



## Pengenalan Google My Business untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Lokal di Era Digital di Desa Pinggirsari

Memipuspitasari, SE.,MM<sup>1)</sup>, Abdul Akbar Maulana<sup>2)</sup>, Fadhiya Ramdhanisa Mazaya<sup>3)</sup>, Muhammad Fathan Muchlisin<sup>4)</sup>, Nandang Safrudin<sup>5)</sup>, Neng Teni Anggraeni<sup>6)</sup>, Rangga Fujiana Hermawan<sup>7)</sup>, Riski Nurwanda<sup>8)</sup>, Risma Anisa Sulaeman<sup>9)</sup>, Tine Aryan Kereun<sup>10)</sup>, Windi Intan Sari<sup>11)</sup>

<sup>1)</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas winaya Mukti, Kota Bandung, Indonesia

<sup>2)</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas winaya Mukti, Kota Bandung, Indonesia

<sup>3)</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas winaya Mukti, Kota Bandung, Indonesia

<sup>4)</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas winaya Mukti, Kota Bandung, Indonesia

<sup>5)</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas winaya Mukti, Kota Bandung, Indonesia

<sup>6)</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas winaya Mukti, Kota Bandung, Indonesia

<sup>7)</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas winaya Mukti, Kota Bandung, Indonesia

<sup>8)</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas winaya Mukti, Kota Bandung, Indonesia

<sup>9)</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas winaya Mukti, Kota Bandung, Indonesia

<sup>10)</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas winaya Mukti, Kota Bandung, Indonesia

<sup>11)</sup> Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas winaya Mukti, Kota Bandung, Indonesia

[memipuspitasari@gmail.com](mailto:memipuspitasari@gmail.com)<sup>1)</sup>, [abdulmaulana240801@gmail.com](mailto:abdulmaulana240801@gmail.com)<sup>2)</sup>, [Fadhiyamazaya@gmail.com](mailto:Fadhiyamazaya@gmail.com)<sup>3)</sup>, [mukstans@gmail.com](mailto:mukstans@gmail.com)<sup>4)</sup>, [nandangnando7@gmail.com](mailto:nandangnando7@gmail.com)<sup>5)</sup>, [nengteniangaeni25@gmail.com](mailto:nengteniangaeni25@gmail.com)<sup>6)</sup>, [rnggahrmwn@gmail.com](mailto:rnggahrmwn@gmail.com)<sup>7)</sup>, [Riskinurwanda21@gmail.com](mailto:Riskinurwanda21@gmail.com)<sup>8)</sup>, [rissrismaanisa@gmail.com](mailto:rissrismaanisa@gmail.com)<sup>9)</sup>, [tinearyan12@gmail.com](mailto:tinearyan12@gmail.com)<sup>10)</sup>, [Windiintansari00@gmail.com](mailto:Windiintansari00@gmail.com)<sup>11)</sup>

### Article history

Received : 1 Oktober 2024

Revised : 5 Oktober 2024

Accepted : 11 Oktober 2024

Kata Kunci: Google My Business; digital; bisnis lokal

Keywords: Google My Business; digital; local business

### Abstrak

*Di era digital yang terus berkembang, pemasaran lokal menjadi kunci utama bagi bisnis kecil untuk bersaing secara efektif dan menjangkau audiens yang relevan. Google My Business (GMB), telah muncul sebagai alat penting dalam strategi pemasaran digital, menawarkan solusi untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk lokal. Jurnal ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana pengenalan dan pemanfaatan Google My Business dapat meningkatkan pemasaran produk lokal. Dengan metode penelitian kualitatif melalui studi kasus dan wawancara dengan pemilik bisnis kecil, penelitian ini mengidentifikasi berbagai fitur dan manfaat dari GMB, seperti optimasi profil bisnis, pengelolaan ulasan, dan interaksi dengan pelanggan. Temuan menunjukkan bahwa penggunaan efektif GMB dapat meningkatkan peringkat pencarian lokal, memperluas jangkauan pasar, dan memperbaiki interaksi pelanggan, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan penjualan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pemilik bisnis kecil dan pemasar digital dalam memanfaatkan teknologi digital*

### Abstract

*In the evolving digital era, local marketing has become crucial for small businesses to compete effectively and reach relevant audiences. Google My Business (GMB) has emerged as a key tool in digital marketing strategies, offering solutions to enhance the visibility and appeal of local products. This journal aims to explore how the introduction and utilization of Google My Business can improve the marketing of local products. Using a qualitative research method through case studies and interviews with small business owners, this study identifies various features and benefits of GMB, such as profile optimization, review management, and customer interaction. Findings indicate that effective use of GMB can improve local search rankings, expand market reach, and enhance customer interactions, which in turn contributes to increased sales and customer satisfaction. This research is expected to provide valuable insights for small business owners and digital marketers on how to leverage digital technology to support local business growth.*

© 2024 Some rights reserved

### PENDAHULUAN

Di Era revolusi industri 4.0 dan sedang berjalan ke arah 5.0, membuat semua pihak untuk dapat berbenah mengikuti laju perkembangan industri. Tidak terkecuali dengan sistem pemasaran dan penjualan yang semakin berkembang dan konsumen yang semakin kompleks. Pemasaran digital adalah pemasaran barang dan jasa yang tertarget, terukur, dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital.

Pemasaran digital juga diperlukan untuk meningkatkan promosi seluruh produk yang dijual oleh pelaku

UMKM, Salah satu jenis Digital marketing diantaranya Search Engine atau Mesin Pencari adalah jenis website untuk mengumpulkan daftar beberapa website yang bisa ditemukan di internet dalam database yang kemudian menampilkan daftar indeks ini berdasarkan kata kunci atau keyword yang dicari oleh user. SEM membantu website Anda muncul di halaman pertama Google. Hal ini memudahkan konsumen memperoleh informasi tentang rekan bisnis, meningkatkan pendapatan, dan mendorong lebih banyak calon konsumen untuk membuka akun Google My Business.



Aplikasi Google My Business merupakan fitur gratis yang disediakan oleh gossogle untuk mengelola bisnis para pelaku UMKM. Dengan didaftarkannya pelaku UMKM di Google My Business memungkinkan calon pembeli/konsumen melihat jenis usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM karena memiliki alamat yang dapat diakses melalui Google Maps (gmap) dan gratis. Lebih mudah mempercayai bisnis tersebut. Ia juga dilengkapi situs web Google My Business dan tombol telepon untuk berkomunikasi dengan mudah dengan calon pembeli. **Laporan Digital Global Review terbaru tahun 2024**, yang diterbitkan bersama oleh We Are Social dan Meltwater, mengungkap banyak berita utama salah satunya :

- Saat ini, lebih dari **66 persen** populasi dunia menggunakan Internet, dengan jumlah total pengguna di seluruh dunia mencapai **5,35 miliar**, menurut data terbaru. Sejak awal tahun 2023, jumlah pengguna internet meningkat **1,8%** dalam 12 bulan terakhir, berkat **97 juta** pengguna baru.
- **Analisis Kepios** menunjukkan bahwa identitas pengguna media sosial yang aktif telah melampaui angka **5 miliar**, dengan angka pengguna terbaru setara dengan **62,3 persen** dari populasi dunia [*catatan: Identitas pengguna media sosial mungkin tidak mewakili individu yang unik*].Populasi global meningkat sebesar **266 juta** orang pada tahun lalu, mewakili pertumbuhan tahunan sebesar **5,6%**.

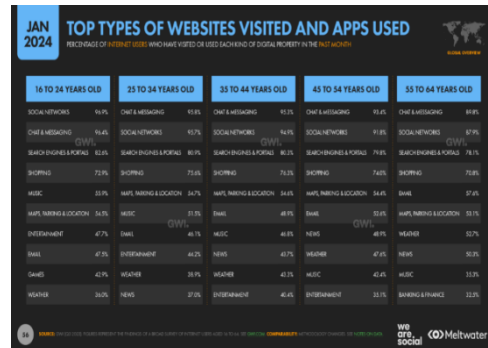


Menurut laporan Tinjauan Global Digital 2024 Google menjadi peringkat pertama website yang paling sering dikunjungi di bulan Januari 2024.



Mesin pencari menempati peringkat ketiga, dengan lebih dari 4 dari 5 responden survei (80,7 persen) mengatakan bahwa

mereka menggunakan layanan seperti Google dan Bing setiap bulan.



Berdasarkan analisis situasi UMKM di Desa PINGGIRSARI dapat teridentifikasi beberapa permasalahan yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM, yaitu:

1. Kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran digital yang harus dimanfaatkan UMKM untuk menarik konsumen.
2. Perlu peningkatan kemampuan dan pengetahuan pelaku UMKM dalam manajemen pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk dalam skala yang lebih luas.

Berdasarkan permasalahan tersebut, terdapat beberapa penyelesaian masalah yang diberikan : Memberi pelatihan pengenalan Google My Business untuk pemanfaatan digital marketing di era digital dan sosial media untuk pelaku UMKM di Desa Pinggirsari

Tujuan yang dicapai melalui pengabdian masyarakat ini adalah: Memperkenalkan fitur Google My Business kepada UMKM di Desa Pinggirsari dan mendukung mereka dalam mengimplementasikan fitur tersebut ke dalam bisnisnya.

### BAHAN DAN METODE

Bahan dan Metode meliputi bahan utama yang digunakan dalam kegiatan pengabdian dan metode pemecahan masalah, termasuk metode analisis.

### Bahan

Google my business sebagai alat dan bahan untuk memberikan informasi kepada masyarat agar produk atau merek dagang mereka dapat di kenal oleh masyarakat luas dengan adanya Google My Business dapat mempermudah pembeli mencari tahu tentang merek dagang masyarakat

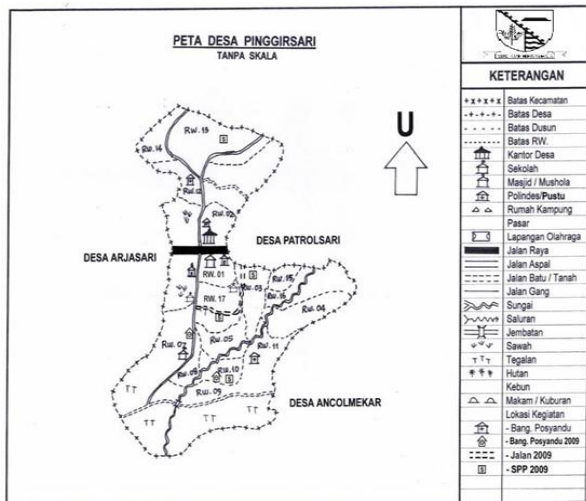
### Metode

Pengenalan dan praktek pembuatan Account Google My Business:

1. Menurut Toruan (2020), secara keseluruhan banyak usaha kecil yang tidak mengetahui konsep pemasaran menggunakan Google My Business, namun tidak mempraktikkannya.
2. Berdasarkan literatur Hendriadi, Sari, and Padilah (2019), pembahasan mengenai manfaat GMB sebagai alat dalam pemasaran digital, termasuk efisiensi biaya promosi dan penghematan waktu pemasaran.

Metode yang digunakan adalah metode Presentasi, Tanya Jawab, dan langsung praktek penggunaan fitur Google My Business.

Lokasi pengabdian masyarakat ini tepatnya di Desa Pinggirsari Kecamatan Arjasari Kabupaten Bandung peta dapat dilihat pada gambar di bawah ini



Gambar Peta Desa Pinggirsari

Kegiatan pertama yang kami lakukan adalah mengunjungi beberapa UMKM untuk mengetahui permasalahan yang ada di UMKM Desa Pinggirsari lalu mencari solusi untuk permasalahan tersebut selanjutnya mengadakan sosialisasi pengenalan tentang google my business untuk para pelaku UMKM didesa pinggirsari

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Evolusi era globalisasi telah menciptakan era digital yang semakin pesat. Situasi ini menuntut berbagai pelaku, baik pelaku ekonomi kecil, menengah, dan besar, untuk mampu beradaptasi dengan lingkungan baru tersebut. Dengan memanfaatkan Internet sebagai media perdagangan, UMKM memiliki peluang besar untuk berkontribusi dalam rantai perekonomian global.

Usaha kecil dan menengah merupakan salah satu pendorong untuk meningkatkan perekonomian nasional dan sumber penciptaan lapangan kerja. Usaha kecil sering kali didefinisikan berdasarkan ukuran ekonomi, jumlah karyawan, penjualan, dan aset tetap. Di Indonesia sendiri, berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2007 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), yang dimaksud dengan usaha kecil dan menengah adalah:

- a) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perseorangan dan/atau badan ekonomi tunggal yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.
- b) Usaha kecil dan menengah adalah suatu usaha yang mandiri dan produktif yang dijalankan oleh orang perseorangan atau suatu perusahaan yang bukan

merupakan anak perusahaan atau cabang dari suatu perusahaan, dimiliki atau dikendalikan oleh perusahaan tersebut, atau bukan merupakan bagian baik langsung maupun tidak langsung dari perusahaan tersebut. perusahaan. Ini adalah perusahaan ekonomi. Usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil dan menengah menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.

- c) Usaha menengah adalah suatu badan usaha produktif yang mandiri dan dikuasai oleh orang perseorangan atau badan usaha dan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang suatu perusahaan yang secara langsung atau tidak langsung dimiliki atau dikuasai oleh suatu perusahaan kecil atau besar penjualan tahunan juga tercapai. 2008 Pasal 1.
- d) Usaha besar adalah produksi yang dilakukan oleh badan usaha yang mempunyai total kekayaan bersih atau omzet tahunan yang lebih tinggi dibandingkan dengan usaha menengah, termasuk badan usaha milik negara atau swasta, perusahaan patungan, dan badan usaha asing, yang melakukan kegiatan perekonomian di Indonesia adalah perusahaan ekonomi.
- e) Dunia usaha meliputi perusahaan kecil, menengah, dan besar yang melakukan kegiatan perekonomian di Indonesia dan berkedudukan di Indonesia.

Di Era revolusi industri 4.0 dan sedang berjalan ke arah 5.0, membuat semua pihak untuk dapat berbenah mengikuti laju perkembangan industri. Hal ini tidak terkecuali, karena sistem pemasaran dan penjualan terus berkembang dan konsumen menjadi lebih kompleks. Pemasaran digital mengacu pada pemasaran barang dan jasa yang ditargetkan, terukur, dan interaktif menggunakan teknologi digital. Tujuan utama pemasaran digital adalah untuk mempromosikan merek Anda, membentuk preferensi, dan meningkatkan lalu lintas penjualan melalui berbagai teknik pemasaran digital. Istilah lain dari pemasaran digital adalah pemasaran online atau internet marketing. Pemasaran digital sebenarnya hampir sama dengan pemasaran pada umumnya. Namun perbedaannya terletak pada peralatan (tools) yang digunakan.

Dengan memanfaatkan media digital dalam perdagangan, UMKM dapat menjual produk lebih cepat dan menekan biaya operasional, termasuk biaya distribusi yang sangat tinggi. Tantangan yang dihadapi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di era ekonomi digital adalah kemampuan sumber daya manusia (SDM) untuk beradaptasi dari metode transaksi tradisional ke digital masih rendah.

Pemasaran digital dianggap sebagai bagian penting dalam kehidupan bisnis. Keunggulan pemasaran digital adalah produk dapat menjangkau calon konsumen dengan cepat dan tanpa biaya iklan yang relatif tinggi. Praktis, cepat dan efisien itulah yang ditawarkan konsep pemasaran digital kepada dunia produsen. Dengan kemajuan teknologi, konsep pemasaran digital bukan lagi sesuatu yang hanya bisa dicapai melalui internet dan periklanan. Namun hal tersebut bisa dilakukan melalui media sosial milik produsen sendiri. Sehingga konsep pemasaran baru berbasis digital ini dimanfaatkan seluas-luasnya oleh para pengusaha swasta dan usaha kecil menengah/UMKM yang mendominasi perekonomian

Indonesia. Dengan terbatasnya sumber daya yang tersedia untuk periklanan, konsep pemasaran digital baru ini dapat membantu memecahkan masalah periklanan dan lebih meningkatkan penjualan.

Pemasaran digital juga diperlukan untuk meningkatkan promosi seluruh produk yang dijual oleh pelaku UMKM, Jenis pemasaran digital yang mencakup mesin pencari adalah jenis situs web yang mengumpulkan daftar situs web yang ditemukan di Internet ke dalam database dan menampilkan daftar terindeks ini kepada pengguna berdasarkan kata kunci yang mereka cari. SEM membantu website Anda muncul di halaman pertama Google. Sehingga akan memudahkan para konsumen untuk mengetahui informasi para pelaku usaha dan dapat meningkatkan income/pendapatan dan mengundang lagi banyak calon konsumen untuk membuka akun Google My Business. Aplikasi Google My Business atau akun Google My Business merupakan fitur gratis Google untuk mengelola bisnis para pelaku UMKM. Mendaftarkan pelaku UMKM Anda di Google My Business akan memiliki alamat yang dapat diakses melalui Google Maps (GMAP) sehingga membantu calon pembeli/konsumen memahami riwayat bisnis pelaku UMKM Anda lebih mudah dipercaya. Website gratis Google My Business juga menyertakan tombol telepon untuk memudahkan komunikasi dengan calon pembeli.

Desa Pinggirsari merupakan desa yang terletak di antara pegunungan dan perbukitan seperti Gunung Geulis, Gunung Batu, Gunung Tikukur, Gunung Malabar, Gunung Kolotok dan Gunung Leutik. Dimekarkan pada tahun 1969 dari Desa Rancakole di Kecamatan Ciparay Kabupaten Bandung, Saat itu meluas ke Desa Pinggirsari di Kecamatan Ciparay, menjadi Kecamatan Pameungpeuk, lalu Arjasari Kamantren, dan sekarang Kecamatan Arjasari.

Desa Pinggirsari merupakan kawasan yang perlu dijaga dan dirawat dengan penuh pertimbangan untuk melindungi dan memanfaatkan manfaatnya bagi kemanusiaan. Desa Pinggirsari merupakan desa yang luas wilayahnya kurang lebih 871.030 hektar.

## DOKUMENTASI



Gambar 2 Sambutan Ketua Kelompok KKN-PM



Gambar 3 Sambutan Kepala Desa Pinggirsari



Gambar 4 Pemaparan Materi Digital Marketing



Gambar 5 Praktek pembuatan Google My-Business



Gambar 6 Foto Bersama

## KESIMPULAN

Selama pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Pinggirsari pada periode 02 Agustus – 08 September 2024 tim KKN berhasil menjalankan berbagai program yang telah direncanakan dengan baik. Program-program ini mencakup berbagai bidang seperti pendidikan, kesehatan, lingkungan, ekonomi, dan sosial, yang semuanya dirancang untuk memberdayakan masyarakat dan meningkatkan kualitas hidup mereka. Melalui pendekatan yang partisipatif, tim KKN bekerja sama dengan masyarakat setempat untuk mengidentifikasi kebutuhan utama dan merumuskan solusi yang tepat. Hasilnya, terjadi peningkatan kesadaran dan keterampilan di kalangan masyarakat dalam berbagai aspek, seperti pengelolaan lingkungan, peningkatan mutu pendidikan, perbaikan kesehatan masyarakat, serta penguatan sektor ekonomi lokal. Di bidang sosial, kegiatan KKN turut memperkuat rasa kebersamaan dan gotong royong di antara warga. Meskipun ada beberapa tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan waktu dan sumber daya, kerja sama yang erat antara tim KKN, pemerintah desa, dan masyarakat mampu mengatasi hambatan tersebut dengan baik. Secara keseluruhan, pelaksanaan KKN ini berhasil mencapai tujuan utama yaitu memberdayakan masyarakat dan menciptakan perubahan positif yang berkelanjutan. Namun demikian, untuk memastikan dampak jangka panjang, diperlukan dukungan berkelanjutan dari semua pihak terkait agar program-program yang telah dilaksanakan dapat terus berjalan dan berkembang di masa mendatang.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Kami ucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing lapangan KKN-PM Desa Pinggirsari Kec. Arjasari ialah Ibu Memmi Puspitasari, S.E., M.M yang sudah membimbing kami sehingga program KKN ini dapat terlaksana dengan baik dan tepat pada waktunya. Terimakasih juga kami ucapkan kepada anggota kelompok yang telah membantu menyukseskan acara KKN-PM di Desa Pinggirsari Kec.Arjasari ini, serta kepada mitra yang telah mau berkerjasama dalam menyukseskan acara dan memberikan izin kepada kami untuk melakukan program kerja. Terima kasih juga kami ucapkan kepada pihak UMKM dan Warga kampung Desa Pinggirsari Kec. Arjasari Kabupaten Bandung, yang telah berpartisipasi dalam kegiatan yang kami

selenggarakan, kami ucapkan terimakasih juga kepada serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggaraeni, A. F., Anisarida, A. A., Janizar, S., & Amijaya, D. T. (2024). Kualitas Sistem Informasi Manajemen Dan Efektivitas Pengambilan Keputusan Pada Perusahaan Konstruksi Di Jawa Barat Dari Perspektif: Teknologi Informasi, Manajemen Pengetahuan Dan Pengendalian Internal. *Jurnal Teknik Sipil Cendekia (Jtsc)*, 5(2), 1018-1039.
- Ir. M Basuki Hadimoeljono, MSc. 2016. "Kantor Kepala Desa," 1–38.
- Janizar, S., Priatna, D. K., Roswinna, W., Anisarida, A. A., & Yulianti, M. L. (2023). The Influence of Leadership Style and Work Environment on Motivation and Its Implications on Performance PT. Nuansa Citramandiri. *Greenation International Journal of Tourism and Management*, 1(3), 253-269
- Rivki, Muhammad, Adam Mukharil Bachtiar, Teknik Informatika, Fakultas Teknik, and Universitas Komputer Indonesia.
- Toruan, Rutman.L (2020). Pengenalan Internet Marketing Bagi Jemaah Masjid Chawan, IKRAITH ABDIMAS Volume 3 Edisi 1 Maret 2020
- Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Pemasaran Digital Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA*, 4(2), 120-125