



Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing dan Manajemen Kewirausahaan bagi Pelaku UMKM dengan menggunakan Aplikasi Google My Business

Arafat Febriandirza^{1*}, Faldy Irwiensyah¹, Firman Noor Hasan¹, Prastika Indriyanti²

¹Prodi Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jl. Tanah Merdeka No. 6, Kp Rambutan, Ciracas, Jakarta Timur, Indonesia 13830

²Prodi Teknik Informatika, Universitas Mercu Buana, Jl. Meruya Selatan No. 1, Kembangan, Jakarta Barat, Indonesia 11650

*Email koresponden: arafat@uhamka.ac.id

ARTICLE INFO

Article history

Received:

Accepted:

Published:

Kata kunci:

Digital Marketing,
Google My Business,
Manajemen
Kewirausahaan,
Pelatihan,
UMKM

ABSTRAK

Pendahuluan: Tujuan kegiatan pengabdian ini dilatarbelakangi permasalahan mitra yang meliputi: (a) Kurangnya ilmu digital marketing yang dimiliki oleh pelaku UMKM sebagai sarana untuk menarik minat konsumen dengan teknologi informasi. (b) Perlu peningkatan pengetahuan pelaku UMKM dalam manajemen kewirausahaan untuk meningkatkan penjualan produk dalam skala yang lebih luas. **Tujuan:** Kegiatan ini bertujuan untuk membantu masalah yang dihadapi UMKM Tahu Sumedang Gurih. Adapun solusi yang ditawarkan ialah memberi pelatihan pemanfaatan digital marketing dan manajemen kewirausahaan dengan menggunakan aplikasi Google My Business. **Metode:** Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah UMKM Tahu Sumedang Gurih, dan peserta yang mengikuti pelatihan sebanyak tujuh orang. Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah dari Identifikasi Masalah Bersama Mitra, Perumusan Permasalahan Mitra Bersama Mitra, Perumusan Solusi Permasalahan Mitra Bersama Mitra, Penyusunan Materi dan Instrumen, Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan dan Sosialisasi, Pendampingan, Evaluasi Program Bersama Mitra, serta Penyusunan Laporan dan Luaran. Hasil dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini yaitu memberikan pemahaman tentang pemanfaatan digital marketing dan manajemen kewirausahaan dengan menggunakan Google My Business. **Kesimpulan:** Dengan adanya kegiatan pengabdian ini, mitra akan menjadi terbiasa menggunakan aplikasi Google My Business, sehingga ketika mitra menjalankan digital marketing dapat membantu meningkatkan penjualan produk dalam skala lebih luas.

ABSTRACT



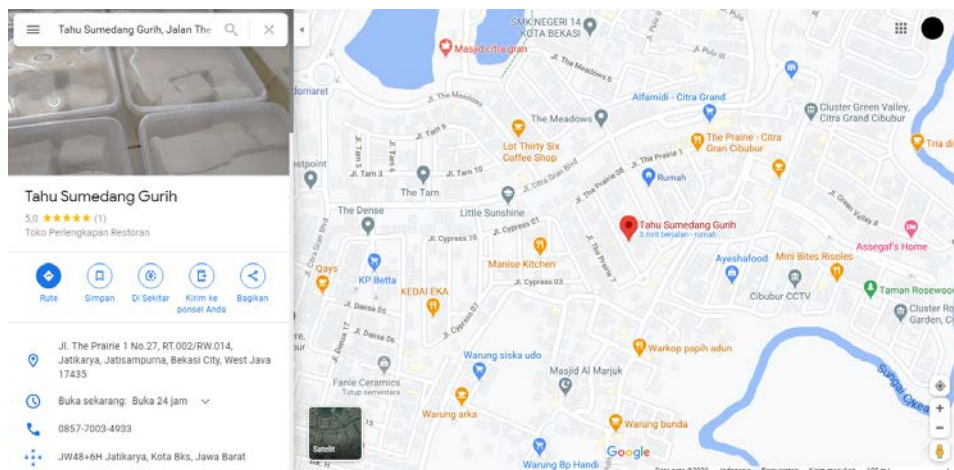
© 2021 by authors. Lisensi Jurnal Solma, UHAMKA, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license.

PENDAHULUAN

Saat ini, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia memegang peranan yang cukup penting sebagai penggerak roda perekonomian negara (Irawan & Prilianti, 2020). Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) yang terjadi saat ini berdampak pada semua sektor, salah satunya adalah sektor ekonomi, yang mana paling merasakan dampaknya adalah pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Pandemi Corona ini menimbulkan ancaman terhadap pendapatan UMKM karena kesulitan menjalankan usahanya, terutama dalam penjualan produk dan pemasaran yang dilakukan secara offline (Suprayogi & Razak, 2019). Dengan perkembangan teknologi informasi saat ini, pelaku usaha perlu menambah atau mengubah metode penjualan dan pemasarannya secara online (Febriandirza, 2020). Usaha yang dilakukan secara online dapat

menambah jangkauan pemasaran sekaligus memperoleh calon pelanggan baru dalam skala lebih luas (Zulpahmi dkk, 2018)

UMKM “Tahu Sumedang Gurih” merupakan usaha mikro kecil dan menengah yang melakukan proses penjualan Tahu Sumedang mentah dalam kemasan, usaha ini bermula karena hampir semua penduduk Indonesia menyukai produk olahan tahu. Target awal dari Tahu Sumedang Gurih adalah warga sekitar lingkungan tempat produksi dan daerah cibubur dan sekitarnya. Produk ini baru dipasarkan menggunakan media sosial Whatsapp, Facebook serta Instagram, dan ternyata respon cukup banyak dan masih eksis hingga saat ini. UMKM “Tahu Sumedang Gurih” yang beralamat di Jl. The Prairie 6 No. 27 Citra Gran Cibubur memiliki target pasar adalah komplek perumahan di seputaran lokasi, karena secara kualitas dan kemasan dibuat lebih menarik dan bersih, adapun menggunakan jasa deliveri order Ojek Online, serta untuk radius s/d 3km gratis ongkos kirim. Adapun tagline UMKM “Tahu Sumedang Gurih ialah “diantar kerumah”.



Gambar 1 Peta Lokasi UMKM Tahu Sumedang Gurih

Gambar 2 Produk Tahu Sumedang Gurih



Selama masa pandemi Covid-19, pemerintah memberlakukan WFH (Work From Home), LFH (Learn From Home), PFH (Pray From Home) sehingga membawa dampak perubahan terhadap perilaku manusia baik itu dari segi ekonomi, kualitas ibadah, pembelajaran, dan lain-lain. Hal ini membawa dampak terhadap aktivitas penjualan dan pemasaran UMKM “Tahu Sumedang Gurih”, yang membuat para pelaku UMKM dituntut untuk melakukan aktivitas penjualan secara daring/online. Pakar pemasaran Yuswohadi mengungkapkan bahwa pelaku UMKM harus mampu memanfaatkan perkembangan digital dengan maksimal (Maulana, 2017).

Kegiatan pemasaran produk lebih banyak menggunakan media Whatsapp Group. Sebelum Pandemi dimana semua kegiatan berjalan Normal Omzet rata-rata perbulan Tahu Sumedang Gurih Rp. 15 – 18 juta/bulan. Dimasa 4 bulan awal Pandemi dimana PSBB berlaku dan semua kegiatan masyarakat dilakukan dirumah Omzet Tahu Sumedang Gurih mengalami penurunan rata-rata Rp. 14 juta/bulan. Ketika PSBB sudah agak longgar dan beberapa perkantoran, mall, rumah makan dll sudah mulai beraktivitas, Omzet Tahu Sumedang Gurih berkisar Rp. 13 juta/bulan. Hingga Sampai bulan September hingga Oktober turun sekitar Rp.12 juta/bulan. Pemanfaatan aplikasi Google My Business diharapkan dapat meningkatkan Omzet seperti masa sebelum pandemi Covid-19, yaitu Rp. 15 – 18 juta / bulan. Dengan menggunakan aplikasi Google My Business diharapkan juga dapat memperluas area lokasi pemasaran hingga JABODETABEK dan sekitarnya.

MASALAH

UMKM “Tahu Sumedang Gurih” terletak di kota Cibubur yang merupakan salah satu kota yang rawan terhadap penyebaran virus Covid-19, sehingga seringkali Pemerintah menerapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) untuk masa yang lama. Dari hasil survei kami ke UMKM “Tahu Sumedang Gurih”, maka kendala yang ditemui di lapangan adalah: (a) Kurangnya ilmu digital marketing yang dimiliki oleh pelaku UMKM sebagai sarana untuk menarik minat konsumen dengan teknologi informasi; (b) Minimnya kemampuan dan pengetahuan pelaku UMKM dalam manajemen kewirausahaan untuk meningkatkan penjualan produk dalam skala yang lebih luas.

Oleh karena itu, bentuk pelatihan pemanfaatan digital marketing dan manajemen kewirausahaan dengan menggunakan Google My Business menjadi solusi tepat untuk diberikan kepada para pelaku UMKM agar dapat melakukan pemasaran dengan lebih luas (Purwana dkk, 2017). Aplikasi Google My Business sangat membantu dalam pengembangan usaha. Google My Business juga mempermudah seseorang mencari informasi tentang bisnis masyarakat (Dwiarta, 2017). Google My Business adalah salah satu platform yang disediakan oleh google. Dimana platform ini memberikan manfaat berupa penampilan dalam pencarian di perangkat apapun, baik smartphone maupun desktop (Sulastri, 2019). Google My Business juga menampilkan posisi tempat usaha di google map (Sipayung & Priyanto, 2019).

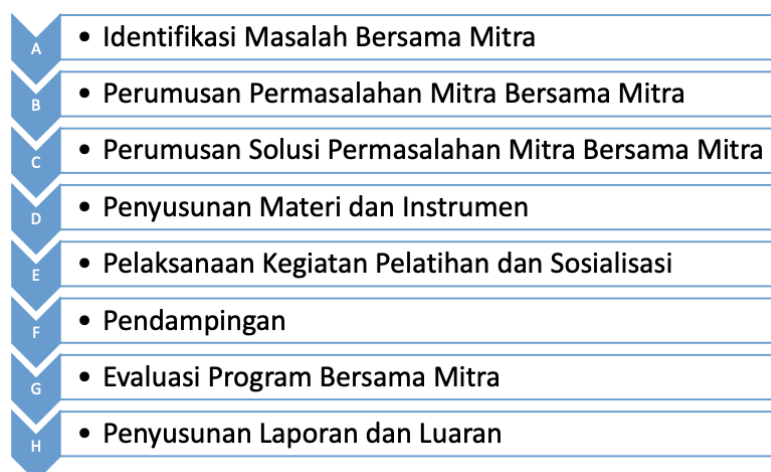
METODE PELAKSANAAN

Untuk memperluas promosi semua produk yang dijual oleh para pelaku UMKM, maka diperlukan digital marketing sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan mengundang lagi banyak calon konsumen untuk memesan produk di akun Google My Business. Digital marketing adalah penggunaan teknologi informasi dan internet untuk meningkatkan dan memperluas fungsi marketing tradisional (Urban, 2003). Aplikasi Google My Business merupakan fitur yang

disediakan oleh google untuk mengelola bisnis para pelaku UMKM secara gratis (Hasdar dkk, 2019). Kegiatan pengabdian ini berupa pelatihan pemanfaatan digital marketing dan manajemen kewirausahaan kepada pelaku UMKM “Tahu Sumedang Gurih” dengan menggunakan Google My Business. Kegiatan dilakukan selama 3 bulan dengan jumlah peserta sebanyak 7 orang dari UMKM “Tahu Sumedang Gurih”.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara daring/online. Bentuk kegiatan dalam pengabdian ini yaitu dengan memberikan materi pelatihan yang meliputi pemahaman tentang pemanfaatan digital marketing dan manajemen kewirausahaan menggunakan Google My Business.

Tahapan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut :



Gambar 3 Alur Metode Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Adapun penjelasan langkah-langkah kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Identifikasi Masalah Bersama Mitra

Pada tahap pertama, tim melakukan survei dan observasi terkait dengan mitra. Setelah itu, hasil observasi disampaikan kepada mitra sekaligus berdiskusi bersama tentang masalah yang ditemukan tim. Selanjutnya, mitra melengkapi informasi mengenai aspek-aspek yang belum terdapat di survei dan observasi tim.

b. Perumusan Permasalahan Mitra Bersama Mitra

Perumusan Permasalahan Mitra Bersama Mitra Pada tahap kedua, tim merumuskan permasalahan utama untuk diprioritaskan dalam menyelesaikan masalah yang telah diidentifikasi pada tahap pertama. Berdasarkan perumusan masalah maka dua pokok kegiatan telah disepakati yang akan dilakukan tim kepada dan atau bersama mitra, antara lain; segi pemasaran, yaitu minimnya pengetahuan tentang pemasaran online dengan digital marketing; dan segi manajemen, yaitu minimnya pengetahuan pengelolaan manajemen berbasis aplikasi.

c. Perumusan Solusi Permasalahan Mitra Bersama Mitra

Berdasarkan perumusan masalah yang dilakukan maka tahap ketiga, yaitu perumusan solusi permasalahan. Maka solusi yang dilakukan kepada mitra adalah yaitu Peningkatan kemampuan mitra dalam pemasaran online dengan menggunakan aplikasi Google My Business, serta peningkatan keterampilan mitra menggunakan aplikasi dalam manajemen kewirausahaan dengan menggunakan aplikasi Google My Business.

d. Penyusunan Materi dan Instrumen yang Mendukung



Menyusun materi kegiatan pelatihan merupakan kegiatan pada tahap keempat. Materi yang disusun sesuai dengan kebutuhan mitra. Pada tahap ini, instrument lain pun digunakan untuk menunjang setiap materi yang disampaikan agar produsen memahami setiap materi dengan tepat dan dapat melaksanakan pelatihan.

e. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan dan Sosialisasi

Tahap kelima yaitu pelaksanaan pelatihan dan sosialisasi. Pelatihan dan sosialisasi dilakukan kepada mitra secara virtual. Tim pengusul melakukan pelatihan kepada mitra dengan cara demonstrasi langsung melalui video conference (Zoom Meeting) tentang penggunaan aplikasi Google My Business dalam memasarkan hasil produksi, sehingga meningkatkan kemampuan mitra dalam digital marketing. Tim pengusul memberikan sosialisasi dan pelatihan tentang penggunaan aplikasi Google My Business dalam manajemen kewirausahaan, sehingga meningkatkan kemampuan mitra dalam manajemen kewirausahaan.

f. Pendampingan

Tahap keenam adalah pendampingan. Tim akan mendampingi mitra dari semua tahap solusi permasalahan yaitu Peningkatan kemampuan mitra dalam pemasaran online dengan digital marketing, dan Peningkatan keterampilan mitra menggunakan aplikasi Google My Business dalam manajemen kewirausahaan.

g. Evaluasi Program Bersama Mitra

Tahap ketujuh melakukan evaluasi program. Tim dan mitra akan bersama melakukan evaluasi dari kegiatan yang telah dirancang dan dilakukan.

h. Penyusunan Laporan dan Luaran

Tahap delapan menjadi tahap terakhir yaitu penyusunan laporan dan luaran. Tim pengusul menyusun laporan untuk kepentingan pelaporan atau lainnya. Selain itu, kegiatan tersebut akan dibuat menjadi artikel di jurnal/prosiding, berita di media online, dan video kegiatan yang ditayangkan di Youtube.

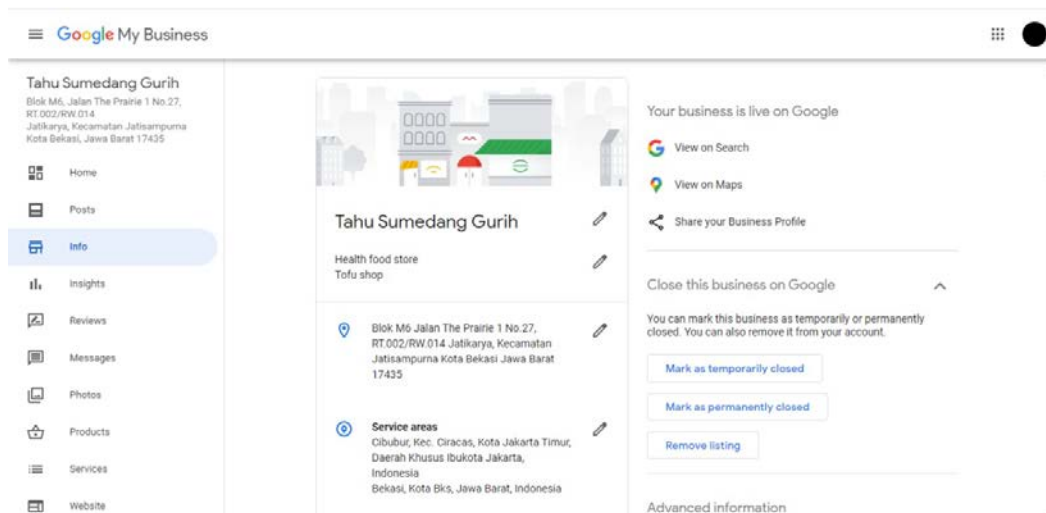
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian adalah aplikasi Google My Business yang digunakan sebagai tools untuk pemasaran dan penjualan secara online serta kemampuan pelaku UMKM dalam manajemen kewirausahaan dengan menggunakan aplikasi Google My Business.

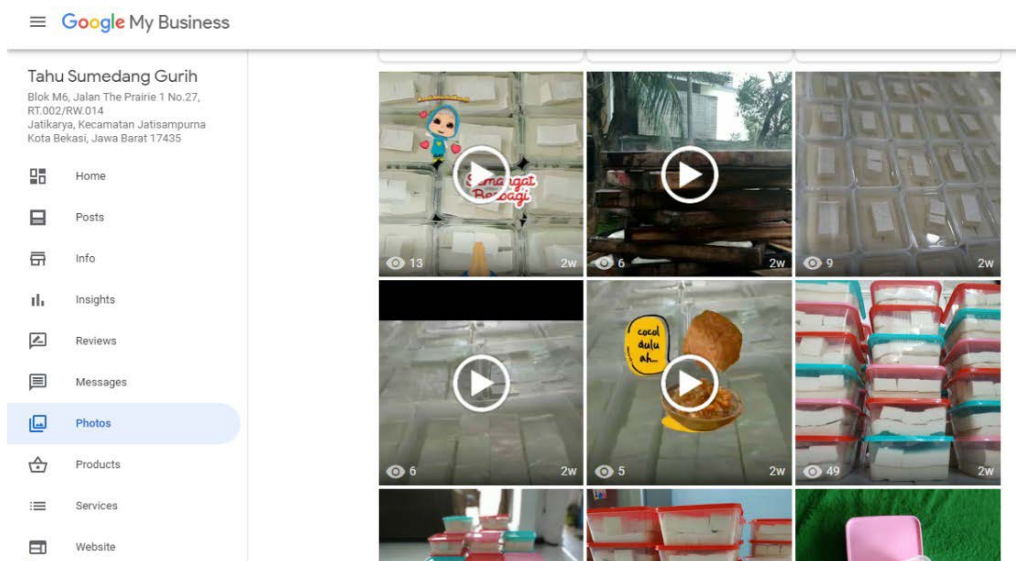
Pelaksanaan Kegiatan Instalasi Aplikasi

Kegiatan awal dilakukan adalah melakukan instalasi aplikasi Google My Business sesuai dengan profil UMKM Tahu Sumedang Guruh. Tujuan instalasi supaya UMKM Tahu Sumedang Guruh dapat ditemukan di Google Pencarian dan Maps. Selain itu pemilik dapat berinteraksi dengan calon atau pelanggan menggunakan fitur ulasan. Aplikasi ini dapat dioperasikan melalui gadget atau smartphone pemilik sehingga mempermudah pemilik usaha dalam mengupdate informasi maupun berinteraksi dengan pelanggan (Manu & Fallo, 2019).

Berikut tampilan aplikasi Google My Business dengan profil UMKM Tahu Sumedang Guruh yang telah dinstalasi dapat dilihat pada gambar 4, dan gambar 5 di bawah ini :



Gambar 4 Tampilan Halaman Info di Aplikasi Google My Business



Gambar 5 Tampilan Halaman Photos di Aplikasi Google My Business

Pelatihan Penggunaan Aplikasi

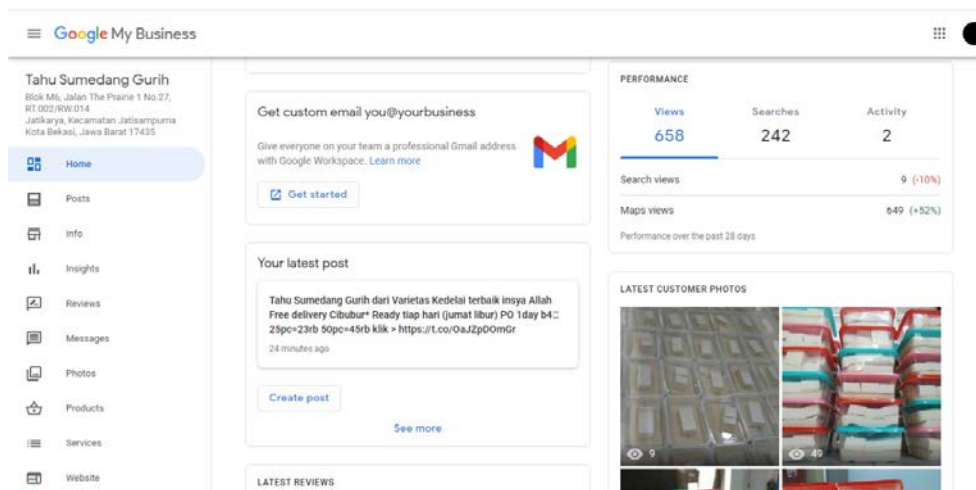
Setelah aplikasi Google My Business terinstal, kegiatan selanjutnya adalah melakukan pelatihan kepada pemilik usaha agar memiliki kemampuan dalam menggunakan aplikasi Google My Business sebagai sarana untuk memasarkan dan menjual produk secara online. Pelatihan penggunaan aplikasi Google My Business dilakukan secara online melalui aplikasi video conference (Zoom Meeting), jumlah peserta kegiatan 7 orang yaitu pemilik usaha beserta staf-staf yang membantu pemasaran dan penjualan produk secara online.



Gambar 6 Pelatihan Aplikasi Google My Business secara virtual

Hasil Evaluasi

Kegiatan akhir dari Program Kemitraan Masyarakat di UMKM Tahu Sumedang Gurih adalah melakukan evaluasi untuk melihat efektifitas kegiatan yang dilakukan. Evaluasi dilakukan 2 minggu setelah kegiatan instalasi dan pelatihan penggunaan aplikasi Google My Business (Lihat Gambar 7).



Gambar 7 Tampilan Evaluasi Performance di Aplikasi Google My Business

KESIMPULAN

Dari kegiatan Program Kemitraan Masyarakat pada UMKM Tahu Sumedang Gurih dapat disimpulkan bahwa implementasi digital marketing dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan produk walaupun di tengah wabah Covid-19, hal tersebut dibuktikan dengan hasil evaluasi kegiatan yang menunjukkan terdapat 242 penelusuran/search dan 658 views yang dilakukan calon atau pelanggan di mesin pencarian Google yang berkaitan dengan informasi usaha maupun produk UMKM Tahu Sumedang Gurih



UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada pemberi dana kegiatan yaitu LPPM Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. Selain itu, kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada UMKM Tahu Sumedang Guruh dan semua pihak yang telah memberikan dukungannya hingga kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini bisa dilaksanakan.

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.
- Febriandirza, A. (2020). Perancangan Aplikasi Absensi Online Dengan Menggunakan Bahasa Pemrograman Kotlin. *Pseudocode*, (2), 123-133.
- Hasdar, M., Fera, M., & Syaifulloh, M. (2019). Pemberdayaan Kelompok Bisnis Mahasiswa Berbasis Iptek Melalui Program Agrofood Technopreneur. *Jurnal Solma*, 8(1), 73-79.
- Irawan, P. L. T., & Prilianti, K. R. (2020). Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Melalui Implementasi E-Commerce Di Kelurahan Tlogomas. *Jurnal Solma*, 9(1), 33-44.
- Manu, G. A., & 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.
- Maulana, Y. (2017). [Http://Swa.Co.Id/Swa/Csr-Corner/](http://Swa.Co.Id/Swa/Csr-Corner/). Retrieved 1-10-2020, From <https://Swa.Co.Id/Swa/Csr-Corner/Yuswohady-Ukm-Harus-Manfaatkan-Perkembangandigital>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (Jpmm)*, 1(1), 1-17.
- Sipayung, E., & Priyanto, S. H. (2019). Analisis Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Pengunjung (Studi Pada Kampong Kopi Banaran, Pt. Perkebunan Nusantara Ix Kabupaten Semarang). *Jurnal Ilmiah Agrineca*, 19(2), 55-65.
- Sulastrri, K. (2019, December). Pelatihan Wirausaha Dan Digital Marketing Bagi Perempuan Korban Kekerasan Di Kota Singkawang. In *Snpmas: Seminar Nasional Pengabdian Pada Masyarakat* (Pp. 125-132).
- Suprayogi, B., & Razak, A. (2019). Implementasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Umkm Pamokolan Ciamis. *Produktif: Jurnal Ilmiah Pendidikan Teknologi Informasi*, 3(2), 16-24.
- Urban, G. (2003). *Digital Marketing Strategy: Text And Cases*. Prentice-Hall, Inc..
- Zulpahmi, Z., Sumardi, S., & Setiawan, E. (2018). Pembekalan Bisnis Digital Bagi Angkatan Muda Muhammadiyah Kabupaten Bogor. *Syukur (Jurnal Inovasi Sosial Dan Pengabdian Masyarakat)*, 1(1), 90-97.