



Sosialisasi Google Bisnisku Untuk Meningkatkan Pemasaran Pada UMKM Desa Cibukamanah

Tiara Azimah Imani¹, Arif Maulana², Adriansah³

^{1,2,3} STAI DR KH EZ Muttaqien, Purwakarta, Indonesia

E-mail : tiaraazimahimani@gmail.com¹, arifakhund1112@mail.com², adriansahbahrun@gmail.com³

Abstrak

Kegiatan sosialisasi dan pendampingan Google Bisnisku di Desa Cibukamanah bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital para pelaku UMKM. Hasil menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kemampuan menggunakan platform digital sebagai sarana pemasaran. Pelaku UMKM yang sebelumnya mengandalkan metode konvensional mulai memanfaatkan Google Bisnisku untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas usaha. Keberlanjutan kegiatan ini diharapkan dapat mendukung transformasi digital secara menyeluruh, meningkatkan daya saing UMKM, dan menjadi model pemberdayaan berbasis teknologi di desa-desa lainnya. Penelitian lanjutan dapat meninjau dampak jangka panjang terhadap pertumbuhan omset dan akses pasar secara luas.

Kata Kunci : UMKM, Google Bisnisku, Pemasaran.

Abstract

The Google My Business outreach and mentoring activities in Cibukamanah Village aimed to improve the digital literacy and skills of MSME owners. The results showed a significant improvement in their ability to use digital platforms as a marketing tool. MSME owners who previously relied on conventional methods began using Google My Business to expand their market reach and increase their business visibility. It is hoped that the continuation of these activities will support comprehensive digital transformation, enhance the competitiveness of MSMEs, and serve as a model for technology-based empowerment in other villages. Further research could examine the long-term impact on revenue growth and broader market access.

Keywords: MSMEs, Google My Business, Marketing.

Received: October 23, 2025 / Accepted: November 20, 2025 / Published Online: November 30, 2025

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah lingkup dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital. Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital seringkali disebut dengan digital marketing. Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen ("View of Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM-annotated.pdf," n.d.).

Di era sekarang ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang memiliki akses online, terlibat di media social, dan mengembangkan kemampuan ecommerce-nya, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan penerapan penggunaan media digital tersebut.

Salah satu platform digital yang dapat membantu UMKM meningkatkan visibilitas bisnis mereka adalah Google Bisnisku. Dengan memanfaatkan platform ini, UMKM memiliki kesempatan untuk menampilkan informasi tentang bisnis mereka di mesin pencari Google dan Google Maps, sehingga calon pelanggan dapat dengan mudah menemukan mereka. Selain itu, Google Bisnisku juga memungkinkan UMKM untuk memberikan informasi penting, seperti jam operasional, alamat lengkap, ulasan dari pelanggan, serta foto produk atau layanan yang ditawarkan. Sayangnya, masih banyak pelaku UMKM di Desa Cibukamanah yang belum sepenuhnya memahami cara mengoptimalkan penggunaan Google Bisnisku untuk meningkatkan daya saing bisnis mereka. Keterbatasan informasi dan kurangnya pendampingan menjadi kendala utama dalam adopsi teknologi ini.

Desa Cibukamanah memiliki potensi yang sangat besar untuk mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama karena mayoritas penduduknya memiliki keahlian di bidang kuliner. Banyak di antara UMKM yang dijalankan oleh ibu-ibu rumah tangga yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi skala kecil yang dilakukan di rumah. Produk-produk yang mereka hasilkan, seperti berbagai makanan ringan, memiliki daya tarik yang kuat di tingkat lokal, namun seringkali masih terhambat dalam hal pemasaran yang efektif. Dengan adanya sosialisasi Google Bisnisku, diharapkan para pelaku UMKM di Desa Cibukamanah dapat memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi yang lebih luas dan efisien.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa efektif sosialisasi Google Bisnisku dalam meningkatkan pemasaran UMKM di desa ini. Selain itu, penelitian ini juga akan mengkaji pemahaman dan keterampilan para pelaku UMKM dalam menggunakan Google Bisnisku setelah mengikuti sosialisasi. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mendukung pemberdayaan UMKM di Desa Cibukamanah, mendorong transformasi digital, serta meningkatkan daya saing dan kesejahteraan masyarakat setempat.

PERMASALAHAN

Meskipun UMKM di Desa Cibukamanah memiliki potensi yang besar, terdapat beberapa tantangan utama yang menghambat pertumbuhan dan pengembangan usaha mereka.

Salah satu masalah yang signifikan adalah minimnya pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Sebagian besar pelaku UMKM di desa ini masih bergantung pada metode tradisional, seperti penjualan langsung dari rumah atau melalui jaringan sosial di sekitar. Akibatnya, produk yang merekahasilkan sulit untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Selain itu, kurangnya informasi dan pendampingan mengenai penggunaan platform digital, seperti Google Bisnisku, menjadi salah satu kendala utama bagi pelaku UMKM. Banyak di antara mereka yang masih bingung tentang cara mendaftarkan bisnis, mengelola profil usaha, atau memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia untuk meningkatkan visibilitas produk mereka.

Permasalahan tersebut menjadi latar belakang perlunya diadakan sosialisasi Google Bisnisku di Desa Cibukamanah. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis bagi para pelaku UMKM agar mampu memanfaatkan Google Bisnisku sebagai alat pemasaran yang efektif.

METODE PELAKSANAAN

Metode pengabdian masyarakat ini menggunakan metode Participatory Action Research (PAR), atau dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai Penelitian Tindakan Partisipatif, adalah sebuah pendekatan penelitian yang menggabungkan penelitian sosial, kerja pendidikan, dan aksi sosial. PAR merupakan metode penelitian yang unik karena melibatkan partisipasi aktif dari komunitas atau kelompok yang menjadi subjek penelitian dalam proses penelitian itu sendiri. Pendekatan ini juga dikenal dengan pendekatan Pemberdayaan. Metode ini bertujuan untuk memberdayakan komunitas dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam memecahkan masalah (Haryono et al. 2024).

Kegiatan sosialisasi Google Bisnisku di Desa Cibukamanah dilakukan melalui tiga tahap utama, yaitu:

a. Observasi

Pada tahap awal dilakukan observasi untuk memahami kondisi UMKM di Desa Cibukamanah, termasuk jenis usaha, metode pemasaran yang digunakan, serta tingkat pemahaman mereka terhadap teknologi digital. Observasi ini dilakukan dengan mengunjungi beberapa UMKM secara langsung dan melakukan wawancara singkat dengan para pelaku usaha. Hasil observasi ini menjadi dasar dalam merancang materi sosialisasi yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan peserta.

b. Sosialisasi

Tahap kedua berupa sosialisasi Google Bisnisku yang dilaksanakan di Balai Desa Cibukamanah. Sosialisasi ini dihadiri oleh para pelaku UMKM dan difokuskan pada pemahaman konsep dasar Google Bisnisku, langkah-langkah pendaftaran bisnis, pengelolaan profil, serta optimalisasi fitur yang tersedia. Kegiatan ini dikemas dalam bentuk presentasi.



Gambar 1.1 Sosialisasi Google Bisnisku

c. Pendampingan

Setelah sosialisasi, dilakukan pendampingan langsung bagi pelaku UMKM yang membutuhkan bantuan dalam mengimplementasikan Google Bisnisku. Pendampingan ini mencakup proses pendaftaran bisnis, pengisian profil secara lengkap, serta strategi mengelola dan memperbarui informasi bisnis secara berkala. Dengan adanya pendampingan, diharapkan pelaku UMKM dapat secara mandiri mengelola bisnis mereka di platform digital dan memaksimalkan potensi pemasaran online.



Gambar 1.2 Pendampingan UMKM Roti mencrang dalam pembuatan akun Google Bisnis

HASIL DAN PEMBAHASAN

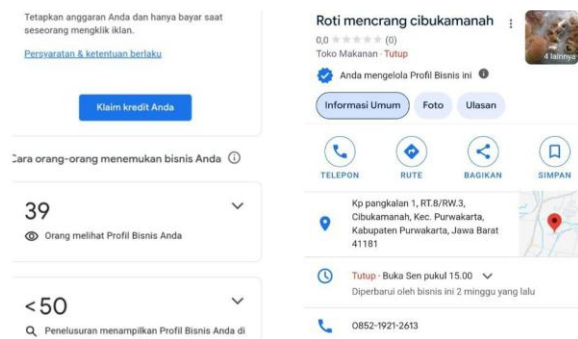
Memanfaatkan aplikasi google bisnisku sebagai media digital marketing sangat dibutuhkan saat ini mengingat dapat mempermudah calon pelanggan mengetahui produk, harga dan ulasan dari pelanggan yang telah lebih dulu memiliki pengalaman menikmati produk yang dikelola oleh pelaku usaha. Tentunya dengan media digital marketing dapat mempermudah pelaku usaha memasarkan produk yang dimiliki (Erstiawan, Soebijono, dan Erdiana 2023).

Hasil dari kegiatan sosialisasi dan pendampingan Google Bisnisku di Desa Cibukamanah menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Sebelum kegiatan ini, sebagian besar pelaku usaha hanya mengandalkan metode pemasaran konvensional yang

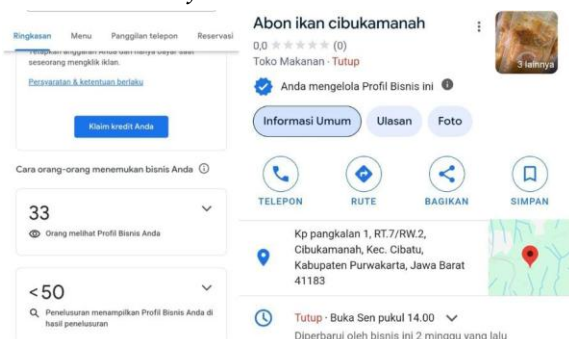
terbatas. Namun setelah sosialisasi, banyak di antara mereka mulai memahami pentingnya kehadiran di platform digital untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar.

Para pelaku UMKM yang sebelumnya merasa ragu dan kurang percaya diri dalam menggunakan teknologi mulai menunjukkan antusiasme yang lebih besar setelah memahami manfaat konkret dari Google Bisnisku. Mereka menyadari bahwa kehadiran online dapat menjadi sarana penting untuk menjangkau pelanggan baru, bahkan di luar wilayah mereka. Dengan bimbingan langsung, banyak peserta yang merasa terbantu dalam mengatasi kendala teknis seperti pendaftaran akun, pengelolaan informasi bisnis, hingga pemanfaatan fitur-fitur yang relevan untuk menarik perhatian calon pelanggan.

Selain itu, adanya pelatihan langsung memberikan dampak positif terhadap pemahaman teknis dan praktik langsung. Beberapa pelaku UMKM mengungkapkan bahwa mereka sebelumnya mengalami kesulitan dalam memahami langkah-langkah digitalisasi bisnis, namun setelah mendapat pendampingan, mereka merasa lebih percaya diri dan mampu mengelola profil bisnis secara mandiri. Keberhasilan dalam mengadopsi teknologi ini menjadi langkah awal bagi UMKM di Desa Cibukamanah untuk bersaing di pasar yang lebih luas dan modern.



Gambar 1.3 Profil akun bisnis UMKM Roti Mencrang Cibukamanah



Gambar 1.4 Profil akun bisnis UMKM Abon Ikan Cibukamanah

Peningkatan Jumlah UMKM yang Terdaftar Sebanyak dua UMKM telah berhasil mendaftarkan bisnis mereka di Google Bisnisku dengan bimbingan langsung selama kegiatan pendampingan. Dalam waktu dua minggu setelah pendaftaran, kedua UMKM tersebut melaporkan peningkatan jumlah pelanggan baru yang mengetahui usaha mereka melalui hasil pencarian di Google.

Pemahaman Tentang Pengelolaan Profil Bisnis Para pelaku UMKM mulai memahami pentingnya memperbarui informasi bisnis secara rutin. Mereka mulai mengunggah foto produk terbaru, memperbarui jam operasional. Dengan adanya profil bisnis yang lengkap dan aktif, UMKM di Desa Cibukamanah memiliki peluang lebih besar untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Dampak Terhadap Jangkauan Pasar Dengan pemanfaatan Google Bisnisku, UMKM di Desa Cibukamanah dapat menjangkau pelanggan di luar wilayah desa. Keberadaan bisnis mereka menjadi lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan yang mencari produk sejenis melalui mesin pencari.

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi dan pendampingan Google Bisnisku di Desa Cibukamanah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Melalui sosialisasi ini, para pelaku usaha yang sebelumnya hanya mengandalkan metode pemasaran konvensional mulai memahami pentingnya kehadiran digital untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar. Keberlanjutan kegiatan ini menjadi penting untuk memastikan UMKM tetap konsisten dalam memanfaatkan platform digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Erstiawan, Martinus Sony, Tony Soebijono, dan Setya Putri Erdiana. 2023. "Pelatihan Google My Business untuk Peningkatan Penjualan Pada Food And Beverage" 8 (3): 380–87.
- Haryono, Eko, Moch Ridwan, Al Murtaqi, Armiya Nur, Lailatul Izzah, Damar Septian, I A I Al, et al. 2024. "Metode-Metode Pelaksanaan PkM (Pengabdian Kepada Masyarakat) Untuk Perguruan Tinggi" 5 (2): 1–21.
- "View of Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM-annotated.pdf." n.d.