

## PELATIHAN DAN PEMANFAATAN FITUR GOOGLE BUSINESS UNTUK PROMOSI LOKASI USAHA DAN MENAIKAN TARGET PEMASARAN PRODUK UMKM WARGA DESA DANGDANG, KEC. CISAUK KAB. TANGERANG

Thoyyibah T<sup>[1]</sup>, Wasis Haryono<sup>[2]</sup>, Tomi Hardi<sup>[3]</sup>

<sup>[1][2][3]</sup>Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Pamulang

<sup>[1]</sup>dosen01116@unpam.ac.id\*

\*Corresponding Author

### Informasi Artikel:

**Submitted** : 12/Juli/2022  
**Revised** : 19/Juli/2022  
**Accepted** : 28/Juli/2022  
**Published** : 10/Agustus/2022

### Abstrak

Sudah selayaknya kehadiran perguruan tinggi agar dapat benar benar dirasakan manfaatnya oleh masyarakat baik yang dekat maupun yang jauh. Tujuan umum dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pengetahuan, sosialisasi dan juga pelatihan terkait. Sosialisasi dan pelatihan bagaimana cara memanfaatkan, menggunakan dan membuat google Business pada warga pengrajin dan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan edukasi dengan memberikan pemahaman yang cukup mengenai penggunaan google business secara baik dan menarik sehingga memaksimalkan dampak positif google business terutama dalam hal promosi lokasi usaha dan juga pemasaran produk pada masyarakat yang lebih luas, sehingga tercipta masyarakat cerdas, produktif, aktif, kreatif serta inovatif. Penggunaan dan pemanfaatan google business dapat sangat menguntungkan bagi kita semua, terutama para pelaku usaha jika digunakan dengan baik. Dapat menjadi sarana informasi dan komunikasi produk yang dibuat, kemudian membranding produk tersebut dengan sangat inovatif untuk menarik minat para pembeli. Setelah branding berjalan dan banyak ulasan positif dari warga pengguna google business lainnya, maka tidak menutup kemungkinan platform google business yang digunakan akan dijadikan sebagai tempat / toko online dalam memasarkan produk dan hasil akhirnya dan meningkatkan penghasilan dan kesejahteraan masyarakat pengguna. Sasaran program pengabdian masyarakat yang akan dituju adalah ibu-ibu warga Desa Dadang, Kecamatan Cisauk, Kota Tangerang, Banten sebagai pengrajin produk tusuk sate. Pelatihan dan Pemanfaatan Fitur Google Business untuk Promosi Lokasi Usaha dan Menaikan Target Pemasaran Produk UMKM Warga sebagai tempat mengenalkan dan memasarkan produk yang dibuat warga pada khalayak ramai pengguna media sosial dimanapun berada, kegiatan ini akan diikuti oleh 22 Orang peserta yaitu ketua Rukun Tetangga dan juga masyarakat sekitar yang menjadi pengrajin tusuk sate, dengan tujuan bisa menyebarkan kebaikan kepada warga di Rukun Tetangga lainnya kelak. Kegiatan akan dilaksanakan dalam bentuk Pelatihan dan Simulasi yang langsung akan disampaikan oleh Tim dosen Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dan Mahasiswa.

**Kata Kunci:** Promosi, Tusuk Sate, Google Business

## 1. PENDAHULUAN

Desa Dangdang adalah salah satu desa yang ada di kecamatan cisauk kabupaten Tangerang provinsi banten. Desa Dangdang terbagi kedalam, 5 Rukun Warga (RW) dan 14 Rukun Tetangga (RT) dan 2 kadus (Kepala Dusun). Terdapat beberapa kampung yang ada di desa Dangdang yaitu kampung Kebun pisang dan kampung Setu. Jarak dari Desa dangdang dengan Kecamatan kurang lebih 5 Kilometer dan dapat ditempuh dengan jalan kaki (+ 120 menit) atau menggunakan kendaraan bermotor (+ 90 menit). Desa Dangdang dikategorikan sebagai desa miskin, hal ini didasarkan pada sebagian besar masyarakat bekerja sebagai buruh serabutan yang penghasilannya kurang dari Rp.20.000/hari. Kondisi jalan menuju didesa Dangdang hamper 95% dalam keadaan rusak dan sulit untuk dilalui kendaraan. Ini menjadi salah satu penghambat dalam hal pemasaran hasil pertanian dan kerajinan, dan menghambat juga pasokan barang-barang kebutuhan masyarakat desa. Sehingga roda perekonomian masyarakat desa tidak dapat berjalan dengan lancar, yang berpengaruh pada pendapatan masyarakat desa tersebut. Sarana pendidikan didesa Dangdang yang kurang memadai juga merupakan salah satu penyebab terhambatnya kemajuan desa. Ini dapat dilihat dari jumlah Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP) yang hanya terdapat satu didesa tersebut dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) itu pun masih dalam tahap pembangunan . Aliran listrik di desa juga sering mengalami pemadaman yang berakibat terhambatnya aktifitas dimalam hari. Desa Dangdang yang berada pada lahan dengan luas 512 Ha memiliki penduduk dengan jumlah terakhir berdasarkan data sensus desa sebanyak 6.835 jiwa. Didesa ini terdapat kelompok masyarakat yang berprofesi sebagai pengrajin tusuk sate. Para pengrajin tusuk sate ini adalah warga masyarakat yang banyak dilakukan oleh ibu-ibu rumah tangga yang mengisi waktu kosongnya dengan kegiatan yang produktif. Produk-produk tusuk sate yang mereka buat bervariasi, masing-masing pengrajin membuat tusuk sate dengan ukuran tertentu saja, tidak ada koordinasi atau aturan yang mengikat mereka untuk membuat tusuk sate dengan ukuran tertentu. Para pengrajin membuat tusuk sate berdasarkan Analisa mereka saja, misalnya saja Ketika akan datang hari Raya Idul Adha hampir semua pengrajin memproduksi tusuk sate ukuran 15 centimeter, Akibatnya ada banyak ukuran tusuk sate yang diproduksi masyarakat dan melebihi stock. Ada pengrajin yang tusuk satenya terjual ada juga yang tidak terjual, akibatnya modal yang dikeluarkan menjadi mengedap. Kurangnya koordinasi antara sesama pengrajin tusuk sate menjadi salah satu kendala yang juga dihadapi oleh para pengrajin.

Untuk proses pembuatan tusuk sate masih dilakukan dengan manual atau dengan pisau dan peralatan seadanya. Proses pembuatan dimulai dengan pembelian bahan baku yaitu bambu yang ada disekitar daerah desa Dangdang, setelah bambu diperoleh kemudian bambu dipotong sesuai dengan ukuran tusuk sate yang akan dibuat. Ada beberapa jenis ukuran tusuk sate, mulai dari 10-centimeter hingga yang terbesar 30 centimeter. Setelah proses pemotongan lalu dilakukan proses pembentukan tusuk sate, dihaluskan dan diakhiri dengan penjemuran. Semua proses dilakukan masih dengan cara manual yang berakibat pada kapasitas produksi yang terbatas dan dengan kualitas yang kurang bagus. Dan ini juga menjadi persoalan lain yang dihadapi para pengrajin. Tusuk sate yang mereka buat dipasarkan dengan menunggu pembeli yang datang. Biasanya tengkulak yang mendatangi para pengrajin. Ini menjadi persoalan lain yang dihadapi oleh para pengrajin. Hal ini tentu tidak bagus dalam dunia usaha dan menjadi salah satu kendala dalam hal pemasaran mereka. Padahal pemasaran adalah nafas dari suatu perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2011:5) dalam buku Marketing Management edisi 13 pengertian manajemen pemasaran adalah “Mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial”, Sedangkan menurut (Daryanto 2011:1) mengemukakan pengertian pemasaran sebagai berikut: “Suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain”.

Dari pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu aktivitas dalam menyampaikan barang atau jasa kepada para konsumen, dimana kegiatan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Dengan pemasaran memungkinkan sebuah perusahaan dapat berkembang sesuai dengan yang direncanakan. Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk melakukan pemasaran yaitu dengan melakukan promosi. Menurut Gitosudarmo bahwa promosi adalah merupakan kegiatan-kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut (Gitosudarmo, Manajemen Pemasaran, Cet ke-6, (Yogyakarta: BPFE, 2000). Covid 19 berdampak pada bidang promosi (Yulastini NKS et al, 2021). Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan

yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Strategi pesan yang efektif adalah suatu pesan yang dapat menyampaikan tujuan promosi yaitu agar sesuatu yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang. Setelah produk banyak dikenal orang, maka hasil penjualan juga meningkat. Seiring dengan Pesatnya perkembangan teknologi digital dan internet pada saat ini mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat, termasuk salah satunya adalah pemanfaatan mesin pencari, bahkan dalam aktivitas dan mobilitas masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Pemanfaatan teknologi dapat menunjang aktivitas masyarakat menjadi lebih efektif dan efisien, yaitu dengan penerapan sarana aplikasi teknologi yang tepat dan mengikuti perkembangan zaman. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan Markplus Insight, jumlah pengguna internet Indonesia didominasi oleh generasi muda berusia 15-30 tahun yang disebut "netizen". Mereka berkomunikasi di dunia maya sama seperti mereka berkomunikasi di dunia nyata. Demikian juga informasi yang didapatkan semakin terbuka baik konten positif maupun negatif. Banyak sekali aktivitas manusia dalam berbagai segi kehidupan jadi semakin lebih mudah, pendidikan semakin berkembang pesat dengan peran internet. Kemudahan mengakses sumber informasi dengan layanan dan konten terbaru dapat di akses dengan mudah dan cepat oleh setiap masyarakat kapan pun dan dimana pun. Dengan demikian judul pengabdian yaitu "Pelatihan Dan Pemanfaatan Fitur Google Business Untuk Promosi Lokasi Usaha Dan Menaikan Target Pemasaran Produk Umkm Warga Desa Dangdang, Kec. Cisauk Kab. Tangerang". Beberapa penelitian menggunakan Google Business untuk promosi misalnya Google Business Untuk promosi pariwisata daerah Kupang (Manu GA et al, 2019), Google Business sebagai promosi UMKM di daerah Gresik, Jawa timur (Dian, N. (2022)). Meningkatkan rangking bisnis lokal menggunakan Google Business (Nafisah Y, Novita D.2022) Penerapan Google Business pada penjualan mie ayam. (Achmad Z,2022). Penerapan Google Business pada penjualan produk di masa pandemi (Dani A, Humisar H, Nofiyani. 2020). Google Bisnisku Untuk Meningkatkan Pemasaran Pada Karang Taruna (Merdekawati A et al, 2021). Implementasi Google Business Pada UKM Guna( Dani A, 2020)

## 2. METODE

Metode pelaksanaan pada Gambar 1 akan digunakan dalam Pelatihan pengabdian masyarakat ini dikakukan melalui kegiatan, membentuk tim, analisis, kegiatan, evaluasi , laporan dan selesai.



GAMBAR 1. METODE PELAKSANAAN

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Start

Tahap awal kegiatan ini yaitu mencari lokasi yang cocok untuk dijadikan subjek pengabdian masyarakat. Daerah yang kami pilih yaitu Desa Dangdang. Pada awalnya kami berkeliling di daerah tersebut, kemudian bertanya siapa Rt di daerah itu. Setelah itu kami menyampaikan maksud dan niatan kami sesuai dengan kondisi daerah tersebut yang mana masyarakatnya merupakan pengrajin tusuk sate.

#### 2. Teamwork

Teamwork pengabdian masyarakat ini terdiri dari 3 dosen yaitu Thoyyibah. T. S. Kom. M. Kom, Wasis Haryono, S. Kom. M. Kom dan Tomi Hardi. S. Kom. Mkom. Kegiatan ini juga dibantu oleh beberapa mahasiswa dan dan RT setempat.

#### 3. Analisis dan Kegiatan

Pelatihan yang disampaikan kepada peserta sosialisasi yaitu warga masyarakat pengrajin dan pelaku Usaha Mikro Keci menengah (UMKM) yang terdiri dari 22 warga termasuk pengurus Rukun Tetangga setempat, dalam kegiatan ini narasumber (dosen) menyampaikan materi tentang pembuatan, penggunaan, serta pemanfaatan internet khususnya Google Business yang terdapat pada Gambar 2. dalam upaya meningkatkan pemasaran hasil produk lokal Desa Dangdang, Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang yaitu pengrajin tusuk sate secara bergantian sesuai dengan konten yang disampaikan, narasumber memaparkan segala bentuk penggunaan Google Business yang marak digunakan saat ini terutama dibahas dan diperdalam penggunaan Google Business dikalangan pelaku usaha, diberikan penjelasan secara umum, kemudian manfaat dan dampak yang ditimbulkan dari penggunaan Google Business. Narasumber mengajak peserta untuk aktif berdiskusi dan menyampaikan pendapatnya terkait dengan materi yang disampaikan dengan cara mempersilahkan kepada peserta sosialisasi untuk langsung mengajukan pertanyaan dibagian akhir penyampaian materi yang dipaparkan narasumber. Teknis pelaksanaan kegiatan ini, peserta dibagi menjadi beberapa kelompok dan setiap kelompok didampingi oleh Mahasiswa yang terlibat dalam TIM Pengabdian Kepada Masyarakat. Setelah sesi materi selesai, setiap kelompok bergantian menyampaikan pendapatnya tentang penggunaan Google Business dikalangan masyarakat saat ini baik yang dialami pribadi ataupun hasil pengamatan dilingkungan sekitar, kemudian dipersilahkan pula setiap kelompok untuk mengajukan pertanyaan hingga pemaparan materi dikupas secara detail dan tuntas. Mahasiswa dalam hal ini berperan untuk mengarahkan keaktifan peserta pada masing-masing kelompok, menjaga agar saat pemaparan materi peserta didik tetap fokus dan mengikuti dengan tertib, memastikan bahwa materi dapat diterima dengan baik sehingga tujuan diadakannya sosialisasi tentang pembuatan dan penggunaan Google Business dapat tercapai dalam meningkatkan kualitas pemasaran mereka. setiap kelompok diminta menganalisis Google Business terkait jasa pemasaran produk dengan berbagai platform yang sering dijumpai dilingkungan masyarakat. Kemudian didiskusikan di forum bagaimana solusi yang harus dilakukan oleh kelompok mereka agar dapat membuat konten dan branding yang bagus agar dapat memasarkan produknya seperti beberapa contoh Google Business tersebut yang dijadikan contoh sebagai motivasi. Meminimalisir terjadinya kendala dalam penggunaan dan pemanfaatn Google Business yang sama setelah pelaksanaan sosialisasi ini, karena tujuan pengabdian masyarakat ini pula untuk memberikan jawaban atau solusi dari permasalahan yang ada dilakangan masyarakat di tempat dilaksanakannya PKM.

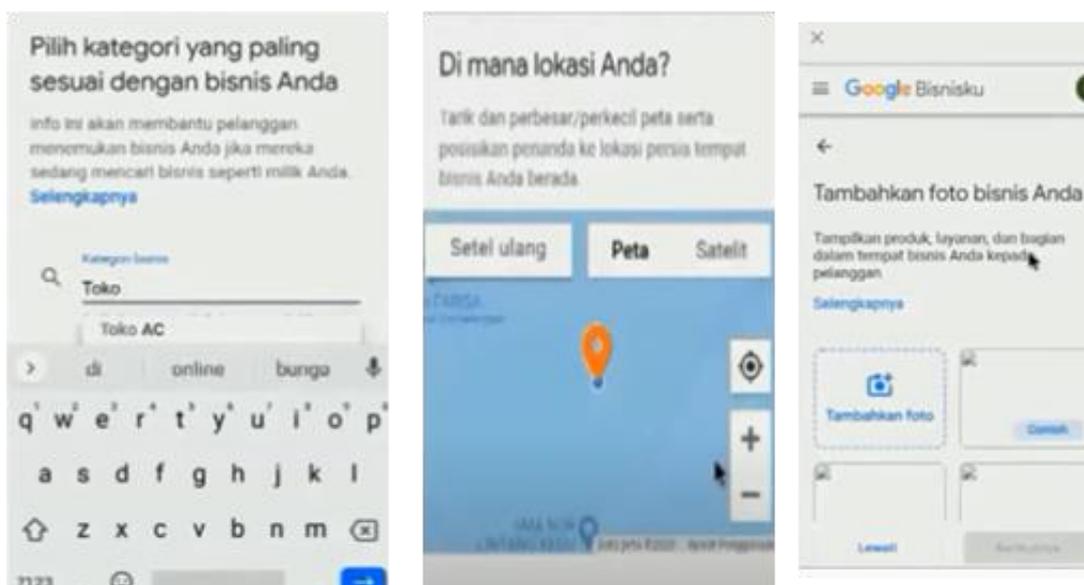
#### 4. Evaluasi

Setelah sesi pelatihan selesai, peserta sosialisasi dan pelatihan tetap bersama kelompoknya dengan didampingi oleh Dosen dan Mahasiswa anggota PKM sebagai fasilitatornya, diberikan kesempatan untuk simulasi dalam membuat dan menggunakan Google Business. Peserta di evaluasi dan dipersilahkan membuka situs atau aplikasi terkait dengan Google Business yang memiliki konten usaha dan pemasaran produk, baik itu kegiatan proses pembuatan produk ataupun hal lain yang terkait dengan proses produksi dan juga proses marketing atau pemasaran yang sangat utama ini. Terutama pembahasan permasalahan atau kendala warga masyarakat yang berkaitan dengan permasalahan atau kendala yang mereka sudah sampaikan di sesi sebelumnya, kemudian mereka mengkaji apa yang dibuka dalam setiap laman konten yang mereka cari apakah

sudah berkaitan atau belum, apakah sudah mendapatkan yang mereka maksud ataupun belum. Mahasiswa mengarahkan dan memberikan penjelasan cara mengakses yang benar agar peserta mendapatkan layanan yang mereka maksudkan, memberikan referensi situs yang sering diakses atau digunakan oleh kalangan pengrajin dan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah, jika terdapat kendala segera diberikan solusi setiap kelompoknya jika tidak langsung terpecahkan fasilitator segera meminta bantuan dosen pelaksana PKM, karena dalam kegiatan ini semua harus berperan aktif dan solutif. Setiap kelompok diberikan tugas untuk mempresentasikan hasil simulasinya, apa yang mereka dapat kerjakan dengan internet selama durasi waktu yang ditentukan. mereka berbagi konten dan materi terkait dengan proses produksi produk maupun terkait dengan pemasaran produk agar lebih menarik dan dapat dijangkau masyarakat luas, memaparkan Google Business apa yang mereka buat dalam menunjang usaha mereka. Setiap kelompok saling memberikan pertanyaan dan masukan pada setiap Google Business yang dibuat guna memberikan kualitas yang terbaik agar pada saat sudah dimanfaatkan penggunaannya dapat lebih maksimal terutama dalam menyokong perekonomian dan kesejahteraan warga Desa Dandang, Kecamatan Cisauk, Kota Tangerang, Banten.

#### 5. Laporan

Laporan digunakan untuk menceritakan semua detail kegiatan selama pengabdian masyarakat ini berlangsung. Detail kegiatan tersebut diantaranya penyampaian materi Google Business seperti pada Gambar 3, Contoh hasil pengrajin tusuk sate seperti pada Gambar 4, dan terakhir Gambar 5 foto bersama dengan dosen, mahasiswa dan peserta pelatihan yaitu masyarakat.



GAMBAR 2. TAMPILAN APLIKASI GOOGLE BUSINESS



**GAMBAR 3. PENYAMPAIAN MATERI GOOGLE BUSINESS**



**GAMBAR 4. HASIL TUSUK SATE KARYA MASYARAKAT**



GAMBAR 5. FOTO BERSAMA PESERTA PELATIHAN

#### 4. KESIMPULAN

Kesimpulan pengabdian masyarakat ini yaitu, kami dari Tim Program Pengabdian Masyarakat (PKM) Universitas Pamulang (UNPAM) menyampaikan semoga pelatihan memberikan informasi kepada masyarakat agar dapat memanfaatkan google Business dengan lebih baik. Sehingga Pelatihan dan Pemanfaatan Fitur Google Business untuk promosi Lokasi Usaha dapat Meningkatkan Target Pemasaran Produk UMKM warga desa Dangdang, Kec. Cisauk Kab. Tangerang

#### DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Z, Damora R, Bambang S, Yuliana D, Terus E, Irga. 2021. Penerapan Google Bisnis Pada Usaha Mie Ayam Dan Bakso Puskesmas Lenteng Agung 1, Upn Veteran Jakarta (Volume 4.), 2654-3168, 2654-3257
- Bud E. Smith, Ryan C. Williams (2009) Google Business Solutions All-in-One For Dummies.
- Dani A, Humisar H, Nofiyani. 2020. Implementasi Digital Marketing Pada UKM Guna, Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan Produk Di Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Pengabdian Masyarakat (JURPIKAT). Vol 1 no 3. ISSN: 2746-0398
- Daryanto (2011) Manajemen Pemasaran. Jakarta: Airlangga.
- Dian, N. (2022). Pemanfaatan Google Bisnisku Sebagai Upaya Meningkatkan Rangking Bisnis Lokal (Studi Kasus:UMKM Gresik Jawa Timur). ReserchGate, 146-109.
- Gitosudarmo. (2000) Manajemen Pemasaran, Cet ke-6, Yogyakarta: BPFE
- Kotler dan Keller (2011) Marketing Management edisi 13. Jakarta: Airlangga.

- Merdekawati A, Kurniawan A, Leidiyana H, Ghazali A, Waryono. 2021. Pelatihan Google Bisnisku Untuk Meningkatkan Pemasaran Pada Karang Taruna Tunas Mandiri Desa Sukaharja. PaKMas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat). Vol. 1 No. 2. ISSN: 2808-0920
- Manu GA, Fallo D. 2019. Implementasi Google My Business (GMB) dalam promosi pariwisata di kota kupang dan sekitarnya. Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi. Vol (2) No (2) e-ISSN:2621-1467
- Nafisah Y, Novita D. 2022. Pemanfaatan Google Bisnisku Sebagai Upaya Meningkatkan Rangkings Bisnis Lokal. Universitas Persada Indonesia YAI. Vol 5 No 1. e-ISSN : 2798-1614
- Natasuwarna, A. P. (2020). Workshop Web Analytic dan Google Bisnisku Sebagai Perangkat Digital Marketing . JUDIMAS (Jurnal Inovasi Pengabdian Kepada Masyarakat)50-61. Vol. 1, No. 1, Juni 2020
- Yulastini NKS, Cahayani NLP, Parwati NPY, Liska LD. 2021. Digital Marketing"Google Bisnisku" pada UMKM untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk pada masa pandemi covid-19. Universitas PGRI Mahadewa Indonesia. Volume 2 Nomor 1. e-ISSN:2798-1614