

Optimasi Google Bisnisku Untuk Meningkatkan Pemasaran UKM Tahu di Desa Brani Kulon

Nanda Kurnia Agusmawati¹,
Muflihatus Sa'aadah², Novi Dewi Ismi Rahmawati³

Prodi Teknik Informatika, Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia ^{1,2,3}
nandakurnia382@gmail.com¹, muflihatus0801@gmail.com², novi80907@gmail.com³

Abstrak. UKM merupakan salah satu kekuatan perekonomian nasional. Salah satu permasalahan yang membuat daya saing UKM masih rendah adalah terbatasnya kemampuan para pelaku UKM dalam melakukan pemasaran. Hal ini juga terjadi pada pemilik UKM tahu di Desa Brani Kulon. Berdasarkan permasalahan ini kemudian tim KKN OBE Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) melakukan kegiatan sosialisasi dan memberikan pendampingan dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu masalah yang dihadapi oleh UKM tahu. Solusi yang kami tawarkan dalam kegiatan ini adalah penerapan *digital marketing* menggunakan aplikasi Google Bisnisku. Aplikasi ini dapat membantu pelaku UKM agar usahanya dapat ditemukan oleh calon pelanggan di google pencarian dan *maps*, sehingga memudahkan dalam pengembangan *digital marketing* ke *platform* penjualan *online* lainnya. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendampingan dan pelatihan yang tahapan pengabdiannya terdiri dari pembentukan tim kegiatan, melakukan analisis, implementasi kegiatan, serta sosialisasi dan pelatihan. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah aplikasi Google Bisnisku sebagai *tools* untuk pemasaran dan penjualan secara *online*, serta memberikan pelatihan kepada pemilik UKM agar memiliki kemampuan mengoperasikan aplikasi Google Bisnisku. Setelah pemilik UKM Tahu dapat menggunakan aplikasi Google Bisnisku, maka diharapkan dapat meningkatkan penjualan UKM Tahu dan mengembangkan penjualan ke *platform-online* lain yang menjadi tren saat ini.

Kata Kunci: *Google Bisnisku; Optimasi; UKM Tahu*

Abstract. SMEs are one of the strengths of the national economy. One of the problems limiting SMEs' competitiveness is their limited ability to market themselves. This is also true for the owner of a Brani Kulon Village tofu SME. Based on this problem, the KKN OBE Community Service (PKM) team carried out socialization activities and provided assistance in the use of information and communication technology. This service activity aims to help the problems faced by SMEs know. The solution we offer in this activity is the application of digital marketing using the Google My Business application. This application can help SMEs improve their visibility on Google search and maps, making it easier to develop digital marketing for other online sales platforms. The method used in this activity is mentoring and training, and the stages of service include forming an activity team, conducting

analysis, activity implementation, socialization, and training. This service activity resulted in the Google My Business application as a tool for online marketing and sales, as well as training SME owners to have the ability to operate the Google My Business application. After the owner of SME Tahu can use the Google My Business application, it is expected to increase the sales of Tofu SMEs and develop sales to other online platforms that are currently trending.

Keywords: *Google My Business; Optimization; Tofu SMEs*

Latar Belakang

Pengguna internet di Indonesia jumlahnya terus meningkat dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir dan diperkirakan akan terus meningkat dengan berkembangnya teknologi digital yang perlahan menghentikan cara konvensional. Pemanfaatan *digital marketing* pada era industri 4.0 merupakan alternatif strategi dalam pemasaran produk agar memudahkan pelaku usaha memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon konsumen, sedangkan dari pihak calon konsumen dapat digunakan sebagai media yang memudahkan dalam pencarian informasi produk (Irfani *et al.*, 2020). Salah satu media *digital marketing* yang sering digunakan adalah Google Bisnisku (Yuliani & Novita, 2022). Google Bisnisku bisa membantu UKM untuk membuat munculnya profil usaha di penelusuran ataupun *maps* (Dwiarta, 2017; Natusuwarna, 2020). Google Bisnisku merupakan sebuah *platform* bisnis yang disediakan oleh Perusahaan Google secara online, bersifat gratis, cepat, dan mudah digunakan oleh suatu organisasi atau perusahaan dalam mempromosikan tempat bisnis, brand, atau produk (Manu & Fallo, 2019). Kinerja Google Bisnis harus dimaksimalkan agar informasi tentang profil usaha UKM bisa langsung diperoleh oleh konsumen saat mengetikkan nama usaha UKM di media pencarian Google (Naimah *et al.*, 2020).

UKM merupakan salah satu kekuatan perekonomian nasional. Salah satu permasalahan yang membuat daya saing UKM masih rendah adalah terbatasnya kemampuan para pelaku usaha dalam melakukan pemasaran (Permana *et al.*, 2021; Harto & Komalasari (2020)). Mudah akses internet saat ini dapat membuka akses bagi UKM untuk memasarkan produknya dengan biaya murah dan menjangkau pasar yang luas. Salah satu UKM produksi tahu yang terdapat di desa Brani Kulon masih menggunakan cara konvensional

dalam memasarkan produknya. Sejak pandemi Covid-19 melanda seluruh dunia, produksi dan penjualannya terus menurun. Ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dari pemilik UKM dalam menggunakan teknologi digital sebagai media pemasaran maupun mempromosikan produknya. Hal ini yang menjadi dasar tim pengabdian untuk melakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan mitra UKM produksi tahu Desa Brani Kulon untuk membangun *digital marketing* dengan mengoptimasikan fungsi dari aplikasi Google Bisnisku sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan volume penjualan.

1. Analisis situasi

Dalam tahap ini, tim KKN OBE Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) bersama Dosen Pendamping Lapangan (DPL) mengadakan kunjungan ke lokasi UKM dan bertemu langsung dengan Ibu Suraye, selaku salah satu pemilik UKM Tahu di Desa Brani Kulon yang sudah beroperasi lebih dari 20 tahun. Tim KKN OBE PKM melakukan observasi dan wawancara terkait masalah yang dihadapi, terutama permasalahan yang berhubungan dengan menurunnya jumlah penjualan produk dan sulitnya pemasaran saat ini karena hanya mengandalkan penjualan secara konvensional. Kondisi ini pun menjadi semakin parah saat pandemi Covid-19 yang terjadi dalam 2 tahun terakhir.



Gambar 1. Proses pembuatan tahu

2. Tujuan dan manfaat pengabdian

Tujuan dari pengabdian ini adalah memberikan pengetahuan, pelatihan, dan pendampingan kepada mitra mengenai pemanfaatan *digital marketing* Google Bisnisku sebagai media promosi dan penjualan produk dari UKM tahu.

Manfaat dari pengabdian ini antara lain:

1. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam pemasaran produk, khususnya dalam *digital marketing* Google Bisnisku.
2. Peningkatan distribusi dan keuntungan usaha mitra.
3. Peningkatan kesejahteraan mitra pelaku UKM Tahu.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan dalam kegiatan KKN OBE Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) pada UKM Tahu ini merupakan pendampingan dan pelatihan. Kegiatan yang dilakukan terdiri dari pembentukan tim kegiatan, melakukan analisis, implementasi kegiatan, sosialisasi, dan pelatihan.

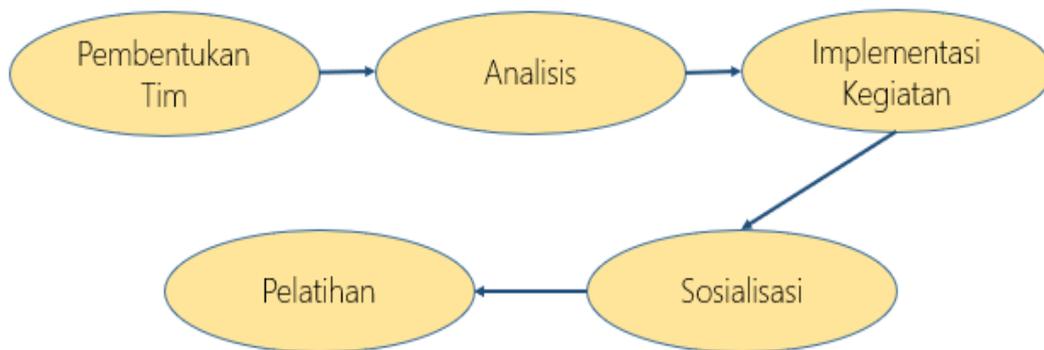
1. Tahapan pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini terdiri atas:

- a. Pembentukan tim kegiatan, mahasiswa yang berjumlah enam orang dibagi menjadi tiga tim, dengan tugas masing-masing tim antara lain meneliti dan mengobservasi lapangan, memberikan penyuluhan mengenai penggunaan Google Bisnisku, serta memberikan pelatihan dalam membuat dan mengelola pasar mitra.
- b. Melakukan analisis, tim yang bertugas meneliti dan mengobservasi lapangan terlebih dahulu melakukan observasi dan analisis berdasarkan data yang telah diperoleh.
- c. Implementasi kegiatan, semua tim melakukan kegiatan yang telah ditugaskan masing-masing tetapi tetap saling membantu.
- d. Sosialisasi, tim penyuluhan melakukan tugasnya dengan memberikan ceramah dan pengetahuan kepada pelaku UKM mengenai manfaat Google Bisnisku.

- e. Pelatihan, tim pelatihan memberikan demo secara langsung kepada pelaku UKM dan pelaku UKM akan langsung mempraktikkan dengan pendampingan dari seluruh tim.

Atau juga dapat dilihat pada bagan berikut.



Gambar 2. Tahapan pelaksanaan kegiatan

2. Partisipasi mitra

Mitra berpartisipasi aktif dalam kegiatan pengabdian ini. Setelah mitra memproduksi produknya, yaitu tahu, kemudian mitra akan diberi penyuluhan dan arahan dalam memasarkan tahu melalui *digital marketing* dan pengetahuan mengenai pentingnya penggunaan aplikasi Google Bisnisku. Selanjutnya mitra akan didampingi dalam mengoperasikan aplikasi Google Bisnisku.

3. Peran dan tugas masing-masing anggota

Pelaksanaan pengabdian dan penelitian dibutuhkan pembagian peran masing-masing anggota pelaksanaan kegiatan. Adapun pembagian tugas atau peran masing-masing anggota dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Pembagian Peran anggota Tim Pengabdian

No	Nama	Kedudukan	Tugas
1.	Dr. Eng. Cahyuni Novia, S.E., M.P.	DPL	Melakukan pendampingan dan memberikan pengarahan terhadap mahasiswa dalam pelaksanaan kegiatan
2.	Muflihatus Sa'aadah	Mahasiswa	Mempersiapkan administrasi pelaksanaan dan laporan kegiatan
3.	Nanda Kurnia Agusmawati	Mahasiswa	Mempersiapkan administrasi pelaksanaan dan laporan kegiatan
4.	Linda Uswatun Hasanah	Mahasiswa	Membantu pelaksanaan kegiatan
5.	Nurrika Riskya	Mahasiswa	Membantu mengumpulkan data dan alat dokumentasi kegiatan
6.	Maulida Rizka Amalia	Mahasiswa	Mempersiapkan alat dokumentasi kegiatan
7.	Novi Dewi Ismi Rahmawati	Mahasiswa	Mempersiapkan alat dokumentasi kegiatan dan laporan kegiatan

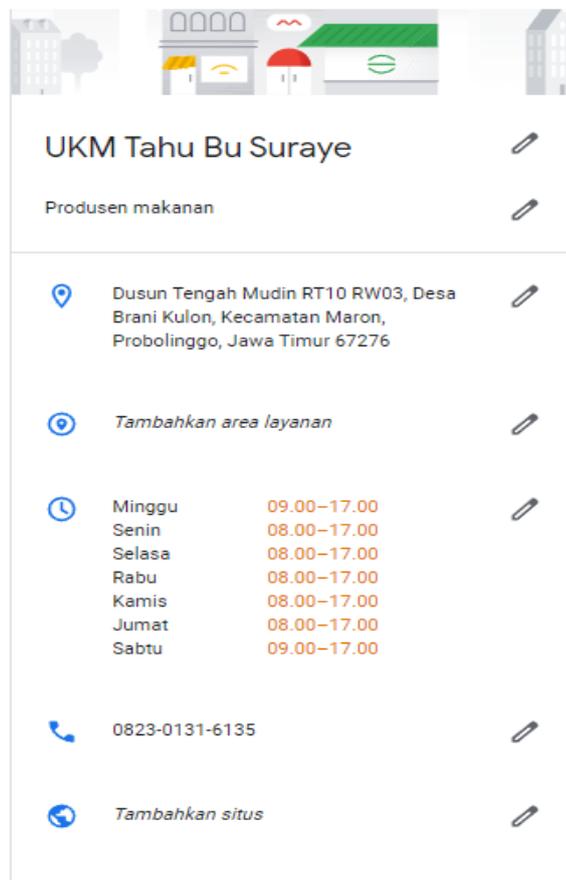
Hasil dan Pembahasan

UKM diakui sebagai penggerak ekonomi suatu negara dan sebagian besar UKM gagal mencapai potensi mereka karena mereka tidak mengetahui dan tidak dapat memanfaatkan teknologi saat ini untuk menguasai strategis pemasaran (Nichifor & Tieren, 2019). Kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pengetahuan dan pendampingan mengenai aplikasi Google Bisnisku yang digunakan sebagai pemasaran secara *online* serta kemampuan pemilik usaha dalam mengoperasikan aplikasi Google Bisnisku.

Kegiatan awal yang dilakukan adalah melakukan instalasi aplikasi Google Bisnisku sesuai dengan profil UKM Tahu. Tujuan instalasi agar UKM Tahu dapat ditemukan di google pencarian dan *maps*. Selain itu pemilik dapat berinteraksi dengan calon atau pelanggan menggunakan fitur ulasan. Aplikasi ini dapat dioperasikan melalui gawai atau *smartphone* pemilik sehingga mempermudah pemilik usaha dalam mengupdate informasi maupun berinteraksi dengan pelanggan.

Langkah awal menggunakan Google Bisnisku adalah dengan melakukan pendaftaran via aplikasi Google Bisnisku untuk yang menggunakan

smartphone atau melalui *website* yang menggunakan laptop atau *personal computer* (Sulastri, 2019). Aplikasi yang dapat diunduh melalui *smartphone* adalah dengan nama Google Bisnisku, sementara alamat yang dapat diakses untuk Google Bisnisku melalui alamat internet adalah <https://business.google.com>. Berikut adalah langkah-langkah pendaftaran Google Bisnisku (Manu & Fallo, 2019). Pertama akses laman Google Bisnisku. Kedua, klik tambahkan lokasi. Ketiga, masukkan nama bisnis atau profil yang akan dipromosikan. Nama UKM Tahu yang digunakan untuk profil adalah UKM Tahu Bu Suraye, hal ini dikarenakan produk tahu belum memiliki merek dagang. Kemudian di tahap keempat, tuliskan data alamat. Kelima, beri tanda lokasi pada peta Google yang tersedia. Keenam, pilih kategori bisnis yang dimaksud. Ketujuh, masukkan nomor telepon dan alamat situs jika memiliki. Terakhir, menunggu verifikasi bisnis yang akan dikirim oleh pihak Google.



Gambar 3. Tampilan halaman Google Bisnis UKM Tahu Bu Suraye

Sesuai dengan tampilan di atas, semua gambar yang memuat informasi bisa di klik dan akan melakukan perintah sesuai dengan gambarnya. Semua yang bisa memuat informasi dicantumkan agar orang yang mencari UKM Tahu Bu Suraye di Google mendapatkan informasi yang lengkap dan mudah untuk menghubungi UKM Tahu Bu Suraye.

Setelah UKM mitra berhasil terdaftar di Google Bisnisku, kegiatan selanjutnya adalah melakukan pelatihan kepada pemilik usaha agar memiliki kemampuan dalam menggunakan aplikasi Google Bisnisku sebagai sarana untuk memasarkan dan menjual produk secara *online*. Untuk selanjutnya, tim pengabdian akan mengevaluasi perkembangan terhadap penjualan UKM Tahu Bu Suraye setelah penggunaan Google Bisnisku diaktifkan.

Penutup

1. Kesimpulan

Dari kegiatan KKN Pengabdian Kepada Masyarakat pada UKM Tahu ini dapat disimpulkan bahwa *digital marketing* “Google Bisnisku” dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan produk, hal tersebut dibuktikan dengan hasil evaluasi kegiatan yang menunjukkan terdapat penelusuran yang dilakukan calon atau pelanggan di mesin pencarian google yang berkaitan dengan informasi usaha maupun produk UKM Tahu Bu Suraye.

2. Implikasi

Pengabdian ini telah menunjukkan bahwa *digital marketing* merupakan aset penting untuk usaha masyarakat saat ini. Hasil pengabdian ini memberikan beberapa implikasi, antara lain:

- a. Implikasi terhadap pandangan masyarakat UKM Tahu Desa Brani Kulon terhadap pemasaran digital.
- b. Implikasi terhadap cara pemasaran yang dilakukan masyarakat UKM Tahu Desa Brani Kulon.
- c. Implementasi terhadap usaha sadar para pelaku UKM akan pentingnya pemasaran digital di era pesatnya teknologi saat ini.

3. Keterbatasan/Rekomendasi

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat kami menyadari bahwa ada banyak *platform digital* yang populer saat ini dan banyak digunakan, seperti Tokopedia, Shopee, dan lain-lain. Tetapi kegiatan pengabdian ini hanya memberikan pelatihan melalui Google Bisnisku yang penggunaannya cukup mudah dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, usaha yang telah terdaftar di Google Bisnisku nantinya akan lebih mudah dalam mengembangkan pasar digitalnya di *platform-platform* lain. Pelatihan dan pendampingan dengan *platform* lainnya berada di luar jangkauan kegiatan tim pengabdian kami.

Daftar Pustaka

- Dwiarta, I. M. B. (2017). Google Bisnis, Sim Dan Sia Guna Menentukan HPP Sebagai Sarana Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Jurnal Penamas Adi Buana*, 1(1), 27-38.
- Harto, B., & Komalasari, R. (2020). Optimalisasi platform online internet marketing untuk SME Little Rose Bandung. *Empowerment in the Community*, 1(1), 1-6.
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada UKM Dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651-659.
- Manu, G., & Fallo, D. (2019). IMPLEMENTASI GOOGLE MY BUSINESS (GMB) DALAM PROMOSI PARIWISATA DI KOTA KUPANG DAN SEKITARNYA. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)*, 2(2), 8-15. DOI : <https://doi.org/10.37792/jukanti.v2i2.69>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Natasuwarna, A. P. (2020). Workshop Web Analytic dan Google Bisnisku Sebagai Perangkat Digital Marketing. *JUDIMAS (Jurnal Inovasi Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1 (1), 50-61.

- Nichifor, E., & Tierean, O. M. (2019). Small and Medium Enterprises Go Digital. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series V: Economic Sciences*, 61-66. DOI: <https://doi.org/10.31926/but.es.2019.12.61.2.8>
- Permana, S. H., Rivani, E., & Budiyaniti, E. (2021). Utilization of the Internet as Media for Marketing SMEs Products. In *4th International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management (ICoSIAMS 2020)* (pp. 393-398). Atlantis Press. DOI : <https://doi.org/10.2991/aer.k.210121.056>
- Sulastri, K. (2019). Pelatihan Wirausaha dan Digital Marketing Bagi Perempuan Korban Kekerasan di Kota Singkawang. In *SNPMas: Seminar Nasional Pengabdian pada Masyarakat*. Desember, 125-132.
- Yuliani, N., & Novita, D. (2022). Pemanfaatan Google Bisnisku Sebagai Upaya Meningkatkan Rangkaing Bisnis Lokal (Studi Kasus: UMKM Gresik, Jawa Timur). *IKRA-ITH ABDIMAS*, 5(1), 138-145.