

PELATIHAN DIGITAL MARKETING MENGGUNAKAN GOOGLE MY BUSINESS PADA UMKM GONDANGLEGI KABUPATEN MALANG

Susilowati Rahayu, Ninda Putri Kanisya, Rima Fatmawati
Prodi Akuntansi STIE Cendekia Bojonegoro
susilowatirahayu15@gmail.com

Info Artikel	Abstrak
<p>Article History: Received: 20 Desember 2022 Revised: 10 Januari 2023 Accepted: 15 Januari 2023</p>	<p><i>MSMEs play an important role in the economy in Indonesia, as they are related to job creation, poverty alleviation, contribution to innovation and a country's gross domestic product. However, many of the MSME businesses face challenges and often fail in a short period of time. Among the challenges faced by MSMEs are related to effective products and marketing methods. Use of the internet allows information to flow freely between buyers and sellers, eliminating costs from business processes and increasing customer choice. Adoption of technology for marketing is very important for the survival of small businesses. The method used is the Google My Business training method for Gondanglegi MSMEs. With the aim of educating about technology, so that technology does not become an obstacle, but becomes an aid for later development. Initial training enrolling in Google My Business and how to use it. By registering on Google My Business, these MSMEs will become known or easily accessible</i></p>
<p>Keywords: <i>MSMEs, Digital Marketing, Google My Business</i></p>	

PENDAHULUAN

Terdapat banyak penelitian yang mengemukakan pentingnya peran dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional dan pentingnya penggunaan sebuah teknologi bagi UMKM dalam melakukan operasional kesehariannya. UMKM memainkan peran penting dalam ekonomi di Indonesia, karena terkait dengan penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, kontribusi pada inovasi dan produk domestik bruto suatu negara. Namun banyak dari bisnis UMKM menghadapi tantangan dan sering gagal dalam waktu singkat. Tantangan yang dihadapi oleh UMKM ini diantaranya adalah terkait dengan produk dan cara pemasaran yang efektif. (Cant & Wiid, 2016).

Dalam perkembangan dunia digital saat ini, terdapat tantangan baru yang dihadapi dalam dunia UMKM berkaitan dengan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Pola pemasaran dalam bisnis telah berubah dengan cepat. Keberadaan internet saat ini mengarah kegiatan komersial dimana pelanggan dapat melakukan transaksi melalui berbagai aplikasi. (Kurniawan & Asharudin, 2018). Internet telah mengubah cara organisasi menyusun diri, dan mengubah hubungan pelanggan dengan perusahaan.

Penggunaan internet ini memungkinkan informasi mengalir bebas antara pembeli dan penjual, menghilangkan biaya dari proses bisnis dan meningkatkan pilihan pelanggan. Adopsi teknologi untuk pemasaran menjadi sangat penting untuk kelangsungan usaha kecil.

Menurut beberapa penelitian, sebenarnya telah terdapat keinginan yang kuat dari UMKM untuk mengadopsi teknologi dalam pemasaran. Namun terdapat permasalahan teknis yang dihadapi oleh UMKM sehingga pemanfaatan teknologi ini kurang berjalan dengan baik. Dengan demikian, dengan adanya pelatihan ini diharapkan bisa menjadi solusi bagi pemilik UMKM dalam menentukan strategi pemasaran yang akan digunakan dalam memaksimalkan promosi barang/jasa yang mereka tawarkan.

METODE

Pelatihan Google My Business ini dilakukan melalui metode presentasi, ceramah, diskusi dan langsung praktek penggunaan fitur Google My Business. Metodepelaksanaannya adalah

1. Peserta pelatihan membuat akun Google My Business
2. Peserta pelatihan mesetting akun Google My Business sesuai dengan bisnismereka
3. Pemateri memberikan cara dan tips agar memaksimalkan dari Google MyBusiness agar bisnis dari peserta workshop bisa semakin naik.

Pelatihan dilaksanakan secara bertahap dimulai tahap persiapan pada awal Agustus 2020. Selanjutnya dilaksanakan sebanyak 4 pertemuan, dimulai dari rangkaian pelaksanaan pelatihan penentuan HPP oleh tim dosen dari UPN Jawa Timur pada pertemuan 1 dan 2. Sedangkan pada pertemuan 3 dan 4 dilaksanakan oleh Mahasiswa UPN Jawa Timur untuk materi pemasaran digital ini.

Pada akhir acara, dilakukan penutupan dan evaluasi. Seluruh peserta diminta untuk mereview kembali materi yang sudah diberikan. Antusiasme peserta lumayan tinggi terbukti dengan banyaknya pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada pemateri.



Gambar 1. Contoh Modul Pelatihan Yang Diberikan



Gambar 2. Contoh Modul Pelatihan Yang Diberikan

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Target pelatihan ini adalah para pengusaha UMKM yang merupakan anggota dari Koperasi Wanita Bina Sejahtera yang berada di Desa Sukorejo Kecamatan Gondanglegi Kabupaten Malang. Jenis Usaha UMKM meliputi makanan dan minuman, kerajinan tangan atau hand made, toko sembako, kos-kosan, selanjutnya akan dipilih UMKM di sektor industry makanan minuman saja. Pertimbangannya jumlahnya lebih banyak dibandingkan dengan jenis usaha dagang dan jasa.

Permasalahan strategis yang dihadapi oleh UMKM di Desa Sukorejo Kecamatan Gondanglegi Kabupaten Malang adalah kurang pemahaman terkait media promosi digital saat ini. Promosi digital menjadi sangat penting dimana mayoritas calon pembeli saat ini semua sudah mengandalkan teknologi dalam kesehariannya dan membantu mereka menentukan barang apa yang akan mereka beli. Dengan minimnya promosi digital yang mereka lakukan saat ini, berdampak secara langsung kepada omset penjualnya. Sebagian besar masih menggunakan cara-cara lama ataupun media offline untuk promosi seperti brosur atau mouth to mouth. Kondisi tersebut disinyalir kurangnya pemahaman atas unsur-unsur media promosi yang sebenarnya bisa mereka maksimalkan melalui ponsel pintar yang mereka miliki saat ini. Dengan adanya pelatihan tersebut diharapkan menjadi salah satu solusi jitu yang bisa dilakukan mereka terlebih disaat pandemi/pembatasan sosial saat ini.

Tabel 1. Pengguna Digital Marketing di UMKM Gondanglegi

	Facebook	Instagram	Google My Business
Pengguna di UMKM Gondanglegi	90%	25%	5 %

Mengapa menggunakan Google My Business?

1. Google sebagai search engine yang memiliki platform Google My Business, mempermudah UMKM untuk beriklan hanya dengan mencantumkan nama

- serta usahanya pada Google My Business. Dengan begitu Usaha para pelaku usaha dapat dengan mudah ditemukan
2. Google My Business juga terhubung dengan salah satu platform lain, yaitu Google Maps. Yang memudahkan pelanggan yang membutuhkan usaha jasa atau dagang tersebut untuk menemukan tempat usaha tersebut
 3. Salah satu keunggulan Google My Business adalah fasilitas website gratis. Website ini sangat berguna untuk menampilkan data – data tentang usaha jasa atau dagang para pengguna Google My Business. Informasi tersebut berguna terutama untuk mereka yang ingin mengetahui jam buka usaha, ketersediaan barang atau mungkin nomor kontak pengusaha.
 4. Google My Business juga menyediakan fitur untuk pelanggan usaha memberikan ulasan terhadap usaha dagang atau jasa pengguna Google My Business. Hal tersebut telah menjadi salah satu strategi marketing. Karena semakin banyak ulasan berupa komentar ataupun ulasan. Maka tempat dan usaha pengguna Google My Business semakin dapat dipercaya.
 5. Google My Business juga memiliki berbagai kemudahan. Terutama dalam penggunaan dan pendaftarannya. Google My Business hanya membutuhkan alamat, nomor telepon dan email yang valid untuk pendaftarannya. Sehingga, Google My Business dapat menghubungkan pengguna dengan pelanggan melalui chat. Kemudian dapat menghubungkan pengguna dengan pelanggan untuk reservasi, pesan online, beli ataupun daftar hanya dengan satu tombol.



Gambar 3. Foto Kegiatan Pelatihan

Dampak yang diberikan dari pelatihan ini adalah lahirnya media promosi baru bagi UMKM di Gondanglegi. Ketika promosi mereka muncul didalam halaman pencarian utama dunia maya baik google search maupun gmaps, maka diharapkan bisa menaikkan omzet penjualannya dan menjadikan brand produk mereka makin dikenal oleh para calon pembeli.

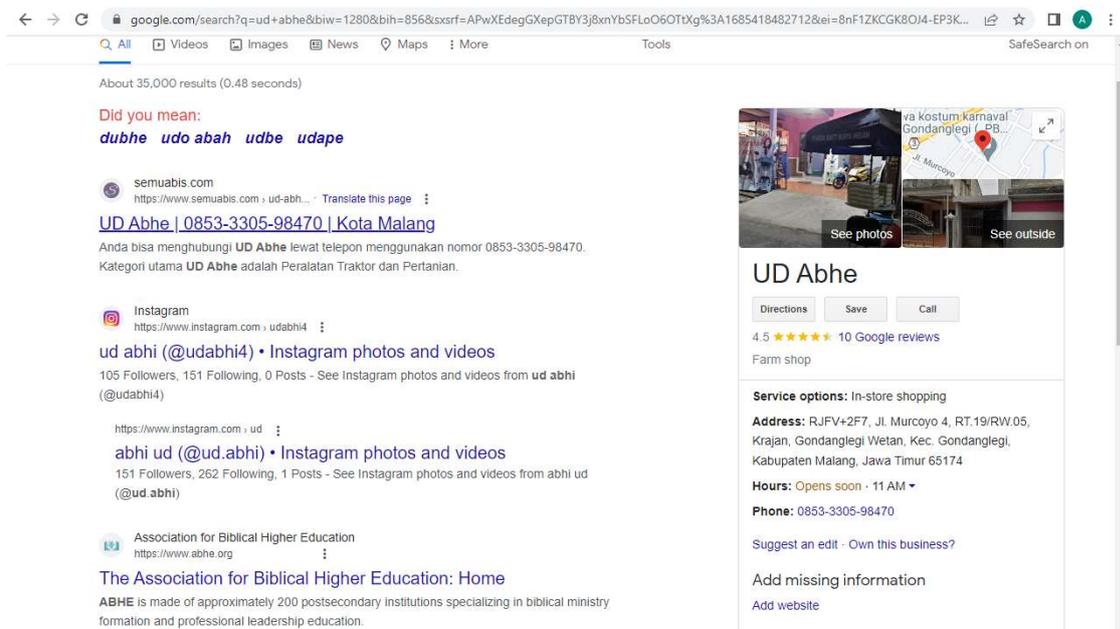
SIMPULAN

Dalam kegiatan pelatihan ini selain diberi materi tentang ilmu pemasaran dan digital marketing dengan metode ceramah, diskusi, dan tanya jawab. Pelaku UMKM yang hadir juga mempraktekkan bagaimana membuat Google My Business, tata cara menaikkan rating share. Secara umum, gambaran kegiatan pelatihan ini secara ringkas:

1. Adapun peserta pelatihan adalah peserta dari kalangan UMKM Kecamatan Gondanglegi Kabupaten Malang.
2. Materi pelatihan yang dipraktikkan adalah Pengenalan Digital Marketing dan jugapraktik Pembuatan Google My Business Untuk Pemanfaatan Promosi
3. Pemateri workshop adalah tim dosen dan mahasiswa Akuntansi–STIE Jayanegara Tamansiswa Malang.

Kesimpulan dari materi ini, digital marketing diperlukan untuk memperluas promosi semua produk yang dijual oleh para pelaku UMKM, sehingga dapat meningkatkan *income*/pendapatan dan mengundang lagi banyak calon konsumen untuk memesan produk di akun Google My Business. Pengertian digital marketing disini adalah menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. Aplikasi Google My Business atau akun Google My Business merupakan fitur gratis yang disediakan oleh google untuk mengelola bisnis para pelaku UMKM.

Dengan didaftarkannya pelaku UMKM di Google My Business, memudahkan calon pembeli/konsumen yakin akan usaha yang dijalankan pelaku UMKM dikarenakan terdapat alamat yang dapat di akses lewat google map(gmap), dan dapat diketahui bentuk usaha dari pelaku UMKM dikarenakan terdapat link media sosial dari Google MyBusiness dan juga terdapat tombol telepon untuk memudahkan komunikasi dengan calon pembeli. Adapun gambaran hasil akhir bentuk Google My Business yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Promosi UMKM (UD Abhe)

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan banyak terima kasih khususnya kepada STIE Jayanegara Tamansiswa Malang yang telah membiayai program ini melalui Skim Pikat dan Ketua UMKM Kecamatan Gondanglegi Kabupaten Malang serta semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung.

DAFTAR PUSTAKA (12pt)

- Hansen dan Mowen. (2017). *Akuntansi Manajemen* (Edisi 4). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- LKPJ. (2017). Laporan Keterangan Pertanggungjawaban Akhir Tahun Jawa Timur Tahun Anggaran 2017. Retrieved from : <http://jatimprov.go.id/read/berita>.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Setiawan, T. F., Suharjo, B., & Syamsun, M. (2019). Strategi Pemasaran Online UMKM Makanan (Studi Kasus di Kecamatan Cibinong). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*. <https://doi.org/10.29244/mikm.13.2.116-126>
- Susanti, N. (2018). Perancangan E-Marketing UMKM Kerajinan Tas. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*.