

PERANCANGAN *GOOGLE BISNISKU* DALAM PROMOSI PEMASARAN PRODUK UMKM DODOL DI DESA KEMIRI

¹Yana Cahyana

Yana Cahyana

Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Buana
Perjuangan Karawang
yana.cahyana@ubpkarawang.ac.id¹

ABSTRAK

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. Salah satu permasalahan yang membuat daya saing UMKM masih rendah adalah terbatasnya kemampuan para pelaku usaha dalam melakukan pemasaran. Hal ini juga terjadi pada pemilik UMKM produksi dodol di Desa Kemiri, Kabupaten Karawang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perancangan *Google Bisnisku* dalam promosi pemasaran produk UMKM dodol di desa Kemiri. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah platform *Google Bisnisku* dapat dimanfaatkan sebagai alternatif media untuk pemasaran dan penjualan produk UMKM secara digital. Penelitian ini juga memberikan pelatihan kepada pemilik usaha agar memiliki kemampuan mengoperasikan platform *Google Bisnisku*. Setelah pemilik UMKM mengetahui penggunaan dan pemanfaatan platform *Google Bisnisku*, maka diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk UMKM dodol di Desa Kemiri. Kesimpulan dari penelitian ini adalah perancangan *Google Bisnisku* dapat menjadi media alternatif dalam mempromosikan dan memasarkan produk dodol di desa Kemiri secara digital.

Kata kunci: *Google Bisnisku*, Digital Marketing, UMKM

ABSTRACT

MSMEs have important roles for national economic. One of the biggest problems which makes the competitiveness of MSMEs are still low is the limitation of business actor ability to undertake its marketing. This problem is experienced by the MSME business actor of *dodol* production in Kemiri village, Karawang regency. This research is aimed to find out the planning of *Google My Business* in marketing promotion of dodol MSME product in Kemiri village. The research method used in this study is descriptive qualitative. The result of this research is *Google My Business* platform can be used as an alternative media for marketing and selling the MSME products digitally. This research also provided training to business owners to have the ability to operate *Google My Business* platform. It is Karawang, 28 Februari 2023

expected that the MSMEs owner can increase the sales of dodol product in Kemiri village. The conclusion of this research is that Google My Business platform can be utilized in marketing and promoting dodol product in Kemiri village digitally.

PENDAHULUAN

Pemanfaatan digital marketing pada era teknologi merupakan alternatif strategi dalam memasarkan produk saat ini. Selain dapat memudahkan pelaku usaha, pemanfaatan digitalisasi juga dapat memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon konsumen. *Google Bisnisku*, salah satu platform digital marketing, merupakan sebuah platform bisnis gratis yang disediakan oleh *Google* untuk para pelaku usaha (Metrics, 2021). *Google Bisnisku* dapat digunakan dengan mudah oleh suatu perusahaan sebagai wadah untuk mempromosikan tempat bisnis, brand, atau produk. *Google Bisnisku* dapat membuat suatu UMKM dapat ditemukan pada penelusuran ataupun maps secara *online*. Kinerja *Google Bisnisku* harus dimanfaatkan agar informasi mengenai profil usaha UMKM bisa langsung diperoleh oleh calon konsumen saat mencari nama usaha UMKM tersebut pada mesin pencarian *Google*.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah, atau disebut UMKM, memiliki peran penting dalam pertumbuhan perekonomian negara (Sasongko et al., 2020). Salah satu permasalahan yang membuat daya saing UMKM masih rendah adalah terbatasnya kemampuan para pelaku usaha dalam melakukan pemasaran produk UMKM nya (Harto & Komalasari, 2020; Permana et al., 2021; Sa'aadah & Rahmawati, 2022). Saat ini, kemudahan dalam menjangkau konsumen dapat didapatkan oleh para pelaku usaha melalui teknologi digital. Pelaku UMKM dapat memasarkan produknya dengan mudah dan gratis dengan memanfaatkan platform digital *Google Bisnisku*, walaupun demikian pelaku UMKM tetap dapat menjangkau pasar yang sangat luas. Salah satu UMKM yang terdapat di desa Kemiri yang memproduksi dodol masih menggunakan cara konvensional dalam memasarkan produknya. Sehingga ketika pandemi COVID-19 melanda negara Indonesia dan seluruh kegiatan masyarakat dibatasi, memberikan dampak yang berarti terhadap produksi dan penjualan produknya. Para pelaku usaha dituntut untuk mengahapi tantangan ini dengan inovasi dan ide kreatif untuk memasarkan produk demi mempertahankan

Karawang, 28 Februari 2023

usahanya (Burhanudin et al., 2022). Namun, UMKM dodol di desa Kemiri terus mengalami penurunan. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dari pemilik UMKM dalam menggunakan teknologi digital seperti platform *Google Bisnisku* sebagai media memasarkan dan mempromosikan produknya. Hal ini yang menjadi dasar peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul: “Perancangan *Google Bisnisku* dalam promosi pemasaran produk UMKM dodol di desa Kemiri”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM Kue Dodol Ibu Rohmah. Tahapan penelitian dilakukan mulai dari persiapan, studi literature dan wawancara, survey UMKM, pengumpulan data, dan analisis data. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Pendekatan kualitatif pada penelitian ini dilaksanakan dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi tentang UMKM Kue Dodol Ibu Rohmah. Setelah itu, dilakukan analisis data dengan menggunakan triangulasi data yakni reduksi data, verifikasi data, dan kesimpulan.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Sholihah (2020) ialah penelitian yang menggunakan dasar analisis berupa pengalaman. Dalam hal ini, penelitian ini dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung ke lokasi tujuan.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2022 dengan lokasi penelitian di Desa Kemiri Kecamatan Jayakarta Kabupaten Karawang.

Target/Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah pihak UMKM dan Kepala Desa Kemiri.

Prosedur Penelitian

Karawang, 28 Februari 2023

Prosedur penelitian yang dilakukan antara lain adalah persiapan, studi literature dan wawancara, survey UMKM, pengumpulan data, dan analisis data.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Maka dari itu, instrument yang digunakan adalah lembar observasi, pedoman wawancara, dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan triangulasi data yakni reduksi data yaitu melakukan pemilihan relevan atau tidaknya data dengan tujuan penelitian, display data yaitu menyusun data sehingga mudah dipahami, lalu verifikasi data yang dimaksudkan melihat hasil reduksi data tetap mengacu pada tujuan analisis hendak dicapai.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

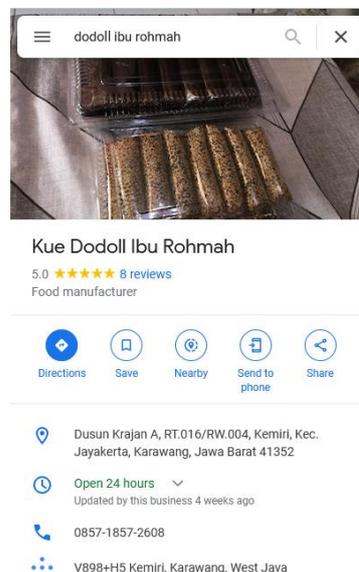
Promosi serta pemasaran merupakan hal yang penting dalam kegiatan berwirausaha yakni bertujuan untuk memperluas jangkauan pelanggan sehingga harapannya adalah terjadinya peningkatan dalam jumlah penjualan. Menurut Tjiptono (2015), promosi merupakan elemen pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, mengingatkan kembali pelanggan akan merek dan produk usaha. Di era digital ini, teknologi memiliki dampak cukup signifikan pada banyak sektor, tak terkecuali sektor wirausaha, dalam hal ini adalah aktivitas pemasaran UMKM.

Aplikasi *Google Bisnisku* ini berfungsi membantu para pemilik UMKM dalam memperluas jangkauan pelanggan. Dengan terdaptarnya profil UMKM pada aplikasi ini, maka UMKM dapat terdeteksi melalui *Google* Pencarian dan *Maps*. Selain itu, dengan aplikasi *Google Bisnisku* ini, pemilik UMKM juga dapat mendapatkan *feedback* berupa ulasan yang dapat ditulis langsung oleh pelanggan.

Dengan ini, maka dilakukanlah proses instalasi aplikasi Google Bisnisku lalu mendaftarkan profil dari UMKM Dodol Ibu Rohmah.

Google Bisnisku dapat digunakan melalui *laptop* maupun *smartphone* sehingga mempermudah dalam penggunaannya. Aplikasi ini dapat diakses melalui website dengan alamat <https://business.google.com>, juga dapat diakses dengan mengunduh aplikasi bernama *Google My Business*. Langkah-langkah pendaftaran profil di *Google Bisnisku* di antara lain ialah: mengakses laman *Google Bisnisku*, menambahkan lokasi, membuat profil UMKM yang hendak dipasarkan, menuliskan data alamat, memberi tanda lokasi pada peta *Google* yang ada, memilih kategori bisnis, memasukkan kontak yang dapat dihubungi, lalu menunggu verifikasi yang akan dikirimkan oleh *Google*.

Gambar 1 Tampilan profil UMKM Kue Dodol Ibu Rohmah di *Google Bisnisku*



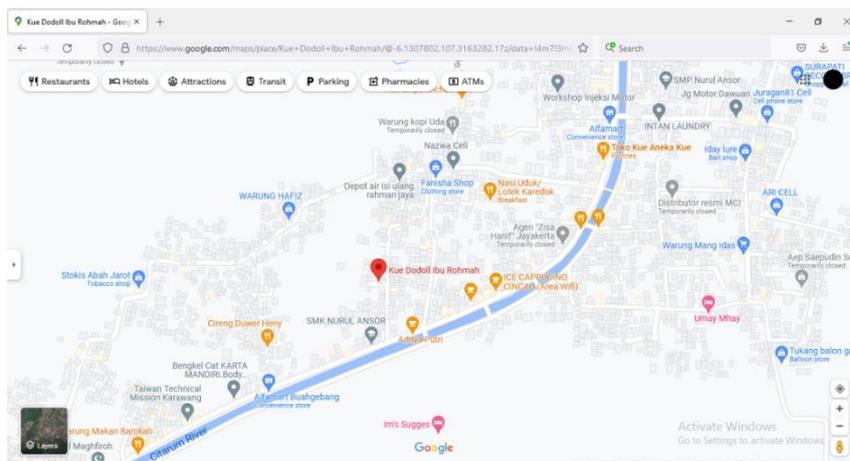
Gambar di atas menunjukkan tampilan halaman profil *Google Bisnisku* milik UMKM Kue Dodol Ibu Rohmah yang memperlihatkan bahwa pelanggan dapat menemukan beberapa informasi mengenai UMKM Kue Dodol Ibu Rohmah, di antaranya adalah alamat, jadwal berjualan serta nomor yang bisa dihubungi. Hal ini akan memudahkan calon pelanggan untuk dapat membeli produk UMKM Kue Dodol Ibu Rohmah.

Gambar 2 Tampilan Google Bisnisku milik Kue Dodol Ibu Rohmah bagian Ulasan Pelanggan



Pada gambar di atas memperlihatkan ulasan para pelanggan yang sebelumnya telah membeli produk UMKM Kue Dodol Ibu Rohmah, sehingga dapat membantu calon pelanggan lain untuk mengetahui pendapat orang-orang yang telah membeli produk UMKM tersebut.

Gambar 3 Tampilan Peta Google yang menunjukkan lokasi UMKM Kue Dodol Ibu Rohmah



Pada gambar 3 menunjukkan bahwa UMKM Kue Dodol Ibu Rohmah juga dapat dilihat melalui Peta *Google*, sehingga hal ini juga memudahkan pelanggan dalam mengakses lokasi UMKM Kue Dodol Ibu Rohmah.

Dengan berbagai kemudahan yang tersedia, maka penggunaan *Google Bisnisku* ini diharapkan dapat meningkatkan promosi serta memperluas pemasaran dari UMKM Kue Dodol Ibu Rohmah ini.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kesimpulan

Penerapan platform digital marketing *Google Bisnisku* pada UMKM Kue Dodol Ibu Rohmah dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mampu menjawab tantangan digital saat ini. Platform *Google Bisnisku* ini mampu meningkatkan pemasaran dan penjualan produk dodol di desa Kemiri, hal tersebut dibuktikan dari hasil evaluasi penelitian yang menunjukkan adanya penelusuran yang dilakukan oleh calon konsumen atau pelanggan di mesin pencarian *Google* yang berkaitan dengan informasi profil usaha maupun produk UMKM dodol.

Implikasi

Implikasi penelitian ini telah menunjukkan bahwa digital marketing merupakan asset penting untuk keberlangsungan UMKM saat ini. Hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi, antara lain:

- a) Implikasi terhadap pandangan masyarakat UMKM dodol di desa Kemiri terhadap pemasaran digital;
- b) Implikasi terhadap cara pemasaran yang dilakukan masyarakat UMKM dodol di desa Kemiri;
- c) Implementasi terhadap usaha sadar para pelaku UMKM akan pentingnya pemasaran digital di era pesatnya teknologi digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Burhanudin, B., Yusnaini, Y., Khamisah, N., & Kartasari, S. F. (2022). Utilization of E-Commerce and Digital Marketing to Increase Value Added Products for Karawang, 28 Februari 2023

MSMEs and Home Businesses in Kerinjing Village. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 3(1), 57–64.
<https://doi.org/10.29259/jscs.v3i1.77>

Harto, B., & Komalasari, R. (2020). Optimalisasi Platform Online Internet Marketing Untuk Sme Little Rose Bandung. *Empowerment in the Community*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.31543/ecj.v1i1.357>

Metrics, P. V. P. (2021). *Ultimate Guide To Grow Your Business with GMB*.

Permana, S. H., Rivani, E., & Budiyaniti, E. (2021). Utilization of the Internet as Media for Marketing SMEs Products. *Proceedings of the 4th International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management (ICoSIAMS 2020)*, 176(ICoSIAMS 2020), 393–398.
<https://doi.org/10.2991/aer.k.210121.056>

Sa'aadah, M., & Rahmawati, N. D. I. (2022). Optimasi Google Bisnisku untuk Meningkatkan Pemasaran UKM Tahu di Desa Brani Kulon. *Prosiding Seminar Nasional Hi-Tech (Humanity, Health, Technology)*, 1(1), 9–15.

Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92–96.
<https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7809>

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA, CV.