

---

## DIGITAL MARKETING “GOOGLE BISNISSKU” PADA UMKM UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN DAN PENJUALAN PRODUK PADA MASAPANDEMI COVID-19

Ni Komang Sri Yulastini<sup>1\*</sup>, Ni Luh Putu Cahayani<sup>2</sup>, Ni Putu Yuniarika Parwati<sup>3</sup>,  
Luh De Liska<sup>4</sup>, Ni Wayan Widi Astuti<sup>5</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup>Universitas PGRI Mahadewa Indonesia  
yulastini\_nks@gmail.com

### ABSTRACT

*UMKM are one of the strengths of the national economy. During the Covid-19 pandemic, UMKM are the sector most vulnerable to being affected, especially in terms of product marketing and sales. MSME Pande Urip Wesi (PAUWE) is a business engaged in iron equipment. This service activity aims to help the problems faced by Pande Urip Wesi. The solution offered in this activity is to implement digital marketing using the Google My Business application. This application can help UMKM actors so that their business can be found by potential customers on Google searches and maps. The method used in this activity consists of forming an activity team, conducting analysis, implementing activities and evaluating. The result of this service activity is the Google My Business application as a tool for online marketing and sales as well as providing training to business owners to have the ability to operate the Google My Business application.*

**Keywords:** *UMKM, Digital Marketing, Google My Business, the Covid-19 Pandemic*

### ABSTRAK

UMKM merupakan salah satu kekuatan perekonomian nasional. Di masa pandemi Covid-19, UMKM menjadi sektor yang paling rentan terkena dampak, terutama sisi pemasaran dan penjualan produk. UMKM Pande Urip Wesi (PAUWE) adalah usaha yang bergerak di bidang peralatan besi. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu masalah yang dihadapi Pande Urip Wesi. Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan ini adalah menerapkan digital marketing menggunakan aplikasi Google Bisnisku. Aplikasi ini dapat membantu pelaku UMKM supaya usahanya dapat ditemukan oleh calon pelanggan di Google pencarian dan maps. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah terdiri dari pembentukan tim kegiatan, melakukan analisis, implementasi kegiatan dan evaluasi. Hasil dari kegiatan pengabdian adalah aplikasi Google Bisnisku sebagai tools untuk pemasaran dan penjualan secara online serta memberikan pelatihan kepada pemilik usaha agar memiliki kemampuan mengoperasikan aplikasi Google Bisnisku

**Kata Kunci:** UMKM, Digital Marketing, Google Bisnisku, Pandemi Covid-19

### PENDAHULUAN

Dampak pandemi Corona virus Disease 2019 (Covid-19) berdampak pada perekonomian nasional, salah satunya adalah pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Pandemi Covid-19 menimbulkan ancaman terhadap pendapatan UKM karena kesulitan menjalankan usahanya terutama dalam pemasaran dan penjualan

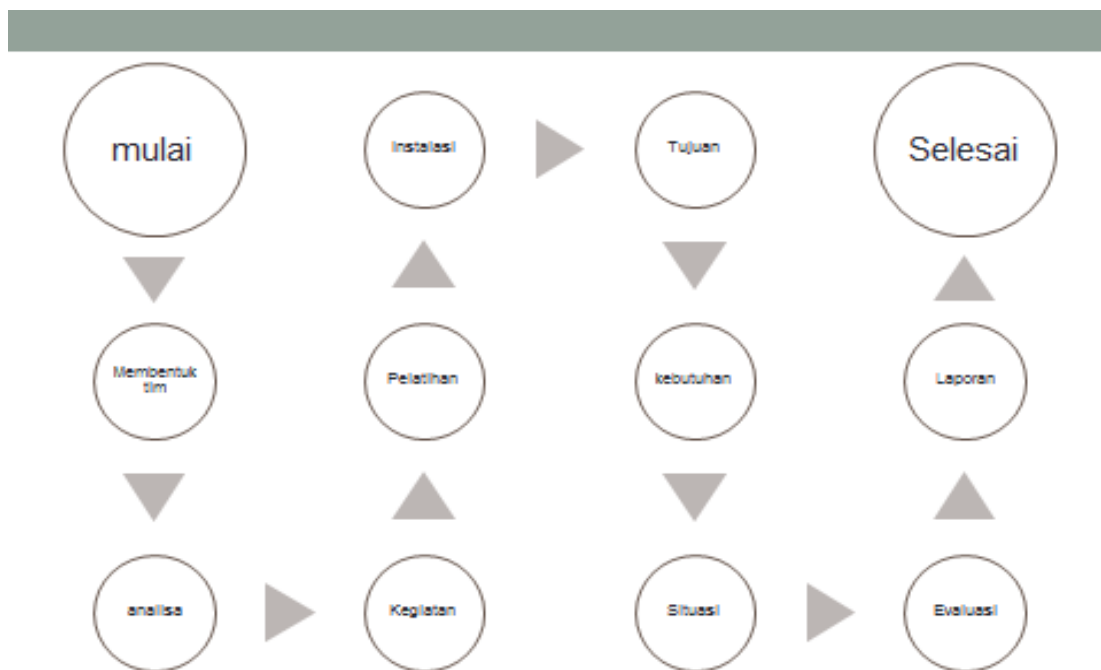
produk yang dilakukan secara offline. Dengan perkembangan teknologi digital saat ini, pelaku usahaperlu menambah dan atau mengubah metode pemasaran dan penjualannya dengan *Go Online*. Usaha yang dilakukan secara *online* dapat menambah jangkauan pemasaran sekaligus memperoleh calon pelanggan baru.

Pande Urip Wesi adalah salah satu pelaku UMKM dibidang peralatan besi. Usaha ini didirikan pada tahun 2010 oleh seorang wiraswasta bernama I Made Suta sekaligus sebagai pemilik dari usaha kerajinan ini. Pande Urip Wesi terletak di daerahKabupaten Badung tepatnya di Banjar Purwakerta - Gerih, Desa Abiansemal. Berdirinya usaha ini bermula dari inisiatif pemilik yang melihat potensi dalam bidang pengolahan bahan besi menjadi produk benda tajam, antara lain : pisau, golok, parang, sabit dsb, kedepannya memiliki pangsa pasar yang luas. Visi dari usaha ini adalah menciptakan produk peralatan besi dari bahan baku besi yang mampu bersaingdi pasar nasional. Untuk mencapai visi tersebut pemilik Pande Urip Wesi 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 atau pelanggan untuk melakukan penawaran produk ?, bagaimana pemilik mengupdate informasi produk secara online ?.

Tujuan dari kegiatan ini yaitu membantu meningkatkan pemasaran dan penjualan produk UMKM khususnya Pande Urip Wesi di masa pandemi Covid-19 secara online. Setelah pelaksanaan kegiatan ini selesai peserta akan memiliki kemampuan dalam menjalankan pemasaran dan penjualan produk secara online seperti update informasi, update produk terbaru dan berkomunikasi dengan calon atau pelanggan secara online.

## **METODE**

Metode pelaksanaan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada UMKM Pande Urip Wesi terdiri dari pembentukan tim kegiatan, melakukan analisis, implementasi kegiatan, dan Evaluasi.



**Gambar 1. Gambar Metode Pelaksanaan**

### **Pembentukan Tim**

Tim kegiatan pengabdian pada masyarakat terdiri dari 1 ketua dan 4 anggota, berikut uraian tugas dari tim kegiatan:

**Tabel. 1 Uraian Tugas**

<b>Nama</b>	<b>Tugas</b>
Ni Komang Sri Yuliasitini	Menganalisa permasalahan mitra, menyusun solusi dan membuat rencana kegiatan
Ni Luh Putu Cahayani Ni Putu Yuniarika Parwati	Membuat modul penggunaan aplikasidan dokumentasi kegiatan

Ni Wayan Widi Astuti	Penyusunan anggaran kegiatan dan memandu penggunaan aplikasi
Luh De Liska	Membantu persiapan dan perlengkapanselama kegiatan

### **Analisa Situasi**

Dalam tahap ini pengusul mengadakan pertemuan ke lokasi UMKM bertemu langsung dengan Bapak I Made Suta selaku pemilik UMKM Pande Urip Wesi. pengusul melakukan diskusi terkait masalah yang dihadapi terutama pemasaran dan penjualan produk di masa pandemi Covid-19.

### **Identifikasi Masalah**

Hasil dari diskusi yang dilakukan dengan pemilik usaha yaitu bagaimana supaya usaha dapat ditemukan secara mudah oleh calon pelanggan di situs pencarian Google ?, bagaimana pemilik berinteraksi secara online dengan calon atau pelanggan untuk melakukan penawaran produk ?, bagaimana pemilik mengupdate informasi produk secara online ?.

### **Menentukan Tujuan**

Dari identifikasi masalah yang terjadi pengusul membuat tujuan utama kegiatan yaitu meningkatkan pemasaran dan penjualan produk pada Pande Urip Wesi di masa pandemi Covid-19 secara online menggunakan aplikasi Google Bisnisku.

Implementasi

### **Instalasi Aplikasi**

Kegiatan awal dilakukan adalah melakukan instalasi aplikasi Google Bisnisku sesuai dengan profil Pande Urip Wesi. Tujuan instalasi supaya UMKM Pande Urip Wesi dapat ditemukan di Google Pencarian dan Maps.

### **Pelatihan Penggunaan Aplikasi**

Setelah aplikasi Google Bisnisku terinstal, kegiatan selanjutnya adalah melakukan pelatihan kepada pemilik usaha agar memiliki kemampuan dalam menggunakan aplikasi Google Bisnisku sebagai sarana untuk memasarkan dan menjual produk secara online.

### **Evaluasi**

Tahapan akhir pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu melakukan evaluasi dari implementasi kegiatan dengan melihat seberapa efektif

penerapan aplikasi Google Bisnisku untuk membantu pemasaran dan penjualan produk.

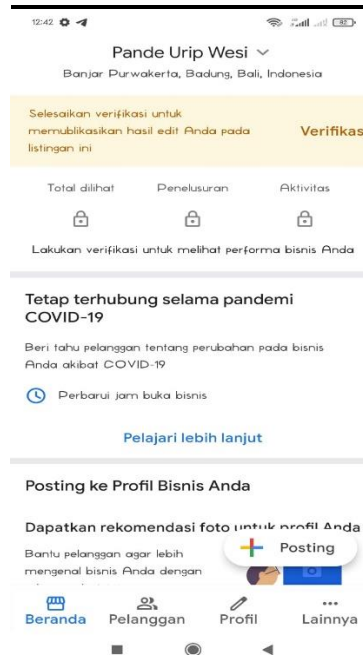
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian adalah aplikasi Google Bisnisku yang digunakan sebagai tools untuk pemasaran secara dan penjualan secara online serta kemampuan pemilik usaha dalam mengoperasikan aplikasi Google Bisnisku.

### Pelaksanaan Kegiatan

#### Instalasi Aplikasi

Kegiatan awal dilakukan adalah melakukan instalasi aplikasi Google Bisnisku sesuai dengan profil Pande Urip Wesi. Tujuan instalasi supaya UMKM Pande Urip Wesi dapat ditemukan di Google Pencarian dan Maps. Selain itu pemilik dapat berinteraksi dengan calon atau pelanggan menggunakan fitur ulasan. Aplikasi ini dapat dioperasikan melalui gadget atau smartphone pemilik sehingga mempermudah pemilik usaha dalam mengupdate informasi maupun berinteraksi dengan pelanggan.



**Gambar 1.** Tampilan Halaman Home Aplikasi Google Bisnisku

**Gambar 2.** Tampilan Halaman Posting

## Pelatihan Penggunaan Aplikasi

Setelah aplikasi Google Bisnisku terinstal, kegiatan selanjutnya adalah melakukan pelatihan kepada pemilik usaha agar memiliki kemampuan dalam menggunakan aplikasi Google Bisnisku sebagai sarana untuk memasarkan dan menjual produk secara *online*. Pelatihan penggunaan aplikasi Google Bisnisku dilakukan secara *online* melalui aplikasi video conference Pande Urip Wesi, Jumlah peserta kegiatan 2 orang yaitu pemilik usaha beserta staf yang membantu pemasaran dan penjualan produk secara *online*.

## HASIL EVALUASI

Kegiatan akhir dari Pengabdian Kepada Masyarakat di UMKM Pande Urip Wesi adalah melakukan evaluasi untuk melihat efektifitas kegiatan yang dilakukan. Evaluasi dilakukan 1 bulan setelah kegiatan instalasi dan pelatihan penggunaan aplikasi Google Bisnisku.



**Gambar 3. Hasil Evaluasi**

## KESIMPULAN

Dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada UMKM Pande Urip Wesi dapat disimpulkan bahwa digital marketing “google bisnisku” dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan produk walaupun di tengah wabah Covid-19, hal tersebut

dibuktikan dengan hasil evaluasi kegiatan yang menunjukkan terdapat 104 penelusuran yang dilakukan calon atau pelanggan di mesin pencarian Google yang berkaitan dengan informasi usaha maupun produk UMKM Pande Urip Wesi.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi tingginya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungannya hingga kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bisa dilaksanakan

### **REVERENSI**

- Azaria, P. A. (2014). Internet marketing terhadap pembentukan word of mouth dan efektivitas iklan dalam meningkatkan brand awareness. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 13 No. 1.
- Dwiarta, I Made Bagus (2017). Google Bisnis, Sim Dan Sia Guna Menentukan Hpp Sebagai Sarana Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Jurnal Penamas Adi Buana*, Vol.1 No. 1.
- Kusumawardani, R, Kurniawan I.S, Ningrum N.K. (2020). Pelatihan Pemasaran Digital Dan Manajemen Usaha Untuk Akselerasi Kinerja Ukm Pengrajin Bambu Di Desa Tirtoadi, Mlati, Sleman. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, Vol. 5 No. 1.
- Fawai A. (2018). Merubah Konsep Pemasaran Batik Madura, dari Konvensional ke Digital Marketing. *EKSYAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam*. Vol 5 No 01
- Pradiani. T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*. Vol 11 No 2
- Putri, S. D. & Fithrah, D. S. (2017). Pengaruh online marketing compaign #samyangchallenge terhadap consumer behavior digital natives pengguna youtube Indonesia. *Jurnal Profesi Humas*, 1 (2), 132-141.
- Suprayogi, B., Razak A. (2019). Implementasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Umkm Pamokolan Ciamis. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Teknologi Informasi*. Vol 3 No 2
- Sutejo, B. S. (2016). Internet marketing: konsep dan persoalan baru dunia pemasaran. *Jurnal Manajemen*, Vol. 6 No. 1.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *JIBEKA* Vol. 11 No. 2, 46-53.
- Purwana, E. S & Dedi. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah (umkm) di kelurahan malaka saei, duren sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, Vol. 1 No. 1.