

Digitalisasi Informasi Lokasi UMKM Melalui Pemetaan Warung pada Google Maps di Desa Tombolo

Muhammad Syahban^{1*}, Nurazizah², Armita³, Ferdiansyah⁴, Annisa Putri Ramadhani⁵, Dita Afriyanti Isa⁶, Mutmainna⁷, Nurul Fadhilah⁸, Sri Wahyuni Nas⁹

¹Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar, Indonesia

²Program Studi Matematika, Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar, Indonesia

³Program Studi Ilmu Ekonomi, Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar, Indonesia

⁴Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar, Indonesia

⁵Program Studi Ilmu Hadis, Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar, Indonesia

⁶Program Studi Farmasi, Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar, Indonesia

⁷Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar, Indonesia

⁸Program Studi Kesehatan Masyarakat, Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar, Indonesia

⁹Program Studi Akuntansi, Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar, Indonesia

*Email Korespondensi: syahban0708@gmail.com

ABSTRAK

Desa Tombolo, Kecamatan Kelara, Kabupaten Jeneponto memiliki sejumlah warung dan toko kelontong yang berfungsi memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat, tetapi sebagian besar belum memiliki informasi lokasi yang mudah ditemukan melalui peta digital. Kondisi tersebut menyulitkan pendatang atau masyarakat dari luar desa ketika mencari warung di wilayah yang belum mereka kenal. Kegiatan pengabdian ini bertujuan mendigitalisasi informasi lokasi minimal delapan warung UMKM melalui pemetaan pada Google Maps. Kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan, pendataan usaha, komunikasi dan permintaan persetujuan pemilik, serta pendaftaran titik lokasi menggunakan Google Maps dan Google Business Profile. Observasi dilaksanakan pada 12–18 Agustus 2026, sedangkan pemetaan dilaksanakan pada 8 September 2026. Dari delapan pemilik warung yang menyetujui pendaftaran, enam warung berhasil muncul bersama nama dan lokasinya pada Google Maps, sedangkan dua warung belum berhasil tampil pada sistem. Dengan demikian, tingkat keberhasilan kemunculan lokasi mencapai 75%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pemetaan lokasi merupakan langkah awal yang sederhana untuk memperluas visibilitas digital warung di tingkat desa dan memudahkan pencarian lokasi oleh masyarakat. Kegiatan juga menunjukkan bahwa persetujuan pemilik dan proses verifikasi platform perlu diperhatikan dalam digitalisasi lokasi usaha. Pemetaan lanjutan dan pendampingan pengelolaan profil usaha dapat dilakukan untuk memperluas cakupan digitalisasi UMKM di Desa Tombolo.

Kata Kunci: digitalisasi umkm; google maps; pemetaan warung; desa tombolo; umkm

1. PENDAHULUAN

Desa Tombolo, Kecamatan Kelara, Kabupaten Jeneponto merupakan salah satu wilayah perdesaan yang memiliki sejumlah usaha mikro berbentuk warung dan toko kelontong. Sebagian besar masyarakat Desa Tombolo bukan berprofesi sebagai pedagang, tetapi beberapa warga menjalankan usaha yang menyediakan kebutuhan pokok, sembako, pakaian, dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Keberadaan usaha tersebut penting karena menjadi salah satu titik akses masyarakat terhadap barang kebutuhan harian. Namun, keberadaan fisik usaha belum selalu diikuti oleh keterlihatan pada ruang digital. Kondisi awal yang ditemukan tim pengabdian menunjukkan bahwa warung-warung yang ditemui belum memiliki informasi lokasi yang mudah ditemukan melalui Google Maps. Akibatnya, masyarakat yang tidak mengenal wilayah Desa Tombolo, terutama pendatang, pelajar, pekerja, atau pengunjung dari luar desa, dapat mengalami kesulitan ketika mencari warung terdekat.

Keterlihatan lokasi usaha pada platform digital menjadi relevan dalam konteks transformasi pemasaran UMKM. Kegiatan pengabdian di berbagai wilayah menunjukkan bahwa pemanfaatan Google Maps dapat digunakan untuk membantu UMKM memperkenalkan identitas dan lokasi usaha kepada konsumen. Pendampingan digitalisasi melalui Google Maps di Desa Sabrang, misalnya, dilakukan melalui observasi, identifikasi pelaku UMKM, pendampingan pembuatan akun, dan verifikasi lokasi, dengan hasil lima UMKM berhasil didaftarkan dan dapat diakses publik (Muawanah dkk., 2026). Program di Desa Timbang Lawan juga menempatkan pemetaan usaha di Google Maps sebagai sarana peningkatan visibilitas dan aksesibilitas

konsumen (Meisarah dkk., 2025). Temuan tersebut memperlihatkan bahwa pemetaan lokasi merupakan intervensi digital yang relatif sederhana dan relevan untuk konteks perdesaan.

Pada tingkat lokal, kegiatan pengabdian di Kota Makassar menunjukkan bahwa Google Maps dapat dipadukan dengan edukasi literasi digital untuk membantu pelaku UMKM memanfaatkan platform digital dalam pemasaran (Ramdhani Sucipto dkk., 2025). Kegiatan lain di Desa Buko menggunakan survei lapangan, sosialisasi, pelatihan pendaftaran Google Maps, dan pendampingan teknis untuk memperkuat identitas digital UMKM (Widiastuti dkk., 2026). Sementara itu, kegiatan di Desa Lamuru menggabungkan Google Maps dengan pelatihan *e-commerce* dan menemukan bahwa keterbatasan infrastruktur teknologi dan adaptasi pengguna dapat menjadi kendala dalam transformasi digital (Ramadhani dkk., 2025). Literatur tersebut memperkuat relevansi pemetaan lokasi, tetapi juga menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan platform, melainkan oleh kesiapan pengguna dan keberlanjutan pendampingan.

Permasalahan utama di Desa Tombolo adalah belum tersedianya informasi lokasi warung secara digital dan masih terbatasnya pemahaman pemilik usaha mengenai pemanfaatan platform peta digital. Hasil observasi awal juga menunjukkan belum adanya inisiatif kolektif untuk mendaftarkan warung yang bersedia ditampilkan pada Google Maps. Kondisi tersebut menjadi penting karena informasi lokasi yang akurat dapat mengurangi hambatan pencarian bagi pengguna yang belum mengenal wilayah desa. Secara teknis, Google menjelaskan bahwa profil usaha yang ditambahkan dan diverifikasi dapat ditemukan pelanggan melalui Search dan Maps, serta proses penambahan profil tidak dikenai biaya (Google, n.d.). Dengan demikian, pemetaan lokasi dapat menjadi salah satu langkah awal yang terjangkau untuk membangun kehadiran digital usaha mikro.

Berdasarkan kondisi tersebut, program pengabdian diarahkan pada digitalisasi informasi lokasi UMKM melalui pemetaan warung pada Google Maps. Pendekatan yang dipilih bersifat partisipatif: tim mengidentifikasi warung, berkomunikasi langsung dengan pemilik, meminta persetujuan, kemudian membantu memasukkan informasi lokasi usaha. Pendekatan serupa pada program pengabdian UMKM menunjukkan bahwa pendampingan langsung dapat membantu pelaku usaha membangun profil digital dan meningkatkan aksesibilitas informasi usaha (Rahmanida dkk., 2025; Nasution dkk., 2025). Dalam kegiatan di Desa Tombolo, fokus tidak diarahkan pada pengukuran penjualan atau jumlah pelanggan karena data tersebut tidak dikumpulkan. Ukuran keberhasilan dibatasi pada jumlah pemilik yang menyetujui pendaftaran dan jumlah warung yang berhasil tampil pada Google Maps.

Kebaruan kegiatan ini terletak pada penerapan pemetaan lokasi yang sederhana, berbasis persetujuan pemilik, dan disesuaikan dengan kondisi warung skala rumah tangga di Desa Tombolo. Program tidak membutuhkan perangkat khusus di luar perangkat digital yang digunakan tim dan platform yang tersedia. Pendekatan tersebut memiliki potensi untuk direplikasi oleh kelompok pengabdian atau unsur masyarakat desa lain yang menghadapi persoalan serupa. Berbeda dengan program yang menggabungkan pemetaan dengan QRIS, media sosial, atau *e-commerce*, kegiatan ini secara khusus memusatkan intervensi pada keterlihatan lokasi usaha sebagai tahap awal digitalisasi (Ramadhani dkk., 2025; Ramdhani Sucipto dkk., 2025). Tujuan kegiatan adalah mendigitalisasi informasi lokasi minimal delapan warung UMKM di Desa Tombolo melalui penambahan nama, kategori usaha, dan titik lokasi ke Google Maps. Manfaat yang diharapkan adalah tersedianya informasi lokasi usaha yang lebih mudah diakses oleh masyarakat serta terbukanya langkah awal untuk pengembangan kehadiran digital UMKM secara lebih luas.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1. Tempat, Waktu, dan Khalayak Sasaran

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Desa Tombolo, Kecamatan Kelara, Kabupaten Jeneponto. Khalayak sasaran adalah pemilik warung dan toko kelontong yang menjalankan usaha di wilayah desa. Penentuan sasaran dilakukan melalui observasi lapangan untuk mengidentifikasi usaha yang berpotensi didaftarkan pada Google Maps. Observasi berlangsung selama satu minggu, yaitu 12–18 Agustus 2026. Pada tahap ini tim mencatat nama usaha, jenis dagangan, dan lokasi usaha serta mengidentifikasi pemilik yang dapat dihubungi untuk memperoleh persetujuan.

2.2. Metode Pengabdian dan Tahapan Kegiatan

Metode pengabdian menggunakan pendekatan observasi lapangan, komunikasi langsung, pendataan, pendampingan pendaftaran lokasi, dan verifikasi hasil. Tahap persiapan dilakukan melalui koordinasi tim dan penyusunan rencana kegiatan. Tahap observasi dilakukan dengan mendatangi warung dan toko kelontong yang ditemukan di wilayah sasaran. Tim menjelaskan tujuan kegiatan kepada pemilik dan meminta persetujuan sebelum nama usaha dimasukkan ke platform digital. Persetujuan tersebut menjadi dasar etis pelaksanaan kegiatan karena informasi yang dipetakan berkaitan dengan identitas dan lokasi usaha.

2.3. Pelaksanaan Pemetaan

Pemetaan dilaksanakan pada 8 September 2026. Warung yang telah memperoleh persetujuan kemudian didaftarkan melalui aplikasi Google Maps dengan memasukkan nama usaha, kategori usaha, dan titik lokasi sesuai posisi di lapangan. Tim memeriksa kembali posisi titik agar sesuai dengan kondisi riil sebelum data dikirimkan untuk ditinjau oleh sistem. Dalam layanan Google Business Profile, profil usaha yang berhasil ditambahkan dan diverifikasi dapat ditampilkan pada Search dan Maps (Google, n.d.). Dalam pelaksanaan kegiatan ini, tim mencatat status kemunculan lokasi setelah proses pendaftaran. Beberapa pemilik warung menolak untuk didaftarkan karena pertimbangan pribadi dan tidak diikutsertakan dalam proses pemetaan.

2.4. Indikator Keberhasilan dan Metode Evaluasi

Indikator keberhasilan kegiatan ditetapkan berdasarkan tujuan program, yaitu tersedianya informasi digital lokasi minimal delapan warung yang bersedia didaftarkan. Evaluasi dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan membandingkan jumlah pemilik yang menyetujui pendaftaran dengan jumlah warung yang berhasil muncul pada Google Maps. Selain itu, tim mencatat warung yang belum berhasil tampil setelah proses pendaftaran. Evaluasi tidak mencakup pengukuran perubahan omzet, jumlah pelanggan, atau peningkatan skor literasi digital karena data tersebut tidak dikumpulkan dalam kegiatan. Dengan batasan tersebut, capaian utama program dinilai dari keberhasilan pemetaan dan kemunculan informasi usaha pada platform.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahap Persiapan	Tahap Observasi	Tahap Pelaksanaan	Tahap Evaluasi
Koordinasi tim dan penyusunan rencana kegiatan	Identifikasi warung, pencatatan data, dan permintaan persetujuan pemilik (12–18 Agustus 2026)	Pendaftaran titik lokasi warung ke Google Maps (8 September 2026)	Verifikasi hasil pendaftaran dan evaluasi jumlah warung yang berhasil terdaftar

Tabel 1 memperlihatkan alur kegiatan dari persiapan sampai evaluasi. Tahapan tersebut menunjukkan bahwa pemetaan tidak dilakukan langsung pada seluruh warung, tetapi didahului identifikasi usaha dan persetujuan pemilik. Pola ini memungkinkan tim membatasi data yang diproses pada usaha yang memang bersedia mengikuti kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Kondisi Awal dan Pelaksanaan Kegiatan

Kondisi awal yang ditemukan pada observasi menunjukkan bahwa warung dan toko kelontong di Desa Tombolo belum secara umum memiliki titik lokasi yang mudah ditemukan pada Google Maps. Kondisi ini berpotensi menyulitkan masyarakat yang belum familiar dengan wilayah desa ketika membutuhkan barang kebutuhan sehari-hari. Di sisi lain, jumlah usaha yang dapat dipetakan memang terbatas karena mayoritas masyarakat Desa Tombolo bukan pedagang. Temuan ini menjadi dasar bagi tim untuk menggunakan pendekatan pendataan langsung, bukan mengasumsikan seluruh rumah tangga sebagai pelaku UMKM.

Pada tahap komunikasi, terdapat pemilik warung yang menolak untuk ditambahkan namanya pada Google Maps. Tim tidak memaksakan pendaftaran dan menghormati keputusan tersebut. Delapan pemilik warung lainnya menyatakan bersedia untuk didaftarkan. Fakta ini penting karena partisipasi pemilik menjadi batas nyata cakupan kegiatan. Dengan demikian, target minimal delapan warung yang direncanakan untuk didigitalisasi berhasil tercapai pada tingkat persetujuan, meskipun tidak seluruh pendaftaran berakhir dengan kemunculan lokasi pada platform.

3.2. Capaian Pemetaan Warung

Dari delapan warung yang menyetujui pendaftaran, enam warung berhasil ditambahkan dan muncul bersama nama serta lokasinya pada Google Maps. Dua warung lainnya belum berhasil tampil pada sistem meskipun proses pendaftaran telah dilakukan. Data capaian tersebut disajikan pada Tabel 2. Enam usaha yang berhasil muncul terdiri atas Warung Ibu Niar, Warung Dila Narista, Toko Grosir Campuran Murni Jaya, Toko Ayu, Toko Zalva Sembako dan Pakaian, serta Kios Fatimah.

3.3. Analisis Capaian dan Keterbatasan

Tabel 2 menunjukkan bahwa tingkat keberhasilan kemunculan warung pada Google Maps mencapai 75%, dihitung dari enam warung yang berhasil tampil dibandingkan dengan delapan warung yang menyetujui pendaftaran. Angka tersebut merupakan capaian teknis pemetaan, bukan persentase peningkatan penjualan atau peningkatan jumlah pelanggan. Perbedaan ini penting agar hasil kegiatan tidak ditafsirkan melampaui data yang tersedia.

Tabel 2. Daftar Warung yang Menyetujui Pendaftaran dan Status Kemunculannya pada Google Maps

No.	Nama Warung/Toko	Status pada Google Maps
1.	Warung Ibu Niar	Berhasil muncul
2.	Warung Dila Narista	Berhasil muncul
3.	Toko Grosir Campuran Murni Jaya	Berhasil muncul
4.	Toko Ayu	Berhasil muncul
5.	Toko Zalva Sembako dan Pakaian	Berhasil muncul
6.	Kios Fatimah	Berhasil muncul
7.	Warung ke-7 (menyetujui pendaftaran)	Tidak berhasil muncul (kendala sistem)
8.	Warung ke-8 (menyetujui pendaftaran)	Tidak berhasil muncul (kendala sistem)

Sumber: Data olahan tim pengabdian, 2026.

Dua warung yang belum tampil menunjukkan bahwa pendaftaran lokasi tidak selalu menghasilkan kemunculan secara langsung pada platform. Dalam kegiatan ini, penyebab spesifik belum tampilnya dua warung tidak dapat dipastikan karena tim hanya mencatat adanya kendala sistem dan tidak memperoleh data rinci mengenai proses peninjauan. Karena itu, hasil tersebut lebih tepat dipahami sebagai keterbatasan proses verifikasi atau peninjauan platform, bukan sebagai kegagalan pemilik atau tim. Secara umum, Google menyatakan bahwa penambahan profil usaha perlu melalui proses verifikasi agar informasi usaha dapat dikendalikan dan ditampilkan pada Search dan Maps (Google, n.d.).

3.4. Manfaat Kegiatan dan Keterkaitan dengan Program Sebelumnya

Enam lokasi yang berhasil tampil memberikan luaran langsung berupa tersedianya informasi nama dan titik lokasi warung pada peta digital. Dengan adanya titik tersebut, pengguna dapat mencari nama usaha dan memperoleh informasi arah menuju lokasi. Manfaat yang dapat dinyatakan berdasarkan hasil kegiatan adalah meningkatnya keterlihatan informasi usaha di ruang digital dan bertambahnya kemudahan akses informasi lokasi bagi pengguna. Namun, kegiatan ini belum mengukur perubahan jumlah kunjungan, transaksi, omzet, atau jumlah pelanggan, sehingga dampak ekonomi secara kuantitatif belum dapat disimpulkan.

Capaian tersebut sejalan dengan berbagai kegiatan pengabdian yang menggunakan Google Maps untuk memperkuat keterlihatan usaha. Rahmanida dkk. (2025) melaporkan bahwa digitalisasi lokasi usaha digunakan untuk meningkatkan aksesibilitas dan jangkauan konsumen. Meisarah dkk. (2025) juga menempatkan pemetaan usaha pada Google Maps sebagai strategi peningkatan visibilitas dan aksesibilitas konsumen. Nasution dkk. (2025) menunjukkan bahwa penandaan lokasi usaha melalui Google Maps dapat dipadukan dengan promosi digital untuk memperluas jangkauan informasi produk. Sementara itu, Widiastuti dkk. (2026) memperlihatkan bahwa pemetaan berbasis Google Maps dapat digunakan sebagai bagian dari penguatan identitas digital UMKM di desa.

Perbedaan utama kegiatan di Desa Tombolo dibandingkan beberapa program tersebut terletak pada skala dan fokus intervensinya. Kegiatan ini tidak menggabungkan pemetaan dengan QRIS, *e-commerce*, media sosial, atau pelatihan pemasaran yang lebih luas. Fokus yang sempit tersebut justru sesuai dengan kondisi awal mitra, yaitu kebutuhan dasar untuk membuat lokasi usaha dapat ditemukan secara digital. Pendekatan bertahap semacam ini juga sejalan dengan temuan Ramdhani Sucipto dkk. (2025) yang menempatkan literasi digital sebagai bagian penting dalam proses pemanfaatan Google Maps oleh UMKM. Oleh karena itu, pemetaan lokasi dapat dipandang sebagai tahap awal yang dapat dilanjutkan dengan pengelolaan profil usaha, pembaruan foto, jam operasional, dan informasi kontak apabila pemilik menghendakinya.

3.5. Keberlanjutan Program

Kegiatan membuka peluang untuk pengembangan digitalisasi UMKM di Desa Tombolo secara bertahap. Warung yang belum bersedia didaftarkan dapat kembali diberikan informasi dan pendampingan secara persuasif tanpa mengabaikan keputusan pemilik. Dua warung yang telah menyetujui tetapi belum tampil dapat ditindaklanjuti melalui pemeriksaan status pendaftaran dan proses verifikasi yang tersedia pada platform. Selain itu, kader desa atau karang taruna dapat dilibatkan dalam pendataan warung baru sehingga pembaruan informasi lokasi tidak sepenuhnya bergantung pada kegiatan pengabdian satu kali. Pemilik warung yang sudah tampil juga dapat didorong untuk melengkapi profil digital, seperti foto usaha dan jam operasional, jika informasi tersebut tersedia dan disetujui oleh pemilik.

Strategi keberlanjutan tersebut penting karena sejumlah program pengabdian menunjukkan bahwa transformasi digital membutuhkan pendampingan dan kemampuan pengguna untuk mengelola informasi secara mandiri. Muawanah dkk. (2026) menggunakan pendampingan dan verifikasi lokasi sebagai bagian dari

proses digitalisasi UMKM, sedangkan Ramadhani dkk. (2025) menyoroti keterbatasan infrastruktur dan adaptasi pengguna sebagai tantangan yang perlu diperhatikan. Dengan demikian, tindak lanjut Desa Tombolo sebaiknya tetap menggunakan pendekatan yang sederhana, bertahap, dan berbasis kebutuhan pemilik usaha.

3.6. Implikasi Praktis dan Batasan Kegiatan

Dari sisi pengabdian masyarakat, hasil kegiatan memperlihatkan bahwa digitalisasi informasi lokasi dapat dimulai dari kebutuhan yang sangat konkret, yaitu membantu pengguna menemukan usaha yang sebelumnya hanya dikenal melalui pengetahuan lokal. Pendekatan ini memiliki nilai praktis karena tidak menuntut perubahan besar pada proses operasional warung. Pemilik cukup memberikan persetujuan dan informasi dasar usaha, sedangkan proses pemetaan dilakukan oleh tim. Dengan demikian, kegiatan dapat menjadi jembatan antara keberadaan usaha secara fisik dan keterlihatan informasi usaha pada ruang digital.

Capaian enam lokasi yang berhasil muncul juga memberikan pembelajaran mengenai pentingnya membedakan antara keberhasilan proses dan dampak akhir. Dalam konteks kegiatan ini, keberhasilan proses dapat diukur secara langsung melalui status kemunculan lokasi, sedangkan dampak akhir seperti bertambahnya pelanggan, transaksi, atau omzet memerlukan pemantauan setelah kegiatan. Literatur pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa sebagian program mengukur dampak melalui pencarian lokasi, kunjungan, atau kemampuan pengguna mengelola profil usaha (Rahmanida dkk., 2025; Ramdhani Sucipto dkk., 2025). Kegiatan Desa Tombolo belum melakukan pengukuran tersebut, sehingga indikator 75% harus diposisikan sebagai capaian implementasi, bukan bukti peningkatan kinerja ekonomi.

Pendekatan berbasis persetujuan juga memiliki implikasi terhadap cakupan program. Keputusan beberapa pemilik untuk tidak mendaftarkan usaha menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM tidak dapat dilakukan hanya berdasarkan identifikasi teknis lokasi. Informasi mengenai usaha tetap perlu diproses dengan memperhatikan kehendak pemilik. Hal tersebut sekaligus menjadi faktor penghambat perluasan cakupan kegiatan. Sebaliknya, komunikasi langsung dengan pemilik, kesederhanaan prosedur, dan ketersediaan platform yang dapat diakses tanpa biaya menjadi faktor pendukung. Pola pendampingan langsung seperti ini relevan dengan kegiatan serupa yang menempatkan observasi, pendataan, dan pendampingan sebagai tahapan penting dalam digitalisasi usaha desa (Meisarah dkk., 2025; Widiastuti dkk., 2026).

Keterbatasan lain berada pada proses peninjauan platform. Dua lokasi yang telah didaftarkan belum muncul pada Google Maps, sedangkan data kegiatan tidak menyediakan informasi teknis mengenai alasan penolakan atau durasi peninjauan. Oleh sebab itu, tindak lanjut sebaiknya tidak langsung menyimpulkan bahwa data usaha tidak memenuhi ketentuan. Tim atau pihak desa dapat memeriksa status pengajuan, memastikan informasi lokasi dan nama usaha konsisten, serta mengikuti mekanisme verifikasi yang tersedia. Apabila proses tersebut telah selesai, hasil tindak lanjut dapat menjadi data tambahan untuk menilai keberlanjutan program.

Secara keseluruhan, implikasi kegiatan bagi Desa Tombolo adalah tersedianya fondasi informasi lokasi usaha yang dapat dikembangkan secara bertahap. Setelah titik lokasi tersedia, pengembangan berikutnya dapat diarahkan pada pemutakhiran profil usaha, penambahan foto, jam operasional, dan informasi kontak apabila disepakati pemilik. Langkah lanjutan tersebut tidak perlu dilakukan sekaligus, tetapi dapat disesuaikan dengan kesiapan masing-masing pemilik. Model bertahap ini lebih sesuai dengan karakter kegiatan yang berangkat dari kebutuhan dasar dan keterbatasan partisipasi. Dengan demikian, keberlanjutan program sebaiknya menempatkan kemandirian pemilik dan konsistensi pembaruan informasi sebagai tujuan berikutnya, bukan sekadar menambah jumlah titik lokasi.

3.7. Faktor Pendukung dan Penghambat

Pelaksanaan kegiatan didukung oleh adanya kebutuhan yang jelas, yaitu kesulitan menemukan lokasi warung bagi pengguna yang belum mengenal wilayah Desa Tombolo. Kebutuhan tersebut membuat pemetaan lokasi memiliki sasaran yang konkret dan mudah dijelaskan kepada pemilik usaha. Dukungan lain berasal dari kesediaan delapan pemilik warung untuk berpartisipasi. Kesediaan tersebut memungkinkan tim memperoleh data nama usaha dan lokasi untuk kemudian diproses dalam pemetaan. Penggunaan platform yang telah dikenal masyarakat juga membantu kegiatan karena tujuan akhirnya berupa tersedianya titik lokasi yang dapat dicari secara daring.

Komunikasi langsung menjadi faktor pendukung penting. Tim tidak hanya mengumpulkan titik lokasi, tetapi terlebih dahulu menjelaskan tujuan kegiatan dan meminta persetujuan. Pola tersebut mengurangi risiko pemetaan tanpa sepengetahuan pemilik serta memberi ruang bagi pemilik untuk menentukan apakah usaha mereka akan ditampilkan. Dalam konteks pengabdian masyarakat, mekanisme partisipasi ini penting karena keberlanjutan informasi digital pada akhirnya tetap bergantung pada pemilik usaha sebagai pihak yang paling mengetahui perubahan nama, lokasi, jam operasional, dan informasi usaha lainnya.

Di sisi lain, faktor penghambat utama adalah adanya pemilik yang menolak pendaftaran. Penolakan tersebut bukan semata-mata kegagalan teknis, melainkan bagian dari batas partisipasi yang harus dihormati. Oleh karena itu, strategi lanjutan sebaiknya tidak menggunakan pendekatan pemaksaan, tetapi memberikan

penjelasan mengenai manfaat dan konsekuensi pemetaan serta membiarkan keputusan tetap berada pada pemilik. Pendekatan persuasif dan bertahap juga lebih sesuai dengan karakter kegiatan pemberdayaan yang menempatkan masyarakat sebagai pihak yang berpartisipasi, bukan sekadar penerima intervensi.

Hambatan kedua adalah dua pendaftaran yang belum berhasil tampil pada Google Maps. Kondisi tersebut mengurangi capaian akhir dari target delapan lokasi menjadi enam lokasi yang benar-benar terlihat pada platform. Karena data kegiatan tidak memuat rincian teknis penolakan atau waktu peninjauan, penyebabnya tidak dapat ditentukan secara spesifik. Keterbatasan ini perlu dicatat sebagai bagian dari evaluasi karena menunjukkan bahwa hasil kegiatan digital tidak selalu dapat dikendalikan sepenuhnya oleh pelaksana. Program serupa perlu memasukkan langkah tindak lanjut terhadap status verifikasi agar titik yang telah diajukan tidak berhenti pada tahap pengiriman data.

Kendala lain yang relevan adalah keterbatasan pengukuran dampak setelah pemetaan. Kegiatan berhasil menunjukkan bahwa enam lokasi telah muncul, tetapi belum tersedia data tentang berapa banyak orang yang mencari lokasi tersebut, berapa banyak kunjungan yang terjadi, atau apakah terdapat perubahan transaksi. Karena itu, pengukuran manfaat ekonomi belum dapat dilakukan. Kondisi ini bukan kekurangan pada proses pemetaan itu sendiri, tetapi menunjukkan ruang pengembangan evaluasi pada tahap berikutnya. Jika kegiatan dilanjutkan, indikator seperti jumlah tampilan profil, permintaan arah, panggilan, atau perubahan transaksi dapat dipertimbangkan selama datanya tersedia dan pemilik bersedia menggunakannya.

3.8. Implikasi Digitalisasi Lokasi bagi Pengembangan UMKM Desa

Pemetaan lokasi usaha dapat dipahami sebagai bentuk digitalisasi informasi yang paling dasar, tetapi memiliki hubungan langsung dengan kebutuhan pengguna. Sebelum pemetaan, informasi mengenai keberadaan warung lebih banyak bergantung pada pengetahuan warga setempat atau komunikasi dari mulut ke mulut. Setelah titik lokasi tersedia, informasi tersebut memperoleh saluran tambahan yang dapat diakses melalui pencarian digital. Perubahan ini tidak otomatis menghasilkan peningkatan penjualan, tetapi mengurangi satu hambatan informasi, yaitu ketidakpastian mengenai keberadaan dan posisi usaha.

Bagi pemilik warung, nilai kegiatan tidak hanya terletak pada penambahan titik lokasi. Keberadaan profil digital membuka kemungkinan bagi pemilik untuk mengembangkan informasi usaha secara bertahap. Apabila pemilik menghendaki, profil dapat dilengkapi dengan foto, jam operasional, dan informasi lain yang relevan. Dalam kegiatan di wilayah lain, pemetaan Google Maps sering ditempatkan sebagai bagian dari strategi yang lebih luas, misalnya penguatan *branding*, media sosial, atau pemasaran digital (Meisarah dkk., 2025; Widiastuti dkk., 2026). Desa Tombolo dapat mengadopsi pengembangan serupa secara bertahap tanpa mengubah fokus kegiatan awal.

Implikasi lain berkaitan dengan literasi digital. Kegiatan tidak secara formal mengukur peningkatan kemampuan pemilik melalui tes sebelum dan sesudah, sehingga tidak tepat menyatakan bahwa skor literasi digital meningkat. Namun, proses komunikasi dan pendaftaran memberikan pengalaman praktis mengenai penggunaan platform digital untuk informasi usaha. Literatur kegiatan pengabdian di Kota Makassar menunjukkan bahwa edukasi yang terstruktur dapat membantu peserta memahami pemanfaatan Google Maps dan media sosial (Ramdhani Sucipto dkk., 2025). Dalam konteks Desa Tombolo, pengalaman praktis tersebut dapat menjadi titik awal untuk pendampingan berikutnya, khususnya jika pemilik ingin mengelola profil usaha secara mandiri.

Kegiatan ini juga memperlihatkan pentingnya menyesuaikan intervensi digital dengan skala usaha. Warung yang menjadi sasaran merupakan usaha mikro yang berfungsi memenuhi kebutuhan harian masyarakat. Karena itu, intervensi yang sederhana dan tidak membutuhkan biaya promosi tambahan lebih realistis dibandingkan program yang langsung menuntut pengelolaan berbagai kanal digital sekaligus. Program pengembangan UMKM di Desa Lamuru menunjukkan bahwa integrasi Google Maps dan *e-commerce* dapat memberikan manfaat, tetapi keterbatasan infrastruktur dan adaptasi pengguna tetap menjadi tantangan (Ramadhani dkk., 2025). Pendekatan bertahap di Desa Tombolo dapat membantu mengurangi beban adaptasi tersebut.

Dalam perspektif keberlanjutan, keberhasilan enam titik lokasi perlu diikuti dengan pemeliharaan informasi. Data lokasi yang tidak diperbarui dapat menjadi kurang bermanfaat apabila nama usaha berubah, lokasi berpindah, atau informasi operasional berubah. Oleh sebab itu, keberadaan kader desa atau karang taruna sebagai penghubung informasi dapat dipertimbangkan, sebagaimana telah direncanakan dalam naskah awal. Peran tersebut bukan untuk mengambil alih akun atau informasi pemilik, melainkan membantu mengingatkan proses pembaruan dan pendataan usaha baru. Dengan mekanisme tersebut, digitalisasi dapat berkembang dari kegiatan satu kali menjadi proses pemutakhiran informasi usaha yang berkelanjutan.

Secara lebih luas, kegiatan ini menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM di tingkat desa dapat dimulai dari penyelesaian masalah informasi yang sederhana dan terukur. Enam titik yang berhasil tampil merupakan luaran yang dapat diverifikasi, sedangkan dua titik yang belum tampil menjadi agenda tindak lanjut. Pemisahan

antara luaran yang terverifikasi dan dampak yang belum diukur menjaga agar kesimpulan kegiatan tetap proporsional. Model seperti ini dapat direplikasi dengan menyesuaikan jumlah sasaran, kesiapan pemilik, dan kondisi jaringan atau perangkat di masing-masing desa. Pengalaman program lain juga menunjukkan bahwa pemetaan digital dapat menjadi bagian dari upaya memperkuat aksesibilitas dan identitas usaha lokal (Rahmanida dkk., 2025; Nasution dkk., 2025).

4. KESIMPULAN

Kegiatan digitalisasi informasi lokasi UMKM melalui pemetaan warung pada Google Maps di Desa Tombolo, Kecamatan Kelara, Kabupaten Jeneponto, telah dilaksanakan melalui observasi, pendataan, komunikasi dengan pemilik, pendaftaran lokasi, dan evaluasi hasil. Dari delapan pemilik warung yang menyetujui pendaftaran, enam warung berhasil muncul bersama nama dan lokasinya pada Google Maps sehingga tingkat keberhasilan kemunculan mencapai 75%. Capaian tersebut menunjukkan bahwa pemetaan lokasi dapat menjadi langkah awal yang sederhana untuk menyediakan informasi digital mengenai keberadaan usaha mikro di tingkat desa.

Kegiatan juga menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi lokasi dipengaruhi oleh kesiediaan pemilik dan proses peninjauan platform. Beberapa pemilik memilih tidak mengikuti pendaftaran, sedangkan dua warung yang telah menyetujui belum berhasil tampil pada sistem. Karena kegiatan tidak mengumpulkan data omzet, jumlah pelanggan, atau statistik pencarian, manfaat yang dapat disimpulkan dibatasi pada tersedianya informasi lokasi dan meningkatnya keterlihatan usaha di ruang digital, bukan peningkatan kinerja ekonomi secara kuantitatif. Keberlanjutan kegiatan dapat diarahkan pada penanganan dua pendaftaran yang belum tampil, pendataan warung lain secara bertahap, serta pendampingan pemilik dalam melengkapi dan memperbarui profil usaha digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Google. (n.d.). *Add or claim your Business Profile*. Google Business Profile Help. Retrieved October 8, 2026, from <https://support.google.com/business/answer/2911778>
- Meisarah, H., Mulyana, S., Wulandari, W., Anazra, D., & Samsudin, S. (2025). Digitalisasi UMKM Desa Timbang Lawan melalui pemetaan usaha di Google Maps sebagai strategi peningkatan visibilitas dan aksesibilitas konsumen. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 4(6), 1265–1277. <https://doi.org/10.62668/sabangka.v4i06.1901>
- Muawanah, N., Adilla, D. S., Fauziyah, I., Iman, M., & Suryokencono, P. (2026). Pendampingan digitalisasi UMKM melalui pendaftaran Google Maps di Desa Sabrang, Kabupaten Jember. *Mujtama': Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 62–67. <https://doi.org/10.32528/mujtama.v6i1.5514>
- Nasution, R. H., Silva, F. S., Harahap, U. Y., Azaddin, T. Z. A., & Nasution, Y. R. (2025). Digitalisasi UMKM gula merah melalui pemanfaatan Google Maps di Desa Pematang Serai, Kabupaten Langkat. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1), 230–240. <https://doi.org/10.32877/nr.v5i1.3424>
- 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>
- Ramadhani, S. C., Salsabila, A., Nursakina, Ariputri, M., Agusti, N., Winda, L., Syam, M. A. S., Irfan, A. A., & Hamzah. (2025). Pelatihan pengembangan UMKM melalui *e-commerce* dan Google Maps dalam meningkatkan kompetitivitas di Desa Lamuru: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(2), 8000–8003. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.2896>
- Ramdhani Sucipto, K. R., 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>
- 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>