

**PEMANFAATAN GOOGLE MAPS SEBAGAI MEDIA PEMASARAN DIGITAL UMKM
“PEMPEK YUK DEWI” OLEH KKNT BERDAMPAK DI DESA PULAU PUNJUNG**

Lesi Karmila¹, Budi Setiawan², Lukita Tripermata³

^{1,2,3}Universitas Indo Global Mandiri Palembang

Email: 2022520021@students.uigm.ac.id¹, budi.setiawan@uigm.ac.id², lukita@uigm.ac.id³

Abstract: *The utilization of digital technology in the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector has become a key strategy to enhance competitiveness and market reach in the era of Industry 4.0. The "KKNT Berdampak" (Impactful Thematic Community Service Program) implemented in Pulau Punjung Village aims to support the digital transformation of MSMEs through the application of Google Maps as a digital marketing medium. This case study focuses on the MSME "Pempek Yuk Dewi," which previously faced limitations in online visibility. The methods employed include field observation, in-depth interviews, and technical training on the creation and optimization of business profiles on the Google Maps platform. The results demonstrate that integrating the business into Google Maps positively impacts the accessibility of business information to consumers, increases customer visits, and strengthens the business image through user reviews and ratings. These findings affirm that utilizing Google Maps as a digital marketing tool is a strategic step that can be replicated in empowering MSMEs through information technology. Thus, this approach can serve as a model of best practice for MSME development in rural areas that still face limited access to digital technology.*

Keywords: *Msmes, Digital Marketing, Google Maps, Digital Transformation, KKNT Berdampak, Pulau Punjung Village.*

Abstrak: Pemanfaatan teknologi digital dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar di era industri 4.0. Program Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) Berdampak yang dilaksanakan di Desa Pulau Punjung bertujuan untuk mendukung transformasi digital UMKM melalui penerapan Google Maps sebagai media pemasaran digital. Studi kasus ini difokuskan pada UMKM "Pempek Yuk Dewi", yang sebelumnya memiliki keterbatasan dalam visibilitas daring. Metode yang digunakan mencakup observasi lapangan, wawancara mendalam, serta pelatihan teknis pembuatan dan optimalisasi profil bisnis pada platform Google Maps. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa integrasi bisnis ke dalam layanan Google Maps berdampak positif terhadap peningkatan keterjangkauan informasi usaha oleh konsumen, mendorong peningkatan kunjungan, serta memperkuat citra usaha melalui fitur ulasan dan penilaian pengguna. Temuan ini menegaskan bahwa pemanfaatan Google Maps sebagai salah satu alat pemasaran digital merupakan langkah strategis yang dapat direplikasi dalam upaya pemberdayaan UMKM berbasis teknologi informasi. Dengan demikian, pendekatan ini dapat menjadi model praktik baik bagi pengembangan UMKM di wilayah rural yang masih menghadapi keterbatasan akses terhadap teknologi.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran Digital, Google Maps, Transformasi Digital, KKNT Berdampak, Desa Pulau Punjung.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor ekonomi dan bisnis. Di era industri 4.0, digitalisasi menjadi elemen krusial dalam meningkatkan efisiensi, daya saing, dan jangkauan pasar, termasuk bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peranan strategis dalam perekonomian nasional, khususnya dalam membuka lapangan pekerjaan, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun demikian, UMKM kerap menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah keterbatasan dalam akses terhadap teknologi dan informasi, termasuk dalam aspek pemasaran.

Pemasaran digital merupakan pendekatan yang relevan untuk menjawab tantangan tersebut. Melalui media digital, UMKM dapat menjangkau konsumen lebih luas tanpa harus mengandalkan strategi konvensional yang memerlukan biaya besar. Salah satu platform yang memiliki potensi besar namun belum banyak dimanfaatkan secara maksimal oleh pelaku UMKM adalah Google Maps. Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai peta digital dan penunjuk arah, tetapi juga telah berkembang menjadi alat promosi interaktif melalui fitur Google Business Profile yang memungkinkan pelaku usaha menampilkan informasi usaha secara lengkap dan profesional.

Program Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) Berdampak hadir sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa perguruan tinggi yang bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata dalam menyelesaikan permasalahan lokal. Dalam konteks ini, mahasiswa berperan sebagai agen pemberdaya yang mendampingi UMKM dalam proses digitalisasi. Penelitian ini mengambil

studi kasus UMKM “Pempek Yuk Dewi” yang berlokasi di Desa Pulau Punjung, Kabupaten Dharmasraya, Provinsi Sumatera Barat. UMKM ini merupakan usaha kuliner tradisional yang memiliki potensi pasar cukup besar, namun belum sepenuhnya memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis proses pemanfaatan Google Maps sebagai media pemasaran digital yang dilakukan oleh tim KKNT Berdampak bersama pelaku UMKM “Pempek Yuk Dewi”, serta mengevaluasi dampaknya terhadap peningkatan visibilitas usaha dan keterjangkauan informasi bagi konsumen. Melalui studi ini, diharapkan dapat diperoleh model praktik baik yang dapat direplikasi untuk pemberdayaan UMKM di wilayah lain, khususnya di daerah pedesaan yang masih menghadapi keterbatasan dalam akses teknologi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai konteks, proses, serta dampak pemanfaatan Google Maps sebagai media pemasaran digital oleh UMKM yang didampingi dalam kegiatan KKNT Berdampak.

Lokasi dan Subjek Penelitian

Lokasi penelitian adalah Desa Pulau Punjung, yang merupakan salah satu desa sasaran program KKNT Berdampak. Subjek utama dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM “Pempek Yuk Dewi” sebagai penerima manfaat kegiatan, serta tim mahasiswa KKNT yang berperan sebagai pendamping.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik berikut:

- **Observasi Partisipatif:** Dilakukan untuk mengamati kondisi awal usaha, lingkungan pemasaran, dan aktivitas promosi yang telah dilakukan oleh pelaku UMKM sebelum intervensi.
- **Wawancara Mendalam:** Dilaksanakan dengan pemilik usaha guna menggali informasi terkait latar belakang usaha, hambatan dalam pemasaran, serta persepsi terhadap penggunaan teknologi digital.
- **Dokumentasi:** Meliputi pengumpulan data berupa foto kegiatan, tangkapan layar hasil integrasi di Google Maps, serta rekaman ulasan konsumen.
- **Partisipasi Aktif:** Tim KKNT terlibat langsung dalam proses pembuatan akun Google Business, pengunggahan informasi, pengambilan dokumentasi visual, serta edukasi kepada pelaku UMKM.

Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan tahapan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data diuji melalui triangulasi sumber dan teknik guna memastikan keakuratan dan keterandalan temuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Awal UMKM

UMKM "Pempek Yuk Dewi" merupakan usaha rumahan yang memproduksi dan menjual pempek, makanan khas Palembang, yang telah beroperasi selama lebih dari dua tahun. Pemasaran dilakukan secara konvensional melalui promosi dari mulut ke mulut, tanpa dukungan media digital. Akibatnya, cakupan pasar terbatas pada lingkungan sekitar dan belum menjangkau konsumen luar daerah.

Intervensi Melalui Google Maps

Intervensi dilakukan melalui pembuatan akun Google Business dengan mencantumkan informasi lengkap mengenai nama usaha, alamat, nomor telepon, jam operasional, dan foto produk. Selain itu, dilakukan optimalisasi melalui:

- **Penggunaan Tag Lokal (kata kunci lokal):** Agar usaha mudah ditemukan dalam pencarian berbasis lokasi.
- **Pembuatan Deskripsi Usaha yang Informatif:** Untuk meningkatkan profesionalitas dan menarik minat calon konsumen.
- **Edukasi Pengelolaan Ulasan:** Pemilik usaha diberikan pemahaman pentingnya menanggapi ulasan pelanggan untuk meningkatkan kepercayaan publik.

Dampak Pemanfaatan Google Maps

Beberapa dampak positif yang teridentifikasi antara lain:

- **Peningkatan Visibilitas Digital:** Usaha "Pempek Yuk Dewi" mulai muncul di hasil pencarian Google Maps dan Google Search berdasarkan kata kunci seperti "pempek terdekat" atau "kuliner Pulau Punjung".
- **Meningkatnya Interaksi Konsumen:** Konsumen mulai memberikan ulasan dan rating yang positif, yang secara signifikan meningkatkan kredibilitas usaha di mata calon pelanggan.
- **Penambahan Jumlah Konsumen:** Terjadi peningkatan kunjungan langsung ke lokasi usaha, khususnya dari pelanggan baru yang menemukan usaha melalui Google Maps.

Analisis Kritis

Pemanfaatan Google Maps terbukti menjadi strategi pemasaran digital yang inklusif dan efisien. Platform ini bersifat gratis, mudah

digunakan, dan mampu menjangkau konsumen lokal maupun luar daerah. Intervensi sederhana ini mampu membawa perubahan nyata terhadap performa bisnis. Kegiatan ini juga menunjukkan pentingnya peran pendampingan oleh mahasiswa dalam menjembatani kesenjangan digital yang dihadapi UMKM di desa.

Dokumentasi



Gambar 1



Gambar 2



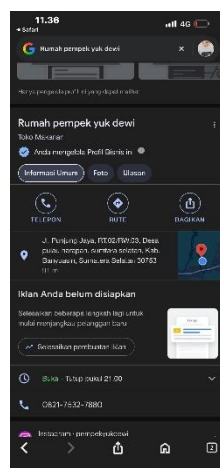
Gambar 3



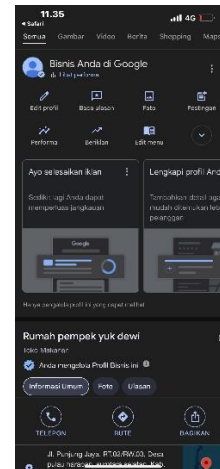
Gambar 4



Gambar 5



Gambar 6



Gambar 7

KESIMPULAN

Pemanfaatan Google Maps sebagai media pemasaran digital yang didampingi oleh tim KKNT Berdampak terbukti memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan visibilitas dan aksesibilitas UMKM “Pempek Yuk Dewi” di Desa Pulau Punjung. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa integrasi bisnis ke dalam platform digital, meskipun sederhana, dapat memperluas cakupan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan memperkuat citra usaha.

Model pendampingan ini dapat dijadikan praktik baik yang direplikasi di wilayah lain dengan kondisi serupa, khususnya untuk UMKM yang masih belum memanfaatkan teknologi secara optimal. Untuk keberlanjutan, diperlukan kolaborasi lebih lanjut antara pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan pelaku UMKM agar proses transformasi digital dapat berjalan secara sistematis dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, M. (2020). **Digital Marketing untuk UMKM: Strategi dan Praktik**. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Arifin, Z. (2017). **Metodologi Penelitian Pendidikan**. Surabaya: Lentera Cendekia.

- Fitriani, D., & Susilowati, E. (2021). Pemanfaatan Google My Business dalam Meningkatkan Strategi Pemasaran UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(2), 102–110. <https://doi.org/10.31219/osf.io/abcd1>
- Handayani, P. W., & Nugroho, Y. (2019). Analisis Peran Teknologi Informasi dalam Pengembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(1), 23–32. <https://doi.org/10.9744/jmk.21.1.23-32>
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2021). **Data Statistik UMKM 2021**. Diakses dari <https://kemenkopukm.go.id>
- Kurniawan, B. (2022). Optimalisasi Google Maps Sebagai Media Promosi Digital bagi UMKM. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 3(1), 45–54.
- Sugiyono. (2018). **Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D**. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A., & Wirawan, H. (2020). Peran Google My Business dalam Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM di Masa Pandemi. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 10(3), 188–195.
- Widodo, A. (2020). Strategi Digitalisasi UMKM Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 5(2), 78–85.
- Yuliana, D., & Pramudito, A. (2023). Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Google Business Profile untuk Promosi Usaha. *Jurnal Pemberdayaan dan Kewirausahaan Masyarakat*, 4(1), 56–67.