
SOSIALISASI PENTINGNYA LOKASI UMKM PADA GOOGLE MAPS SEBAGAI BENTUK DIGITAL MARKETING

Muhammad Yusuf¹⁾, Zia Urr Rahman²⁾, Helfenta³⁾

¹Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Institut Agama Islam Negeri Kerinci

^{2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Kerinci

email: ziaurrrahman@gmail.com

Abstract

MSMEs are one of the economic activities that support the economic growth of the community in Nagari Tanah Bakali Inderapura. The limited knowledge of MSME owner about the use of technology in running a business that causes the business to be run is still limited in scope. This activity was carried out to inform MSME owners about Google Maps and its benefits, as well as provide assistance in business registration on the feature. This community service activity is carried out in two stages, namely preparation and implementation. Preparations were made to find out the problems faced by MSME owners and prepare pamphlets about the stages of registering on Google Maps. At the implementation stage, socialization was carried out about Google Maps and its uses, as well as accompanying business registration on the feature. The results of the activity show that activities can change the views of MSME owners in utilizing technology, especially Google Maps.

Keywords: *Google Maps; MSME owners; Socialization*

Abstrak

UMKM merupakan salahsatu kegiatan ekonomi yang mendukung pertumbuhan ekonomi Masyarakat di Nagari Tanah Bakali Inderapura. Terbatasnya pengetahuan pemilik UMKM tentang pemanfaatan teknologi dalam menjalankan usaha, menyebabkan usaha yang dijalankan masih terbatas jangkauannya. Kegiatan ini dilakukan untuk mensosialisasikan kepada pemilik UMKM tentang Google Maps dan manfaatnya, serta pendampingan pendaftaran usaha pada fitur tersebut. Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan melalui 2 tahapan, yaitu persiapan dan pelaksanaan. Persiapan dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi pemilik UMKM dan persiapan pamflet tentang tahapan mendaftar di Google Maps. Pada tahap pelaksanaan dilakukan sosialisasi mengenai Google Maps dan Kegunaannya, sekaligus mendampingi pendaftaran usaha pada fitur tersebut. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kegiatan dapat mengubah pandangan pemilik UMKM dalam memanfaatkan teknologi terutama Google Maps.

Kata Kunci: Google Maps; Pemilik UMKM; Sosialisasi

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia terus mengalami peningkatan, meskipun secara historical pernah digempur oleh munculnya krisis ekonomi pada tahun 1997. Kelompok UMKM merupakan kelompok paling besar yang terbukti mampu bertahan terhadap beragam krisis ekonomi. UMKM juga memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan pekerjaan, mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Bukit, 2019).

Beberapa waktu lalu selanjutnya juga dihadapkan adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan UMKM pada sektor-sektor tertentu mengalami krisis. Pada saat bersamaan penggunaan teknologi dalam mensosialisasikan dan menjual produk UMKM juga semakin menggeliat. Hal ini terbukti dengan semakin berkembangnya platform jual beli online. Bahkan

media sosial yang biasanya hanya digunakan untuk memposting kegiatan sehari-hari atau mendokumentasikan momen tertentu, sekarang telah juga digunakan dalam memasarkan produk. Yuliawan dan Wanniatie (2021) menyatakan bahwa Covid-19 menunjukkan adanya perubahan perilaku konsumen dalam membelanjakan uangnya, yaitu dari berbelanja secara langsung menjadi berbelanja online.

Semakin kencangnya arus jual beli online, tidak menyurutkan transaksi jual beli yang dilakukan secara langsung. Apalagi di Nagari Tanah Bakali Inderapura memiliki produk UMKM yang tak kalah pentingnya dalam meningkatkan perekonomian Masyarakat setempat. Namun, untuk dapat mencapai lokasi tempat produk UMKM diperlukan usaha lebih bagi peminat. Apalagi jika peminat produk bukan merupakan penduduk Nagari Tanah Bakali. Calon pembeli perlu bertanya beberapa kali kepada Masyarakat yang dilaluinya untuk bisa mencapai tujuan yang dimaksud. Hal ini tentunya tidak akan terjadi, jika penjual atau pemilik produk UMKM mendaftarkan alamatnya pada google map. Sehingga memudahkan pembeli dalam mencari lokasi dengan menggunakan aplikasi tersebut, Di samping alamat, informasi singkat mengenai usaha, jam kerja, nomor telpon pemilik usahapun juga dapat ditampilkan dalam google map tersebut. Google map merupakan suatu inovasi teknologi yang paling dicari dalam Sejarah teknologi. Fitur ini memungkinkan orang untuk menavigasi dan menemukan rute terpendek dan paling nyaman ke tujuan yang mereka inginkan (Mehta, Kanani & Lande, 2019).

Hasil observasi menunjukkan bahwa UMKM di Nagari Tanah Bakali ini belum memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produknya. Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memperkenalkan kepada pemilik UMKM di Nagari Tanah Bakali mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi Google Map sebagai salahsatu alat pemasaran digital untuk meningkatkan interaksi pemilik usaha dengan konsumen, dan meningkatkan visibilitas UMKM.

2. IDENTIFIKASI MASALAH

UMKM di Nagari Tanah Bakali Inderapura masih banyak yang belum memanfaatkan teknologi. Di samping itu, UMKM juga belum dapat ditemukan di google map sehingga menyulitkan konsumen yang berasal dari luar nagari tersebut untuk mengetahui dan mengunjungi lokasi UMKM.

3. METODELOGI PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam program pengabdian ini terdiri atas beberapa tahapan, yaitu: persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Pada tahap persiapan dilakukan rangkaian kegiatan untuk mengetahui masalah yang dihadapi pelaku UMKM, sekaligus mempersiapkan pamphlet tentang Langkah-langkah pendaftaran usaha pada Google Map. Hal ini dilakukan melalui wawancara dan observasi. Pada tahapan pelaksanaan dilakukan sosialisasi Google Maps kepada pelaku UMKM di Nagari Tanah Bakali. Pada kesempatan ini, pelaku UMKM sekaligus juga didampingi dalam mendaftarkan usahanya pada Google Maps. Terdapat juga sesi diskusi dan tanya-jawab terkait dengan pemanfaatan Google Maps. Pada tahapan evaluasi, dilakukan untuk mengetahui dampak dari kegiatan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Persiapan

Gambar 2 Sosialisasi Google Maps dilakukan melalui pamflet



Gambar 2 Sosialisasi Google Maps dilakukan melalui Forum Group Discussion (FGD) dengan melibatkan Wali Nagari Tanah Bakali Inderapura

Dalam kegiatan sosialisasi, tim menjelaskan secara rinci kepada pemilik UMKM tentang Google Maps, kegunaannya dalam usaha dan bagaimana tahap-tahap atau proses dalam pendaftaran usaha menggunakan Google Maps. Hal ini mendapat respon positif dari pelaku UMKM karena pengetahuan mereka tentang usaha dan pemanfaatan Google Maps bertambah. Ikerismawati, Sholiha dan Hardiyanti (2023) melaporkan bahwa hasil kegiatan pengabdian kepada Masyarakat terkait dengan pendampingan pemanfaatan Google Maps menunjukkan adanya peningkatan penjualan dan pertumbuhan bisnis bagi mitra. Hal ini menunjukkan pentingnya penerapan teknologi digital untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan pemberdayaan UMKM pada era digital.

5. KESIMPULAN

Google maps menjadi salahsatu cara bagi pemilik UMKM dalam memasarkan produknya. Melalui sosialisasi tentang Google Maps dan bagaimana cara mendaftar, menyebabkan pemilik usaha merasa terbantu dengan hal tersebut.

6. REFERENSI

- Alwi, k., Tiara, T., Ditama, R., & Angela, L. (2023). KERUPUK: PRODUK TURUNAN DARI PETERNAKAN IKAN LELE MASYARAKAT DI DESA AGUNG KOTO IMAN. RANGGUK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(2)
- Angela, L., Putri, W., Saputri, U., & Ramadani, R. (2023). PEMANFAATAN TANAMAN TOGA DALAM UPAYA MENINGKATKAN KESEHATAN KELUARGA DAN MASYARAKAT DI NAGARI TIGO SUNGAI INDERAPURA. RANGGUK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 03(01).
- Bukit, F. R. A., A.S, G. G., Irvan, & Fahmi. (2019). Pembuatan Website Katalog Produk Umkm Untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner Website Creation Product Catalog MSMES For Marketing and Promotion Development of Culinary Products. Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, 3(2), 229– 236
- Ikerismawati, S., Sholiha, I., dan Hardiyanti, S. 2023. Pendampingan PemanfaatanGoogle Maps dan Whatsapp Bisnis Sebagai Media Digital Marketing Bagi UMKM di Kelurahan Sehani Kota Pasuruan. *I-Com: Indonesian Community Journal*. Vol 3 (III): 1294-1302
- Khusairi, H., & Sarmigi, E. (2022a). Peluang Wisata Budaya Dan Religi Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Pengaruh Budaya Kenduri Tuai Padi Dan Religiusitas Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Kerinci). Penerbit Qiara Media.
- Khusairi, H., & Sarmigi, E. (2022b). The Effect of Tuai Padi Culture and Religiosity on The Public Welfare in Kerinci Regency. *Ishlah: Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab Dan Dakwah*, 4(2), 289–305.
- Mehta, H., Kanani, P., and Lande, P. (2019). Google Maps. *International Journal of Computer Applications*. Volume 178 (VIII): 41-46
- Saridewi, A., Aldiansyah, R., & Nilda, E. (2023). PENDAMPINGAN PENDAFTARAN LEGALITAS USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI DESA BENTO KABUPATEN KERINCI. RANGGUK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(1).
- Sarmigi, E. (2020). Analisis pengaruh Covid-19 terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Kerinci. *Al-Dzhab: Journal of Economic, Management and Business, & Accounting*, 1(1), 1–17.
- Sarmigi, E., Ayudia, W., & Putra, F. E. (2022). AKAD DALAM TRANSAKSI EKONOMI SYARIAH. *Istishab: Journal of Islamic Law*, 3(02), 1–10.

- Sarmigi, E. (2022). Gerakan Pengelolaan Sumber Daya Manusia Untuk Meningkatkan Pendidikan Di Era Covid-19. *Altifani: Jurnal Pengabdian Masyarakat Ushuluddin, Adab, Dan Dakwah*, 2(1), 24–35.
- Wantia, N., Rahmadani, M., Sefdina, L., Tiara, & Desiana. (2023). PEMBIASAAN SIKAP BIJAK DALAM MENGELOLA UANG PADA ANAK PAUD DI DESA BENTO KABUPATEN KERINCI. *RANGGUK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1).
- Zasriati, M., & Sarmigi, E. (2023a). ANALISIS PENDAPATAN USAHA TANI BAWANG MERAH DI DESA SUNGAI RUMPUN KECAMATAN GUNUNG TUJUH KABUPATEN KERINCI. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 12(3), 491–497.
- Zasriati, M., & Sarmigi, E. (2023b). Analisis Pengaruh Pengeluaran Agregate Terhadap Penawaran Agregate Pada Perekonomian Terbuka Di Indonesia Tahun 2011–2020. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 5(2), 196–203.
- Yuliawan, D., & Wanniatie, V. (2021). Analisis Covid-19 terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Tulang Bawang Tahun 2020. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 10(3), 144-158