CREATIVE: Jurnal Pengabdian Masyarakat
ISSN 3123-5204 (online)
Vol. 2 No. 1 Hal. 29-41
https://ejournal.scmdigi.id/index.php/creative

Menembus batas pasar lokal: digitalisasi lokasi UMKM desa Gintungreja melalui google maps

Slamet Pamuji*, Nikolas Adzan Mahesa, Rezki Nastiti, Uvi Sarsa Ani, Zahra Jasmine
STKIP Majenang, Cilacap, Jawa Tengah, Indonesia
*Author korespondensi: pamujislamet25@gmail.com
DOI: https://doi.org/10.65881/creative.v2i1.256

INFO ARTIKEL

History:
Submit: 04-11-2026
Revisi: 09-11-2026
Diterima: 10-11-2026
Terbit: 18-11-2026

Kata kunci:
digitalisasi umkm; google maps; pemetaan lokasi; promosi digital; ekonomi desa.

ABSTRAK

Tujuan: untuk mendukung digitalisasi UMKM desa Gintungreja melalui pemetaan dan pemasangan titik lokasi usaha pada google maps guna meningkatkan visibilitas, aksesibilitas informasi, serta memperluas jangkauan promosi UMKM di ruang digital.
Metode: menggunakan pendekatan partisipatif dan deskriptif melalui lima tahapan, yaitu identifikasi dan pendataan UMKM, observasi dan verifikasi lokasi, pemasangan titik lokasi pada google maps, verifikasi hasil pemetaan, serta dokumentasi dan evaluasi kegiatan.
Hasil: menunjukkan bahwa digitalisasi lokasi UMKM melalui google maps menghasilkan pendataan dan pemetaan lokasi usaha yang lebih terstruktur, meningkatkan ketersediaan informasi usaha di ruang digital, serta mempermudah masyarakat dalam menemukan lokasi UMKM. Kegiatan ini juga menjadi langkah awal dalam membangun identitas digital dan mendukung promosi potensi ekonomi lokal desa Gintungreja.
Kesimpulan: kegiatan digitalisasi melalui google maps menjadi langkah awal dalam meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas UMKM desa Gintungreja serta mendukung penguatan identitas digital dan pengembangan potensi ekonomi lokal secara berkelanjutan.
Kontribusi: dalam menyediakan basis data lokasi UMKM secara digital, mempermudah akses informasi bagi masyarakat, memperluas peluang promosi usaha, serta mendukung dokumentasi dan pengembangan potensi ekonomi lokal desa Gintungreja.

Artikel akses terbuka di bawah lisensi CC–BY-SA.

Pendahuluan

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat, termasuk di wilayah pedesaan melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan pengembangan potensi ekonomi lokal (Ramadani et al., 2025). Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, digitalisasi

menjadi salah satu kebutuhan penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar (Sholihin, 2024). Bank Indonesia menempatkan digitalisasi sebagai salah satu faktor pendukung pengembangan UMKM yang tidak hanya mencakup pemanfaatan sistem pembayaran digital, tetapi juga penggunaan teknologi untuk kegiatan promosi dan penyediaan informasi usaha (M. R. I. Ramadhani & Muharrami, 2026). Perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan platform digital dalam mencari informasi produk dan lokasi usaha turut memperkuat kebutuhan tersebut (Amory et al., 2025). Dalam konteks ini, pemanfaatan google maps menjadi salah satu alternatif digitalisasi yang relatif mudah diterapkan karena memungkinkan pelaku UMKM menampilkan identitas dan lokasi usahanya agar lebih mudah ditemukan oleh calon konsumen (Maulidya et al., 2026; Rahmanida et al., 2025; Syafitri et al., 2024). Dengan demikian, digitalisasi lokasi usaha tidak hanya menjadi sarana penyediaan informasi geografis, tetapi juga berpotensi mendukung penguatan eksistensi UMKM dalam ekosistem ekonomi digital (Abidin et al., 2026).

Meskipun peluang digitalisasi semakin terbuka, pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM di wilayah pedesaan masih menghadapi sejumlah kendala, terutama dalam aspek promosi dan aksesibilitas informasi usaha. Sebagian pelaku UMKM masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dan promosi dari mulut ke mulut sehingga jangkauan informasi usaha cenderung terbatas pada lingkungan masyarakat sekitar (Amri & A'yun, 2025; Nova et al., 2025). Kondisi tersebut menyebabkan keberadaan usaha belum sepenuhnya diketahui oleh konsumen dari luar wilayah desa. Keterbatasan informasi mengenai nama usaha, alamat, titik koordinat, kontak, serta jenis produk yang ditawarkan juga dapat menyulitkan konsumen dalam menemukan lokasi usaha secara mandiri. Permasalahan serupa ditemukan dalam kegiatan digitalisasi UMKM di desa Rangkah, ketika keterbatasan pendaftaran lokasi usaha pada google maps menjadi salah satu faktor yang memengaruhi visibilitas dan aksesibilitas UMKM (Muhammad et al., 2024). Persoalan tersebut menunjukkan bahwa keberadaan UMKM secara fisik belum tentu diikuti dengan kemudahan akses informasi secara digital. Kondisi ini menjadi penting untuk diperhatikan, khususnya bagi UMKM di desa Gintungreja, agar potensi ekonomi lokal dapat dikenal lebih luas melalui pemanfaatan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat.

Sejumlah penelitian dan kegiatan pengabdian terdahulu menunjukkan bahwa pemetaan lokasi UMKM melalui google maps dapat menjadi salah satu pendekatan untuk mendukung transformasi digital usaha masyarakat. Firmansyah (2025) menunjukkan bahwa pemetaan lokasi usaha melalui google maps dapat meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM sekaligus mempermudah konsumen dalam menemukan lokasi usaha. Pratama et al. (2025) menjelaskan bahwa penambahan titik lokasi UMKM pada google maps dapat menyediakan informasi usaha yang lebih mudah diakses oleh masyarakat serta mendukung promosi potensi ekonomi lokal. Selanjutnya, Pasaribu et al. (2024) mengungkapkan bahwa digitalisasi lokasi UMKM melalui google maps dapat menjadi upaya untuk meningkatkan aksesibilitas pasar bagi usaha di wilayah pedesaan. Temuan tersebut diperkuat oleh Simatupang et al. (2025) yang menunjukkan bahwa pemetaan digital UMKM dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi sekaligus meningkatkan aksesibilitas informasi usaha masyarakat desa. Sementara itu, Widiastuti et al. (2026) menunjukkan bahwa digitalisasi pemetaan UMKM yang disertai informasi usaha dapat mendukung peningkatan visibilitas dan aksesibilitas usaha melalui tahapan survei lapangan, sosialisasi,

pelatihan, dan pendampingan teknis. Berbagai hasil tersebut memperlihatkan bahwa google maps memiliki potensi sebagai media pendukung promosi, penguatan identitas usaha, dan penyediaan informasi lokasi UMKM secara digital.

Walaupun berbagai kegiatan terdahulu telah membuktikan manfaat pemetaan digital bagi UMKM, implementasi digitalisasi lokasi usaha tetap perlu disesuaikan dengan karakteristik, kondisi, dan kebutuhan setiap wilayah. Kajian dan kegiatan pengabdian sebelumnya cenderung berfokus pada desa atau kelompok UMKM tertentu, sehingga penerapan serupa di desa Gintungreja menjadi relevan untuk dilakukan sebagai bentuk pengembangan praktik digitalisasi berbasis potensi lokal. Hal ini didasarkan pada pentingnya ketersediaan informasi lokasi usaha yang terstruktur dan mudah diakses, terutama bagi UMKM yang belum memiliki visibilitas optimal pada platform digital. Pemetaan lokasi UMKM juga tidak cukup hanya dilakukan melalui penambahan titik koordinat, tetapi perlu didukung dengan pendataan identitas usaha, klasifikasi jenis usaha, verifikasi alamat, serta dokumentasi informasi pendukung agar data yang ditampilkan lebih akurat dan bermanfaat. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini memiliki urgensi untuk mengimplementasikan pemetaan digital secara langsung di desa Gintungreja sekaligus memberikan kontribusi kontekstual terhadap pengembangan digitalisasi UMKM pada tingkat desa. Pendekatan tersebut diharapkan dapat menjembatani kebutuhan pelaku usaha dalam memperkenalkan usahanya dengan kebutuhan konsumen dalam memperoleh informasi lokasi dan produk secara lebih praktis.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendukung digitalisasi UMKM di desa Gintungreja melalui pemasangan titik lokasi usaha pada platform google maps. Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahapan, meliputi pendataan UMKM, identifikasi dan verifikasi lokasi usaha, penentuan titik koordinat, pemasangan titik lokasi pada google maps, serta pendokumentasian informasi pendukung usaha. Informasi yang ditampilkan mencakup nama usaha, alamat, kategori usaha, kontak, foto, dan informasi produk sesuai dengan ketersediaan data. Melalui kegiatan ini, kontribusi yang diharapkan tidak hanya berupa tersedianya titik lokasi UMKM pada peta digital, tetapi juga meningkatnya visibilitas dan aksesibilitas informasi usaha, kemudahan masyarakat dalam menemukan lokasi UMKM, serta terbukanya peluang perluasan jangkauan promosi dan konsumen. Selain itu, hasil pemetaan diharapkan dapat menjadi bentuk dokumentasi potensi ekonomi lokal yang lebih terstruktur dan dapat dimanfaatkan sebagai informasi pendukung bagi pengembangan UMKM serta perencanaan pemberdayaan ekonomi masyarakat desa Gintungreja secara berkelanjutan.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif dan deskriptif melalui pendampingan digitalisasi lokasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di desa Gintungreja. Pendekatan partisipatif diterapkan dengan melibatkan pelaku UMKM secara langsung dalam proses pengumpulan data, identifikasi lokasi, penyediaan informasi usaha, dan verifikasi hasil pemetaan. Keterlibatan tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa informasi yang digunakan sesuai dengan kondisi dan identitas usaha yang sebenarnya. Sementara itu, pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan tahapan pelaksanaan, proses pendampingan, serta hasil kegiatan secara sistematis berdasarkan data yang diperoleh di lapangan. Metode

pendampingan dan pemetaan digital melalui google maps juga telah diterapkan dalam kegiatan pengembangan UMKM sebagai upaya meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital dan memperluas akses informasi usaha (Firmansyah, 2025).

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui lima tahapan utama yang saling berkaitan, yaitu identifikasi dan pendataan UMKM, observasi dan verifikasi lokasi, pemasangan titik lokasi pada google maps, verifikasi hasil pemetaan, serta dokumentasi dan evaluasi kegiatan. Tahap pertama berupa identifikasi dan pendataan UMKM dilakukan untuk menginventarisasi usaha yang beroperasi di wilayah desa Gintungreja. Data yang dikumpulkan meliputi nama usaha, nama pemilik, jenis usaha, alamat, serta informasi pendukung lainnya yang diperlukan dalam proses pemetaan. Pengumpulan data dilakukan melalui komunikasi langsung dengan pelaku UMKM agar informasi yang diperoleh lebih lengkap dan sesuai dengan kondisi usaha. Tahapan ini menjadi dasar pelaksanaan digitalisasi karena ketersediaan data identitas dan lokasi yang terstruktur diperlukan untuk menghasilkan informasi usaha yang mudah dikenali dan diakses masyarakat. Pemetaan digital juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana dokumentasi potensi ekonomi masyarakat desa secara lebih sistematis (Akbar et al., 2026; Simatupang et al., 2025).

Tahap kedua adalah observasi dan verifikasi lokasi usaha melalui kunjungan langsung ke tempat UMKM yang telah terdata. Kegiatan ini bertujuan untuk memastikan keberadaan usaha, kesesuaian alamat, serta ketepatan posisi geografis yang akan digunakan sebagai titik lokasi pada google maps. Dalam proses ini, pelaksana melakukan pengamatan terhadap kondisi lokasi dan berkoordinasi dengan pemilik usaha untuk memperoleh informasi yang diperlukan. Penentuan titik lokasi dilakukan berdasarkan posisi aktual usaha di lapangan agar informasi yang ditampilkan pada peta digital dapat memberikan petunjuk lokasi yang tepat bagi calon konsumen. Observasi dan verifikasi lapangan merupakan tahapan penting dalam pemetaan digital karena dapat meminimalkan kesalahan penempatan titik serta meningkatkan keakuratan informasi lokasi usaha. Hal ini sejalan dengan kegiatan pemetaan UMKM berbasis google maps yang menerapkan survei lapangan sebagai bagian dari proses pengumpulan dan validasi data lokasi (Widiastuti et al., 2026).

Tahap ketiga adalah pemasangan atau pengajuan titik lokasi UMKM pada platform google maps. Proses ini dilakukan setelah data identitas dan posisi geografis usaha diperoleh serta diverifikasi. Informasi yang dimasukkan disesuaikan dengan ketersediaan data dari masing-masing pelaku usaha, meliputi nama usaha, kategori usaha, alamat atau posisi lokasi, nomor kontak, dan foto pendukung. Penginputan informasi dilakukan dengan memperhatikan kesesuaian antara identitas usaha dan lokasi yang telah diidentifikasi sebelumnya. Melalui proses tersebut, setiap UMKM diharapkan memiliki informasi lokasi yang dapat diakses secara digital sehingga keberadaannya lebih mudah ditemukan oleh masyarakat. Pemanfaatan google maps sebagai media pemetaan digital merupakan salah satu bentuk digitalisasi sederhana yang dapat mendukung promosi dan meningkatkan visibilitas UMKM dalam ruang digital (Pratama et al., 2025).

Tahap keempat adalah verifikasi hasil pemetaan untuk memastikan ketepatan informasi yang telah diajukan atau ditampilkan pada google maps. Pemeriksaan dilakukan terhadap nama usaha, kategori, alamat, posisi titik koordinat, serta kelengkapan informasi pendukung. Apabila ditemukan ketidaksesuaian, dilakukan penyesuaian berdasarkan hasil konfirmasi dengan pelaku UMKM dan kondisi di lapangan. Tahapan ini penting untuk memastikan bahwa informasi digital yang tersedia dapat digunakan sebagai petunjuk lokasi

yang akurat dan tidak menimbulkan kesulitan bagi konsumen dalam menemukan tempat usaha. Ketepatan informasi dan kemudahan akses terhadap lokasi usaha merupakan aspek penting dalam pemanfaatan teknologi pemetaan digital untuk mendukung peningkatan aksesibilitas pasar UMKM (Pasaribu et al., 2024).

Tahap kelima adalah dokumentasi dan evaluasi kegiatan. Dokumentasi dilakukan selama seluruh rangkaian pelaksanaan, mulai dari proses pendataan, observasi lapangan, koordinasi dengan pelaku UMKM, hingga pemasangan dan pemeriksaan titik lokasi pada google maps. Sementara itu, evaluasi dilakukan untuk mengetahui ketercapaian kegiatan berdasarkan beberapa indikator, yaitu jumlah UMKM yang berhasil didata, jumlah lokasi usaha yang berhasil diajukan atau ditampilkan pada google maps, serta kesesuaian dan kelengkapan informasi usaha yang tersedia. Data hasil pelaksanaan kemudian dianalisis secara deskriptif dengan menguraikan proses kegiatan dan capaian berdasarkan indikator tersebut. Analisis ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai hasil implementasi pemetaan digital serta kontribusinya terhadap penyediaan informasi lokasi dan pengenalan UMKM kepada masyarakat.

Hasil dan pembahasan

Identifikasi dan pendataan UMKM desa Gintungreja

Kegiatan diawali dengan identifikasi dan pendataan UMKM yang berada di wilayah desa Gintungreja. Tahap ini dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai keberadaan dan karakteristik usaha masyarakat yang menjadi sasaran kegiatan digitalisasi. Pendataan dilakukan dengan mengumpulkan informasi secara langsung dari pelaku UMKM, meliputi nama usaha, nama pemilik, jenis usaha, alamat, serta informasi pendukung lainnya. Data tersebut selanjutnya dihimpun dan disusun sebagai dasar dalam proses pemetaan lokasi usaha pada google maps. Proses pendataan juga menjadi sarana untuk mengidentifikasi kesiapan informasi masing-masing UMKM dalam mengikuti kegiatan digitalisasi. Informasi yang diperoleh kemudian diperiksa kembali untuk memastikan kesesuaian antara identitas usaha dan keterangan yang diberikan oleh pemilik. Melalui tahapan ini, diperoleh data awal mengenai UMKM desa Gintungreja yang dapat digunakan sebagai dasar pelaksanaan observasi, penentuan titik koordinat, dan pemasangan lokasi usaha pada peta digital.

Observasi dan verifikasi lokasi usaha

Setelah proses pendataan, kegiatan dilanjutkan dengan observasi dan verifikasi lokasi UMKM melalui kunjungan langsung ke tempat usaha. Observasi dilakukan untuk memastikan keberadaan usaha sekaligus memperoleh gambaran mengenai posisi geografis yang akan digunakan dalam proses pemetaan. Pelaksana melakukan pengamatan terhadap lokasi usaha dan melakukan konfirmasi kepada pemilik untuk memastikan ketepatan alamat serta posisi tempat usaha. Hasil observasi digunakan sebagai dasar dalam menentukan titik lokasi yang akan dimasukkan ke google maps. Tahapan ini membantu memastikan bahwa titik yang digunakan mengacu pada lokasi aktual UMKM, bukan sekadar perkiraan berdasarkan alamat atau informasi lisan. Selain itu, proses verifikasi juga memberikan kesempatan untuk melengkapi informasi usaha yang belum diperoleh pada tahap pendataan. Dengan demikian, data yang digunakan dalam proses pemasangan lokasi telah melalui pemeriksaan berdasarkan kondisi lapangan.

Pemasangan titik lokasi UMKM pada google maps

Tahap berikutnya adalah pemasangan atau pengajuan titik lokasi UMKM pada platform google maps berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan diverifikasi. Proses ini dilakukan dengan memasukkan informasi usaha yang tersedia, meliputi nama usaha, kategori usaha, alamat atau posisi geografis, nomor kontak apabila tersedia, serta foto pendukung. Informasi tersebut disesuaikan dengan karakteristik dan kelengkapan data masing-masing UMKM agar identitas usaha yang ditampilkan dapat merepresentasikan kondisi sebenarnya. Pemasangan titik lokasi dilakukan sebagai upaya menghadirkan informasi UMKM desa Gintungreja dalam platform digital berbasis lokasi. Melalui proses tersebut, lokasi usaha yang sebelumnya lebih banyak diketahui melalui interaksi langsung dan informasi masyarakat sekitar mulai diperkenalkan melalui media digital. Hasil dari tahapan ini berupa pengajuan titik lokasi usaha beserta informasi pendukungnya pada google maps. Status setiap lokasi kemudian menjadi bagian dari pemeriksaan pada tahap berikutnya untuk memastikan keberhasilan publikasi informasi usaha.

Verifikasi hasil pemetaan

Setelah proses pemasangan atau pengajuan lokasi dilakukan, kegiatan dilanjutkan dengan verifikasi hasil pemetaan. Pemeriksaan mencakup kesesuaian nama usaha, kategori, alamat, posisi titik lokasi, dan kelengkapan informasi pendukung yang dimasukkan. Verifikasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa informasi yang diajukan sesuai dengan data hasil pendataan dan observasi lapangan. Selain memeriksa ketepatan informasi, tahap ini juga memperhatikan status publikasi titik lokasi pada google maps. Hal tersebut penting karena lokasi yang telah diajukan belum tentu langsung tersedia untuk ditampilkan kepada publik dan dapat memerlukan proses peninjauan oleh platform. Melalui pemeriksaan tersebut, dapat diketahui lokasi yang telah berhasil ditampilkan serta lokasi yang masih memerlukan tindak lanjut. Dengan demikian, hasil pemetaan tidak hanya dinilai berdasarkan jumlah lokasi yang diajukan, tetapi juga berdasarkan kesesuaian informasi dan status ketersediaannya pada platform digital.

Dokumentasi dan evaluasi kegiatan

Tahap terakhir adalah dokumentasi dan evaluasi terhadap keseluruhan rangkaian kegiatan. Dokumentasi dilakukan melalui pengumpulan foto kegiatan pendataan, observasi lokasi, interaksi dengan pelaku UMKM, serta proses pemasangan dan pemeriksaan titik lokasi pada google maps. Dokumentasi tersebut digunakan sebagai bukti pelaksanaan sekaligus bahan pendukung dalam penyusunan laporan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Evaluasi dilakukan dengan meninjau ketercapaian kegiatan berdasarkan beberapa indikator, yaitu jumlah UMKM yang berhasil didata, jumlah lokasi yang telah diverifikasi, jumlah titik lokasi yang diajukan, jumlah lokasi yang berhasil ditampilkan pada google maps, serta kelengkapan dan kesesuaian informasi usaha. Hasil evaluasi digunakan untuk mengidentifikasi capaian kegiatan dan aspek yang masih memerlukan tindak lanjut. Secara keseluruhan, kegiatan menghasilkan data UMKM yang lebih terstruktur serta informasi lokasi usaha yang mulai terintegrasi ke dalam platform peta digital sebagai langkah awal penguatan keberadaan UMKM desa Gintungreja di ruang digital.

Digitalisasi lokasi sebagai upaya meningkatkan visibilitas UMKM

Digitalisasi lokasi usaha melalui google maps merupakan salah satu bentuk transformasi digital yang dapat diterapkan oleh UMKM dengan tingkat kompleksitas relatif rendah (Rahmanida et al., 2025). Dalam konteks pengembangan usaha, visibilitas digital menjadi aspek penting karena keberadaan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh lokasi fisiknya, tetapi juga oleh kemudahan konsumen dalam memperoleh informasi mengenai keberadaan usaha tersebut. UMKM yang memiliki lokasi strategis sekalipun berpotensi sulit ditemukan apabila informasi mengenai tempat usahanya tidak tersedia pada media yang dapat diakses secara luas. Oleh karena itu, pemanfaatan google maps dapat menjadi sarana untuk menghubungkan keberadaan fisik UMKM dengan kebutuhan informasi konsumen di ruang digital.

Peningkatan visibilitas melalui pemetaan digital juga berkaitan dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin memanfaatkan layanan berbasis lokasi untuk menemukan tempat usaha (Kasnelly et al., 2025). Melalui google maps, konsumen dapat melakukan pencarian berdasarkan nama maupun kategori usaha, melihat informasi lokasi, serta memperoleh petunjuk arah menuju tempat yang dituju (Miftah et al., 2024). Fasilitas tersebut memberikan peluang bagi UMKM untuk dikenal oleh calon konsumen yang sebelumnya tidak memiliki hubungan langsung dengan pemilik usaha maupun masyarakat setempat.

Temuan ini sejalan dengan Firmansyah (2025) yang menjelaskan bahwa pemetaan lokasi UMKM melalui google maps dapat meningkatkan keterampilan digital pelaku usaha sekaligus mempermudah konsumen dalam menemukan lokasi usaha. Pratama et al. (2025) juga menunjukkan bahwa pemetaan digital UMKM di desa Bandar dapat membantu menyediakan informasi lokasi usaha yang lebih mudah diakses masyarakat. Sementara itu, Widiastuti et al. (2026) mengungkapkan bahwa pemetaan UMKM berbasis google maps dapat mendukung peningkatan visibilitas dan aksesibilitas usaha sekaligus memperkuat identitas bisnis di ruang digital. Kesamaan temuan tersebut memperlihatkan bahwa pemetaan lokasi bukan sekadar aktivitas teknis penambahan koordinat, melainkan bagian dari strategi pengenalan usaha melalui pemanfaatan teknologi digital.

Google maps sebagai media peningkatan aksesibilitas informasi dan jangkauan konsumen

Selain meningkatkan visibilitas, pemanfaatan google maps memiliki relevansi dalam mengurangi hambatan geografis dan keterbatasan informasi yang sering dihadapi UMKM di wilayah pedesaan (Sampurno et al., 2025). Pada pemasaran konvensional, konsumen umumnya memperoleh informasi mengenai keberadaan usaha melalui rekomendasi orang lain, komunikasi langsung, atau kunjungan ke lingkungan sekitar (Julianti et al., 2026). Pola tersebut menyebabkan penyebaran informasi cenderung bergantung pada jaringan sosial yang telah terbentuk. Akibatnya, potensi pasar UMKM dapat terbatas pada konsumen yang telah mengenal usaha tersebut sebelumnya.

Keberadaan informasi lokasi pada platform digital membuka peluang bagi konsumen dari luar lingkungan usaha untuk menemukan dan mengakses informasi secara mandiri (Q. Ramadhani & Sarpini, 2026). Hal ini dapat membantu mengurangi ketergantungan konsumen terhadap informasi lisan sekaligus memberikan alternatif pencarian tempat usaha berdasarkan lokasi geografis. Dalam konteks ini, google maps berfungsi sebagai media penghubung antara pelaku usaha dan konsumen melalui penyediaan informasi yang dapat diakses tanpa harus melakukan interaksi langsung terlebih dahulu.

Pasaribu et al. (2024) menjelaskan bahwa digitalisasi lokasi UMKM melalui google maps dapat menjadi upaya untuk meningkatkan aksesibilitas pasar bagi usaha yang berada di wilayah pedesaan. Temuan tersebut memperkuat pandangan bahwa keterjangkauan informasi merupakan salah satu faktor pendukung pengembangan pasar UMKM. Sejalan dengan itu, Pratama et al. (2025) menunjukkan bahwa pemetaan digital dapat mempermudah masyarakat dalam memperoleh informasi mengenai lokasi UMKM dan fasilitas lainnya di lingkungan desa. Dengan demikian, pemanfaatan google maps berpotensi memperluas kesempatan UMKM untuk ditemukan oleh konsumen baru, meskipun peningkatan jumlah kunjungan dan penjualan tetap memerlukan evaluasi tersendiri.

Penguatan identitas digital dan branding UMKM

Identitas digital merupakan representasi keberadaan suatu usaha pada platform digital yang memungkinkan masyarakat mengenali dan membedakan usaha tersebut dari usaha lainnya (Kamalia et al., 2025). Dalam pengembangan UMKM, identitas digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan nama atau logo, tetapi juga mencakup ketersediaan informasi yang menggambarkan karakteristik dan identitas usaha (Putra et al., 2025). Informasi berupa nama usaha, kategori, alamat, foto, kontak, dan deskripsi produk dapat membantu membangun gambaran awal mengenai usaha yang ditampilkan kepada calon konsumen (Mahmud & Septianna, 2024).

Google maps dapat dimanfaatkan sebagai salah satu media pembentukan identitas digital karena memungkinkan pelaku usaha menghadirkan informasi bisnis dalam satu platform berbasis lokasi (Rahmanida et al., 2025). Kelengkapan informasi tersebut berpotensi meningkatkan kepercayaan konsumen karena mereka dapat memperoleh gambaran mengenai keberadaan dan karakteristik usaha sebelum melakukan kunjungan. Namun, manfaat tersebut sangat bergantung pada keakuratan, konsistensi, dan keterbaruan informasi yang ditampilkan.

Hasil kegiatan digitalisasi UMKM di desa Buko yang dilakukan oleh Widiastuti et al. (2026) menunjukkan bahwa pemetaan lokasi berbasis google maps dapat dimanfaatkan sebagai media penguatan branding usaha melalui penyediaan informasi digital. Hanum et al. (2025) juga membahas penguatan branding UMKM desa melalui digitalisasi pemetaan google maps dalam program pengabdian kepada masyarakat. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemetaan lokasi memiliki keterkaitan dengan upaya membangun citra dan identitas usaha, terutama ketika informasi lokasi dilengkapi dengan elemen pendukung yang merepresentasikan karakteristik bisnis.

Dengan demikian, pengembangan identitas digital UMKM perlu diarahkan pada pengelolaan profil usaha secara berkelanjutan. Pelaku UMKM tidak cukup hanya memastikan bahwa lokasi usahanya tersedia pada google maps, tetapi juga perlu memperhatikan kualitas informasi yang ditampilkan, seperti penggunaan nama usaha yang konsisten, foto yang representatif, nomor kontak aktif, jam operasional, serta deskripsi produk yang jelas. Pengelolaan tersebut dapat menjadikan google maps sebagai bagian dari strategi branding digital yang lebih terarah.

Pemetaan digital sebagai dokumentasi dan basis data potensi ekonomi desa

Pemetaan lokasi UMKM juga memiliki fungsi yang lebih luas daripada kepentingan promosi individual, yaitu sebagai sarana dokumentasi potensi ekonomi desa (Wahyudi et al., 2026). Informasi mengenai nama usaha, kategori usaha, alamat, dan lokasi geografis

dapat membentuk basis data awal yang menggambarkan aktivitas ekonomi masyarakat (Wulandari et al., 2026). Ketersediaan data tersebut penting karena pengembangan ekonomi desa membutuhkan informasi mengenai potensi dan persebaran kegiatan usaha yang dapat dijadikan dasar dalam menentukan arah pemberdayaan masyarakat.

Dalam konteks pembangunan desa, data UMKM yang terdokumentasi secara sistematis dapat membantu pemerintah desa mengenali jenis usaha yang berkembang, mengidentifikasi persebaran kegiatan ekonomi, serta mengetahui kebutuhan pelaku usaha. Informasi tersebut berpotensi dimanfaatkan untuk merancang program pembinaan, pelatihan pemasaran digital, fasilitasi legalitas usaha, maupun kegiatan promosi produk unggulan desa. Dengan demikian, pemetaan digital dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi pelaku UMKM sebagai pemilik usaha, tetapi juga bagi pemerintah desa sebagai pihak yang memiliki peran dalam mendorong pengembangan ekonomi masyarakat.

Hal ini sejalan dengan Muhammad et al. (2024) yang menunjukkan bahwa digitalisasi lokasi UMKM dan pembuatan peta potensi UMKM dapat mendukung pendokumentasian serta penyediaan informasi mengenai usaha masyarakat desa. Simatupang et al. (2025) juga menjelaskan bahwa pemetaan digital UMKM dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi sekaligus meningkatkan aksesibilitas informasi usaha. Sementara itu, Pratama et al. (2025) memperlihatkan bahwa pemetaan digital yang mencakup UMKM, fasilitas umum, dan instansi pemerintah dapat membantu memperkenalkan potensi wilayah secara lebih luas.

Berdasarkan hal tersebut, pemetaan UMKM perlu dipandang sebagai bagian dari upaya membangun basis informasi ekonomi desa yang dapat dikembangkan secara bertahap. Data yang telah dihimpun dapat diperbarui secara berkala dan diintegrasikan dengan informasi lain, seperti produk unggulan, legalitas usaha, kapasitas produksi, serta kontak pelaku usaha. Apabila dikelola secara konsisten, informasi tersebut dapat menjadi salah satu sumber pendukung dalam penyusunan program pemberdayaan dan promosi ekonomi desa Gintungreja.

Keberlanjutan digitalisasi dan penguatan kapasitas pelaku UMKM

Keberhasilan digitalisasi UMKM tidak hanya ditentukan oleh tersedianya informasi usaha pada platform digital, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola dan memperbarui informasi tersebut secara mandiri (Aulia et al., 2026; Fitriani et al., 2026; Safitri & Nugroho, 2025). Pemasangan titik lokasi merupakan tahap awal yang perlu diikuti dengan penguatan kapasitas digital agar pemanfaatan teknologi tidak berhenti pada proses pendaftaran lokasi. Tanpa pengelolaan berkelanjutan, informasi usaha berpotensi menjadi tidak relevan apabila terjadi perubahan alamat, nomor kontak, jam operasional, atau jenis produk yang ditawarkan.

Oleh karena itu, pendampingan kepada pelaku UMKM perlu diarahkan pada peningkatan pemahaman mengenai pengelolaan profil bisnis digital, pemutakhiran informasi, penggunaan foto produk yang menarik, serta pemanfaatan fitur pendukung google maps. Selain itu, pelaku usaha juga perlu didorong untuk mengintegrasikan informasi lokasi dengan media pemasaran digital lainnya, seperti WhatsApp Business dan media sosial. Integrasi tersebut dapat menciptakan keterhubungan antara informasi lokasi, komunikasi dengan konsumen, dan aktivitas promosi produk sehingga pemanfaatan teknologi menjadi lebih optimal.

Firmansyah (2025) menunjukkan bahwa kegiatan pemetaan lokasi UMKM melalui google maps dapat menjadi sarana pengembangan keterampilan digital pelaku usaha. Sementara itu, Widiastuti et al. (2026) menerapkan pendekatan yang melibatkan survei lapangan, sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan teknis untuk mendukung penguatan branding UMKM. Ristianawati et al. (2024) juga menekankan pentingnya penguatan merek dan pemasaran digital dalam pemberdayaan UMKM desa. Berbagai kegiatan tersebut memperlihatkan bahwa transformasi digital akan lebih optimal apabila tidak hanya berorientasi pada penyediaan teknologi, tetapi juga disertai peningkatan kapasitas sumber daya manusia yang menggunakannya.

Dengan demikian, keberlanjutan kegiatan digitalisasi UMKM desa Gintungreja dapat diarahkan pada pendampingan pengelolaan profil usaha, pemutakhiran data secara berkala, dan pengembangan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan kemampuan pelaku UMKM. Dukungan pemerintah desa dan keterlibatan masyarakat juga diperlukan untuk menjaga keberlanjutan basis data UMKM serta mendorong pemanfaatan informasi digital dalam pengembangan potensi ekonomi lokal.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui digitalisasi lokasi UMKM di desa Gintungreja menggunakan google maps telah dilaksanakan melalui tahapan identifikasi dan pendataan UMKM, observasi dan verifikasi lokasi, pemasangan titik lokasi, verifikasi hasil pemetaan, serta dokumentasi dan evaluasi kegiatan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas informasi UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemetaan lokasi usaha dapat menjadi langkah awal dalam membangun identitas digital UMKM sehingga informasi mengenai nama usaha, jenis usaha, alamat, dan lokasi geografis dapat diakses secara lebih luas oleh masyarakat. Selain itu, keberadaan titik lokasi pada google maps berpotensi mempermudah calon konsumen dalam menemukan tempat usaha, memperoleh informasi, serta mengakses lokasi UMKM, termasuk bagi masyarakat yang berasal dari luar desa Gintungreja.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi terhadap pengenalan potensi ekonomi lokal melalui penyediaan informasi lokasi UMKM yang lebih terstruktur dan terdokumentasi secara digital. Pemanfaatan google maps tidak hanya mendukung promosi dan penguatan identitas usaha, tetapi juga berpotensi menjadi basis informasi awal bagi pemerintah desa dalam mengidentifikasi serta mengembangkan potensi ekonomi masyarakat. Meskipun demikian, keberlanjutan manfaat kegiatan memerlukan keterlibatan aktif pelaku UMKM dalam memperbarui informasi usaha, melengkapi profil digital, dan mengintegrasikan pemetaan lokasi dengan media pemasaran lainnya. Oleh karena itu, kegiatan ini dapat menjadi fondasi awal bagi pengembangan digitalisasi UMKM desa Gintungreja secara berkelanjutan guna memperluas jangkauan informasi, meningkatkan daya saing usaha, dan mendukung penguatan ekonomi lokal.

Daftar pustaka

Abidin, M. Z., Khoiriyah, S., Zakariya, M., & Suningsih, S. (2026). Digitalisasi Identitas UMKM Desa Sukorejo: Pembuatan Logo dan Integrasi Google Maps sebagai Strategi Branding Lokal. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, *8*(1), 282–290. https://doi.org/10.24036/abdi.v8i1.1772

Akbar, M., Setiawan, W. K., Tyas, P. P. H., Nurmalaya, R. J., Fathoni, A. A., Nurmalaya, R. J.,

Fathoni, A. A., & Dafa, H. A. (2026). Pemberdayaan UMKM melalui Pemetaan Digital dan Legalitas Usaha di Desa Gedangan. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *7*(2), 422–428. https://doi.org/10.54951/comsep.v7i2.1316

Amory, J. D. S., Mudo, M., & J, R. (2025). Transformasi Ekonomi Digital dan Evolusi Pola Konsumsi: Tinjauan Literatur tentang Perubahan Perilaku Belanja di Era Internet. *Jurnal Minfo Polgan*, *14*(1), 28–37. https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14608

Amri, N. B., & A'yun, A. Q. (2025). Komunikasi Pemasaran dalam Pemberdayaan UMKM di Desa Pedagangan Kecamatan Tiris, Kabupaten Probolinggo. *Journal of Management, Education and Communication*, *3*(2), 136–152. https://doi.org/10.64685/jmec.v3i2.55

Aulia, D., Saragih, L. N., Rambe, Y. F., Salim, Z., & Marzuki, M. (2026). Digitalisasi UMKM Melalui Pendaftaran Titik Lokasi Usaha Pada Google Maps. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, *8*(1). https://doi.org/10.29040/budimas.v8i1.19070

Firmansyah, R. A. (2025). Pengembangan Keterampilan Digital Untuk 25 UMKM di Desa Mungkung, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk Melalui Pemetaan Lokasi di Google Maps. *Jurnal Studi Administrasi Bisnis*, *1*(6), 1698–1706. https://jsinabis.upnjatim.ac.id/index.php/jsinabis/article/view/341

Fitriani, F., Priyansah, S., Sintia, S., Mirna, M., Efendi, F. R. A., & Akbar, R. (2026). Digitalisasi UMKM Berbasis E-Commerce: Pembuatan Toko Oleh-Oleh Desa melalui Platform Shopee di Desa Seliu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, *4*(7), 3493–3508. https://doi.org/10.59837/jpmba.v4i7.5048

Julianti, P. P. M., Zahrani, H., Azwar, R. K., Agustiningsih, E., & Indayani, L. (2026). Cikole Lembang Coffee Marketing Communication Strategy to Attract Consumer Interest. *Procedia of Social Sciences and Humanities*, *9*(1). https://doi.org/10.21070/jg97ck98

Kamalia, A. P., Lubis, A. H., Damanik, F. S., Fakhri, M. H., & Paralihan, H. (2025). Optimalisasi Identitas Visual melalui Media Sosial untuk Meningkatkan Strategi Digital Marketing UMKM. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, *4*(4), 104–114. https://doi.org/10.56910/sewagati.v4i4.3298

Kasnelly, S., Elisa, P., Rahmadani, N., Raniasa, F., Karomah, S., & Mirza, F. (2025). Penerapan Google Maps Dan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Mavia Angkringan. *Al-Amal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, *5*(1), 85–94. https://doi.org/10.54459/al-amal.v5i1.1009

Mahmud, I., & Septianna, E. W. (2024). Pelatihan Pembuatan Google My Business Pada Pemilik Usaha Kedai Nyihah Penerima PMW (Program Mahasiswa Wirausaha). *Jurnal Pengabdian Literasi Digital Indonesia*, *3*(2), 48–59. https://doi.org/10.57119/abdimas.v3i2.121

Maulidya, G., Zahra, R. A., Zika, C. A. P., Azhira, S., Risqi, K. M. C., & Nuryani, A. F. (2026). Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Wonorejo melalui Pendaftaran pada Google Maps. *Jurnal ETAM*, *6*(1), 175–187. https://doi.org/10.46964/etam.v6i1.1719

Miftah, S. E. M., Sari, D. A., Ni'mah, N., & Sodiq, F. (2024). Pengembangan Umkm B&B Snack Desa Sawahan Kabupaten Rembang Melalui Google Maps Dan Papan Petunjuk Arah. *Adi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *8*(1), 456–466. https://doi.org/10.33061/awpm.v8i1.10270

Muhammad, A. H., Diyaurrahman, A., Madani, M. P., & Rahmawati, L. (2024). Pemberdayaan UMKM Melalui Program Digitalisasi Lokasi UMKM dan Pembuatan

Peta Potensi Umkm di Desa Rangkah. *Kampelmas*, *3*(2), 701–713. https://proceedings.uinsaizu.ac.id/index.php/kampelmas/article/view/1274

Nova, S., Harahap, R., Hapshani, N. F., & Azhari, M. F. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Optimalisasi Digitalisasi Usaha Berbasis Google Maps di Desa Raya Dusun IV. *Easta Journal of Innovative Community Services*, *4*(01), 22–34. https://doi.org/10.58812/ejincs.v4i01.411

OK, A. H., Parulian, U., Lismawarni, L., Husna, T. A., & Andriani, P. (2025). Penguatan Branding UMKM Desa Melalui Digitalisasi Pemetaan Google Maps Pada Program KKN. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(2), 1918–1924. https://doi.org/10.56832/edu.v5i2.1655

Pasaribu, F. H. R., Zai, S. H. D., Zahra, P., Jaelani, A., Zulfria, I., & Nurbaiti, N. (2024). Digitalisasi UMKM melalui Pemetaan Lokasi di Google Maps: Upaya Peningkatan Aksesibilitas Pasar dalam Program KKN di Desa Timbang Lawan, Dusun VIII. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, *3*(3), 01–08. https://doi.org/10.55606/jpmi.v3i3.6300

Pratama, R. A., Putra, D. D. D., Maldini, D., & Lestari, H. (2025). Pemetaan Digital UMKM, Fasilitas Umum, dan Instansi Pemerintah Desa Bandar Melalui Google Maps. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, *3*(4), 1151–1157. https://doi.org/10.58266/jpmb.v3i4.352

Putra, E. J., Gumilang, H. A., Syariifah, I. R., Noeryani, M. A., & Hasanah, N. (2025). Pendampingan Transformasi Digital UMKM di Desa Dampit melalui Pengembangan Identitas Usaha Berbasis Solusi Digital Terpadu. *Jurnal Malikussaleh Mengabdi*, *4*(1), 264–272. https://doi.org/10.29103/jmm.v4i1.23414

Rahmanida, S. E., Rahmawati, R. D., Nikmah, R. M., Naasyiroh, R. I., & Rahmawati, R. (2025). Penguatan Identitas dan Aksesibilitas UMKM melalui Digitalisasi Lokasi Usaha di Google Maps sebagai Strategi Digital dalam Meningkatkan Jangkauan Konsumen. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *3*(1), 147–153. https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2177

Ramadani, S., Ramadhani, D. A., Ikrom, M., & Harahap, L. M. (2025). Peran Strategis UMKM dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, *4*(1), 158–166. https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i1.3183

Ramadhani, M. R. I., & Muharrami, R. S. (2026). Peran Bank Syariah Indonesia dalam Penguatan Pembiayaan dan Digitalisasi Warung Kelontong Madura di Kabupaten Klaten. *Indo Green Journal*, *4*(3), 729–744. http://idngreen.com/index.php/green/article/view/715

Ramadhani, Q., & Sarpini, S. (2026). Pemanfaatan google maps sebagai inovasi digital dalam meningkatkan visibilitas dan akses pasar UMKM. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, *3*(4), 218–234. https://doi.org/10.61722/jaem.v3i4.13086

Ristianawati, Y., Yuswono, I., Turmudhi, A., Salim, N., & Praptitorini, M. D. (2024). Pemberdayaan UMKM Desa Pagak melalui Penguatan Merek dan Pemasaran Digital. *Jurnal Peduli Masyarakat*, *6*(4), 1973–1984. https://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPM/article/view/5172

Safitri, S. N., & Nugroho, R. H. (2025). Strategi Digitalisasi UMKM melalui Google Maps dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis. *Jurnal Studi Administrasi Bisnis*, *1*(4), 1106–1116. https://jsinabis.upnjatim.ac.id/index.php/jsinabis/article/view/258

Sampurno, R. W., Setiyorini, E. Y., Lestari, A. Q. A., & Bariroh, M. (2025). Peningkatan

Visiblitas Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui Optimasi Google Maps dan Pendaftaran QRIS: Best Practice di Desa Besuki Kabupaten Tulungagung. *Ngarsa: Journal of Dedication Based on Local Wisdom*, *5*(2), 75–86. https://doi.org/10.35719/ngarsa.v5i2.546

Sholihin, U. (2024). Meningkatkan Daya Saing Pasar UMKM Melalui Transformasi Digital. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, *3*(2), 100–114. https://doi.org/10.30640/digital.v3i2.2512

Simatupang, K., Arifin, F., & Khairunnisa, K. (2025). Implementasi Pendaftaran UMKM Desa Pematang Kasih Kecamatan Pantai Cermin ke Google Maps sebagai Strategi Promosi Lokal. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, *4*(4), 163–173. https://doi.org/10.56910/sewagati.v4i4.3320

Syafitri, R., Harly, A. Y., & Kurniawan, R. (2024). Sosialisasi dan Pelatihan Penggunaan QRIS dan Google Maps Terhadap Pengusaha Nasi Liwet di Desa Duwet. *Jurnal Abdimas UM Jambi*, *1*(2), 93–101. https://doi.org/10.53978/jaum.v1i2.446

Wahyudi, W., Sirojudin, D., Nisa', K., Darmawan, M. F., Fajria, E. F., Fahreza, N. A., & Aurelia putri wijaya, S. nurul hidayati. (2026). Pembuatan Geomapping Tata Letak Usaha Micro Menenga Kecil Desa Sebani. *Jumat Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *7*(1), 11–16. https://doi.org/10.32764/abdimasif.v7i1.6438

Widiastuti, Y., Al Azzaqi, D., Nuam, A. L., & Mawadah, S. (2026). Digitalisasi Pemetaan UMKM Berbasis Google Maps Sebagai Media Penguatan Branding Usaha di Desa Buko Kecamatan Wedung Kabupaten Demak. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, *4*(4), 5660–5667. https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i4.1433

Wulandari, Y., Febriyanti, S. N., & Sudarso, S. (2026). Analysis of the Effectiveness of Collecting Regional Economic Data through the Business Tagging System: A Study at BPS Sidoarjo. *Procedia of Social Sciences and Humanities*, *9*(1), 334–351. https://doi.org/10.21070/bq8kpm73