

Pemanfaatan Aplikasi GMB Untuk Pemasaran Produk UMKM Desa Sumber Agung Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur

Dani Anggoro ^{1*}, Sri Retnaning Rahayu ², Elmira Febri Darmayanti ³, Lukito Dwi Yuwono ⁴

^{1*} Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Muhammadiyah Metro, Jl. Gatot Subroto No.100, Yosodadi, Kec. Metro Tim., Kabupaten Lampung Timur, Lampung, Indonesia.

² Program Studi D3 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro, Jl. Gatot Subroto No.100, Yosodadi, Kec. Metro Tim., Kabupaten Lampung Timur, Lampung, Indonesia.

³ Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro, Jl. Gatot Subroto No.100, Yosodadi, Kec. Metro Tim., Kabupaten Lampung Timur, Lampung, Indonesia.

⁴ Program Studi Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Metro, Jl. Gatot Subroto No.100, Yosodadi, Kec. Metro Tim., Kabupaten Lampung Timur, Lampung, Indonesia.

Email: anggoro.dani1@gmail.com ^{1*}, retnaning27@gmail.com ², efdarmayanti@gmail.com ³, lukitody3@gmail.com ⁴

Histori Artikel:

Dikirim 24 Juli 2022; Diterima dalam bentuk revisi 28 Agustus 2022; Diterima 20 September 2022; Diterbitkan 11 Oktober 2022. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) AMIK Indonesia.

Abstrak

Desa Sumber Agung adalah salah satu desa yang berada di kabupaten Lampung Timur. Mayoritas masyarakatnya bekerja sebagai peternak dan memproduksi kue tradisional. Produk yang dihasilkan dari usaha ternak yaitu sapi, kambing dan ikan lele. Sementara produk kue yang di buat seperti lempeng, bolu, kue dan aneka makanan tradisional lainnya. Saat ini produk yang dihasilkan hanya diserahkan ke pihak ke-tiga untuk di jual kembali, akibatnya keuntungan atau laba bersih yang diperoleh tidak sesuai jika dibandingkan dengan menjual langsung ke konsumen. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh masyarakat dan kepala Desa Sumber Agung, masalah utama yang dihadapi yaitu konsumen tidak mengetahui lokasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berada di desa tersebut. Perubahan kebiasaan pelanggan saat ini yang cenderung berbelanja atau mencari produk secara *online* juga ikut mempengaruhi jumlah pelanggan yang berbelanja secara langsung di desa tersebut. Untuk menjawab masalah tersebut tim Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Metro yang terdiri dari dosen dan mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer, dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta dosen Fakultas Teknik. Membuat kegiatan pelatihan pemanfaatan Google My Business (GMB) untuk membantu pemasaran produk UMKM Desa Sumber Agung, Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur secara digital. Dengan kegiatan ini masyarakat akan memiliki keterampilan untuk mengelola usaha yang dijalankan secara *online* melalui profil usaha yang tampil di situs pencarian Google. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan persiapan yang meliputi pembentukan tim, analisa mitra dan penjadwalan. dilanjutkan dengan pelaksanaan kegiatan pelatihan dan evaluasi hasil dari kegiatan. Target luaran dari kegiatan ini adalah peningkatan omzet pada mitra yang bergerak di sektor UMKM, peningkatan pemahaman dan keterampilan masyarakat serta publikasi hasil jurnal dan media massa elektronik.

Kata Kunci: Google My Business; Pemasaran Produk; Pemasaran Online; UMKM; Keterampilan Masyarakat.

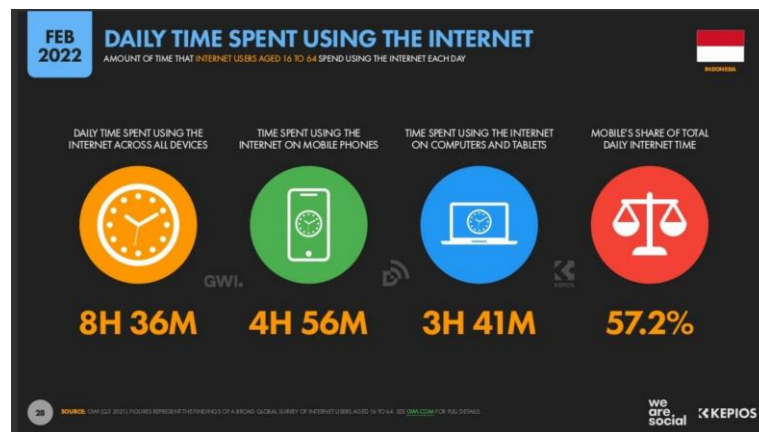
1. Pendahuluan

Perubahan perilaku konsumen yang saat ini cenderung memilih untuk berbelanja secara *online* mengharuskan para pelaku usaha terutama UMKM untuk beradaptasi dengan kondisi tersebut [1][2][3]. Berdasarkan data yang diperoleh dari *Hootsuite (We are social): Indonesia Digital Report 2022*, Jumlah pengguna ponsel pintar di Indonesia saat ini 370,1 juta pengguna. Jumlah tersebut sudah melebihi dari jumlah penduduk Indonesia sendiri yang berjumlah 277,7 juta jiwa dan dari jumlah tersebut 73,7% nya sudah terkoneksi dengan *internet* [4].



Gambar 1 Perbandingan pengguna ponsel dengan jumlah penduduk Indonesia

Dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa menghadirkan bisnis kita di *internet* tentunya dapat menambah potensi calon pelanggan baru untuk bisnis kita [5][6]. Data dari *Hootsuite (We are social): Indonesia Digital Report 2022* juga menunjukkan bahwa dalam waktu 1 hari (24 jam), masyarakat Indonesia menghabiskan waktunya di depan *internet* rata-rata 8 jam 36 menit, dengan rincian 4 jam 56 menit di ponsel pintar dan 3 jam 41 menit di personal komputer [4].



Gambar 2 Waktu penggunaan *internet* di Indonesia

Desa Sumber Agung adalah salah satu desa yang produktif, masyarakat di desa tersebut rata-rata memiliki hewan ternak seperti lele, sapi, kambing dan lain-lain. Selain itu desa ini juga terkenal dengan produksi kue tradisionalnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala desa Sumber Agung para pelaku UMKM tersebut memiliki kendala dalam hal pemasaran, terutama dalam memperoleh pelanggan-pelanggan baru. Keberadaan desa yang terletak jauh dari pusat kota menjadikan desa ini jarang di kunjungi oleh pendatang dari daerah lain. Kebanyakan hasil desa saat ini hanya dijual kepada tengkulak dengan harga yang rendah. UMKM desa Sumber Agung belum memiliki pengetahuan, keterampilan dalam memasarkan secara digital. Berdasarkan masalah dan potensi yang ada di desa Sumber Agung, Tim Pengabdian kepada Masyarakat yang terdiri dari Dani

Anggoro, M.Kom (dosen Fakultas Ilmu Komputer), Sri Retnaning Rahayu, SE., MM dan Elmira Febri Darmayanti, SE., M.A.B (dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta Lukito Dwi Yuono, ST, MT. (Dosen Fakultas Teknik) dibantu oleh 3 (tiga) mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer membuat pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan yang berjudul Pemanfaatan Aplikasi GMB Untuk Pemasaran Produk UMKM Desa Sumber Agung Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur.

Aplikasi *Google MyBusiness* (GMB) dipilih karena sesuai dengan kebutuhan dari peserta kegiatan. GMB adalah tools gratis yang disediakan oleh Google untuk mempermudah calon pelanggan mengetahui informasi bisnis kita [7][8]. Dengan aplikasi ini bisnis kita akan mudah tampil di situs pencarian Google. Manfaat dari GMB diantaranya adalah 1) membantu menampilkan informasi yang akurat tentang usaha atau bisnis kita, 2) Kesempatan mendapatkan rating (*review*) dari pelanggan dari bisnis kita, 3) menarik pelanggan baru sehingga meningkatkan pengunjung [7][8][9].

Tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi persiapan, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan. Tahap persiapan terdiri dari : 1) wawancara dengan mitra terkait permasalahan, 2) observasi langsung kondisi mitra, 3) menentukan permasalahan utama dan memberikan solusi, 4) menjalin kerjasama dengan mitra, 5) mendata peserta yang akan mengikuti pelatihan, 6) pengadaan bahan, alat dan perlengkapan kegiatan. Pada tahap pelaksanaan, kegiatan yang dilakukan yaitu 1) memberikan materi terkait pemasaran digital, 2) workshop penggunaan tools digital marketing. Tahap evaluasi meliputi evaluasi pemahaman materi oleh peserta dan evaluasi sejauh mana peserta dapat menggunakan aplikasi.

1.1. Tujuan Kegiatan

Tujuan kegiatan pengabdian yang dilakukan yaitu memberikan pelatihan dan pendampingan dalam melakukan pemasaran produk atau usaha menggunakan aplikasi pemasaran Google My Business. Diharapkan setelah mengikuti kegiatan ini para peserta dapat meningkatkan kemampuan serta pengetahuan para pelaku UMKM di Desa Sumber Agung, Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur dalam memasarkan produk dan usahanya secara digital.

1.2. Manfaat Kegiatan

Manfaat kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim/pengabdi adalah peningkatan omzet pada mitra yang bergerak di bidang ekonomi, meningkatkan pemahaman masyarakat dan keterampilan masyarakat dalam pemasaran digital.

2. Realisasi Kegiatan

2.1. Bentuk Kegiatan & Jadwal, Serta Tempat Kegiatan

a. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Tim pengabdian kepada masyarakat menggunakan metode sebagai berikut selama pelaksanaan kegiatan :

- 1) Persiapan dilakukan supaya kegiatan dapat berjalan lancar dan berhasil sesuai dengan yang diharapkan, dalam tahap ini tim melakukan :
 - a) Wawancara dengan mitra terkait permasalahan yang dihadapi
 - b) Observasi dan pengamatan langsung kondisi mitra yang berlokasi di Desa Sumber Agung, Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur
 - c) Menentukan permasalahan utama dan memberikan solusi sebagai jalan keluar permasalahan.
 - d) Menjalinkan kerja sama dengan Desa Sumber Agung, Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur
 - e) Melakukan pendataan peserta yang akan mengikuti pelatihan dan pendampingan
 - f) Melakukan pengadaan alat, bahan, dan perlengkapan lain yang akan digunakan pada saat kegiatan.
- 2) Pelaksanaan, setelah melakukan persiapan, tahap selanjutnya yaitu :

- a) Memberikan materi pengetahuan dan membuka wawasan kepada peserta kegiatan mengenai pemasaran secara digital sampai dengan pentingnya untuk Go Digital produk maupun usaha yang dimiliki.
 - b) Pelatihan keterampilan dan pendampingan menggunakan aplikasi pemasaran digital *Google My Business*
 - c) Pelatihan dasar membuat copywriting dan membuat deskripsi produk yang menarik di media digital.
- 1) Tahap Evaluasi, Evaluasi akan dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pencapaian program kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Evaluasi yang akan dilakukan oleh tim pengabdian setelah tahap pelaksanaan, sebagai berikut:
- a) Evaluasi materi: Untuk mengetahui apakah materi yang diberikan mudah dimengerti dan dipahami peserta, materi yang diberikan sesuai dengan program yang dibuat, materi relevan dengan permasalahan yang dihadapi oleh peserta.
 - b) Evaluasi aplikasi : Untuk mengetahui sejauh mana keterampilan peserta menggunakan aplikasi

b. Waktu Efektif Pelaksanaan Kegiatan

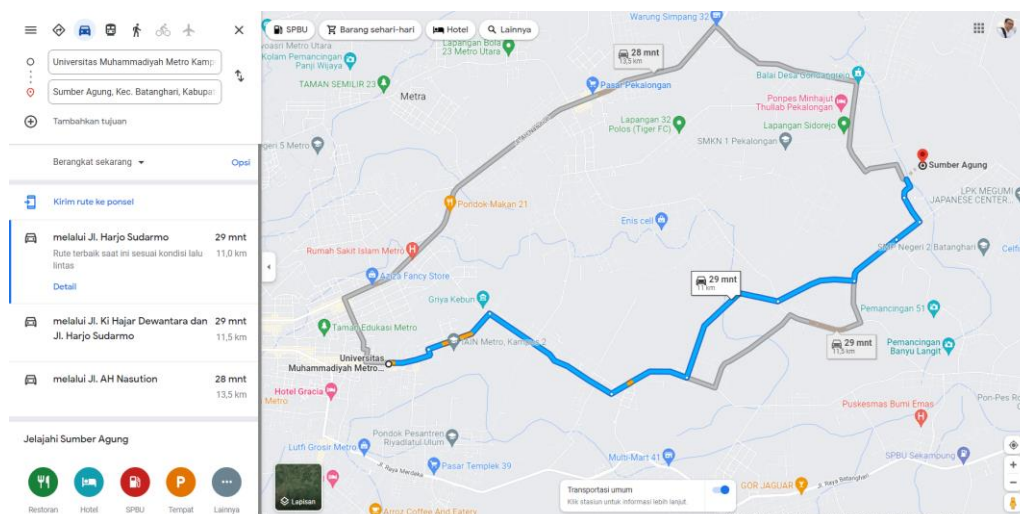
Kegiatan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan selama 6 bulan yaitu pada bulan Januari sampai Juli 2022.

Tabel 1. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
Koordinasi dengan Tim Pengabdian							
Pembuatan pedoman wawancara							
Pelaksanaan pelatihan							
Pelaksanaan pendampingan dan evaluasi kegiatan							
Menganalisis data Pengabdian							
Penyusunan Laporan							
Membuat Artikel Pengabdian							

c. Tempat Kegiatan

Lokasi pengabdian ini dilaksanakan di Desa Sumber Agung Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur, Lampung. Jarak antara Universitas Muhammadiyah Metro dengan lokasi pengabdian 11 Km, dengan waktu tempuh 29 menit menggunakan kendaraan roda empat atau mobil.



Gambar 3. Map Lokasi Kegiatan

2.2. Hasil Pelaksanaan Pengabdian

Hasil dari pelatihan Pemanfaatan Aplikasi GMB Untuk Pemasaran Produk UMKM Desa Sumber Agung Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur sesuai dengan rencana tim pengabdian masyarakat, Peserta yang terdaftar dalam kegiatan sejumlah 30 peserta, peserta yang hadir diundang langsung oleh Kepala Desa Sumber Agung. Pelaksanaan kegiatan berlangsung 1 Juli 2022, pukul 09.00 s.d 16.00 WIB di ruang balai desa Desa Sumber Agung. Adapun kegiatan yang dilakukan yaitu:

- a) Pada sesi pertama kegiatan diawali dengan pembukaan dari kepala desa Sumber Agung dan pengenalan pemasaran digital oleh tim pengabdian masyarakat. Materi meliputi elemen inti pemasaran, segmenting, targeting, positioning, membangun diferensiasi, merancang bauran pemasaran, selling skills & closing techniques, strategi membangun merek/brand, pelayanan prima & menangani keluhan pelanggan,
- b) Pada sesi kedua dilanjutkan dengan workshop penggunaan tools digital marketing : *Google My Business* diawali dengan mendaftarkan nama bisnis di Google, pengisian profil bisnis, mengupload foto dan informasi produk yang dijual, membuat penawaran, menghubungkan profil bisnis dengan media percakapan Whatsapp.

Metode yang digunakan dalam kegiatan yaitu ceramah, diskusi, latihan studi kasus dan memberikan kuis. Dari pengamatan tim pengabdian masyarakat, peserta terlihat antusias mengikuti kegiatan dan kepehaman dilihat dari hasil tugas yang diserahkan.



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan

2.3. Masyarakat Sasaran

Tujuan kegiatan yang dilakukan untuk memberikan pelatihan kepada UMKM Desa Sumber Agung agar dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi saat ini dan menyesuaikan dengan kebiasaan konsumen masa kini sehingga ada peningkatan omzet pada UMKM yang bergerak di bidang ekonomi serta meningkatkan pemahaman dan keterampilan UMKM desa Sumber Agung dalam pemasaran digital.

3. Tinjauan Hasil yang dicapai

Dalam proses membentuk para pelaku UMKM desa Sumber Agung yang melek digital diperlukan pelatihan secara stimulus dalam mengembangkan, memperluas, meningkatkan pengembangan UMKM menggunakan digital *platform*. Pelaksanaan kegiatan berlangsung 1 Juli 2022, pukul 09.00 s.d 16.00 WIB di ruang balai desa Desa Sumber Agung dan diikuti oleh 30 peserta. Kegiatan dibagi dalam 2 sesi, setiap menggunakan metode ceramah, diskusi, latihan studi kasus dan memberikan kuis. Diharapkan kegiatan ini juga dapat bermanfaat bagi Desa Sumber Agung, UMKM desa Sumber Agung serta pihak Universitas Muhammadiyah Metro agar menjadi fasilitator, komunikator pendamping UMKM dengan memanfaatkan teknologi guna mencapai UMKM yang siap Go Digital.

4. Daftar Pustaka

- [1] Maryati, W. and Masriani, I., 2019. Peluang bisnis di era digital bagi generasi muda dalam berwirausaha: strategi menguatkan perekonomian. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 4(2), pp.125-130.
- [2] Prasetyo, P.E., 2008. Peran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam kebijakan penanggulangan kemiskinan dan pengangguran. *Akmenika Upy*, 2(1), pp.p1-13.
- [3] Naimah, R.J., Wardhana, M.W., Haryanto, R. and Pebrianto, A., 2020. Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), pp.119-130. DOI: <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>.
- [4] Kemp, S., 2022. Digital 2022: Indonesia. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>. Diakses Tanggal 4 April 2022.
- [5] Sofyan, S., 2017. Peran UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dalam Perekonomian Indonesia. *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum*, 11(1), pp.33-64.
- [6] Reginasari, A., Afiatin, T. and Patria, B., 2021. Adaptation for Harmony: A Thematic Analysis Study of Internet Parental Monitoring Strategy in Indonesian Context. *The Qualitative Report*, 26(10), pp.3234-3261. DOI: <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2021.4979>.
- [7] Yuliani, N. and Novita, D., 2022. Pemanfaatan Google Bisnisku Sebagai Upaya Meningkatkan Rangking Bisnis Lokal (Studi Kasus: UMKM Gresik, Jawa Timur). *IKRA-ITTH ABDIMAS*, 5(1), pp.138-145.
- [8] Kristianti, T., Balol, W.A. and Puspitasari, P., 2022. Pelatihan Jaringan Digital Marketing Sebagai Sarana Penunjang Pemasaran Produk UMKM di Desa Sukopuro, Jabung, Kabupaten Malang Jawa Timur. *AJAD: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), pp.21-28. DOI: <https://doi.org/10.35870/ajad.v2i1.26>.
- [9] Reginasari, A., Afiatin, T. and Patria, B., 2021. Adaptation for Harmony: A Thematic Analysis Study of Internet Parental Monitoring Strategy in Indonesian Context. *The Qualitative Report*, 26(10), pp.3234-3261. DOI: <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2021.4979>.