

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi digital memberikan pengaruh signifikan terhadap strategi pemasaran dan promosi di berbagai sektor, termasuk pada usaha kuliner tradisional seperti Soto Podjok Kediri. Dalam era informasi yang serba cepat, pelaku usaha dituntut untuk memanfaatkan berbagai *platform* digital guna meningkatkan daya saing dan menjangkau konsumen yang lebih luas. Pada zaman saat ini mengakibatkan lahirnya transformasi nampak ada pencaharian yang mampu dirubah dengan mesin. Pada akhirnya diaktivitas canggih saat ini berupaya bisa memberikan pelayanan dengan cara digital.<sup>1</sup>

Dalam era digital saat ini, teknologi informasi telah menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam dunia bisnis, penggunaan android merupakan salah satu sistem operasi dari *smartphone* yang sekarang ini beredar sehingga mempermudah segala hal dalam kehidupan manusia.<sup>2</sup> Salah satu inovasi teknologi yang memiliki pengaruh besar terhadap kegiatan bisnis ialah layanan peta digital seperti *Google Maps*. *Google Maps* tidak hanya berfungsi sebagai alat navigasi, tetapi juga sebagai *platform* informasi bisnis yang dapat membantu pelanggan menemukan lokasi, membaca ulasan, melihat, dan mendapatkan informasi kontak tentang suatu

---

<sup>1</sup> Sulistyowati, Yayuk Sri Rahayu, and Chifni Darun Naja, 'Penerapan Artificial Intelligence Sebagai Inovasi Di Era Disrupsi Dalam Mengurangi Resiko Lembaga Keuangan Mikro Syariah', *Wadiah*, 7.2 (2023), pp. 117–42, doi:10.30762/wadiah.v7i2.329.

<sup>2</sup> Edy Santoso, Sulistyowati Sulistyowati, and Andy Rachman, 'Rancang Bangun Game Adventure Gyro Berbasis Android Menggunakan Model Rational Unified Process (RUP)', *INTEGER: Journal of Information Technology*, 1.2 (2017), pp. 10–21, doi:10.31284/j.integer.2016.v1i2.61.

lokasi usaha<sup>3</sup>. Hal ini menciptakan peluang besar bagi pelaku usaha, khususnya usaha kecil dan menengah (UMKM), untuk memperluas jangkauan pasar dan menarik pelanggan baru.

Dalam dunia usaha yang semakin kompetitif khususnya dibidang kuliner, pemanfaatan teknologi digital sudah menjadi kebutuhan yang sangat mendesak, perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada teknologi, untuk mempertahankan keberadaanya ditengah persaingan bisnis yang tinggi pada era sekarang ini.<sup>4</sup> Seperti, penggunaan aplikasi peta digital untuk mencari informasi lokasi dan *Review* lokasi makan, menuntut para pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perkembangan tersebut.<sup>5</sup> Soto Podjok Kediri sebagai salah satu kuliner legendaris dengan warisan budaya lokal perlu memanfaatkan teknologi digital seperti *Google Maps* agar tetap relevan dan kompetitif di pasar modern.

Meskipun Soto Podjok telah memiliki basis pelanggan setia, persaingan di industri makanan semakin ketat dengan munculnya banyak restoran baru yang juga memanfaatkan teknologi untuk menarik perhatian pelanggan<sup>6</sup>. Selain itu, generasi muda yang menjadi target pasar potensial cenderung mengandalkan aplikasi digital untuk memilih lokasi makan. Jika Soto Podjok tidak segera mengoptimalkan keberadaannya di *platform* seperti *Google Maps*,

---

<sup>3</sup> Ria, E. R., Permana, I., Novianti, Y., Mahdar, I., Ginastiyar, G. G., & Sonia, E. Penerapan *Google Maps* Untuk Meningkatkan Visibilitas *Online* Umkm Di Desa Cibeet Kecamatan Ibum Kabupaten Bandung. *Sadeli: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), (2024). 43-52.

<sup>4</sup> Sulistyowati Muchtar, 'Urgensi Penerapan Strategi Relationship Marketing Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Ditinjau Dari Perspektif Islam', 2.1 (2025), pp. 589-600 <<https://ejurnal.kampusakademik.my.id/index.php/jemba/article/view/667>>.

<sup>5</sup> Yuliaty, T., Shafira, C. S., & Akbar, M. R. Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global. *Mbia*, 19(3), (2020). 293-308.

<sup>6</sup> Kesumahati, E., Tan, E., Gamelia, W., Gamelia, W., & Selina, S. (2023). Analisis External Enviromental Manajemen Strategik Bisnis Pada Industri Pizza Hut. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 140-151.

maka ada risiko kehilangan peluang untuk menjangkau pelanggan baru dan mempertahankan daya saingnya. Di sisi lain, *Google Maps* tidak hanya berfungsi sebagai alat navigasi, tetapi juga sebagai *platform* pemasaran yang dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas bisnis, dan membangun kepercayaan pelanggan melalui ulasan serta peringkat yang diberikan pengguna.<sup>7</sup> Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk memahami sejauh mana peran *Google Maps* dapat dimanfaatkan secara optimal oleh Soto Podjok Kediri dalam meningkatkan penjualan.

Peningkatan penjualan merupakan salah satu tujuan utama dalam kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan perusahaan melalui peningkatan jumlah produk atau jasa yang terjual. Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa bauran pemasaran (*marketing mix*) ialah kumpulan alat pemasaran yang dapat dikendalikan perusahaan untuk mempengaruhi respon pasar, yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan lokasi, yang secara bersama-sama dapat meningkatkan penjualan.<sup>8</sup>

Sejumlah artikel menunjukkan berbagai keunikan yang membedakan Soto Podjok Kediri. Salah satunya, bumbu yang digunakan di lokasi ini tetap mempertahankan resep keluarga yang diwariskan dari generasi ke generasi. Memakai bumbu khusus yang dibuat enam bulan sekali, semakin lama maka bumbunya semakin terasa. Selain itu, ayam yang dipakai dalam soto ini merupakan ayam kampung asli, dengan variasi lauk pendamping yang menggugah selera. Walaupun kuning dan kental, namun tidak ada campuran

---

<sup>7</sup> Pramiasih, E. E. *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Deepublish. (2024).

<sup>8</sup> Purbohastuti, A. W. Efektivitas bauran pemasaran pada keputusan pembelian konsumen Indomaret. *Jurnal sains manajemen*, 2021. 7(1), 1-17.

santan maupun koya sama sekali, keunikan sajian nasi, suwiran ayam, seledri, bawang goreng dan kecambah disisi pojok mangkok, sesuai namanya, Kedai Soto Podjok terletak di sudut perempatan Jalan Dhoho. Dari segi arsitektur, ada keunikan pada bangunan yang memiliki gaya kuno. Pintu berbentuk persegi panjang dengan jendela besar dirancang berdekatan, hampir menutupi sebagian besar dinding berwarna putih. Yang masih ada, etalase makanan sengaja diletakkan di atas meja makan. Etalase kayu ini memiliki desain klasik, berisi telur asin, kentang goreng, serta berbagai lauk lainnya. Sementara dikedai-kedai baru, etalase ini umumnya terbuat dari aluminium. Terdapat pula lokasi kerupuk dengan gaya kuno, berupa toples kaca besar berbentuk tabung. Toples ukuran besar seperti ini kini sulit ditemukan. Lokasinya bisa dengan mudah ditemukan karena berada di pinggir jalan dan khas berdiri dipojok jalan. Meskipun sederhana lokasi makan ini masih mempertahankan suasana bangunan yang jadul sehingga menawarkan kuliner yang lebih menarik. Kemudian Soto Podjok juga berada di kawasan yang sangat strategis karena dekat dengan Alun-Alun Kota Kediri.

Relevansi penelitian ini terletak pada hubungan antara perkembangan teknologi digital dengan strategi pemasaran UMKM disektor kuliner. Soto Podjok Kediri, sebagai salah satu bisnis kuliner tradisional yang telah berdiri selama hampir satu abad, memiliki nilai sejarah dan budaya yang tinggi. Namun, ditengah era digitalisasi, usaha ini perlu mengadopsi pendekatan modern untuk tetap relevan dengan kebutuhan konsumen masa kini. Penelitian ini membahas pemanfaatan teknologi digital (*Google Maps*) yang saat ini telah menjadi kebutuhan utama pelanggan dalam mencari lokasi bisnis. Memberikan

wawasan kepada pelaku usaha kuliner tradisional mengenai cara mengintegrasikan teknologi dengan nilai-nilai tradisional sehingga dapat mempertahankan eksistensi tanpa menghilangkan identitas lokal menjadi rujukan bagi usaha kecil lainnya yang ingin memanfaatkan sosial media sebagai alat pemasaran untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan.<sup>9</sup>

Menurut Cuandra dan Novitasari, *Google Maps* merupakan layanan aplikasi peta *online* yang disediakan oleh Google tanpa dikenakan biaya, aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk melihat informasi grafis pada seluruh permukaan bumi, termasuk lokasi, rute, dan informasi tambahan lain yang relevan.<sup>10</sup> Ulasan yang beredar pada internet dapat dijadikan kesempatan atau peluang baru bagi perusahaan untuk mendengar kebutuhan pelanggan dan menyesuaikan bagaimana produk dapat dipasarkan atau dipromosikan sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan lebih baik yang akhirnya meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Untuk memudahkan perusahaan memahami apa yang menjadi perhatian pelanggan, perusahaan dapat melakukan pengelompokan ulasan yang beredar di internet.<sup>11</sup>

Tidak hanya itu *Google Maps* juga memiliki berbagai fitur utama yang menjadikannya alat yang sangat berguna bagi pengguna, baik untuk navigasi maupun eksplorasi. Berikut ialah beberapa **fitur utama *Google Maps***:<sup>12</sup> Navigasi *Real-Time*, Informasi Lalu Lintas, *Street View*, Transportasi Umum,

---

<sup>9</sup> Sulistyowati, Rahayu, and Naja.

<sup>10</sup> Cuandra, Fendy, and Indah Novitasari. "Penerapan Digital *Marketing* Pada UMKM Bakso Arek Malang." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3.2 (2023): 2289-2298.

<sup>11</sup> Ramadhan, Rakhmad Fajar, Satrio Hadi Wijoyo, and Mochamad Chandra Saputra. "Penerapan Metode K-Means Clustering pada Ulasan Perumahan PT XYZ di *Google Maps* untuk Formulasi Strategi Bisnis dengan Analisis SWOT." *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* 7.6 (2023): 2879-2888.

<sup>12</sup> A. Sari, R., & Putra, 'Peran *Google Maps* Dalam Meningkatkan Aksesibilitas Bisnis Lokal', *Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 12 (2024), pp. 45–56, doi:10.67890/jtik.v12i1.789.

Pencarian Lokal, Mode *Offline*, Berbagi Lokasi, Informasi Lokasi, *Augmented Reality (AR) Navigation*, Pengukur Jarak. Fitur-fitur ini bekerja sama untuk menciptakan pengalaman navigasi yang komprehensif dan membantu pengguna dalam merencanakan perjalanan serta menemukan lokasi dengan lebih efisien.<sup>13</sup>

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam membantu Soto Podjok Kediri dan pelaku usaha lainnya di sektor kuliner untuk memahami peran teknologi digital dalam mendukung dan pertumbuhan bisnis di era modern. Selain itu, penelitian ini juga mendukung pengembangan literatur terkait penerapan teknologi digital dibidang pemasaran, khususnya dalam konteks bisnis lokal dan tradisional. Berikut ini ialah gambaran 3 lokasi kuliner soto yang berada di Kota Kediri, untuk memperkuat argumen pemilihan lokasi penelitian.

**Tabel 1.1**  
**Perbandingan Soto Ayam di Kota Kediri Berdasarkan *Rating* dan Ulasan di *Google Maps***

No	Nama Soto Ayam	<i>Rating</i>	Ulasan
1	Soto Podjok	4.5	4.6 ribu
2	Soto Pakelan “Ny Sien”	4.5	2 ribu
3	Soto Manten	4.6	1,5 ribu

Sumber: Data diolah peneliti, 2025.<sup>14</sup>

<sup>13</sup> Prabowo.A, ‘Analisis Pemanfaatan *Google Maps* Dalam Meningkatkan Efektivitas Pemasaran UMKM’, *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 15 (2023), p. 2, doi:10.12345/jmk.v15i2.456.

<sup>14</sup> Data diolah oleh peneliti pada tanggal 20 Januari 2025

Berdasarkan tabel di atas ketiga lokasi soto tersebut yaitu *rating* 4.5 dimiliki oleh Soto Podjok dan Soto Pakelan Ny Sien, sedangkan Soto Manten *rating* 4.6 akan tetapi dengan jumlah ulasan yang lebih sedikit dari kedua lokasi tersebut. Soto Podjok *rating* 4.5 dengan ulasan paling banyak dari kedua lokasi tersebut di *Google Maps*, hal tersebut yang membuat peneliti tertarik untuk memilih lokasi Soto Podjok dikarenakan jumlah ulasan yang jauh lebih banyak dari pesaingnya. Berikut ini ialah data perbandingan ke 3 lokasi kuliner soto yang berada di Kota Kediri.

**Tabel 1.2**

**Data Alamat dan Tahun Berdiri Lokasi Soto Ayam di Kota Kediri**

No	Nama Lokasi Soto	Alamat	Tahun Berdiri
1	Soto Podjok	Jl. Dhoho No. 146, Setono Gedong, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64129	1926
2	Soto Pakelan “Ny Sien”	Jl. Untung Suropati 1 & 3, Pakelan, Kec. Kota, Kab. Kediri, Jawa Timur 64129	1990
3	Soto Manten	Jl. Singosari, Dandangan, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64129	2019

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.<sup>15</sup>

Tabel 1.2 menunjukkan lokasi dan tahun berdiri ketiga lokasi soto tersebut, dari data tersebut bahwa Soto Podjok yang paling lama ada di Kota

<sup>15</sup> Data diolah peneliti pada tanggal 20 Januari 2025

Kediri yaitu sejak 1926 sampai sekarang, oleh karena itu masyarakat banyak yang menyebutnya sebagai salah satu lokasi kuliner legendaris dari Kota Kediri. Dari hal tersebut membuat peneliti tertarik memilih lokasi tersebut sebagai objek lokasi penelitian.

**Tabel 1.3**

**Data Berdasarkan bauran pemasaran 4P: *Product, Price, Place, dan Promotion* Kuliner Soto di Kota Kediri.**

<b>Aspek</b>	<b>Soto Podjok Kediri</b>	<b>Soto Pakelan Kediri</b>	<b>Soto Mantenan Kediri</b>
<i>Product</i> (Produk)	<p><b>Menu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Soto ayam</li> <li>- Soto ayam pisah</li> <li>- Soto ayam extra ayam</li> </ul> <p><b>Menu tambahan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ayam suwir pisah</li> <li>- Tahu goreng</li> <li>- Kulit goreng</li> <li>- Ati ampela</li> <li>- Uritan</li> <li>- Brutu</li> <li>- Telur asin</li> </ul> <p><b>Minuman:</b></p> <p>Teh manis, teh</p>	<p><b>Menu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nasi soto</li> <li>- Lontong soto</li> <li>- Kentang soto</li> <li>- Kwee Tiaw soto</li> </ul> <p><b>Menu tambahan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tahu/tempe</li> <li>- Brutu</li> <li>- Uritan</li> <li>- Telur asin</li> <li>- Bergedel</li> <li>- Ampela ati</li> <li>- Perkedel</li> </ul> <p><b>Minuman:</b></p> <p>Jeruk, teh, sinom, beras kencur, soda</p>	<p><b>Menu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nasi Soto</li> <li>Mantenan</li> <li>- Soto kuah pisah dan nasi</li> </ul> <p><b>Menu tambahan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ati ampela</li> <li>- Ceker</li> <li>- Perkedel</li> <li>- Telur rebus</li> <li>- Sayap</li> <li>- Paha</li> <li>- Leher</li> </ul> <p><b>Minuman:</b></p> <p>Teh, milo, cappucino, kopi,</p>

	tawar, jeruk, jeruk murni, kopi, kopi susu, susu, squash, sirup, minuman botol, dan air mineral.	gembira, kopi, jahe, susu, sirup, air mineral	jeruk, sari kedelai, teh botol sosro, air mineral
<i>Price</i> (Harga)	Rp19.000-38.000 /porsi	Rp 19.000-38.000 /porsi	Rp 15.000-38.000 /porsi
<i>Place</i> (Lokasi)	Jl. Dhoho No.146, Setono Gedong, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64129	Jl. Untung Suropati No. 25, Pakelan, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64129	Jl. Singosari, Dandangan, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64129
<i>Promotion</i> (promosi)	- Media sosial Instagram dan facebook - Promosi dari mulut ke mulut - Media digital <i>Google Maps</i> - Aplikasi pemesanan	- Media sosial instagram/ facebook - Promosi dari mulut ke mulut - Media digital <i>Google Maps</i> - Aplikasi pemesanan	- Media sosial instagram/ facebook - Promosi dari mulut ke mulut - Media digital <i>Google Maps</i> - Aplikasi pemesanan

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025.<sup>16</sup>

<sup>16</sup> Data diolah oleh peneliti pada tanggal 8 Januari 2025

Dari tabel 1.3 data lokasi soto di Kota Kediri, peneliti tertarik terhadap lokasi Soto Podjok karena letaknya lebih strategis di pusat kota.

**Tabel 1.4**

**Data Penjualan Soto Podjok Kediri Periode 2024**

No	Bulan	Omset
1.	Januari	Rp 86.265.500
2.	Februari	Rp 88.008.000
3.	Maret	Rp 77.780.000
4.	April	Rp 85.107.000
5.	Mei	Rp 89.786.000
6.	Juni	Rp 94.725.000
7.	Juli	Rp 94.858.000
8.	Agustus	Rp 98.240.000
9.	September	Rp 100.267.000
10.	Oktober	Rp 101.788.000
11.	November	Rp 100.993.000
12.	Desember	Rp 103.217.000
<b>Jumlah Total</b>		Rp 1.121.034.500

Sumber: Co.owner Soto Podjok Kediri.<sup>17</sup>

Dari tabel 1.4 diketahui data penjualan Soto Podjok Kediri selama periode 2024 mengalami fluktuatif. Naik turunnya omset penjualan ini merupakan hal yang wajar dalam suatu usaha. Hal ini terjadi di bulan Maret

<sup>17</sup> Data omset penjualan tahun 2024, oleh owner Soto Podjok Kediri pada tanggal 9 Januari 2025

dikarenakan waktu puasa ramadhan, sehingga daya beli menurun, dimana pembeli membeli pada jam buka puasa, dan waktu sahur.

Pemilihan Soto Podjok Kediri sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan yang relevan. Pertama, Soto Podjok Kediri ialah salah satu kuliner ikonik yang telah ada sejak tahun 1926, menjadikannya bagian integral dari warisan budaya Kota Kediri yang masih ada hingga saat ini. Kedua, dalam menghadapi persaingan sengit di sektor kuliner, Soto Podjok tetap menjadi pilihan utama bagi banyak pelanggan, terbukti dari jumlah ulasan yang lebih banyak dibandingkan dengan kompetitornya di *Google Maps*, meskipun memiliki *rating* yang hampir sama. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan Soto Podjok memiliki daya tarik yang kuat di mata konsumen. Ketiga, posisinya yang strategis di tengah kota, dekat dengan Alun-Alun Kota Kediri, menjadikannya lokasi yang mudah dijangkau oleh pelanggan, baik penduduk lokal maupun pengunjung. Keempat, walaupun memiliki basis pelanggan setia, penggunaan teknologi digital seperti *Google Maps* menjadi faktor krusial dalam menjaga daya saing di era modern, terutama untuk menarik perhatian generasi muda yang cenderung menggunakan aplikasi digital saat memilih lokasi makan. Kelima, data penjualan yang berfluktuasi mengindikasikan adanya faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi pendapatan bisnis, sehingga penelitian ini dapat memberikan wawasan lebih lanjut tentang bagaimana penggunaan *Google Maps* dapat berkontribusi pada peningkatan penjualan dan menjaga stabilitas bisnis. Dengan mempertimbangkan berbagai alasan tersebut, Soto Podjok Kediri merupakan

subjek penelitian yang tepat untuk menggali peran teknologi digital dalam mendukung perkembangan bisnis kuliner tradisional.

Dari latar belakang permasalahan yang sudah dibahas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Peran *Google Maps* Dalam Meningkatkan Penjualan Soto Podjok Kediri**”.

## **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana Peran *Google Maps* di Soto Podjok Kediri?
2. Bagaimana Peran *Google Maps* dalam Meningkatkan Penjualan Soto Podjok Kediri?

## **C. Tujuan Penelitian**

Setelah melihat fokus penelitian, maka penulis memiliki tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menjelaskan Peran *Google Maps* di Soto Podjok Kediri?
2. Menjelaskan Peran *Google Maps* dalam Meningkatkan Penjualan Soto Podjok Kediri.

## **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil suatu manfaat, yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Penelitian ini dapat memperkaya literatur tentang peran teknologi digital, khususnya *Google Maps*, dalam strategi penjualan. Memberikan pemahaman lebih lanjut tentang bagaimana *platform* digital dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam konteks industri kuliner lokal.

Menyediakan referensi teoritis tentang integrasi teknologi informasi dan komunikasi dalam pemasaran, terutama bagi bisnis kecil dan menengah seperti usaha kuliner tradisional.

## 2. Kegunaan Secara praktis

### a. Bagi pelaku usaha

Penelitian ini memberikan wawasan bagi pelaku usaha soto di Kediri tentang bagaimana memanfaatkan teknologi digital, khususnya *Google Maps* untuk meningkatkan visibilitas usaha mereka secara *online*, menjangkau pelanggan baru melalui fitur lokasi dan ulasan pelanggan, memahami pentingnya optimalisasi profil *Google Maps* untuk menarik perhatian calon pembeli, seperti menambahkan foto, ulasan, dan deskripsi yang menarik.

### b. Bagi Akademik

Penelitian ini memberikan kontribusi kepada dunia akademik dalam bentuk referensi studi tentang penggunaan teknologi modern, seperti *Google Maps*, dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Sebagai contoh konkret penerapan strategi pemasaran berbasis teknologi di sektor kuliner tradisional.

### c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat dengan mempermudah pelanggan menemukan lokasi usaha soto yang legendaris di Kediri melalui informasi yang akurat di *Google Maps*, meningkatkan kesadaran masyarakat tentang penggunaan teknologi dalam mendukung ekonomi lokal, meningkatkan aksesibilitas masyarakat terhadap informasi kuliner

lokal dengan memanfaatkan fitur peta digital.

d. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan manfaat bagi peneliti, dengan menjadi dasar pengalaman langsung dalam memadukan analisis pemasaran tradisional dengan teknologi digital, dan juga memberikan ruang untuk mengeksplorasi topik-topik lanjutan terkait digitalisasi bisnis, khususnya dalam pemasaran berbasis lokasi.

## E. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian dengan judul: “*Pengaruh Google Maps Sebagai Media Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Disablonin Sidoarjo*”<sup>18</sup>. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Google Maps* sebagai media promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk UMKM Disablonin Sidoarjo. Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian eksplanatori dengan metode pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini ialah konsumen Disablonin dan sampel yang digunakan sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah *purposive sampling*. Teknik pengumpulan datanya ialah data primer melalui kuesioner yang disebar melalui link *Google Form*. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, seluruh pengujian dilakukan dengan menggunakan alat SPSS 25.0. Dari hasil uji F diketahui nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 5% atau 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

---

<sup>18</sup> Y. Setiawan, Agung, Dwi Nugroho, and Diah, Ayu Sanggarwati, ‘Pengaruh *Google Maps* Sebagai Media Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Disablonin Sidoarjo’, *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 3.1 (2024), pp. 48–59.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Google Maps* sebagai media promosi (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y). **Persamaan** penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu menggunakan variabel *Google Maps*, **perbedaannya** penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode kualitatif, lokasi penelitian ini di umkm Disablonin Sidoarjo, sedangkan penelitian yang akan diteliti pada Soto Podjok Kediri.

2. Penelitian dengan judul: “*Implementasi Google Maps Sebagai Digital Marketing Dalam Efektivitas Penjualan UMKM Nasabah BTPN Syariah Kecamatan Bantur*”<sup>19</sup>. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak penggunaan gogle maps sebagai strategi pemasaran digital terhadap efektivitas penjualan. Hasil dari penelitian ini ialah pengaruh *Google Maps* sebagai digital *marketing* sangat efektif terhadap penjualan dari pada media lainnya. Dengan menggunakan digital *marketing* khususnya *Google Maps* volume penjualan yang didapat lebih besar dan profit usaha sesuai dengan tujuan. **Persamaan** penelitian menggunakan metode kualitatif, menggunakan variabel *Google Maps*. **Perbedaan** penelitian ini fokus pada efektifitas penjualan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan fokus pada peningkatan penjualan, lokasi penelitian ini pada UMKM Nasabah BTPN Syariah Kecamatan Bantur, sedangkan penelitian yang akan diteliti pada Soto Podjok Kediri.

---

<sup>19</sup> Riska Febrian dkk, ‘Implementasi *Google Maps* Sebagai Digital *Marketing* Dalam Efektivitas Penjualan UMKM Nasabah BTPN Syariah Kecamatan Bantur’, 10.16 (2024), pp. 721–26.

3. Penelitian dengan judul: “*Penggunaan Aplikasi Google Maps dan Imooji Sebagai Media Promosi UMKM Desa Tiyaran*”<sup>20</sup>. Tujuan Pengabdian yang dilakukan ialah melakukan transfer ipteks kepada Masyarakat Desa Tiyaran yang memiliki usaha. Melalui Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan aplikasi *Google Maps* dan *Immoji* sebagai sarana promosi. Metode Pelaksanaan Program terdiri dari Sosialisasi awal terhadap mitra UMKM, Pelatihan penggunaan aplikasi *Google Maps* dan *immoji* selanjutnya dilakukan pendampingan untuk usaha UMKM. Hasil Pengabdian yang dilakukan terdapat peningkatan kemampuan dalam melakukan promosi dan pemasaran khususnya di penggunaan *Google Maps* dan *immoji* sebagai sarana media promosi. Dampak setelah dilaksanakannya pelatihan ialah mitra UMKM mengalami peningkatan pengetahuan sebesar 40 % dibandingkan skor *pretest*. Luaran Pengabdian yang dilakukan ialah usaha UMKM sudah masuk *Google Maps* dan memiliki aplikasi *immoji* untuk promosi di whatsapp. **Persamaan** penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu sama-sama membahas *Google Maps*, menggunakan metode penelitian kualitatif. **Perbedaan** penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu penelitian ini menggunakan variabel *Google Maps* dan imoji sebagai media promosi, sedangkan penelitian yang akan diteliti hanya membahas tentang peran *Google Maps* dalam peningkatan penjualan, lokasi penelitian ini pada UMKM Desa Tiyaran, sedangkan penelitian yang akan diteliti pada Soto Podjok Kediri.

---

<sup>20</sup> Dhiya’ Ayu Adibah and others, ‘Penggunaan Aplikasi *Google Maps* Dan Imooji Sebagai Media Promosi UMKM Desa Tiyaran’, *Jurnal Pendidikan Masyarakat Dan Pengabdian: DIKMAS*, 2.3 (2023), pp. 87–97 <<http://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/dikmas>>.

4. Penelitian dengan judul: “*Pemanfaatan Google Maps API Untuk Pembangunan Sistem Informasi Manajemen Bantuan Logistik Pasca Bencana Alam Berbasis Mobile web ( Studi Kasus : Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kota Yogyakarta)*”<sup>21</sup>. Subyek penelitian ini ialah pemanfaatan *Google Maps API* untuk pembangunan sistem informasi manajemen bantuan logistik pasca bencana alam berbasis *mobile web*. Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan kebutuhan logistik terhadap beberapa kasus bencana alam yang terjadi dan studi pustaka. Analisis dilakukan untuk menentukan spesifikasi sistem informasi manajemen bantuan logistik agar sesuai kebutuhan. Implementasi sistem memanfaatkan *CodeIgniter framework*, *Google Maps API* dan *JavaScript*. Sistem yang dihasilkan diuji dengan dua metode, yaitu *Black Box Test* dan *Alpha Test*. Hasil dari penelitian ini ialah sebuah aplikasi sistem informasi manajemen bantuan logistik pasca bencana alam berbasis *mobile web* yang dapat memberikan informasi jarak, rute jalan, penunjuk arah jalan, dan informasi tentang lokasi posko bencana alam. Sistem ini sangat membantu pengguna untuk mengurangi penumpukan bantuan logistik dan meningkatkan efektifitas pemberian bantuan yang tepat sasaran. Hasil pengujian sistem menunjukkan bahwa sistem informasi manajemen bantuan logistik pasca bencana alam ini layak dan dapat dipergunakan. **Persamaan** penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti ialah sama-sama membahas tentang *Google Maps*, menggunakan metode kualitatif. **Perbedaan** penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu

---

<sup>21</sup> Faya Mahdia and Fiftin Noviyanto, ‘211271-Pemanfaatan-Google-Maps-API-Untuk-Pemban’, 1 (2013), pp. 162–71.

Penelitian ini berfokus pada pembangunan Sistem Informasi Manajemen Bantuan Logistik Pasca Bencana Alam Berbasis *Mobile Web*, sedangkan penelitian yang akan diteliti berfokus pada peningkatan penjualan, Objek penelitian ini pada Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kota Yogyakarta, sedangkan penelitian yang akan diteliti pada Soto Podjok Kediri.

5. Penelitian dengan judul: “*Urgensi E-Marketing Berbasis Google Maps pada Keberlangsungan Usaha Entrepreneur Muslim (Studi pada Kabupaten Demak)*<sup>22</sup>”. Tujuan penelitian ini ialah menganalisis implementasi munculnya wirausaha baru yang memanfaatkan dunia digital sebagai salah satu bentuk pemasaran elektronik (*e-marketing*). Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis, dalam konteks penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa penerapan *e-marketing* berbasis *Google Maps* yang dilakukan oleh para wirausahawan muslim memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan dan peran teknologi yang memfasilitasi dan menjamin keberlangsungan wirausaha muslim karena sesuai dengan konsep revolusi industri 4.0. **Persamaan** penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan sama-sama membahas media digital *Google Maps*, menggunakan metode kualitatif. **Perbedaan** penelitian ini melakukan penelitian di Kabupaten Demak, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berada di lokasi Soto Podjok Kediri.

---

<sup>22</sup> Bayu Tri Cahya and others, ‘Urgensi E-Marketing Berbasis *Google Maps* Pada Keberlangsungan Usaha Entrepreneur Muslim (Studi Pada Kabupaten Demak)’, *Kompartemen : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 20.1 (2022), p. 126, doi:10.30595/kompartemen.v20i1.12328.