

Pemanfaatan Google My Business Sebagai Media Digital Marketing Pada Bukuan Fried Chicken

Ainun Nimatu Rohmah¹, Hera Hera²

^{1,2} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman,
e-mail: Ainunrohmah@fisip.unmul.ac.id¹, Herafasirah03@gmail.com²

Received: 15 July 2022 Revised: 10 August 2022 Accepted: 12 August 2022

<https://doi.org/10.54099/jpma.v1i3.237>

Abstrak

Kegiatan pengabdian dilakukan dengan melibatkan 1 mitra UMKM yaitu Bukuan Fried Chicken (BFC). Permasalahan yang dihadapi mitra adalah lokasi yang tidak spesifik sehingga sulit ditemukan oleh calon pelanggan serta kondisi pemasaran yang terbatas disebabkan karena minimnya pengetahuan mitra mengenai pentingnya penerapan strategi pemasaran dan pemanfaatan teknologi digital dalam menjalankan sebuah usaha. Permasalahan pada mitra diatasi dengan memberikan arahan pada mitra melalui pemanfaatan Google My Business untuk membantu dalam mengelola usaha mitra dengan mudah dan tanpa dipungut biaya. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan wirausaha dengan dibekali dengan ilmu pengetahuan dan teknologi sehingga mampu menghasilkan omset yang diharapkan. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah dengan metode pendampingan. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah usaha mitra telah berhasil terdaftar dan terverifikasi pada Google Maps dan Google My Business. Usaha mitra juga telah berhasil mendapatkan 450 kali penelusuran dan 35 review bintang 5 yang positif. Hal ini menunjukkan akun Google My Business mitra telah berfungsi dengan baik sebagai media yang memfasilitasi kegiatan digital marketing.

Kata kunci: Google My Business; Digital Marketing; UMKM

Abstract

Service activities are carried out by involving 1 MSM partner, namely Bukuan Fried Chicken (BFC). The problems faced by partners are the location that is not specific so that it is difficult for potential customers to find and limited marketing conditions due to the lack of partner knowledge about the importance of implementing marketing strategies and the use of digital technology in running a business. Problems with partners are overcome by providing direction to partners through the use of Google My Business to assist in managing partner businesses easily and free of charge. The purpose of this activity is to improve entrepreneurial skills by being equipped with science and technology so that they are able to produce the expected turnover. The method used in this activity is the mentoring method. The result of this service activity is that the partner's business has been successfully registered and verified on Google Maps and Google My Business. Partner businesses have also managed to get 450 searches and 35 positive 5-star reviews. This shows that the partner's Google My Business account has functioned well as a medium that facilitates digital marketing activities.

Keywords: Google My Business; Digital Marketing; UMKM

1. PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu sektor usaha yang memiliki jumlah terbesar di Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM terdapat 65,47 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pada tahun 2019 (Melati et al., 2022). Jumlah tersebut mengalami peningkatan sebesar 1,98% dari jumlah di tahun 2018 sebanyak 64,2 juta unit. Adapun jumlah

UMKM yang ada, setara dengan 99,99% total unit usaha yang ada di Indonesia. Sementara itu, sisanya sebesar 0,01% berasal dari total unit usaha besar.

Sejalan dengan besarnya jumlah UMKM, tentu akan berdampak pada tingkat persaingan yang semakin tinggi. UMKM yang mampu menghadapi tantangan akan terus maju dan berkembang, berbeda halnya dengan UMKM yang tidak sanggup menghadapi tantangan akan mengalami penurunan penjualan bahkan kebangkrutan. Kondisi tersebut tentunya harus dihadapi dan dipersiapkan pelaku UMKM untuk dapat cepat beradaptasi dengan perubahan. Oleh karena itu, pemilihan strategi sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu UMKM dalam mencapai tujuannya, khususnya di era perkembangan digital sekarang. Berkembangnya teknologi saat ini, membuat UMKM harus melek dengan digitalisasi. Pelaku usaha perlu menyadari bahwa dengan hadirnya teknologi bukan menjadi halangan untuk berkembang, melainkan menjadi sarana untuk memudahkan proses pemasaran.

Bukuan Fried Chicken (BFC) merupakan salah satu UMKM dibidang kuliner siap saji. Usaha ini dirintis sejak tahun 2021 oleh Faqih yang juga merupakan pemilik dari usaha ayam siap saji ini. Usaha ini dilatarbelakangi oleh kesadaran pemilik BFC akan kurangnya penjual ayam siap saji di daerah Bukuan. Sehingga hal ini dimanfaatkan oleh Faqih untuk membuka usaha ayam siap saji. Varian menu yang disediakan bervariasi diantaranya ayam kentucky dan ayam geprek. Harga yang ditawarkan oleh Bukuan Fried Chicken (BFC) relatif murah yaitu berkisar antara Rp 6.000-Rp 10.000 tergantung dari menu yang dipesan. Jam operasional dimulai dari pukul 08.00 pagi sampai dengan pukul 22.00 malam.

Lokasi usaha Bukuan Fried Chicken (BFC) terletak di jl. Pangeran Diponegoro, Kelurahan Bukuan, Kecamatan Palaran, Kota Samarinda. Alamat usaha yang masih general dan tidak spesifik menyulitkan pelanggan untuk menemukan lokasi usaha yang pasti. Selain itu, ayam siap saji yang telah jadi kemudian hanya dipajang di dalam etalase kaca, sembari menunggu datangnya pembeli untuk melakukan transaksi pembelian. Tidak ada kegiatan lain yang dilakukan untuk mendorong datangnya pembeli, baik itu aktivitas pemasaran maupun periklanan di jejaring internet. Hal ini menyebabkan ayam seringkali tidak habis terjual ke konsumen sehingga menimbulkan kerugian.

Kondisi pemasaran yang terbatas disebabkan karena minimnya pengetahuan pelaku UMKM mengenai pentingnya penerapan strategi pemasaran dan pemanfaatan teknologi digital dalam menjalankan sebuah usaha. Pemasaran digital adalah aktivitas marketing termasuk didalamnya branding melalui jejaring internet seperti *website*, *blog*, dan berbagai jenis yang serupa (Sanjaya & Tarigan, 2013). Perubahan zaman pada teknologi informasi dan komunikasi memberikan pandangan baru terhadap perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasarannya (Derama & Aransyah, 2022).

Pemasaran adalah bagian yang sangat inti dari suatu usaha. Pelaku usaha sebisa mungkin mampu dalam mendeskripsikan dengan menarik produk apa yang ditawarkan sehingga pasar dapat menerimanya dengan baik. Penggunaan media digital dapat dijadikan sebuah konsep untuk memudahkan pelaku UMKM dalam mendapatkan akses pemasaran yang lebih luas (Purnomo, 2019). Tujuan mitra akan lebih cepat tercapai apabila penerapan strategi pemasaran dilakukan dengan tepat (Afrilia, 2018). Apabila aktivitas pemasaran dapat dikelola dengan tepat, maka akan berpengaruh positif terhadap perkembangan UMKM.

Berdasarkan uraian di atas maka yang menjadi permasalahan dari mitra UMKM adalah minimnya pengetahuan dan keterampilan mitra dalam menjalankan aktivitas pemasarannya serta lokasi usaha yang belum terdaftar secara digital di jejaring internet sehingga usaha sulit untuk ditemukan. Tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan pengabdian ini adalah implementasi strategi pemasaran digital di Bukuan Fried Chicken (BFC). Strategi yang akan diterapkan adalah melalui pemanfaatan Google My Business sehingga dapat membantu dan mempermudah calon pembeli untuk mengakses informasi tentang bisnis lokal yang ada (Dwiarta, 2017). Google My Business sangat cocok diterapkan terutama terhadap bisnis lokal. Salah satu kemudahan yang

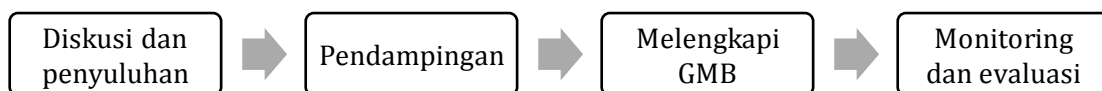
diberikan adalah kehadiran website resmi. Fasilitas yang diberikan oleh Google My Business dapat disesuaikan dengan keinginan dari pemilik usaha (Patria, 2021). Kinerja Google My Business sebisa mungkin harus maksimal agar informasi tentang profil dari usaha mitra dapat langsung diperoleh oleh konsumen saat melakukan penelusuran di Google (Naimah et al., 2020).

Selain itu agar pemanfaatan Google My Business dapat diterapkan secara maksimal, perlu adanya pendampingan pelatihan kepada Bapak Faqih selaku pemilik dari usaha untuk dapat mengelola *platform* secara mandiri. Hal ini dilakukan agar proses pengelolaan Google My Business dapat dikelola oleh mitra sehingga tidak mengalami kesulitan dikemudian hari.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode pendekatan pendampingan. Alur pendampingan dimulai dari pengabdi melakukan diskusi dengan mitra mengenai kesulitan yang dihadapi dalam mengembangkan usahanya. Selanjutnya pengabdi memberikan penyuluhan mengenai pentingnya penerapan *digital marketing* dalam mendorong keberlangsungan usaha. Kemudian mitra mulai melakukan pendaftaran Google My Business didampingi langsung oleh pengabdi dan melengkapi fitur-fitur Google My Business. Alur terakhir yang perlu dilaksanakan adalah dengan melakukan monitoring dan evaluasi terhadap Google My Business apakah telah berfungsi dengan baik atau belum. Pada akhir program diharapkan mitra usaha mampu mengelola Google My Business secara teratur.

Subjek dalam kegiatan pengabdian ini adalah UMKM yang berada di Kelurahan Bukuan. Setelah dilakukan survei secara mendalam, ditemukan bahwa usaha Bukuan Fried Chicken (BFC) sangat membutuhkan pendampingan untuk pengembangan usahanya. Pengabdi mendatangi secara langsung tempat dari mitra kemudian pemilik bersedia untuk dijadikan subjek dalam kegiatan ini. Lokasi dari kegiatan ini bertempat di usaha mitra yaitu jl. Pangeran Diponegoro, Kelurahan Bukuan, Kecamatan Palaran, Kota Samarinda. Kegiatan ini dilaksanakan selama 1 bulan, terhitung sejak Juli-Agustus 2022. Indikator yang menjadi acuan keberhasilan pengabdian adalah akun Google My Business dari mitra dikunjungi lebih dari 100, dengan review minimal 30 akun.



Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam beberapa tahapan kegiatan. Tahap pertama, pengusul melakukan penyuluhan dan diskusi mengenai pentingnya penggunaan *Google My Business* bagi keberlanjutan UMKM kedepannya di era teknologi seperti sekarang. Pada tahap ini, mitra berinisiasi untuk menyiapkan data pendukung dalam pendaftaran sehingga dapat mengurangi hambatan yang terjadi nantinya.

Tahap selanjutnya atau tahap kedua yaitu memberikan pendampingan terhadap UMKM saat melakukan pendaftaran usahanya pada Google Maps dan Google My Business. Pada tahap ini, mitra mendaftarkan usahanya dengan membuat titik maps digital di Google Maps dengan menyesuaikan lokasi usaha. Lalu mitra juga mendaftarkan usahanya pada Google My Business hingga terverifikasi oleh pihak Google.

Tahap ketiga adalah setelah pendaftaran berhasil didaftarkan oleh mitra dan terverifikasi oleh Google, maka selanjutnya mitra dapat mulai melengkapi deskripsi usahanya baik dari segi situs, foto produk, layanan jam operasional, dan lain-lain.

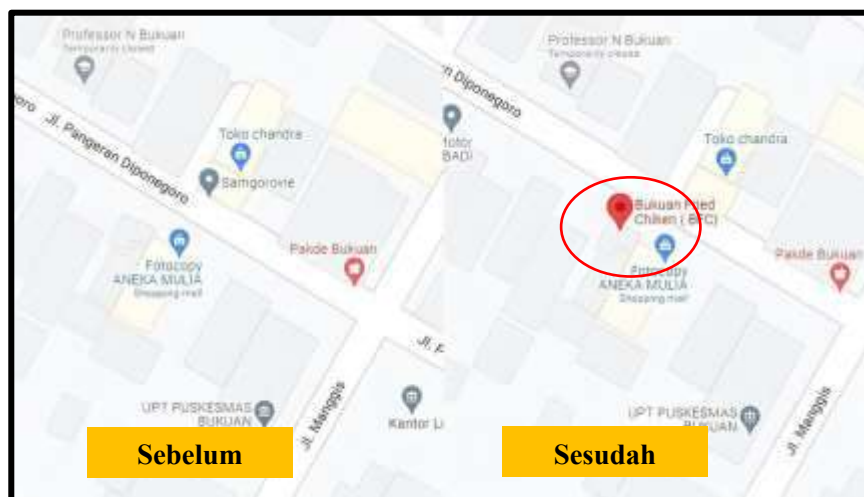
Tahap terakhir dari kegiatan ini adalah dengan melakukan evaluasi dan monitoring terhadap seluruh kegiatan yang telah dan akan dilaksanakan. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk dapat memastikan bahwa usaha yang telah didaftarkan oleh mitra terkait dapat

berfungsi dengan maksimal sebagaimana mestinya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

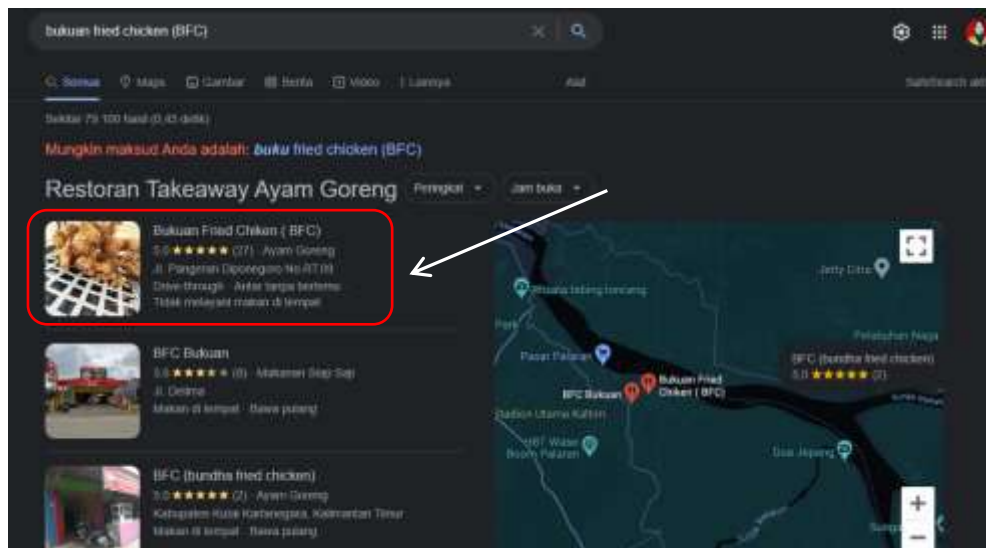
UMKM yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini adalah 1 mitra usaha yaitu Bukuan Fried Chicken (BFC). Selama rangkaian pelaksanaan pendampingan pemilik usaha mengikuti seluruh tahapan kegiatan penerapan Google My Business. Berikut ini target luaran yang dicapai dalam kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Usaha mitra yaitu Bukuan Fried Chicken (BFC) telah berhasil terdaftar dan terverifikasi pada Google Maps dan Google My Business. Hal ini terlihat dari tampilnya usaha mitra pada Google Maps. Pada platform Google Maps menampilkan nama usaha mitra, lokasi, jam operasional, melihat ulasan, memasukkan foto, serta mitra dapat mengambil kesimpulan keberhasilan layanan tersebut (Mas'udah et al., 2022). Berikut ini adalah titik Bukuan Fried Chicken (BFC) yang dapat diakses pada link tautan <https://maps.app.goo.gl/bRcQNEerrPFC1nk49>.



Gambar 1. Tangkapan layar lokasi Bukuan Fried Chicken sebelum dan sesudah pendaftaran

2. Situs bisnis Bukuan Fried Chicken (BFC) dapat diakses melalui tautan <https://g.co/kgs/xKXYQE>. Situs bisnis ini akan memudahkan calon pelanggan untuk mengetahui deskripsi usaha baik dari segi harga, foto produk, dan lain-lain. Tampilan yang menarik dari halaman Bukuan Fried Chicken (BFC) akan semakin meningkatkan kredibilitas usaha. Situs bisnis akan membuat citra usaha terlihat lebih kompatibel sehingga dapat memberi nilai tambah untuk usaha itu sendiri. Situs bisnis berbasis Google My Business dapat menjadi sebuah etalase online bagi UMKM dalam memasarkan produknya (Husain et al., 2019). Tampilan situs dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 2. Tangkapan layar tampilan hasil penelusuran “Bukuan Fried Chicken (BFC)” di Google

Evaluasi kegiatan dilaksanakan setelah seluruh rangkaian kegiatan dalam pengabdian telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan dengan cara melakukan riset pada kinerja Google My Business Bukuan Fried Chicken (BFC). Berdasarkan evaluasi yang dilakukan, ditemukan bahwa selama satu bulan terakhir yaitu periode Juli 2022 usaha mitra telah mendapatkan penelusuran sebanyak 450 kali. Evaluasi dilanjutkan dengan melakukan optimasi berupa update pada beberapa konten foto. Setelah dilakukan evaluasi, didapatkan 35 review dengan 5 bintang yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan Google My Business memberikan citra yang positif terhadap usaha mitra. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya Google My Business dapat menjadi salah satu strategi pemasaran digital yang mudah bagi UMKM yang kesulitan dalam memasarkan produknya secara digital. Dengan adanya Google My Business pada usaha mitra, menjadikan usaha lebih mudah ditemukan oleh pelanggan yang ingin membeli produk mitra. Selain itu, Bapak Faqih selaku pemilik dari usaha Bukuan Fried Chicken (BFC) telah mampu untuk mengelola laman Google My Business secara mandiri, baik menambahkan foto maupun mengubah informasi lainnya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa usaha mitra telah tampil di Google My Business dan Google Maps. Kinerja dari Google My Business mitra sebagai media digital marketing menunjukkan bahwa sejak pendaftaran yang dilakukan pada bulan Juli 2022 didapatkan ulasan sebanyak 30 dengan 5 bintang positif. Hal ini menunjukkan bahwa dengan pemanfaatan Google My Business pada usaha mitra telah mampu meningkatkan citra positif usaha di mata pelanggan, kemampuan wirausaha dalam hal IPTEK, dan omset yang sesuai dengan yang diharapkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang telah berperan dalam

kegiatan pengabdian masyarakat ini terutama pemilik Bukuan Fried Chicken (BFC) Bapak Faqih dan Ibu Yuli yang telah memberikan kerjasama yang baik selama berlangsungnya penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A. M. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “Waroenk Ora Umum” Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1, 147–157. <https://doi.org/https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.21>
- Derama, T., & Aransyah, M. F. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Analisis SWOT dan Waspas Pada Jasa Percetakan Undangan Confetti Project. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 18–19.
- Dwiarta, I. M. B. (2017). Google Bisnis, SIM dan SIA Guna Menentukan HPP Sebagai Sarana Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Jurnal Penamas Adi Buana*, 1, 26–38.
- Husain, T. K., Thamsi, A. B., & Amran, F. D. (2019). Pelatihan Google Bisnisku pada CV. Kasih dan Sayang. Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Jurnal Dinamika Pengabdian*, 235–240.
- Mas’udah, K. W., Febrianita, R., Achmad, A., Billah, M., Alamiyah, S. S., Arviani, H., & Tranggono, D. (2022). *Bunga Rampai BELA NEGARA DALAM BERBAGAI PERSPEKTIF*. Jakarta: Penerbit Lakeisha.
- Melati, I. S., Siwi, M. K., & Wibawa, R. P. (2022). *EKSISTENSI EKONOMI KERAKYATAN di Indonesia*. Academia Publication.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Implementation and Action*, 2, 38–40. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Patria, R. (2021). *Website Gratis Google Bisnisku Untuk Bisnis Baru*. Domainesia. <https://www.domainesia.com/berita/website-gratis-google-bisnisku/>
- Purnomo, F. (2019). Program Ladit (Lapak Digital): Optimalisasi Media Digital sebagai Wadah dalam Pengembangan Umkm di Madura. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 2, 89–95. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6687>
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2013). *Creative Digital Marketing : Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif, Dan Berdaya Hasil Gemilang*. Elex Media Komputindo.