



Implementasi Google Maps Dalam Meningkatkan Efektifitas Pemasaran UMKM Keripik Pisang Desa Lobutolong Kabupaten Humbang Hasundutan

* **Giovani Sianturi**¹, **Winda**², **Raden Kusuma**³

¹Kedokteran, Universitas Indonesia, Indonesia

^{2,3} Teknik Komputer, Universitas Pembangunan “Veteran” Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

*Corresponding author: giovani@gmail.com

Submitted: 31/05/2024;
Accepted : 25/06/2024;
Published: 30/6/0/2024

Abstract — Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki tujuan untuk mempelajari tentang pemanfaatan aplikasi Google Maps sebagai media pemasaran yang strategis dalam meningkatkan eksistensi dan penjualan bagi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di sektor kuliner, khususnya Keripik Pisang yang berada di Desa Lobutolong. Dengan memanfaatkan aplikasi tersebut, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasarmereka secara online, meningkatkan visibilitas bisnis dan menyajikan informasi yang relevan kepada calon konsumen. Metode pelaksanaan dalam penelitian ini melibatkan tahap survey dan wawancara, tahap sosialisasi, serta tahap pendampingan dan pemantauan. Hasil penelitian memberikan kontribusi dalam merancang strategi implementasi Google Maps untuk pelaku UMKM di bidang kuliner, khususnya pada Keripik Pisang Desa Lobutolong Humbang Hasundutan. Hal ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi pelaku usaha serupa untuk memanfaatkan teknologi ini secara efektif, dapat memperkuat eksistensi mereka dalam bersaing di pasar digital, dan membuktikan bahwa aplikasi Google Maps dapat menjadi alat strategis dalam mendukung pertumbuhan bisnis UMKM

Abstrak— *This community service activity aims to learn about the use of the Google Maps application as a strategic marketing medium in increasing the existence and sales of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in the culinary sector, especially Banana Chips in Lobutolong Village. By utilizing this application, MSME players can expand their market reach online, increase business visibility and present relevant information to potential consumers. The implementation method in this research involves the survey and interview stage, the socialization stage, as well as the mentoring and monitoring stage. The research results contribute to designing a Google Maps implementation strategy for MSMEs in the culinary sector, especially for Banana Chips in Lobutolong Humbang Hasundutan Village. It is hoped that this can be a guide for similar business actors to utilize this technology effectively, can strengthen their existence in competing in the digital market, and prove that the Google Maps application can be a strategic tool in supporting MSME business growth..*

Kata Kunci : UMKM; Google Maps; Digitalisasi; Pemasaran; Sosialisasi

JPEN is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.



I. PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah salah satu jenis bisnismikro yang mempunyai peranan penting dalam meningkatkan dan mengembangkan perekonomian daerah. Usaha mikro atau UMKM dapat dikelola oleh satu orang atau lebih, hingga perusahaan besar (Aushafina & Wikartika, 2023). Peran UMKM ialah menunjang perekonomian, membuka lowongan kerja baru, dan meningkatkan distribusi pendapatan seperti yang dirasakan masyarakat (Ariani & Suresmiathi, 2013). Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran utama dalam mengurangi tingkat

pengangguran, menciptakan lowongan kerja, memperkecil tingkat kesengsaraan, dan meninggikan kesejahteraan. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki kapasitas yang signifikan sebagai pusat pengembangan bisnis di masa depan. UMKM berperan sebagai penyedia lapangan kerja yang mampu menyerap sampai 50% pekerja yang sudah ada dan berkontribusi pada penciptaan wirausaha baru serta pemanfaatan sumber daya alam di sekitarnya.

UMKM juga memiliki pasar yang unik dan manajemen yang fleksibel dalam merespon perubahan

pasar. Namun, beberapa kelemahan menjadi faktor penghambat, seperti sumber daya manusia yang terbatas, pemasaran yang terbatas, rendahnya kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk, dan masalah permodalan yang terbatas juga. Selain itu, kesenjangan antara faktor internal dan eksternal yang menghambat para UMKM untuk mendapatkan dukungan termasuk akses terhadap kredit. UMKM memiliki beberapa manfaat, yaitu menciptakan lapangan kerja, secara tidak langsung UMKM memberikan lapangan kerja, sehingga pemerintah terbantu dalam pengurangan tingkat pengangguran (Syaifudin, Shodiqin, & Nase, 2023).

Dalam perkembangan era digital saat ini harus diantisipasi oleh pelaku UMKM. Salah satu bentuk upaya yang harus dijalankan ialah memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi guna melakukan promosi menggunakan media sosial. Saat ini, media sosial menjadi sumber kebutuhan utama bagi masyarakat karena berperan penting dalam dunia bisnis terutama pada bidang pemasaran dan menjadi media penyebaran informasi yang cepat. Beragam media sosial sangat berguna bagi konsumen untuk mendapatkan informasi. Media sosial merupakan sarana digital yang sangat gampang digunakan. Sebelum usaha mempunyai situs, tidak jarang kita menjumpai khususnya di pasar Indonesia bahwasanya mereka telah mulai memasuki ranah dunia maya melewati media sosial (Sulaksono, 2020).

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi, pelaku UMKM di Kelurahan Rungkut Menanggal semakin menyadari pentingnya pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan eksistensi dan penjualan mereka. Memanfaatkan media digital sebagai alat pemasaran produk supaya konsumen dapat mengetahui produk yang diperoleh pelaku usaha mikro, kecil dan menengah. UMKM yang ikut sertadi mediasosial dan mengoptimalkan kapasitas e-commerce melewati internet umunya akan merasakan profit bisnis yang signifikan dalam hal penghasilan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Usaha mikro, kecil dan menengah lebih fleksibel dibandingkan dengan bisnis besar. Oleh karena itu, UMKM patut didukung dengan keterangan yang valid dan mendapat tinjauan khusus untuk mendapatkan jaringan pasar yang luas akibatnya mereka dapat berkembang dan menjadi kompetitif (Srijani, 2020). Salah satu aplikasi yang terbukti sangat bermanfaat dan memiliki peran penting dalam dunia bisnis adalah Google Maps. Para pelaku UMKM juga menyadari bahwa pengaplikasian Google Maps dapat menjadi solusi yang tepat untuk

memudahkan proses penjemputan dan pengiriman barang oleh konsumen.

Google Maps merupakan aplikasi pemetaan online yang disiapkan oleh Google secara gratis (M Syaiful Amri MSA Abdul Wahab, 2011). Penerapan aplikasi tersebut pada UMKM di Kelurahan Rungkut Menanggal telah memberikan manfaat tersendiri dalam operasional bisnis. Melalui pemetaan titik lokasi usahanya pada aplikasi tersebut, pelaku UMKM dapat menjangkau konsumen secara meluas. Hal ini tidak hanya meningkatkan eksistensi bisnis para UMKM di pasar digital, tetapi juga mempermudah konsumen dalam menemukan lokasi mereka secara akurat. Google Maps memiliki peran krusial bagi para pelaku bisnis terutama pada UMKM Keripik Pisang Sosorniapoan Desa Lobutolong. Keripik Pisang bergantung pada platform e-commerce sebagai saluran penjualan utama. Situasi persaingan di pasar merupakan suatu bagian yang tidak bisa lepas dari perhatian. Untuk mendapatkan permintaan di pasar harus bersaing satu sama lain tak terkecuali perusahaan besar (Valenthine, Suwandi, & Prawita, 2021). Dengan adanya Google Maps, proses penjemputan barang menjadi lebih mudah dan efisien karena membantu para konsumen dengan mudah menemukan titik lokasi UMKM tersebut, sehingga mengurangi risiko kesulitan atau salah alamat dalam pengantaran. Manfaat Google Maps tidak hanya mempermudah proses penjemputan dan pengantaran, tetapi membantu UMKM dalam meningkatkan visibilitas dan kepercayaan konsumen. Google Maps adalah aplikasi dengan tampilan penanda lokasi berbasis peta. Melalui informasi yang tertera di aplikasi secara detail, seperti jam buka, nomor kontak, serta berbagai ulasan dari konsumen sebelumnya dapat membangun kepercayaan calon konsumen baru terhadap layanan dan produk yang ditawarkan oleh pelaku UMKM. UMKM berperan sebagai penopang bagi stabilitas perekonomian Indonesia karena mereka dapat bertahan di lingkungan bisnis yang didominasi oleh perusahaan besar dengan meningkatkan produktivitas melalui tenaga kerja yang lebih efisien.

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah meningkatkan pemakaian aplikasi Google Maps menjadi solusi media pemasaran alternatif untuk memasarkan produk usaha Seblak 55 yang beralamat di Kelurahan Rungkut Menanggal dan juga mendaftarkan lokasi usahanya pada Google Maps. Dengan itu, diharapkan mampu memberi pengaruh besar bagi para pelaku UMKM di Kelurahan Rungkut Menanggal, antara lain pelaku UMKM dapat mempresentasikan produk usahanya secara online



melalui tampilan yang informatif dan menarik, menampilkan informasi yang lengkap dan terkini, serta pelaku UMKM yang telah terdaftar akan muncul dalam pencarian ketika calon konsumen sedang mencari produk yang terkait. Selain itu, berbagai kritik dan penilaian dari konsumen terdahulu atau berpengalaman dapat memberikan bukti sosial yang valid sehingga kepercayaan serta minat calon konsumen semakin meningkat. Dengan demikian, tindakan tersebut akan berdampak pada peningkatan penjualan.

II. MASALAH

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, kendala yang dihadapi oleh UMKM di Kelurahan Rungkut Menanggal adalah para pelaku UMKM belum memahami penggunaan aplikasi Google Maps sebagai penentu lokasi yang tepat dan kurangnya pemahaman UMKM tentang pentingnya pemasaran digital untuk pengembangan pemasaran produk yang lebih optimal dalam usahanya. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, pendampingan UMKM dalam pembuatan akun Google Maps secara door to door sehingga diharapkan dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan bagi UMKM dengan membantu mereka menyiapkan akun Google Maps.



Gambar 1. UMKM yang Belum Terdaftar di Aplikasi Google Maps

III. METODE

Kegiatan pengabdian mahasiswa kepada masyarakat dalam program Bina Desa ini terletak di Desa Lobutolong Kecamatan Paranginan, Humbang hasundutan. Tim Bina Desa dan penulis yang merupakan salah satu anggota Bina Desa telah bekerja sama dengan salah satu mitra UMKM di desa tersebut bertujuan untuk memecahkan perkara yang dihadapi oleh mitra UMKM. UMKM yang dipilih untuk dibantu dalam pengembangan produknya yaitu keripik pisang yang bertempat di Jalan paranginan, Desa Lobutolong, Kabupaten Humbang hasundutan.

Terdapat beberapa tahapan agar dapat merealisasikan strategi yang telah dirancang guna mengedepankan produk UMKM tersebut. Metode yang digunakan terdapat beberapa tahap sehingga diuraikan sebagai berikut:

1. Tahap Survey.

Tahapan ini dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan atau wawancara dan diskusi secara door to door. Hal ini bertujuan untuk mengetahui persoalan yang sedang dihadapi oleh pelaku bisnis dan melakukan pendekatan dengan pelaku UMKM untuk pendampingan.

2. Tahap Sosialisasi.

Pada tahapan ini memberikan kesempatan kepada mitra UMKM untuk dapat memahami konsep, keuntungan, dan tahapan pemanfaatan aplikasi Google Maps sebagai alat pemasaran. Tujuannya yaitu untuk menyampaikan pemahaman dan gambaran dasar kepada mitra UMKM perihal manfaat serta tahapan-tahapan pengaplikasian Google Maps sebagai media alternatif dalam melakukan pemasaran.

3. Melakukan Pendampingan dan Pemantauan.

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat, metode pendekatan pendampingan menggunakan konsep door to door pada mitra UMKM. Hal ini dikarenakan mitra UMKM memiliki keperluan dan kendala yang berbeda-beda, sehingga melalui metode tersebut diharapkan dapat menjadi solusi mitra UMKM dalam menyelesaikan masalah yang sedang mereka hadapi. Metode pemantauan digunakan untuk monitoring kepada mitra UMKM dalam penggunaan aplikasi Google Maps dengan tujuan agar aktivitas bisa berjalan secara lancar dan maksimal sesuai harapan.

Kegiatan yang dilakukan oleh kelompok Bina Desa Universitas Indonesia dilaksanakan selama 5 bulan (Januari 2024 – Mei 2024). Lokasi yang telah ditentukan oleh tim Bina Desa untuk mengabdikan kepada masyarakat khususnya mitra UMKM untuk melaksanakan kegiatan adalah di Desa Lobutolong Humbang hasundutan.

Kegiatan tersebut dilaksanakan mulai pagi hingga sore hari, mengikuti jadwal mitra UMKM agar tidak mengganggu aktivitas mereka. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini mempergunakan media belajar smartphone



yang terhubung dengan jaringan internet masing-masing baik mitra UMKM maupun tim Bina Desa.

Saat ini media online memiliki pengaruh cukup besar bagi para pelaku usaha. Keutamaan media digital adalah mampu menjangkau seluruh kalangan, kapanpun, dengan cara apapun, dandimanapun. Hal ini luar biasa unggul daripada marketing konvensional yang mempunyai keterbatasan waktu, lokasi, dan jangkauan pemakai karena hanya memasarkan produknya secara terbuka di took (Diana, Ariyel, Putri, & Sabrina, 2022).

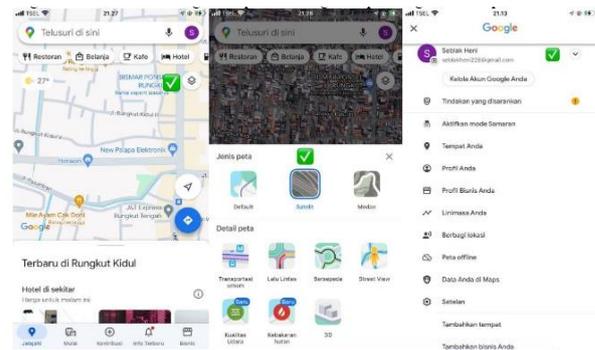
Hal tersebut memiliki dampak yang besar bagi pelaku usaha. Sebelum adanya kesadaran mengenai media online, para pelaku usaha mempromosikan bisnis mereka dan berinteraksi dengan pelanggan melalui komunikasi verbal. Namun, setelah mengenal dan memahami tentang media online sebagai alat distribusi dan komunikasi, para pelaku bisnis dapat dijangkau dengan lebih efisien dan dalam waktu yang relatif singkat (Lestari et al., 2022).

UMKM memiliki potensi yang signifikan dalam meningkatkan kondisi perekonomian sebagian besar masyarakat dan memberikan pendapatan bagi masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan mereka sendiri. Dengan memanfaatkan konsep pemasaran digital yang berteknologi maju, UMKM dapat mencapai kekuatan ekonomi (Andriani et al., 2022). Maka dari itu, untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi UMKM yang berkembang, diperlukan teknologi informasi untuk pemasaran produk. Maka, adanya aplikasi Google Maps untuk memudahkan para UMKM melakukan pemetaan melalui smartphone mereka. Pemanfaatan aplikasi Google Maps bertujuan sebagai media promosi alternatif sehingga dapat memudahkan dalam pencarian titik lokasi UMKM di Kelurahan Rungkut Menanggal.

Kegiatan pertama adalah melakukan survey awal dengan mengajukan beberapa pertanyaan atau wawancara untuk mencari kendala atau permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM selama menjalani usahanya. Kegiatan ini dijalankan dengan berkunjung langsung (door to door) ke tempat mitra UMKM. Pertanyaan yang diajukan yaitu mengenai pemasaran digital dan branding. Saat berlangsungnya survey juga memberikan penjelasan terkait pemasaran digital melalui sosial media seperti Instagram, WhatsApp, twitter, dan facebook. Namun, mitra UMKM sangat awam mengenai bagaimana penggunaan aplikasi Google Maps.

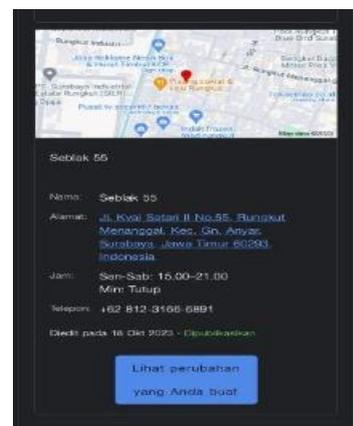
Tahapan kedua yaitu melakukan sosialisasi mengenai pengaplikasian Google Maps sebagai

wadah promosi alternatif. Pada tahap ini memberikan deskripsi umum kepada mitra UMKM tentang pengertian, benefit, serta cara penggunaan aplikasi Google Maps. Selain itu, juga melakukan tutorial atau praktik secara langsung menggunakan smartphone masing-masing yang terhubung oleh jaringan internet agar mitra UMKM memperoleh gambaran dan lebih mengenali aplikasi Google Maps sebagai saluran pemasaran. Gambar 2. Gambaran Umum Aplikasi Google Maps kepada Mitra UMKM



Gambar 2. Gambaran Umum Aplikasi Google Maps kepada Mitra UMKM

Gambar di atas merupakan hasil jepretan layar atau screenshot melalui smartphone yang dimanfaatkan sebagai media praktik oleh mitra UMKM selama proses pendampingan. Selanjutnya, melakukan penerapan membuat alamat di Google Maps. Pada tahap ini, mitra UMKM diajarkan cara mendaftarkan lokasi usahanya, mengedit titik lokasi, jam buka, kontak, dan deskripsi mengenai usahanya pada aplikasi Google Maps. kegiatan ini dilakukan menggunakan smartphone yang terhubung jaringan internet sebagai media praktik. Selama praktik, mitra UMKM sangat antusias dan melakukannya sesuai dengan arahan.



Gambar 3. Mendapatkan Email yang Menyatakan Update Disetujui dan Usaha Muncul pada Pencarian

Tahapan ketiga adalah tahap pendampingan dan pemantauan. Dalam tahapan ini, mitra UMKM



diharapkan dapat menyelesaikan kendala yang dialami dengan memberikan solusi serta pada tahap ini merekadajarkan bagaimana cara sharinglokasi UMKM dan mengunggah foto melalui program Google Maps dengan media smartphone yang terhubung jaringan internet. Kegiatan ini dilakukan selama 1 bulan. Pendampingan dilakukan untuk memastikan mitra UMKM menerapkan aplikasi Google Maps secara berkelanjutan. Selama pendampingan berlangsung, mitra UMKM juga memiliki kesadaran bahwa aplikasi Google Maps sangat membantu dan berpengaruh dalam proses pemasaran dan penjemputan produk melalui e-commerce. Tahapan pemantauan dilakukan untuk memastikan bahwa mitra UMKM memanfaatkan penggunaan aplikasi secara baik, benar dan berkelanjutan.

IV. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan oleh kelompok Bina Desa Lobutolong Universitas Indonesia ini telah berhasil terlaksana dengan baik dan lancar selama kurang lebih 5 (lima) bulan. Kegiatan ini mendedikasikan informasi mengenai upaya yang dapat dijalankan guna peningkatan penjualan produk pada UMKM di Desa Lobutolong Humbang hasundutan. Hal tersebut dapat direalisasikan melalui penerapandan pemanfaatan aplikasi Google Maps sebagai wadah pemasaran alternatif. Sosialisasi dan pendampingan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM tentang pentingnya aplikasi Google Maps sebagai sarana media pemasaran. Sehingga, pelaku UMKM dapat membawa perubahan positif serta memanfaatkan aplikasi tersebut dengan baik dan berkelanjutan. Hal tersebut juga menjadi solusi guna meningkatkan efektivitas dan efisiensi mekanisme usahanya. Penggunaan aplikasi Google Maps memberikan banyak manfaat bagi UMKM yang telah mendaftarkan usahanya. Pelaku UMKM dapat memamerkan usahanya secara online dengan tampilan yang unik, menarik dan informatif. Dengan begitu, kegiatan ini mempunyai peluang besar dalam mengoptimalkan pengetahuan dan kapasitas mereka agar berhasil di dunia bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

Andriani, R., Veranita, M., Noor, C. M., Ismail, K., Fauzzia, W., Hidayat, F. A., & Parino, N. H. S. (2022). Digital Marketing Pada Umkm Binangkit Kabupaten Bandung Internet, memanfaatkan media sosial dan perangkat digital lainnya (Sasongko et al., 2020). mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa mereka dan mampu

memperluas pasar baru adalah jangkauan pas. 2(3), 356–359.

Ariani, N. W. D., & Suresmiathi, A. . A. (2013). Pengaruh Kualitas Tenaga Kerja, Bantuan Modal Usaha Dan Teknologi Terhadap Produktivitas Kerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Jimabaran. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 2(2), 102–107.

Aushafina, N. H., & Wikartika, I. (2023). Pendampingan Digitalisasi Marketing Desa Kebondalem melalui Aplikasi Google Maps: Upaya Meningkatkan Pengembangan UMKM. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(3), 477–483.
<https://doi.org/10.35870/jpni.v4i3.366>

Diana, L., Ariyel, J., Putri, A. N., & Sabrina, M. (2022). Pedampingan Pemanfaatan Digital Marketing Melalui Google Business Pada Umkm Kelurahan Kertajaya. *Jurnal Abdimas Patikala*, 2(1), 442–447.

Lestari, A. S., Wahyuningsih, N., Maharani, N., Sanjaya, L., Putra, A. P., & Khomariah, A. (2022). Penggunaan Aplikasi Google Maps dan Imooji Sebagai Media Promosi UMKM Desa Tiyaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: DIKMAS*, 887(3), 2022. Retrieved from <http://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/dikmas>

M Syaiful Amri MSA abdul wahab. (2011). Membangun Sistem Navigasi Di Surabaya Menggunakan Google Maps API. *Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya*, (1), 1–5. Retrieved from <http://eepis-its.edu>

Srijani, K. N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 191.
<https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>

Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47.
<https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>

Syaifudin, R., Shodiqin, A., & Nase, N. (2023). Peran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 7(3), 80–98.
<https://doi.org/10.15575/tamkin.v7i3.18827>



Valenthine, F. M., Suwandi, S., & Prawita, A. K. R. A. (2021). Pengembangan Perencanaan Umkm Produksi Tempe (Home Industri) Saat Covid-19 Di Desa Gunung Sulah. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 2(02), 155–122.
<https://doi.org/10.24967/jams.v2i2.1361>

