



Pemberdayaan UMKM Dalam Peningkatan Eksposur Bisnis Secara Online Menggunakan Google Bisnisku (Studi Kasus UMKM di Kelurahan Kampung Baru, Kota Medan)

Ihsan Iskandar

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma

Ihsaniskandains@gmail.com

Abstrak

Peningkatan akses internet dan perubahan perilaku konsumen telah memaksa perusahaan, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), untuk memperkuat kehadiran mereka secara digital. Salah satu alat yang dapat membantu UMKM dalam meningkatkan pemasaran digital adalah Google My Business (GMB). Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak kehadiran bisnis UMKM di dunia maya dengan memanfaatkan aplikasi GMB. Kegiatan penelitian ini dilakukan melalui pendampingan langsung kepada 15 UMKM di Kelurahan Kampung Baru, Kota Medan, untuk mengaktifkan dan mengoptimalkan penggunaan GMB. Penelitian ini juga mengukur dampak penggunaan GMB dengan melihat visibilitas atau jumlah tampilan yang diperoleh oleh UMKM. Hasilnya menunjukkan bahwa GMB secara signifikan membantu pemasaran online dengan jumlah tampilan tertinggi mencapai 137 dan terendah 5 tampilan dalam waktu 7 hari. Selain itu, kemudahan bagi pelanggan untuk menemukan bisnis secara online juga berkontribusi terhadap profitabilitas UMKM.

Kata Kunci: Google My Business, Pemasaran Digital, UMKM

Abstract

The increase in internet access and changes in consumer behavior have compelled companies, including micro, small, and medium enterprises (UMKM), to strengthen their digital presence. One tool that can assist MSMEs in enhancing their digital marketing is Google My Business (GMB). This study aims to evaluate the impact of UMKM's online presence by utilizing the GMB application. This community service activity was conducted through direct mentoring of 15 UMKM in Kampung Baru Village, Medan City, to activate and optimize the use of GMB. The study also measures the impact of using GMB by observing the visibility or number of views obtained by UMKM. The results show that GMB significantly aids online marketing, with the highest number of views reaching 137 and the lowest 5 views within 7 days. Additionally, the ease for customers to find businesses online also contributes to the profitability of UMKM.

Keywords : Google My Business, Digital Marketing, UMKM



Corresponding Author
Nama : Ihsan Iskandar
Email : ihsaniskandains@gmail.com

This is an open access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Copyright (c) 2024 by the Authors

I. PENDAHULUAN

Seiring perkembangan teknologi, kemajuan teknologi informasi berkembang dengan sangat cepat dan telah menjadi kebutuhan mendasar bagi masyarakat, termasuk dalam dunia usaha. Hal ini sangat relevan terutama dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah



(UMKM). Seiring dengan perkembangan teknologi, penggunaan internet dan teknologi digital menjadi suatu keharusan untuk meningkatkan usaha dan mendukung perekonomian masyarakat (Awangga, Sumarna, Hilman, Kariem, & Ardi, 2020). Menteri Komunikasi dan Informatika juga menyatakan bahwa teknologi informatika dan telekomunikasi memiliki dampak signifikan tidak hanya pada kehidupan sehari-hari, tetapi juga pada pertumbuhan ekonomi negara. Teknologi digital terbukti memiliki potensi untuk mengatasi berbagai tantangan sosial ekonomi (kominfo.go.id, 2020).

Namun, setelah terjadinya pandemi Covid-19 dan peralihan preferensi pembelian ke UMKM yang lebih banyak mengandalkan internet, tantangan baru muncul dalam perkembangan teknologi informasi. Berdasarkan data dari pemerintah Kota Medan, terdapat 38.343 UMKM di Kota Medan (portal.pemkomedan.go.id, 2023). Seluruh sektor UMKM, termasuk makanan dan minuman, adalah yang paling terdampak.

Untuk mengatasi tantangan ini, pemanfaatan teknologi informasi menjadi kunci penting dalam memulihkan dan meningkatkan perekonomian UMKM. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah menggunakan media digital untuk pemasaran dan promosi, diantaranya menggunakan media digital seperti *Website*, *Platform Marketplace*, Google Bisnisku, Instagram, Facebook, dan TikTok yang sedang populer. (R. J. Naimah, M. W. Wardhana, R. Haryanto, A. Pebrianto. 2020)

UMKM di Kelurahan Kampung Baru dapat memperluas jangkauan pasar mereka secara efektif. Google My Business (GMB) adalah salah satu aplikasi yang sangat bermanfaat, disediakan oleh Google untuk membantu UMKM menampilkan informasi bisnis mereka dengan akurat. Memanfaatkan GMB, UMKM lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan di Google Maps, membuka peluang untuk mendapatkan ulasan positif serta menarik pelanggan baru yang pada akhirnya akan meningkatkan kunjungan dan penjualan (domainsia.com, 2019).

Penelitian ini berfokus di Kelurahan Kampung Baru, Kecamatan Medan Maimun, Provinsi Sumatera Utara, pengabdian ini berjudul "Pengaplikasian dan Pendampingan Digital Marketing menggunakan Aplikasi GMB terhadap UMKM di Kelurahan Kampung Baru, Kota Medan". Melalui program ini, diharapkan UMKM di Kelurahan Kampung Baru dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan Google Bisnisku untuk promosi, pemasaran, dan peningkatan penghasilan usaha mereka. Akhirnya, UMKM di Kelurahan Kampung Baru, Kota Medan akan mampu beradaptasi dan berkembang dalam era digital yang semakin maju ini.

Pada Peningkatan teknologi yang semakin maju ini, teknologi informasi berkembang pesat. Berbagai media sosial menyediakan fasilitas bagi banyak orang untuk mengelola dan mempromosikan usaha mereka secara virtual. Salah satu fasilitas tersebut adalah GMB. Banyak pengusaha yang memanfaatkan media sosial, dan GMB adalah alat gratis yang mudah digunakan dari Google untuk membantu pebisnis dan organisasi mengelola informasi mereka di Google, termasuk di Google Maps. Ada banyak manfaat yang bisa diperoleh dari pembuatan GMB, di antaranya:



Memudahkan konsumen mendapatkan informasi bisnis: Melalui GMB, konsumen dapat dengan mudah menemukan bisnis UMKM. Menurut Forbes.com, sebanyak 82% pengguna smartphone melakukan riset online sebelum melakukan pembelian. Oleh karena itu, pengusaha harus memberikan informasi yang jelas dan menarik untuk memikat konsumen melakukan pembelian. Selain itu, dengan mendaftarkan bisnis di GMB, bisnis akan secara otomatis muncul di Google Maps, sehingga memudahkan konsumen menemukan lokasi usaha.

Fitur analisis pelanggan: Pengusaha dapat menggunakan fitur Analytics untuk menganalisis pelanggan. GMB membantu pengusaha melihat performa bisnis mereka dibandingkan dengan bisnis lain, jumlah pelanggan yang melakukan pencarian dan menemukan bisnis, serta interaksi pelanggan dengan bisnis. Fitur ini juga memberikan informasi tentang bagaimana konsumen menemukan bisnis, sehingga pengusaha dapat menyesuaikan kata kunci pencarian agar bisnisnya lebih mudah ditemukan (Rowley, J., 2008).

Berkomunikasi dengan konsumen: GMB memungkinkan pengusaha untuk menampilkan ulasan dari konsumen yang telah menggunakan produk atau jasa mereka. Pengusaha dapat membaca dan merespons ulasan yang diberikan konsumen. Selain itu, pengusaha dan konsumen juga dapat mengunggah foto tentang aktivitas atau foto perusahaan di GMB. Sebanyak 45% konsumen akan melihat ulasan sebelum melakukan pembelian.

Selain manfaat besar dari Google My Business, pengusaha juga dapat memanfaatkan fungsinya sebagai berikut (domainesia.com, 2019):

1. Sebagai sumber informasi bisnis: GMB dapat menjadi sumber informasi terkait bisnis, mulai dari jam operasional, situs web, nomor telepon, hingga lokasi usaha.
2. Memudahkan interaksi dengan pelanggan: GMB memfasilitasi interaksi antara pemilik usaha dan pelanggan, di mana pelanggan dapat menuliskan ulasan tentang layanan atau produk yang mereka terima.
3. Alat promosi produk bisnis: GMB sangat membantu dalam proses pemasaran dan promosi produk usaha, terutama jika pengusaha menyertakan foto-foto terkait bisnis mereka, sehingga dapat membangun citra bisnis yang positif di mata pelanggan.

II. METODE

2.1. Sampel Penelitian

Pada sampel penelitian ini, terdapat 15 UMKM yang bergerak di berbagai bidang usaha seperti kuliner, jasa, properti, penjualan pulsa, dan alat kesehatan. Sampel dipilih menggunakan metode purposive sampling untuk memastikan adanya representasi yang beragam dari UMKM yang ada di Kelurahan Kampung Baru.

2.2. Instrumen Penelitian

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah panduan pendampingan dan pengajaran untuk menggunakan aplikasi GMB. Panduan ini mencakup langkah-langkah praktis untuk mendaftar dan mengaktifkan profil GMB, serta strategi pemanfaatan fitur-fitur GMB yang relevan untuk pemasaran dan promosi bisnis.



2.3. Prosedur Pengumpulan Data

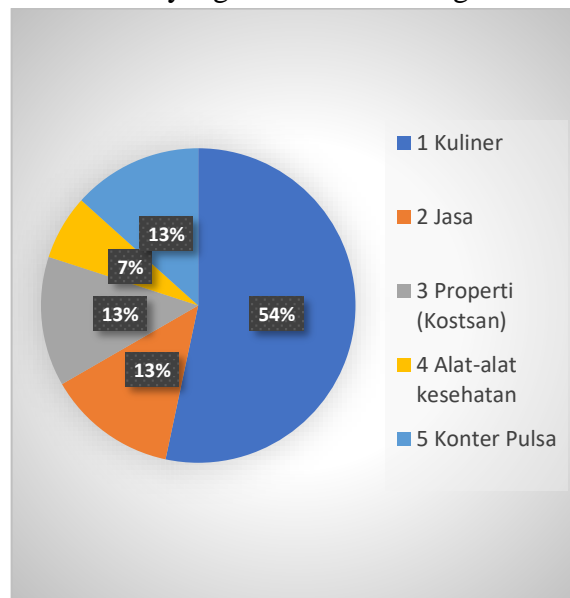
Pengumpulan data dilakukan melalui dua tahap utama. Tahap pertama melibatkan pendampingan langsung kepada mitra UMKM dalam proses pendaftaran dan aktivasi profil GMB mereka. Tahap kedua adalah pengumpulan data mengenai jumlah penayangan profil GMB setiap UMKM selama periode waktu tertentu, dengan menggunakan fitur analitik yang disediakan oleh GMB.

2.4. Analisis Data

Data mengenai penayangan profil GMB dari masing-masing UMKM dianalisis secara deskriptif untuk menilai dampak penggunaan GMB dalam meningkatkan visibilitas bisnis online. Analisis ini dilakukan dengan membandingkan jumlah penayangan antara UMKM yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat 15 sampel penelitian yang dijadikan sebagai sampel yang berlokasi di Kelurahan Kampung Baru Kota Medan yang terdiri dari berbagai bidang bisnis:



Gambar 1. Gambar Bidang Usaha Mitra UMKM

Dilihat pada Gambar di atas, Mitra UMKM yang menjadi Objek dalam Pengabdian ini dengan total 15 UMKM di dominasi oleh UMKM pada bidang kuliner yaitu 8 UMKM (54%), Bidang Jasa 2 UMKM (13%), Bidang Properti 2 UMKM (13%), Bidang Konten Pulsa 2 (13%), Bidang Alat Kesehatan 1 (75). Lebih detail lagi, berikut adalah list Mitra UMKM dengan Nama, Alamat, dan Link Google Map dari GMB yang sudah dihasilkan. bagian ini berisi analisa, hasil serta pembahasan dari topik penelitian, yang bisa di buat terlebih dahulu metodologi penelitian. Bagian ini juga merepresentasikan penjelasan yang berupa penjelasan, gambar, tabel dan lainnya.

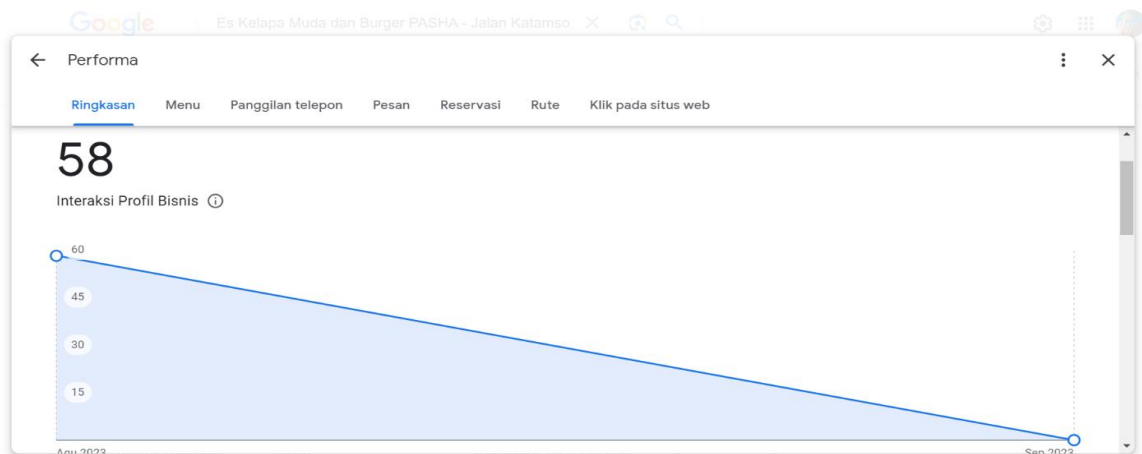


Pada saat peneltiian berlangsung, Mitra UMKM terlihat sangat senang dan antusias, hal ini dikarenakan Mitra UMKM merasa dipermudah dan dibantu terlebih tanpa mengeluarkan uang sepeserpun, terlebih Mitra UMKM langsung terdaftar di Google Map berkat dari Aplikasi GMB. Maka salah satu manfaatnya sudah dapat dirasakan dan langsung dapat dibuktikan.

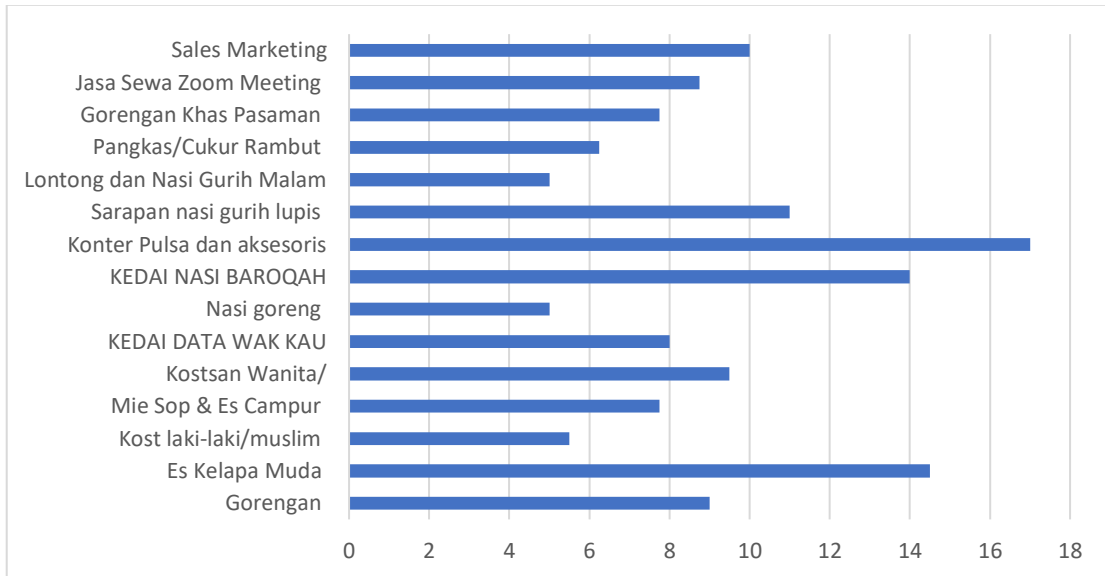
Evaluasi GMB

Salah satu fitur pada GMB ad akita dapat mengetahui seberapa banyak penayangan yang didapatkan oleh GMB milik UMKM yang sudah mendaftar, dari hal ini pula, dapat menjadi indicator keberhasilan dan kemanfaatan dari pengabdian ini terhadap usaha UMKM, berikut adalah contoh yang terlihat pada salah satu GMB UMKM Es Kelapa Muda dan Burger Pasha dengan jenjang Waktu 7 hari.

Dapat dilihat pada gambar diatas bahwa terjadi estimasi 58 penayangan yang berarti kunjungan yang terjadi ke halaman GMB UMKM penncarian di internet adalah sebanyak 58, karena estimasi penayangan berdasarkan dari kunjungan halaman GMB (support.google.com, 2023), selanjutnya kami akan memberikan data tabel jumlah penayangan yang didapat dalam jenjang waktu 7 hari bedasarkan masing-masing dari 15 UMKM yang menjadi target pengabdian ini.



Gambar 2. Tampilan Estimasi Penayangan di GMB



Gambar 3. Evaluasi Estimasi Hasil Penayangan GMB dalam jenjang waktu 7 hari

Dapat dilihat pada tabel penayangan GMB yang didapat dari 15 Mitra UMKM penayangan pada jenjang waktu 7 hari memiliki total penayangan 139, dengan penayangan terbesar adalah 15 dan terkecil adalah 5 penayangan. Hal ini tentu sangat membantu bagi UMKM karena para Pelaku UMKM tidak perlu mengupdate secara rutin atau bahkan update sama sekali dan akan tetap tersedia secara lifetime atau sampai Google merubah kebijakannya. Penggunaan GMB ini termasuk pada salah satu program keberlanjutan, maka secara kontinuitas para UMKM akan terus mendapat penayangan setiap hari karena memanfaatkan Digital Marketing melalui GMB untuk mendatangkan konsumen ke usahanya lebih banyak lagi.

Pelaksanaan penelitian ini, tim mengunjungi 15 UMKM di Kelurahan Kampung Baru yang mewakili berbagai bidang usaha. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa penggunaan GMB memberikan peningkatan visibilitas yang signifikan bagi UMKM. Penayangan GMB tertinggi adalah 15 tampilan dan terendah 5 tampilan dalam jangka waktu 7 hari. Hal ini membuktikan bahwa GMB dapat membantu UMKM dalam menjangkau lebih banyak pelanggan tanpa perlu terus-menerus mengupdate informasi bisnis

IV. KESIMPULAN

Bagian Analisis tentang peningkatan pemasaran online pariwisata berkelanjutan melalui penggunaan Google My Business (GMB) dalam studi kasus UMKM di Kelurahan Kampung Baru, Kota Medan, menunjukkan dampak yang signifikan, terutama di sektor pariwisata. Melalui pendampingan langsung kepada 15 UMKM di Kelurahan Kampung Baru, Kota Medan, kami berhasil membantu mereka untuk mendaftar dan mengaktifkan profil GMB. Penelitian ini



menunjukkan bahwa penggunaan GMB secara efisien mampu meningkatkan eksposur online UMKM.

Terkait eksposur, UMKM menjadi lebih mudah ditemukan oleh wisatawan potensial melalui Google Maps dan mesin pencari Google. Dampaknya tidak hanya terlihat dalam peningkatan jumlah pelanggan atau penjualan, tetapi juga dalam potensi meningkatkan industri pariwisata lokal. Akses informasi yang lebih mudah melalui GMB membuat Kelurahan Kampung Baru menjadi tujuan yang lebih menarik dan mudah dijangkau bagi wisatawan.

Konteks bidang pariwisata, pemanfaatan GMB oleh UMKM di Kelurahan Kampung Baru, Kota Medan, memiliki potensi besar untuk mempromosikan kekayaan budaya, kuliner, dan kerajinan lokal. Dengan demikian, selain membantu meningkatkan pendapatan UMKM, penggunaan GMB juga dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan sektor pariwisata lokal. Hal ini juga membuka peluang bagi kelurahan tersebut untuk berkembang sebagai destinasi wisata yang menarik bagi wisatawan regional dan internasional.

Mendorong penggunaan GMB dan mendukung perkembangan pariwisata lokal, diharapkan Kelurahan Kampung Baru, Kota Medan, dapat tumbuh menjadi tujuan wisata yang lebih populer dan kompetitif, baik dalam skala regional maupun nasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi berharga dalam penelitian ini. Pertama, kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pemilik UMKM di Kelurahan Kampung Baru, Kota Medan, yang telah bersedia meluangkan waktu dan berpartisipasi dalam kegiatan pendampingan ini. Tanpa keterlibatan dan antusiasme mereka, penelitian ini tidak akan dapat berjalan dengan lancar.

Kami juga berterima kasih kepada pemerintah setempat, Kelurahan Kampung Baru dan pihak-pihak yang terkait yang telah memberikan izin dan dukungan moral selama proses penelitian ini. Dukungan dari pemerintah Kelurahan Kampung Baru dan instansi terkait sangat berperan penting dalam memastikan kelancaran setiap tahapan penelitian, khususnya dalam memfasilitasi akses dan koordinasi dengan para pelaku UMKM.

Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada rekan-rekan peneliti dan tim pendamping yang telah bekerja sama dengan penuh dedikasi dalam mendampingi UMKM, baik dalam proses pendaftaran hingga aktivasi Google My Business (GMB). Kerja keras dan komitmen mereka sangat membantu dalam mencapai hasil yang diharapkan, yakni meningkatkan eksposur online UMKM serta mendukung pengembangan pariwisata lokal.

Akhirnya, kami juga berterima kasih kepada pihak Google yang telah menyediakan platform Google My Business, yang menjadi alat penting dalam penelitian ini. Tanpa dukungan teknologi dari GMB, peningkatan pemasaran online pariwisata berkelanjutan di Kelurahan Kampung Baru tidak akan dapat terealisasi dengan optimal.



Ucapan terima kasih yang tulus ini, kami berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat nyata bagi pengembangan UMKM dan sektor pariwisata di Kelurahan Kampung Baru, serta memberikan inspirasi bagi inisiatif serupa di daerah lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Awangga, R. M., Sumarna, D., Hilman, T., Kariem, M., & Ardi, M. (2020). Pelatihan Google Bisnisku Dalam Rangka Pemetaan Digital Ukm di Desa Wangunharja. *Merpati: Media Publikasi Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Pos Indonesia*, 1(2), 47-49.
- domainsia.com. (2019). <https://www.domainsia.com/berita/website-gratis-google-bisnisku/>. (R. Patria, Editor) Retrieved 2023
- Geovanne Farell, Thamrin, Novid Igor. 2019. Pelatihan Pemanfaatan Digital marketing Dalam Pengembangan Pemasaran dan Kewirausahaan UKM Pada Kota Sawahlunto. *Suluh Bendang: Jurnal Ilmiah*
- kominfo.go.id. (2020, 10). https://www.kominfo.go.id/content/detail/29885/masuki-era-revolusi-industri-40-indonesia-perlu-manfaatkan-teknologi-digital/0/berita_satker. (Kementerian Komunikasi dan Informatika RI) Retrieved 2023, from <https://www.kominfo.go.id/>.
- Orenzi, B. (2018). <https://www.boc.web.id/manfaat-google-bisnisku-meningkatkan-rangking-bisnis/> diakses 10 September 2021
- Patria. R, 2021. <https://www.domainsia.com/berita/website-gratis-google-bisnisku/> diakses 10 September 2021
- portal.pemkomedan.go.id. (2023, Juni 16). https://portal.pemkomedan.go.id/berita/202-umkm-tembus-ekspor-2023-nyusul-10-umkm-lagi_read3250.html. Retrieved 2023
- R. J. Naimah, M. W. Wardhana, R. Haryanto, A. Pebrianto. 2020. *Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. Jurnal IMPACT Implement. Action*, vol. 2, no. 2, p. 39, 2020, doi:10.31961/impact.v2i2.844.
- Rowley, J., 2008, *Understanding Digital Content Marketing. Journal of Marketing Management*, Volume 24, 2008 - Issue 5-6, pp. 517-540.
- support.google.com. (2023). <https://support.google.com/business/answer/9918094?hl=id>. Retrieved 2023