencapai tujuan utama berupa peningkatan kehadiran dan kapasitas digital UMKM melalui pemanfaatan Google Business Profile. Namun, peningkatan jumlah pelanggan, omzet, dan visibilitas aktual belum dapat disimpulkan secara langsung karena kegiatan belum melakukan pengukuran jangka panjang menggunakan data Google Business Profile Insights. Oleh karena itu, hasil kegiatan lebih tepat dipahami sebagai peningkatan kesiapan dan kemampuan digital UMKM untuk mendukung aktivitas promosi dan pemasaran secara berkelanjutan.

4.2 Saran

Agar manfaat program dapat berkelanjutan, pelaku UMKM diharapkan secara rutin memperbarui informasi usaha, mengunggah foto produk terbaru, serta merespons ulasan pelanggan sehingga profil usaha tetap aktif dan menarik bagi calon konsumen. Pemerintah Desa Karangbong bersama instansi terkait diharapkan dapat melanjutkan program pendampingan digital melalui pelatihan lanjutan mengenai pemasaran digital, pengelolaan media sosial, pemanfaatan marketplace, dan penyusunan konten promosi agar kemampuan digital pelaku UMKM terus berkembang. Bagi perguruan tinggi, kegiatan pengabdian serupa dapat dikembangkan dengan cakupan yang lebih luas melalui pendampingan berkelanjutan, sehingga tidak hanya berfokus pada pembuatan Google Business Profile, tetapi juga pada optimalisasi strategi pemasaran digital yang terintegrasi untuk meningkatkan daya saing dan kemandirian UMKM.

5. Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian

kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Hafshawaty Zainul Hasan atas dukungan dan fasilitasi sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Karangbong, Kecamatan Padjarakan, Kabupaten Probolinggo, yang telah memberikan izin, dukungan, dan kerja sama selama pelaksanaan kegiatan. Apresiasi yang sebesar-besarnya diberikan kepada seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Desa Karangbong yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari observasi, sosialisasi, pelatihan, hingga pendampingan. Partisipasi dan antusiasme mitra menjadi faktor penting dalam keberhasilan program ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Hafshawaty Zainul Hasan Tahun 2026 yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan program pendampingan serta kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan kerja sama sehingga kegiatan pengabdian ini dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

6. Daftar Pustaka

Chambers, R. (1994a). The origins and practice of participatory rural appraisal. *World Development, 22*(7), 953–969. https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90141-4

Chambers, R. (1994b). Participatory rural appraisal (PRA): Analysis of experience. *World Development, 22*(9), 1253–1268. https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90003-5

Dwivedi, Y. K., et al. (2021). Artificial Intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. International Journal of Information Management.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2023, August 24). *Dorong UMKM naik kelas dan go export, pemerintah siapkan ekosistem pembiayaan yang terintegrasi*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022, October 28). *Berperan dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi digital, pemerintah dorong akselerasi adopsi teknologi digital oleh UMKM.* Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian

Luthfi, M., Mochtar, C. F., Canra, R., Reskyta, N. A., Marwan, B. A., Sarmila, & Mahandian, F. (2025). *Transformasi digital UMKM melalui Google My Business: Studi pengabdian masyarakat di Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar*. **Journal Social Science and Technology for Community Service, 6**(2), 163–169. https://doi.org/10.33365/jsstcs.v6i2.663

Nur Septi, S. D., & Ariescy, R. R. (2024). *Pemanfaatan Google Maps untuk meningkatkan penjualan pada UMKM Seblak 55 Kelurahan Rungkut Menanggal*. **Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN), 5**(2), 2250–2255. https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.2365

Nursani, Zara Avila, D., Akbar, M., Firmanto, T., Faiza, N., Mulya, K. S., Amelia, R., & Al Fajar, M. R. (2023). Strategi pemanfaatan digital marketing melalui Google My Business pada UMKM di Kecamatan Parado. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2*(3), 163–170. https://doi.org/10.61461/sjpm.v2i3.49

Pratiwi, N. I., Putri, A. A., Sutrisni, K. E., & Satria, W. I. (2023). Training for MSMEs in Riang Gede Village, Tabanan, Bali in developing business places through registration on

Google Maps. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 6*(2), 3723–3726. https://doi.org/10.35568/abdimas.v6i2.3193

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications. ISBN 9781544371856.

Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani.

Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2, Cetakan ke-5). Alfabeta. ISBN 978-602-289-533-6.

Tampubolon, M. V. R., Ramadhan, M. F., Rizky, Y. P., Putri, N. A., Adzka, N. A., & Arum, D. P. (2024). Upaya transformasi digital UMKM Desa Kalipecabean dengan optimalisasi QRIS, Google Maps, dan e-commerce. Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global, 3(3), 91–97. https://doi.org/10.30640/cakrawala.v3i3.3066