



PEMANFAATAN GOOGLE MAPS SEBAGAI SARANA PROMOSI UMKM DI JORONG SUNGAI LAMAK NAGARI KOTO PADANG KECAMATAN KOTO BARU KABUPATEN DHARMASRAYA

Yesi Gusteti
Eka ermawati
Nining yulianti
Yusra oktavia

¹Fakultas Hukum Dan Ekonomi Bisnis

ygusteti@gmail.com

Mayrozawiska@gmail.com

Abstract

The use of Google Maps is currently very widespread in remote areas. The easy use of Google Maps via smartphone means this application can be used by all groups. However, there are still entrepreneurs who don't know or can't use it optimally. This research aims to analyze the use of Google Maps as a promotional tool for sales of culinary micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Jorong Sungai Lomak Nagari Koto Padang. This research uses qualitative research with data triangulation methods. This research uses primary data on 3 MSMEs with informants who are culinary MSME entrepreneurs in Jorong Sungai Lomak Koto Padang. The research results show that the variable use of Google Maps as a promotional tool influences the level of sales of culinary MSMEs in Jorong Sungai Lomak Nagari Koto Padang. Based on observations and interviews conducted, Google Maps has a strong influence on sales for initial business promotions. This can be seen in the use of Google Maps by Bakso Podo Moro where promotions were carried out before the MSMEs were established and provided a significant increase in sales within the current 1 year. For other culinary MSMEs, they have not been able to optimize it, namely the culinary MSMEs Penginapan Yanche and Rumah Makan Ombilin. This use of Google Maps is only used for location identification but is not continued for other uses. This shows that there is no advanced account management even though you have been using Google Maps for a long time. For this reason, given the existing limitations and the findings obtained, it is necessary to carry out further research related to this topic.

Keywords: MGMP empowerment, inquiry-based learning, inquiry wenning

Abstrak

Penggunaan Google Maps saat ini sudah sangat tersebar sampai kedaerah terpencil. Penggunaan Google Maps yang mudah digunakan melalui smartphone, menjadikan aplikasi ini dapat digunakan oleh semua kalangan. Namun masih ada wirausaha yang belum tahu atau belum dapat memanfaatkannya secara optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan Google Maps sebagai sarana promosi terhadap penjualan usaha mikro kecil menengah (UMKM) kuliner di Jorong Sungai Lomak Nagari Koto Padang.[1] Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode triangulasi data. Penelitian ini menggunakan data primer pada 3 UMKM dengan Informan yang merupakan pelaku usaha UMKM kuliner Jorong Sungai Lomak Koto Padang. Hasil penelitian menunjukkan variabel pemanfaatan Google Maps sebagai sarana promosi berpengaruh terhadap tingkat penjualan pada UMKM kuliner di Jorong Sungai Lomak Nagari Koto Padang. Berdasarkan observasi dan hasil wawancara yang dilakukan, Google Maps

mempunyai pengaruh kuat terhadap penjualan untuk promosi awal usaha[2]. Hal ini terlihat pada pemanfaatan Google Maps oleh Bakso Podo Moro dimana promosi dilakukan sebelum UMKM berdiri dan memberikan peningkatan penjualan yang cukup signifikan dalam 1 tahun berjalan. Untuk UMKM kuliner lainnya, belum bisa mengoptimalkannya, yaitu pada UMKM kuliner Penginapan Yanche dan Rumah Makan Ombilin. Pemanfaatan Google Maps ini hanya digunakan sebagai identifikasi lokasi namun tidak dilanjutkan pada pemanfaatan lainnya. Hal ini terlihat tidak ada pengelolaan akun lanjutan walau sudah lama menggunakan Google Maps. Untuk itu dengan keterbatasan yang ada dan temuan yang didapat, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terkait topik ini. .[3]

Kata kunci: Perkebunan kelapa sawit, pembelajaran berbasis edukasi, inkuiri *wenning*

© 2023 JLARI

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi berkembang dengan sangat cepat. Apalagi setelah adanya Covid 19. Penggunaan internet tidak dapat dihindari lagi. Internet dapat mempermudah mendapatkan informasi di berbagai bidang kehidupan. Internet diaplikasikan dalam bentuk *smartphone* dan dapat digunakan untuk mempermudah usaha dan kehidupan. *Google Maps* merupakan salah satu produk dari google yang dapat di akses untuk memberikan informasi-informasi tempat dan penunjuk jalan kepada penggunanya. Seiring perkembangan dunia usaha, saat ini *Google Maps* bukan hanya digunakan untuk mencari informasi-informasi mengenai tempat dan penunjuk jalan, melainkan sebagai media promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk memberikan informasi-informasi yang ada dapat diketahui kepada penggunanya. [4][5] Penggunaan *Google Maps* tidak hanya di kota besar namun juga sampai ke lokasi terpencil yang jaringan internet sampai ke daerah tersebut. Perkembangan teknologi Internet dalam pengaplikasian pemasaran secara *online* dan mudah digunakan adalah dapat dan digunakan adalah aplikasi *Google Maps*. [6] Pada saat ini banyak masyarakat yang menggunakan aplikasi ini sebagai media promosi dengan mencantumkan informasi usaha atau bisnis mereka pada informasi yang ada di *Google Maps*. Namun masih lebih banyak lagi yang belum bisa atau belum menggunakan aplikasi *Google Maps* untuk mempromosikan bisnis

mereka. Jorong sungai Lomak Nagari Koto Padang Kecamatan Koto Baru kabupaten Dharmasraya sebagian terletak di Jalan Lintas Sumatera . Karena letaknya di Lintas Sumatra maka daerah ini menjadi lokasi strategis dan merupakan jalan utama yang menghubungkan daerah sekitarnya. Daerah yang paling berkembang adalah daerah pertigaan yang berada di pusat keramaian antara Kampus Universitas Dharmas Indonesia, Sport Center Dharmasraya dan Masjid Agung Dharmasraya. Daerah ini menjadi pusat perkembangan dan keramaian Jorong Sungai Lomak. Berdirinya kampus Universitas Dharmas Indonesia membuat perekonomian di daerah tersebut berkembang pesat. Banyak orang baru yang datang, baik yang pindah ke daerah tersebut ataupun pendatang yang merupakan mahasiswa yang berkuliah disana. Selain adanya kampus, keberadaan GOR dan *Sports Center* Dharmasraya serta Masjid Agung Dharmasraya menjadikan wilayah ini menjadi pusat keramaian di daerah tersebut. Bisnis yang dipromosikan melalui google maps ini meliputi berbagai macam dan jenis. Jumlahnya cukup banyak seiring dengan pertumbuhan di daerah ini. Sayangnya tidak semua usaha yang ada di wilayah ini terdaftar di google maps. Untuk itu, pengabdian ini dilakukan memfasilitasi usaha usaha yang belum terdaftar di google maps tersebut.

Pengabdian kepada Masyarakat dengan cara diatas sudah dilakukan oleh beberapa PKM lainnya dengan berbagai cara dan tujuan yang berbeda[7] [8].

Namun intinya adalah bagaimana mengajak banyak orang untuk memanfaatkan teknologi yang ada dalam genggamannya mereka. [9]

2. Metode Kegiatan

Ada pun metode yang telah dilakukan:

A. Tahap persiapan

1. Membuka tampilan google maps yang ada di laptop dan di hp.
2. Mendata berbagai usaha yang ada di wilayah ini yang muncul dan terdata di google maps.
3. Melakukan pengecekan ke lapangan terkait usaha yang ada dan yang belum ada di google maps.
4. Membuat dan Menyusun jadwal kunjungan ke lapangan

B. Tahap pelaksanaan

1. Mendatangi masing masing umkm ke tempatnya masing masing.
2. Menyampaikan maksud kedatangan dan mengklarifikasi status usaha di google maps.
3. Jika umkm memang belum terdata maka pemilik usaha diajarkan dan dibantu cara mendaftarkan usaha di google maps dengan hp nya sendiri atau menggunakan hp anggota PKM jika pemilik tidak mempunyai hp android.
4. Melakukan koordinasi pasca pendaftaran jika ada terjadi kendala setelah pendaftaran tersebut.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diikuti oleh peserta dengan baik sehingga mampu meningkatkan pemahaman pengetahuan mengenai Google maps Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dimaksudkan untuk mendaftarkan umkm yang belum terdata di google maps. Umkm yang dimaksud adalah umkm yang belum muncul usaha mereka di aplikasi google maps dan berada di wilayah pengabdian.

3.2 Hasil yang Dicapai

Baik disadari atau tidak, ketika sedang mencari suatu tempat menggunakan Google Maps biasanya akan muncul detail mengenai tempat tersebut. Mulai dari alamat, jam buka tutup, peta lokasi, situs, nomor telepon yang bisa dihubungi serta foto atau gambar yang mewakili tempat tersebut. Setidaknya, inilah sedikit gambaran Google Maps untuk bisnis. Lalu, bagaimana seseorang memasukkan semua detail tersebut sehingga bisa muncul pada Google Maps? Untuk bisa memasukkan semua informasi tersebut Anda bisa memanfaatkan Google My Business untuk mengoptimalkan dalam pencarian toko, usaha atau bisnis yang Anda kelola di Google Maps yang bisa diakses secara gratis. Karena fitur ini gratis maka tidak ada lagi keraguan bagi para pebisnis untuk memanfaatkannya semaksimal mungkin. Dengan menggunakan fitur ini, toko, usaha atau bisnis yang muncul sudah terverifikasi dan diulas oleh pihak Google sehingga bisa meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk atau bisnis yang dikelola. [10]

4. Kesimpulan

Hasil analisis dari evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa Masih banyak umkm yang tidak mengerti pemanfaatan google map. Data yang ada di google maps tidak selalu valid. Kegiatan pendampingan ini telah melakukan penginputan usaha ke google maps 6 toko dari 30 yang dimasukkan dalam data awal. Perlu analisis lebih lanjut terkait ini karena data di lapangan tidak sama dengan data yang ada di google maps. [11]

4. Daftar Rujukan

- [1] R. Aprilia, M. Wisika, Y. Gusteti, and F. Resty,

- “Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bibit Kelapa Sawit di CV. Sawindo Agam Mandiri,” *Innov. J. Soc. Sci. Res.*, vol. 3, no. 5, pp. 6767–6779, 2023.
- [2] B. A. Prayoga, Y. Gusteti, and M. Wiska, “Analisis Peran Pemerintah, Networking, Dan Inovasi Produk Terhadap Tingkat Penjualan (Studi Kasus Umkm Kripik Tempe Daerah Padang Bintungan, Blok D ...,” ... *J. Soc. Sci.* ..., vol. 3, pp. 1392–1403, 2023, [Online]. Available: <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/3643%0Ahttps://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/3643/2611>
- [3] W. Farrukh and J. Q. Joiya, “International journal of management and business.,” *Int. J. Manag. Bus.*, vol. 4, no. 1, pp. 1943–1951, 2020.
- [4] S. Rustiyana, F. Resty, and Y. Gusteti, “Analisis Rasio Solvabilitas (DAR, DER, TIE) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan pada Sektor Keuangan (PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk dan PT BFI Finance Indonesia Tbk Periode 2016-2020),” *J. Bisnis, Manajemen, dan Akunt.*, vol. 9, no. 1, p. 72, 2022, doi: 10.54131/jbma.v9i1.134.
- [5] A. Ferdinal, D. E. Putri, M. Wiska, Y. Gusteti, and A. S. Efendi, “The Influence of Business Capital and Social Environment on Interest in Entrepreneurship (Case Study in the SPP PAPM GROUP , Asam Jujuhan District),” vol. 1, no. 3, pp. 286–294, 2023.
- [6] Hasniawati, “Pengaruh Return on Assets (Roa), Return on Equity (Roe) Dan Price Earning Ratio (Per) Terhadap Harga Saham Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia,” *Kindai*, vol. 17, no. 1, pp. 018–031, 2021, doi: 10.35972/kindai.v17i1.555.
- [7] V. P. Sukmawan, S. W. Ningsih, and E. R. Sonya, “Digitalisasi Lokasi Umkm Warga Rw O5 Pasir Biru,” *Proc. UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, vol. 1, no. 19, pp. 57–67, 2021.
- [8] A. S. Lestari, N. Wahyuningsih, N. Maharani, L. Sanjaya, A. P. Putra, and A. Khomariah, “Penggunaan Aplikasi Google Maps dan Imooji Sebagai Media Promosi UMKM Desa Tiyan,” *J. Pengabd. Masy. DIKMAS*, vol. 887, no. 3, p. 2022, 2022.
- [9] E. Ardianto, E. Lestariningsih, W. T. Handoko, and R. Soelistijadi, “Pemanfaatan Peta Google Sebagai Sarana Promosi Melalui Penandaan Lokasi Usaha Rumahan Di Paguyuban Warga Lentera Prigi Mranggen Demak,” *J. Pengabd. Masy. Intimas (Jurnal INTIMAS) Inov. Teknol. Inf. Dan Komput. Untuk Masy.*, vol. 2, no. 2, pp. 78–83, 2022, doi: 10.35315/intimas.v2i2.8982.
- [10] L. Susmika, M. Wiska, and Y. Gusteti, “Pengaruh Konflik Internal, Stres Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan (Studi Kasus PT. Citra Lencana Sakti),” *J. Bisnis, Manajemen, dan Akunt.*, vol. 9, no. 1, p. 44, 2022, doi: 10.54131/jbma.v9i1.135.
- [11] M. Munawaroh, Y. Gusteti, and F. Resty, “Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi Asrama Undhari),” *J. Ilm. Manaj. Ubhara*, vol. 3, no. 2, p. 170, 2021, doi: 10.31599/jmu.v3i2.960.