

Sosialisasi Penggunaan Google Bisnis pada UMKM untuk Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan Produk Muria Jaya di Desa Mulyasari Kota Banjar

Dede Darisman¹, Alya Lutfhi Pauziah², Fitri Hardiyanti³

^{1,2,3}Institut Agama Islam Darussalam (IAID) Ciamis Jawa Barat
Email: dededarisman@iaid.ac.id

Abstrak. Peningkatan penggunaan teknologi informasi dan internet telah membuka peluang baru bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk mereka. Salah satu alat yang dapat digunakan adalah Google Bisnis yaitu *platform* yang dirancang untuk membantu bisnis lokal memperluas jangkauan mereka. UMKM Muria Jaya merupakan usaha yang bergerak di bidang produksi tahu dan tempe. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu memperluas jangkauan pasar UMKM Muria Jaya melalui digitalisasi marketing. Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan ini adalah menerapkan digital marketing menggunakan *platform* Google Bisnis. *Platform* ini memiliki fitur-fitur seperti daftar bisnis, ulasan pelanggan, dan informasi lokasi, sehingga UMKM Muria Jaya dapat lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan yang mencari produk mereka melalui mesin pencari Google. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini ialah terdiri dari pembentukan tim kegiatan, kunjungan, analisis, implementasi kegiatan dan evaluasi. Hasil dari kegiatan pengabdian adalah platform google bisnis sebagai alat untuk pemasaran dan penjualan secara online.

Abstract. The proliferation of information technology and the internet has created fresh avenues for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to enhance the marketing and sales of their products. A viable tool for this purpose is Google Business, a platform specifically developed to facilitate the expansion of local enterprises. Muria Jaya UMKM is a company specializing in the production of tofu and tempeh. The objective of this service initiative is to enhance the market penetration of Muria Jaya micro, small, and medium enterprises (MSMEs) through the process of digitalizing their marketing efforts. The proposed solution in this activity involves the implementation of digital marketing through the utilization of the Google Business platform. UMKM Muria Jaya can enhance their visibility to potential customers by utilizing this platform's capabilities, including business listings, customer reviews, and geographical information, which facilitate easy discovery of their

items via the Google search engine. The approach employed in this activity involves the formation of an activity team, doing visits, performing analysis, implementing activities, and conducting evaluations. The outcome of the service efforts is the Google Business platform, which serves as an online marketing and sales tool.

Keywords: UMKM, Google Business, digital marketing, sales

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi informasi semakin canggih. Dengan adanya perkembangan tersebut banyak bermunculan inovasi-inovasi baru yang dapat mendukung kebutuhan manusia. Pada dasarnya teknologi memiliki tujuan untuk memberikan kemudahan dari berbagai aspek kehidupan, baik dalam bekerja, berkomunikasi bahkan menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat (Garaika, 2020). Akan tetapi, perkembangan teknologi tidak selalu memberikan dampak positif terdapat juga dampak negatif terhadap kehidupan sosial di masyarakat. Dengan perkembangan teknologi digital saat ini, pelaku usaha perlu menambah atau mengubah metode pemasaran dan penjualannya secara online. Usaha yang dilakukan secara online dapat menambah jangkauan pemasaran sekaligus memperoleh calon pelanggan baru.

Salah satu media pemasaran online yang sering digunakan adalah Google Bisnis. Google Bisnis merupakan *platform* gratis yang dapat digunakan untuk membantu agar bisnis para pelaku UMKM dapat ditemukan di berbagai produk Google, seperti di Maps dan penelusuran.

Melalui fitur maps pada Platform Google Bisnis konsumen dapat menemukan pelaku usaha yang menjalankan usaha serta melayani konsumen pada lokasi tertentu. Usaha yang telah diverifikasi oleh Google dan mendapat penilaian rating yang tinggi oleh konsumen, memiliki peluang besar dianggap sebagai wirausaha bereputasi baik oleh pengguna internet. Pemberian ulasan (rating) tersebut berdampak pada tingkat kepercayaan yang tinggi dari konsumen. Tim pengabdian kepada masyarakat memilih menggunakan Platform Google Bisnis karena *Platform* ini tidak berbayar, mudah digunakan dan banyak digunakan dalam pemasaran produk berbasis online.

Adapun Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah Muria Jaya salah satu pelaku UMKM dibidang produksi makanan yaitu tahu dan tempe. Usaha ini didirikan pada tahun 2005 oleh seorang wirausahawan bernama Muria. Muria Jaya berlokasi di daerah Kota Banjar tepatnya di Dusun Rancakole, RT 011 /RW 03 Desa Mulyasari Kecamatan Pataruman. Berdirinya usaha ini bermula dari inisiatif pemilik yang memiliki keterampilan dan kemampuan dalam memproduksi tahu dan tempe. Produk

yang dihasilkan oleh Muria Jaya memiliki kualitas yang baik dan citarasa yang nikmat, sehingga banyak konsumen yang berlangganan. Konsumen yang dijangkau tersebut masih secara offline yaitu bertatap muka antara penjual dan pembeli. Agar dapat menjangkau konsumen secara online maka Muria Jaya bekerjasama dengan pengusul kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk mengimplementasikan pemasaran secara online supaya wilayah pemasaran menjadi lebih luas dan calon pelanggan semakin bertambah.

Permasalahan yang akan diselesaikan dalam kegiatan ini yaitu bagaimana supaya usaha dapat ditemukan secara mudah oleh calon pelanggan di situs pencarian google, bagaimana pemilik berinteraksi secara online dengan calon pelanggan untuk melakukan penawaran produk, bagaimana pemilik meng-update informasi produk secara online.

Tujuan dari kegiatan ini yaitu membantu meningkatkan pemasaran dan penjualan produk UMKM khususnya Muria Jaya secara online. Setelah pelaksanaan kegiatan ini selesai pelaku UMKM akan memiliki kemampuan dalam menjalankan pemasaran dan penjualan produk secara online seperti update informasi, update produk terbaru dan berkomunikasi dengan calon pelanggan secara online.

KERANGKA KONSEPTUAL

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menurut beberapa instansi atau lembaga memiliki definisi yang berbeda-beda. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) didefinisikan sebagai berikut:

- a. Usaha mikro merupakan usaha produktif dengan kepemilikan orang perorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dimana kegiatan usaha tersebut dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, ataupun menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung dari Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Kriteria usaha mikro berdasarkan kekayaan dan hasil penjualan, menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 pasal 6 adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak sebesar Rp.50.000.000,00. (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak sebesar Rp.300.000.000,00. (tiga ratus juta rupiah).

Kriteria usaha kecil berdasarkan kekayaan dan hasil penjualan, menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 pasal 6 adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000,00. (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,00. (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00. (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000,00. (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Kriteria usaha menengah berdasarkan kekayaan dan hasil penjualan, menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 pasal 6 adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,00. (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,00. (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000,00. (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Google bisnis merupakan platform gratis yang dapat digunakan untuk membantu mengelola keunculan bisnis para pelaku UMKM di berbagai produk Google, seperti Maps dan alat penelusuran lainnya. Jika pelaku UMKM menjalankan suatu bisnis atau layanan tertentu, Google Bisnis dapat membantu calon konsumen menemukan bisnis UMKM tersebut. Bisnis yang telah diverifikasi di Google berpeluang dua kali lebih besar sebagai bisnis yang bereputasi baik oleh pengguna. Sehingga pelanggan akan lebih mudah menemukan tempat, produk maupun layanan yang disediakan oleh para pelaku UMKM.

Google bisnis merupakan sebuah aplikasi yang disediakan oleh google dalam konsep bisnis yang ditujukan untuk para pemilik usaha di seluruh dunia yang saling terhubung satu sama lain. Google bisnis memiliki beberapa manfaat di antaranya sebagai berikut:

- a. Mengelola informasi

Pada google bisnis terdapat fitur yang dapat menampilkan profil bisnis ketika pengguna google menuliskan kata kunci atau kata yang berhubungan dengan bisnis pada laman google. Adapun informasi terkait bisnis yang akan muncul pada penelusuran google yaitu berupa foto, petunjuk jalan, ulasan, jam buka, situs web, dan nomor telepon dari pemilik usaha bisnis tersebut.

- b. Memperluas keberadaan bisnis

Penggunaan google bisnis pada suatu usaha bisnis dapat meningkatkan dan memperluas target pasar. Keberadaan bisnis akan lebih mudah diketahui oleh banyak orang di berbagai jangkauan wilayah karena berdifat online dan terbuka.

c. Berinteraksi dengan pelanggan

Pada google bisnis pemilik dapat langsung terhubung dengan calon pelanggan maupun pelanggan. Selain itu, google bisnis juga dilengkapi dengan rating, ulasan, foto maupun video dari pelanggan sebelumnya yang telah membeli sebagai penilaian.

Google bisnis merupakan suatu strategi pemasaran yang efektif karena memiliki sejumlah fitur yang sering digunakan dalam pengoperasian Google, yaitu info, insight, ulasan, pesan, foto, peta, situs dan buat iklan. Hal tersebut sejalan dengan perubahan perilaku masyarakat dalam mencari informasi. Google selalu menjadi referensi utama setiap orang dalam mencari dan menemukan informasi selain media sosial. Sebuah riset menunjukkan bahwa ada sekitar 46% pengguna google melakukan pencarian lokal dan 28% lainnya berakhir pada pembelian suatu produk.

Pemanfaatan platform Google Bisnis secara gratis sebagai strategi komunikasi pemasaran dengan memanfaatkan media Google yang dapat diakses oleh setiap orang tanpa harus memiliki akun media sosial terlebih dahulu. Google Bisnis memiliki berbagai fitur yang mendukung proses promosi produk di antaranya, unggah foto dan video, insight, siaran langsung, caption, komentar, hashtags, like, direct message pada kolom komen, geotagging, explore.

Google Bisnis menyediakan fitur insight yang berfungsi untuk melihat performa bisnis yang dimiliki dibandingkan dengan bisnis lain pada situs internet. Fitur insight menampilkan jumlah pelanggan yang menemukan akun bisnis yang didaftarkan, dari mana mereka berasal dan bagaimana pelanggan menemukan bisnis ini. Data insight mencakup penayangan dan penelusuran pelanggan. Grafik insight menunjukkan jumlah orang yang menelusuri akun Google bisnis tersebut.

Unggahan foto dan video pada akun Google Bisnis adalah sebuah wadah untuk melakukan update bisnis yang akan dimunculkan di listingan Google Bisnis. Listingan yang ditampilkan dapat diakses melalui tablets dan smartphones karena Google sudah memastikan bahwa tool ini mobile-friendly. Pelanggan juga dapat menyampaikan pesan secara langsung pada unggahan foto yang ditampilkan sehingga dapat membuka jalur komunikasi baru dan promosi bagi pelanggan dan calon pelanggan.

Google Bisnis menyediakan fitur Google Maps yang dapat diakses secara online dengan kapasitas visibilitas yang cukup tinggi. Fitur ini melisting gambar denah lokasi sehingga pelanggan tidak perlu menggunakan peta tradisional atau menulis tujuan saat mereka mencari lokasi produksi tahu dan tempe Muria Jaya.

Review (ulasan) merupakan hal yang penting dalam mengembangkan bisnis online. Google Bisnis menyertakan fitur review sehingga pelanggan dapat meninggalkan ulasan terhadap produk yang telah dibeli. Google Bisnis juga memberikan fitur performa yang dapat diisi oleh para pelanggan. Mereka bisa memberikan penilaian berupa bintang, ulasan lengkap serta rekomendasi jika merasa puas dan memberikan saran terhadap layanan yang diberikan.

Google Bisnis menyediakan fitur-fitur yang sangat membantu dalam mempromosikan produk baik berupa jasa maupun non jasa seperti fitur pengatur listing postingan, info, insight, ulasan, pengiriman pesan, foto, pemesanan, layanan, situs dan produk. Google Bisnis menyediakan informasi yang valid mengenai keberadaan unit wirausaha, memberikan informasi lengkap dan aktual, bisnis yang dikelola dapat muncul di Google Maps, memudahkan konsumen menemukan lokasi bisnis yang dibutuhkan, mendapatkan review dari pelanggan, menjadi media komunikasi pelanggan dan analisis pelanggan pada fitur analytics.

Menurut Hutama dan Subagio (2014, hlm. 3) pemasaran merupakan serangkaian aktivitas mulai dari proses menciptakan, mengkomunikasikan, mengenalkan dan menawarkan produk atau jasa kepada konsumen, klien, partner, dan masyarakat pada umumnya. Tujuan utama dari pemasaran adalah untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, serta menciptakan nilai tambah dalam produk atau jasa yang ditawarkan sehingga dapat memenuhi kebutuhan tersebut dan memuaskan pelanggan. (Atmoko, 2018).

Digital marketing adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang diminati oleh masyarakat untuk mendukung kegiatan yang dilakukan. Dengan adanya digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu dan bisa dijangkau secara global. Banyaknya pengguna social media saat ini, menjadi peluang bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan pasarnya melalui smartphone.

Digital marketing dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran atau promosi suatu merek atau brand produk atau jasa yang dilakukan melalui media digital. Tujuan pemasaran ini adalah menjangkau sebanyak-banyaknya pelanggan dengan cara yang efisien, relevan, dan efektif. Secara sederhana pemasaran online atau sering disebut sebagai digital marketing diartikan sebagai strategi pemasaran yang memanfaatkan internet. Kegiatan pemasaran untuk mendapatkan perhatian konsumen dengan memanfaatkan penjualan melalui media sosial, website, email, bahkan augmented reality. (Andi Yulianto&Roby Setiadi 2022: 109).

Menurut Wijaya (2011: 92), “Penjualan adalah sebuah transaksi pendapatan barang atau jasa yang dikirim pelanggan untuk imbalan kas suatu kewajiban untuk membayar”. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu kegiatan dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk bertransaksi, saling mempengaruhi, dan bertujuan untuk menukarkan barang atau jasa dengan uang. Penjualan adalah tujuan dari pemasaran, artinya

perusahaan melalui departemen pemasaran termasuk tenaga penjualnya (sales force) akan berusaha melakukan kegiatan penjualan atau mendistribusikan produk hasil produksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dusun Rancakole merupakan salah satu dusun yang berada di Desa Mulyasari Kecamatan Pataruman Kota Banjar. Dusun ini berlokasi di sebelah utara dari Desa Sinartanjung, sebelah selatan Desa Karyamukti, sebelah Timur Kelurahan Bojongkantong, sebelah Barat Kelurahan Pataruman, Jarak Dusun Rancakole Kecamatan Pataruman Kota Banjar adalah sebagai berikut :

1. Dari kantor kecamatan sekitar 7,1 km dengan waktu tempuh 11 Menit
2. Dari kota Banjar sekitar 6 km dengan waktu tempuh 9 Menit

Sedangkan batas wilayah Dusun Rancakole dibatasi oleh:

1. Sebelah Utara : Desa Sinartanjung
2. Sebelah Timur : Kelurahan Bojongkantong
3. Sebelah Selatan : Desa Karyamukti
4. Sebelah Barat : Kelurahan Pataruman

Salah satu mata pencaharian masyarakat Desa Mulyasari yaitu sebagai pedagang dengan mendirikan usaha sesuai dengan kemampuan dan keterampilan yang dimilikinya. UMKM yang terdapat di Desa Mulyasari sangat beragam, mulai dari produksi makanan, minuman, hingga produksi batu bata. Dengan banyaknya UMKM tersebut, tentu saja dapat meningkatkan pendapatan masyarakat yang akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat Desa Mulyasari. Akan tetapi, masih banyak UMKM yang melakukan kegiatan usahanya belum mengikuti trend perkembangan zaman, dimana saat ini para pelaku usaha tidak hanya melakukan penjualan secara langsung dari penjual kepada pembeli di pasar, mereka juga mulai mendaftarkan usaha mereka di platform media sosial agar dapat menjangkau konsumen yang lebih banyak serta produk usaha mudah ditemukan oleh konsumen.

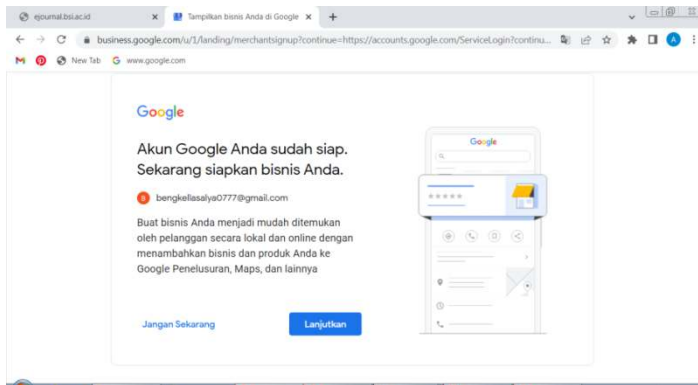
Muria Jaya atau biasa dikenal dengan “MJ” merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang produksi makanan yaitu tahu dan tempe. Muria Jaya menjadi salah satu UMKM yang masih aktif melakukan produksi setiap harinya. Adapun hasil produksi tahu dan tempe tersebut didistribusikan di sekitaran Kota Banjar. Akan tetapi, dalam hal promosi dan pemasaran produk tahu dan tempe tersebut Muria Jaya belum menggunakan media sosial sebagai sarana yang digunakannya. Sehingga konsumen yang dijangkau hanya yang berada di sekitaran Kota Banjar saja karena keterbatasan jarak dalam pendistribusian tahu dan tempe tersebut. Selain itu, tempat produksi tahu tempe “MJ” sedikit sulit ditemukan karena lokasi tempat produksi berada di sebuah gang kecil yang menjorok ke dalam. Sehingga, calon konsumen yang belum mengetahui alamat rumah produksi akan sulit menemukan lokasi tersebut.

Oleh karena itu, kami tim pengabdian kepada masyarakat merencanakan program kerja yaitu pembuatan akun Google Bisnis untuk memperluas jangkauan pemasaran dan penjualan tahu tempe “MJ” sehingga konsumen tidak hanya masyarakat yang berada di sekitaran Kota Banjar saja, akan tetapi bisa menjangkau konsumen yang lebih banyak lagi sampai ke luar kota. Produk tahu dan tempe tersebut dapat mudah ditemukan oleh calon konsumen karena telah masuk pada platform pencarian yang paling sering digunakan oleh masyarakat yaitu platform pencarian Google. Selain itu, lokasi produksi tahu tempe “MJ” akan mudah ditemukan karena telah terdaftar di Google Bisnis dan otomatis terhubung dengan Google Maps yang akan memberikan petunjuk arah menuju lokasi produksi tahu tempe “MJ”.

Program kerja pembuatan akun Google Bisnis dimulai dengan pembentukan tim pelaksana untuk melakukan kunjungan dan analisa situasi di UMKM Muria Jaya. Selanjutnya, tim pengabdian kepada masyarakat melakukan diskusi dengan pemilik usaha Muria Jaya untuk melakukan pendampingan dalam pendaftaran akun Google Bisnis Muria Jaya tersebut.

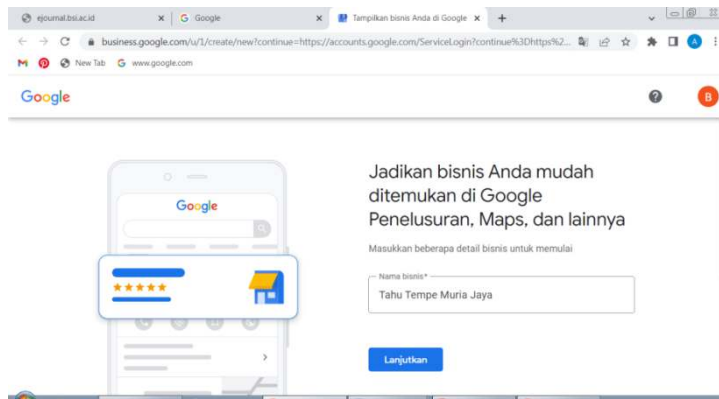
Kegiatan pendaftaran akun Google Bisnis diawali dengan pembuatan e-mail yang dikhususkan untuk usaha produksi Muria Jaya. Setelah pembuatan e-mail, dilanjutkan dengan pendaftaran akun Google Bisnis. Adapun langkah-langkah dalam pembuatan akun Google Bisnis tersebut di antaranya:

Pertama, membuka Google Bisnis kemudian klik “Lanjutkan”.

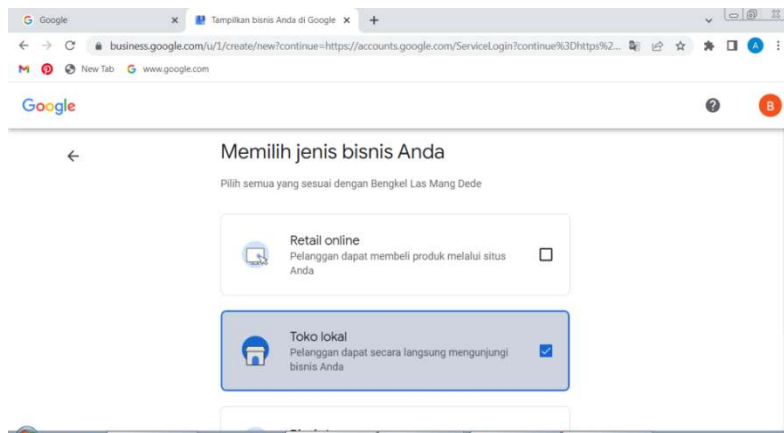


Kedua, menuliskan nama bisnis yang dikelola. Pada tahap ini yaitu menuliskan nama bisnis yang akan didaftarkan pada akun Google Bisnis. Adapun nama bisnis yang dikelola yaitu “Tahu Tempe MJ”.

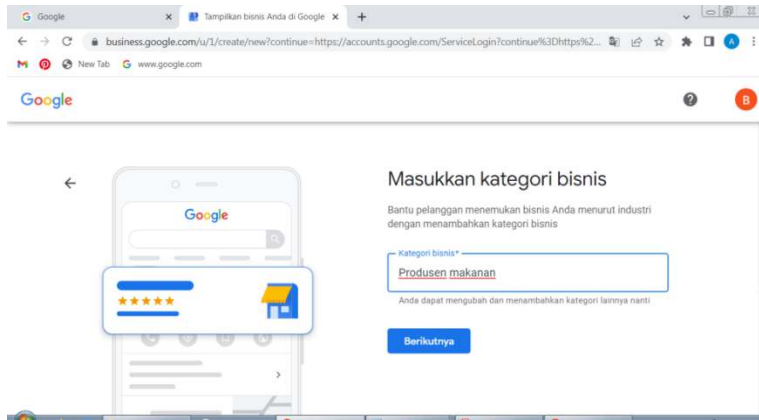
Sosialisasi Penggunaan Google Bisnis pada UMKM



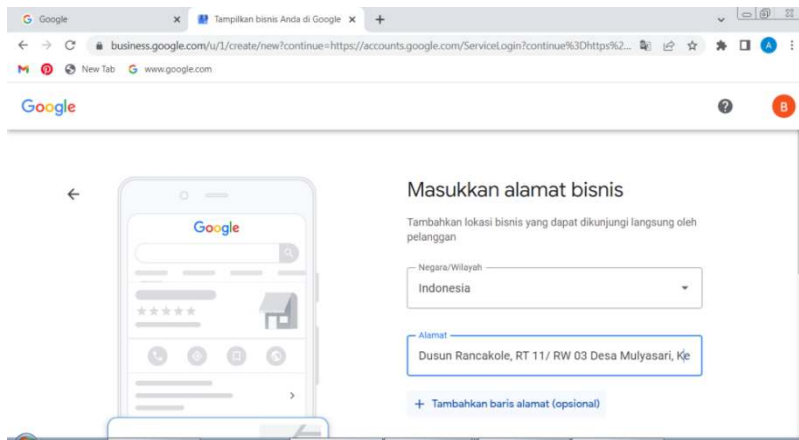
Ketiga, menentukan jenis bisnis yang dikelola. Pada tahap ini yaitu menentukan jenis bisnis yang dilakukan oleh rumah produksi Tahu Tempe “MJ”. Adapun jenis bisnis yang dikelola oleh rumah produksi Tahu Tempe “MJ” yaitu jenis bisnis Toko Lokal, dimana pelanggan dapat secara langsung mengunjungi bisnis yang dikelola.



Keempat, menentukan kategori bisnis yang dikelola. Pada tahap ini yaitu menentukan kategori bisnis Tahu Tempe “MJ”. Adapun kategori bisnis yang dikelola oleh Tahu Tempe “MJ” yaitu Produsen Makanan.

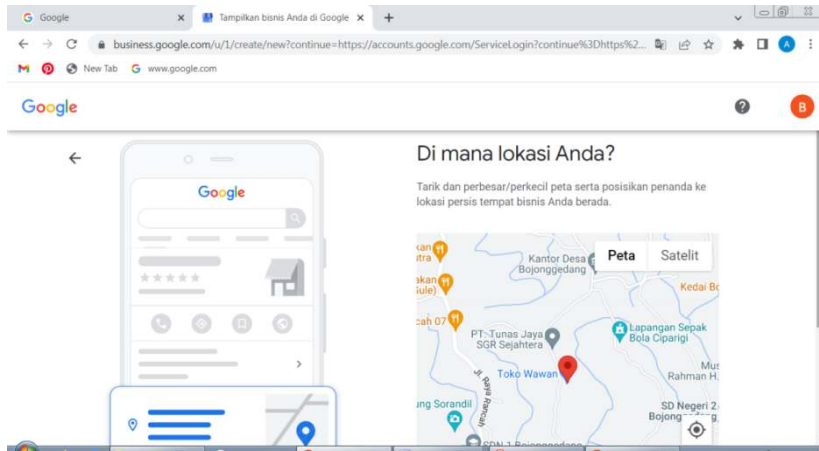


Kelima, mengisi alamat lengkap bisnis. Pada tahap ini yaitu memasukkan alamat bisnis Tahu Tempe “MJ” dengan lengkap.

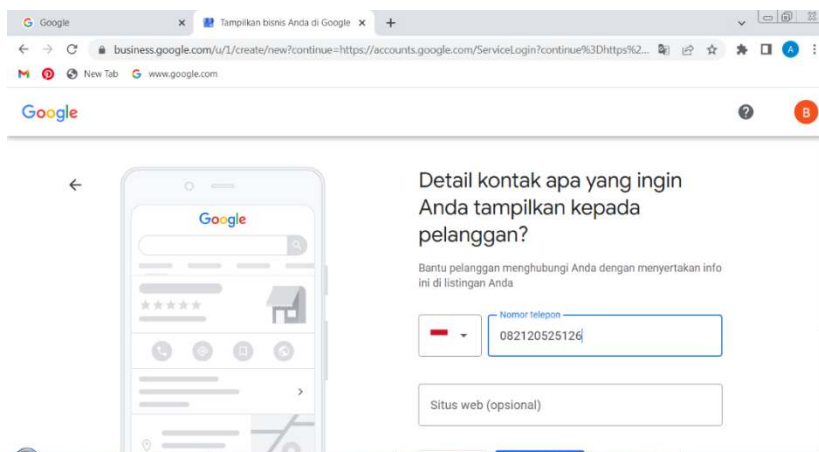


Keenam, menyesuaikan alamat toko di Google Maps. Pada tahap yaitu menyesuaikan alamat rumah produksi Tahu Tempe “MJ” di Google Maps untuk memudahkan konsumen mengunjungi alamat yang sudah ditentukan.

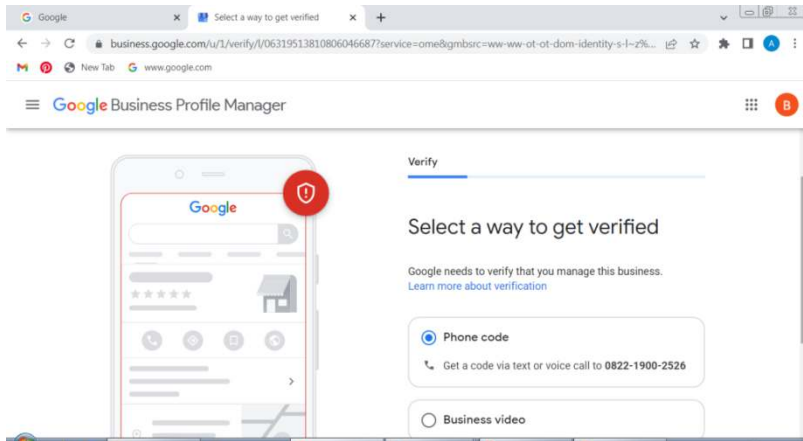
Sosialisasi Penggunaan Google Bisnis pada UMKM



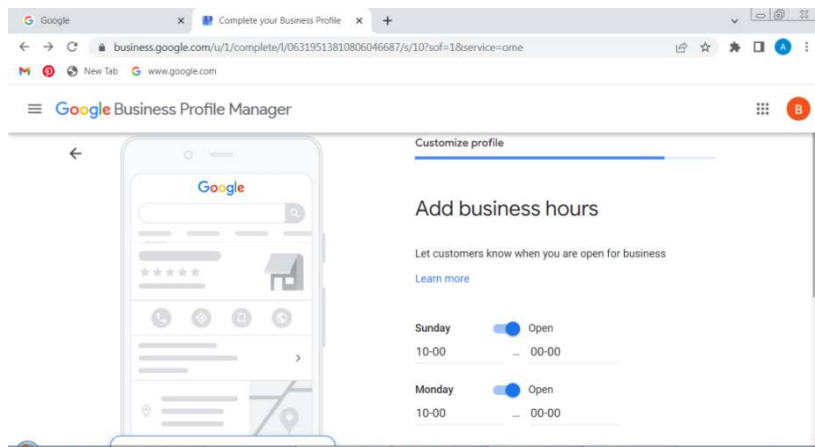
Ketujuh, mengisi no telepon yang dikelola. Pada tahap ini yaitu mengisi no telepon Tahu Tempe “MJ” yang dikhususkan untuk menerima telepon dari pelanggan.



Kedelapan, memasukkan kode verifikasi. Pada tahap ini yaitu memasukkan kode verifikasi yang diminta oleh Google.

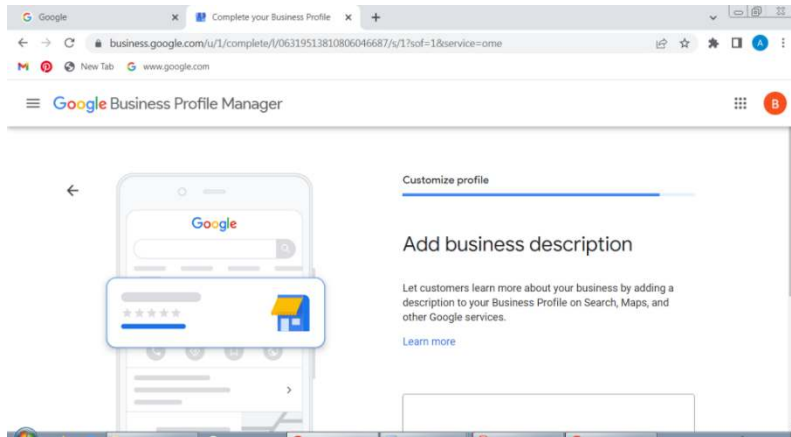


Kesembilan, menentukan jam operasional bisnis yang dikelola. Pada tahap ini yaitu menentukan jam operasional rumah produksi Tahu Tempe “MJ”.

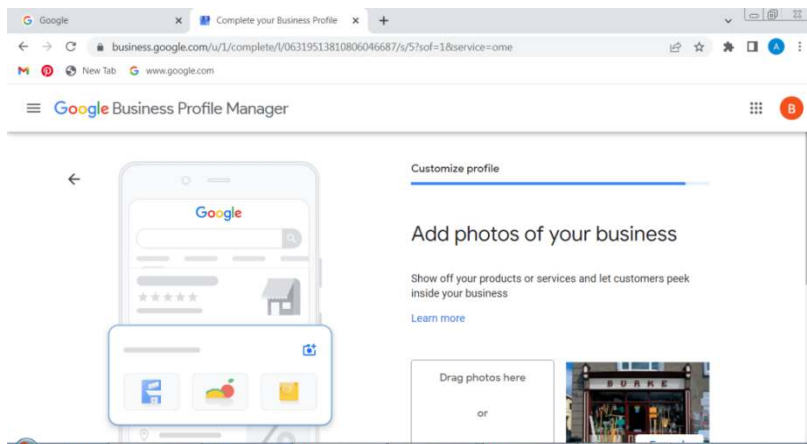


Kesepuluh, mendiskripsikan bisnis yang dikelola. Pada tahap ini yaitu mendeskripsikan bisnis Tahu Tempe “MJ”.

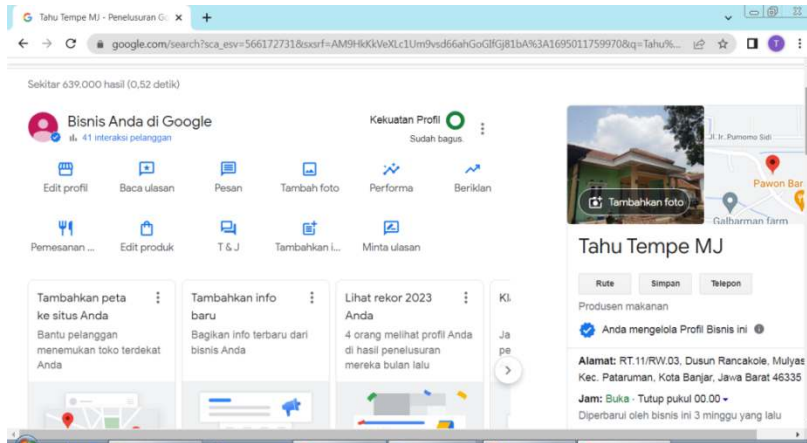
Sosialisasi Penggunaan Google Bisnis pada UMKM



Kesebelas, menambahkan foto bisnis yang dikelola. Pada tahap ini yaitu menambahkan foto bisnis Tahu Tempe “MJ” baik tempat produksi maupun hasil produksi.



Keduabelas, setelah melakukan langkah-langkah diatas maka akun Google Bisnis telah terdaftar dan dapat diakses oleh semua orang.



Program kerja pendaftaran akun Google Bisnis pada UMKM khususnya pada rumah produksi Tahu Tempe”MJ” dilakukan guna pelaku bisnis dapat mengelola bisnis dengan mudah menggunakan sistem online. Adapun evaluasi terhadap program kerja tersebut yaitu ketika akun Google Bisnis Tahu Tempe “MJ” telah terdaftar di Google, pemilik usaha memiliki kesulitan dalam melakukan akses untuk login dan mengoperasikan akun Google Bisnis yang telah didaftarkan. Menanggapi kendala tersebut tim pengabdian kepada masyarakat membantu pemilik usaha agar dapat mengakses dan mengoperasikan akun Google Bisnis Tahu Tempe “MJ”.

Adapun kelemahan pada program kerja yang telah dilaksanakan yaitu di antaranya:

- a. Keterbatasan waktu dalam pelaksanaan program kerja pengimplementasian penggunaan Google Bisnis sehingga pelatihan yang dilakukan kepada pelaku bisnis tidak terealisasi.
- b. Pendampingan yang dilakukan tim pengabdian masyarakat dalam hal pengelolaan akun Google Bisnis kurang maksimal.

Tindak lanjut yang dilakukan dalam program kerja yang telah dilaksanakan yaitu melakukan pemberian rating pelanggan pada akun Google Bisnis Tahu Tempe “MJ”. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen bahwa produk tahu dan tempe “MJ” memiliki kualitas yang baik sehingga konsumen tidak ragu lagi untuk membeli produk tersebut. Dengan demikian, maka penjualan Tahu dan Tempe “MJ” akan terus meningkat seiring dengan semakin banyaknya konsumen dan pelanggan yang membeli produk tahu dan tempe baik melalui penjualan langsung ke distributor pasar maupun melalui pemasaran online pada Gogle Bisnis.

KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat disimpulkan bahwa implementasi penggunaan Google Bisnis pada UMKM guna meningkatkan

pemasaran dan penjualan telah dilaksanakan di salah satu UMKM yaitu Muria Jaya. Dalam pelaksanaannya tim pengabdian kepada masyarakat mendaftarkan UMKM Muria Jaya ke platform Google Bisnis, supaya produk Muria Jaya dapat dijangkau oleh masyarakat luas. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini juga sebagai solusi terhadap masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM Muria Jaya dalam memasarkan produknya melalui online. Dengan adanya kegiatan ini pelaku UMKM Muria Jaya memperoleh kemampuan dan pemahaman mengenai penggunaan Google Bisnis sebagai media pemasaran digital, sehingga dengan memanfaatkan teknologi informasi tersebut dapat memperluas pangsa pasar. Disamping itu, hasil dari implementasi penggunaan Google bisnis pada UMKM Muria Jaya dapat bermanfaat juga untuk jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–13.
- Novita, E., Tarigan, C. U., Yogyakarta, U. N., Jasa, P., & Rias, O. (2022). Pemanfaatan Platform Google Bisnisku Pada Pemasaran Jasa Make Up Artist Omah Rias Cantika. *Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM)* 9(1), 37–48.
- Nurhayati, A. N., Josi, A., & Hutagalung, N. A. (2018). Penjualan. *Jurnal Teknologi Dan Informasi*, 7(2), 13–23.
- Putri, S. S. (2022). Digital Marketing Sebagai Optimalisasi Strategi Pemasaran Wirausaha Muda “ Clothing PRJBus ” Dalam Meningkatkan Omset Bisnis UMKM. *Jurnal Lugas*, 6(2), 65–72.
- Robby Aditya, & R Yuniardi Rusdianto. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102.
- Yuli Rahmini Suci. (2008). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *UU No. 20 Tahun 2008*, 1, 1–31.
- Yuliani, N., & Novita, D. (2019). Pemanfaatan Google Bisnisku Sebagai Upaya Meningkatkan Rangkaing Bisnis Lokal (Studi Kasus : UMKM Gresik , Jawa Timur) Universitas Esa Unggul. *Ikraith-Abdimas*, 5(1), 146–157.
- Sarfiah Sadati Nur, Hanung Eka Atmaja, Dian Marlina Verawati. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*. 4(2), 137-146.
- Ayuni Risa Dwi, Sitna Hajar Malawat, Ade Nur Atika Sari. (2022). Sosialisasi Pemanfaatan Google Business Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Bagi Pengusaha Penginapan di Banjarsari. *Prosiding Hasil-Hasil Pengabdian Dosen-Dosen UNISKA*. 1-5.

