

## PELATIHAN PEMANFAATAN *GOOGLE-MAPS* SEBAGAI BENTUK DIGITALISASI PEMASARAN PRODUK UMKM DI KELURAHAN WOLOAN DUA

Fransisca Joanet Pontoh<sup>1</sup>, Maria Veronica Jaegueline Tielung<sup>2</sup>, Rizal Sengkey<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Sam Ratulangi

fransisca@unsrat.ac.id<sup>1</sup>, mariatielung@unsrat.ac.id<sup>2</sup>, rizalsengkey@gmail.com<sup>3</sup>

### ABSTRACT

*Conventional sales or waiting for customers to come and buy the products being sold are still being carried out to this day. This also happens to Micro, Small, and Medium Enterprises in Woloan Dua Village. Digital marketing is one of the alternative solutions in helping to revive the downturn of UMKM actors. One of the digital tools relied upon to enhance the efficiency and effectiveness of UMKM product marketing is Google-Maps. Google-Maps is a mapping service application developed by Google, and it has become one of the most popular and user-friendly tools for exploring and finding physical locations, as well as for planning trips. However, the potential of Google-Maps in supporting the marketing of UMKM products has not yet been fully optimized. UMKM actors can utilize various features provided by Google-Maps such as location markers, customer reviews, and contact information. In addition, UMKM actors can create informative and attractive business profiles for potential consumers. Besides benefiting UMKM actors, the use of Google Maps also provides advantages for consumers. They can find the products or services they need with the help of an interactive map, as well as see reviews and recommendations from other users.*

**Keywords:** *Google-Maps, UMKM, Digitalization*

### ABSTRAK

Penjualan secara konvensional atau sambil menunggu pelanggan datang dan membeli produk yang dijual, sejauh ini masih berlangsung. Ini juga diterapkan pada Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah yang berada di Desa Woloan Dua. Pemasaran secara digital menjadi salah satu solusi alternatif untuk membantu memulihkan keadaan sulit yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Salah satu **alat** digital yang sangat **penting** untuk meningkatkan **keefektifan** dan **efisiensi** dalam memasarkan barang UMKM adalah google maps. Google Maps **adalah** program **peta** nan dibangun oleh Google. Aplikasi ini sudah menjadi sebagian piranti **nan** paling **banyak digunakan** dan **sederhana** untuk **mencari** lokasi dan mengagendakan bepergian. Namun, **banyak** potensi Google Maps **yang dapat** membantu **menjual** hasil UMKM belum digunakan secara **maksimal**. Pengusaha UMKM **bisa menggunakan** berbagai fitur yang **ada** di Google Maps, seperti **penandaan** lokasi, ulasan **dari** pelanggan, dan informasi kontak. Selain itu, pelaku UMKM **memiliki kesempatan untuk** membuat profil bisnis yang **menarik** dan **informatif untuk** menarik **perhatian** calon konsumen. **Di samping memberi** keuntungan bagi pelaku UMKM, penggunaan Google Maps juga **menguntungkan** konsumen. Mereka dapat dengan mudah menemukan produk atau layanan yang mereka **inginkan** berkat peta interaktif **dan juga dapat membaca** ulasan **serta** rekomendasi **dari** pengguna lain.

Kata Kunci: Google-Maps, UMKM, Digitalisasi

### PENDAHULUAN

Kelurahan Woloan Dua berada di Kecamatan Tomohon Barat yang masyarakatnya yang **menjalankan** usaha UMKM sering **kali mengalami** kendala pengetahuan dalam **bidang** pemasaran dan promosi. Di **antara** berbagai UMKM yang **ada** di Desa Woloan Dua, terdapat **masalah** yang **umum ditemui** yaitu **kurangnya** media promosi untuk **menginformasikan** lokasi dan produk yang **ada, sehingga diperlukan**

aplikasi pemetaan UMKM Google Maps di Kelurahan Woloan Dua sebagai sarana pencarian lokasi UMKM. Selain itu, pemasaran dan penjualan produk UMKM ini sendiri hanya menggunakan metode konvensional saja, dengan menunggu calon pembeli datang langsung dan memesan berdasarkan keinginan calon pembeli. Tentunya hal ini sangat berpengaruh pada omzet penjualan, meskipun setiap harinya tetap ada keuntungan walaupun jumlahnya sangat sedikit. Untuk meningkatkan jangkauan penjualan,

diperlukan strategi pemasaran yang lebih baik melalui saluran pemasaran berbasis online.

Di tengah kondisi ekonomi yang menantang akibat krisis ekonomi, serta ditambah krisis pandemi Covid-19, tentu saja semakin menambah berat bagi pertumbuhan ekonomi. Kondisi ekonomi masyarakat di tingkat keluarga setelah terlepas dari pandemi Covid-19 juga mengalami penurunan. Begitupula dengan hasil penjualan produk UMKM di Kelurahan Woloan Dua. Inovasi sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing dan kemampuan jual ekonomi masyarakat guna memperbaiki keadaan perekonomian khususnya pada pelaku UMKM di Kelurahan Woloan Dua. Pemasaran digital memiliki sejumlah keunggulan, **kemampuan ini juga menjangkau lebih banyak konsumen** dibandingkan dengan **cara jualan** konvensional (Ambarwari, A., Widyawati, D. K., & Yuniarti, E. 2022:109-117).

Kemajuan teknologi merupakan salah satu tantangan terbesar bagi para pelaku UMKM, terutama di Desa Kebondalem yang hanya memasarkan produk dengan cara langsung lewat kios. Banyak faktor dia sadar tidak mampu mempelajari teknologi, yang mengakibatkan usaha mereka terbatas pada pasar lokal dan hanya menjangkau konsumen di sekitar. **Seharusnya**, jika mereka **dapat** menguasai teknologi **ini**, mereka **akan mampu menggunakan** pemasaran digital yang memungkinkan **jangkauan** konsumen bertambah merata dan efisien (Aushafina, Nadhiya Hana, and Ira Wikartika 2023: 477-483).

Kelurahan Woloan Dua, menjadi rumah bagi sejumlah UMKM, antara lain K-Dessert. K-Dessert membuat dan menjual beberapa varian dessert antara lain Klappertaart, berbagai jenis Es dan berbagai jenis Boba. K-Dessert hanya memiliki satu karyawan, yang berarti ini adalah usaha UMKM individu. Selain itu ada juga Sate Jack yang bergerak di bidang kuliner. UMKM Sate Jack ini adalah produsen dan distributor kerupuk terbuka. UMKM Sate Jack ini memiliki dua tenaga kerja produsen dan satu tenaga kerja distributor. Dan ada juga Kacang Shanghai ZZ. Kacang Shanghai ZZ ini merupakan produsen sekaligus distributor keripik. Kacang Shanghai ZZ hanya memiliki satu tenaga kerja ini juga bisa dikategorikan sebagai usaha UMKM perorangan.



Gambar 1. Pajangan dan Produk K-Dessert



Gambar 2. Pelanggan Sate Jack dan Produsen yang Merangkap Distributor

Kini, **penggunaan** pemasaran online oleh UMKM di Desa Woloan Dua lagi **sangat eksklusif**. Sejumlah bisnis mikro, kecil, dan menengah masih berjualan secara **tradisional**, **sedangkan** beberapa **lainnya** telah memasarkan produk mereka di WhatsApp, sehingga dapat menjangkau konsumen yang tidak hanya dari **lingkungan** sekitar. **Walaupun** WhatsApp termasuk dalam **bentuk** pemasaran digital, jangkauan pasarnya belum **maksimal**. **Untuk memperluas** jangkauan, UMKM harus berani berinisiatif **beralih** ke pemasaran virtual. Pemasaran dunia maya bukan hanya **terfokus pada** lokapasar, tetapi juga **dapat** menggunakan aplikasi Google Maps nan dihadirkan oleh Google.

**Saat ini**, Google Maps **dianggap** sebagai program peta digital yang **banyak digunakan oleh orang-orang** karena **kemudahan** dalam menentukan posisi yang akurat dan mem-bookmark. **Aplikasi ini** dirancang **untuk** mudah

dan nyaman digunakan, dengan perantara yang **jelas** dan teratur (Insani, S. F., Syahrial, Y., & Putra, A. P. 2022:44-56).

## METODE

Program pengabdian kepada masyarakat ini akan memberikan penyuluhan *Google-Maps* sebagai media pemasaran digital UMKM untuk peningkatan penjualan di Kelurahan Woloan Dua. Dengan pemanfaatan *Google-Maps* diharapkan dapat **menaikkan penjualan** dan **memperluas pasar** bisa memudahkan transaksi **karena semua langkahnya dilakukan otomatis**. Selain itu, ini juga menghemat biaya **dan efektif** dalam penggunaan waktu, **karena semua dijalankan secara daring**.

Pelaksanaan kegiatan PKM ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- **Pelatihan Mengenai Konsep Pemasaran, Strategi Promosi, dan Bisnis Online**  
 Pada tahap awal, peserta akan **diberikan pemahaman** mengenai konsep pemasaran serta **cara dan strategi** untuk **mempromosikan produk**. Di sini juga terdapat **pengetahuan dan pengalaman tentang cara melakukan promosi secara online**, terutama dengan **menggunakan Google Maps**.
- **Pelatihan Penggunaan Google Maps**  
 Di **tahap ini**, kami akan **menolong mencantumkan situs UMKM di Google Maps** biar lebih dikenal oleh publik. Berikut adalah tahapan **untuk menambahkan lokasi UMKM di Google Maps**:
  - a. **Buka aplikasi Google Maps** yang terinstal di ponsel sendiri-sendiri.
  - b. **Pastikan posisi situs di Google Maps sesuai dengan domisili UMKM**.
  - c. **Jika cocok, mencantumkan UMKM pada bagian "Produsen Pangan."**
  - d. **Tambahkan foto lokasi UMKM di Google Maps** agar tampil lebih menarik.

Target dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM yang ada di Desa Woloan Dua, Kecamatan Tomohon Barat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan yang dipaparkan sebelumnya, **selanjutnya** tim PKM menyusun jadwal dan **rencana** dengan mengadakan pelatihan **mengenai cara menggunakan** aplikasi Google Maps, **bertujuan untuk mempermudah** pelaku UMKM dalam mempromosikan **produk mereka**.

Langkah-langkah **untuk menyelesaikan** masalah ini adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan survei di setiap lokasi UMKM untuk **memahami masalah** yang dihadapi masing-masing UMKM. **Survei** ini juga bertujuan **untuk mendekati diri dengan** UMKM yang akan **didukung**.
- b. **Menetapkan** jumlah peserta pendampingan sebanyak tiga UMKM berdasarkan hasil survei **yang dilakukan**.

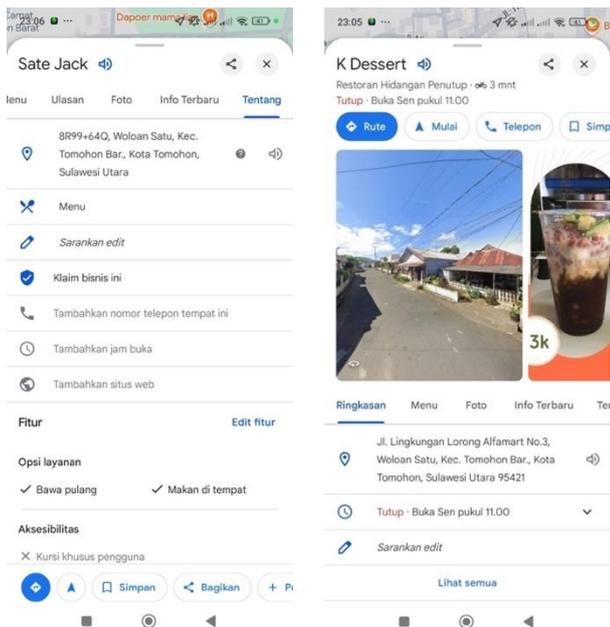
No	Nama Usaha	Media Promosi	Penggunaan Google-Maps
1	K-Dessert	Facebook	-
2	Sate Jack	Facebook	-
3	Kacang Sanghai ZZ	Facebook	-

Tabel 1. Data Mitra UMKM

- c. **Siapkan** materi pendukung agar **proses pendampingan dapat berlangsung lancar** dan tujuan **dapat tercapai**.
- d. **Sediakan** materi **untuk** pendampingan dan sosialisasi **yang mencakup**:
  - Pemahaman **mengenai** pemasaran digital
  - Manfaat **serta** tujuan **dari** pemasaran digital
  - Contoh pemasaran digital
  - Strategi dalam mengimplementasikan pemasaran digital
  - Pendayagunaan Google Maps **untuk** UMKM
- e. Mengawali forum diskusi dengan UMKM untuk **memastikan** hajat **mereka** memahami dan **bisa** mengaplikasikan pemasaran **daring** intens **usaha mereka**.
- f. **Kami akan membantu** mendaftarkan lokasi UMKM di Google Maps agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Berikut **adalah**

langkah-langkah untuk mendaftarkan lokasi UMKM di Google Maps:

- Buka aplikasi Google Maps yang **terinstal** di smartphone atau laptop Anda.
- Pastikan titik lokasi **di** Google Maps sesuai dengan alamat UMKM.
- Jika sudah **diverifikasi**, daftarkan UMKM tersebut **dalam** kategori "Produsen Pangan".
- **Tambahkan** foto UMKM **di** lokasi Google Maps supaya kian menggoda **perhatian**.



Gambar 2. UMKM Mitra yang sudah di tambahkan ke *Google-Maps*

Setelah **mendaftar** tempat usaha di Google Maps, biasanya pelaku UMKM **perlu** menunggu proses verifikasi dari Google selama **24** jam. Setelah **menerima** verifikasi atau izin dari Google, lokasi usaha akan muncul di aplikasi dan dapat diakses oleh **siapa saja**.

Kegiatan PKM ini dilaksanakan pada tanggal 25 September 2024 yang diikuti oleh tiga mitra UMKM, yakni K-Dessert, Sate Jack dan Kacang Shanghai ZZ. **Evaluasi** dari pelatihan menunjukkan antusiasme **peserta** UMKM yang Go-Online dengan Google Maps **untuk mendigitalisasi promosi** hasil **produksi mereka**. Selain itu, produk-**produk** mereka **kini lebih banyak** dikenal oleh **publik**. Berkat adanya bimbingan serta pemyarakatan **perihal cara mengoptimalkan** penjualan digital melalui program Google Maps, didambakan UMKM di

Desa Woloan Dua **akan bisa** memperluas dan **mencakup** bursa yang universal.

Berikut foto kegiatan pelaksanaan PKM\_K3 ini:



Gambar 3. Foto Bersama Mitra



Gambar 4. Foto Pendampingan Mitra

## SIMPULAN

Beralaskan aktivitas pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan, menunjukkan bahwa pelatihan berjalan dengan lancar, sesuai dengan target dan jadwal yang direncanakan. Para pelaku UMKM yang mengikuti kegiatan ini sangat antusias dan merasa sangat terdukung dengan adanya kegiatan ini. Sehingga, seluruh kegiatan ini tidak hanya sebatas

pembekalan ilmu dan kompetensi saja, namun juga memastikan produksi media digital yang terpublikasi agar produk perusahaan dapat dikenal masyarakat luas. Keberhasilan kegiatan PKM ini juga dibuktikan dengan Mitra yang sudah bisa menambahkan lokasi sendiri di Google Maps.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ambarwari, A., Widyawati, D. K., & Yuniarti, E. (2022). Pendampingan Digital Marketing pada Pelaku UMKM dalam Upaya Peningkatan Efisiensi Penjualan di Era Transisi Menuju Endemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Nasional*, 3(2), 109-117.
- Aushafina, Nadhiya Hana, and Ira Wikartika. "Pendampingan digitalisasi marketing Desa Kebondalem melalui aplikasi google maps: Upaya meningkatkan pengembangan UMKM." *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia* 4.3 (2023): 477-483.
- Google.(2021).<https://support.google.com/maps/answer/144349?hl=en&co=GENIE.Platform%3DAndroid> pada 2 Juli 2023.
- Insani, S. F., Syahrial, Y., & Putra, A. P. (2022). Optimalisasi Aplikasi Google Maps sebagai Alternatif Media Promosi pada UMKM di Shelter Taman Sriwedari. *Warta LPM*, 44-56. DOI: <https://doi.org/10.23917/warta.v25i1.596>.