

Pelatihan Penggunaan *Google Business* Untuk Optimalisasi Promosi UMKM Mie Ayam Mas Pit di Banmati, Sukoharjo

Elida Zia'ul Huda¹, Budi Istiyanto²

STIE Wijaya Mulya Surakarta¹, STIE Surakarta²

¹Email : elidaziaulhuda@gmail.com¹

²Email : budisties@gmail.com

Article History:

Received: November 2024

Revised: Desember 2024

Accepted: November 2024

Abstract: *Pelatihan penggunaan Google Business Profile (sebelumnya dikenal sebagai Google My Business) merupakan langkah strategis untuk meningkatkan visibilitas digital dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di UMKM Mie Ayam Mas Pit, Banmati, Sukoharjo, yang memiliki potensi besar untuk berkembang namun menghadapi tantangan dalam memanfaatkan teknologi digital. Pelatihan mencakup pengenalan Google Business Profile, pembuatan akun, optimalisasi profil bisnis, dan strategi untuk menarik pelanggan melalui ulasan dan pembaruan rutin. Metode yang digunakan meliputi ceramah, praktik langsung, dan pendampingan personal. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa UMKM peserta berhasil memahami konsep dasar pemasaran digital, meningkatkan kehadiran online mereka, dan meraih peningkatan pengunjung serta ulasan positif di Google Business Profile. Program ini diharapkan dapat menjadi model untuk pengembangan UMKM lainnya, khususnya di sektor kuliner, dalam menghadapi era digitalisasi.*

Keywords: *Google Business Profile, UMKM, pemasaran digital.*

Pendahuluan

Era digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara konsumen menemukan, berinteraksi, dan memutuskan untuk membeli produk atau layanan. Dalam konteks UMKM, khususnya sektor kuliner, kehadiran online menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan bisnis. *Google Business Profile* (GBP) adalah salah satu *platform* yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan visibilitas bisnis mereka di mesin pencari *Google* dan *Google Maps*. Platform ini memungkinkan pemilik usaha untuk memberikan informasi penting seperti alamat, jam operasional, ulasan pelanggan, dan foto produk yang dapat diakses secara langsung oleh konsumen potensial.

Mie Ayam Mas Pit, yang berlokasi di Banmati, Sukoharjo, merupakan salah satu UMKM dengan potensi besar untuk berkembang. Namun, seperti banyak UMKM lainnya, tantangan utama yang dihadapi adalah minimnya pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi bisnis. Berdasarkan hasil survei awal,

pemilik UMKM belum memiliki strategi pemasaran digital yang terencana, termasuk penggunaan *Google Business Profile*.

Guna mengatasi tantangan ini, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan pelatihan intensif tentang penggunaan *Google Business Profile* kepada pemilik UMKM Mie Ayam Mas Pit. Program pelatihan ini dirancang untuk meningkatkan literasi digital, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan jumlah pelanggan melalui optimalisasi profil bisnis di *platform Google*. Melalui pendampingan praktis, kegiatan ini diharapkan dapat membantu UMKM Mie Ayam Mas Pit menjadi lebih kompetitif di tengah persaingan yang semakin ketat.

Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahap, yaitu:

2.1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, tim pengabdian masyarakat melakukan identifikasi kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Mie Ayam Mas Pit. Selain itu, tim juga mempersiapkan materi pelatihan, seperti modul, tutorial langkah-langkah pembuatan akun *Google Business*, dan simulasi pengelolaan akun.

2.2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan pelatihan dilakukan di tempat usaha Mie Ayam Mas Pit dengan melibatkan pemilik usaha dan beberapa karyawan. Adapun agenda pelatihan meliputi:

- **Pengenalan *Google Business*:** Penjelasan tentang manfaat dan fitur utama *platform* ini.
- **Praktik Membuat Akun *Google Business*:** Panduan langkah-langkah pendaftaran, verifikasi, dan pengisian informasi bisnis.
- **Strategi Optimasi Konten:** Teknik memposting foto, deskripsi produk, dan memanfaatkan fitur ulasan pelanggan untuk menarik perhatian calon pembeli.
- **Pemantauan Performa:** Penjelasan tentang cara membaca insight dan statistik untuk mengetahui perkembangan usaha secara online.



Gambar 1. Pendampingan kepada UMKM

2.3. Tahap Evaluasi

Setelah pelatihan, dilakukan evaluasi terhadap pemahaman peserta melalui diskusi dan praktik langsung. Tim pengabdian juga memberikan panduan pendampingan untuk beberapa minggu ke depan guna memastikan bahwa platform ini dikelola secara optimal.



Gambar 2. Diskusi dan praktik bersama UMKM

Hasil

Sebelum pelatihan, pemilik Mie Ayam Mas Pit memiliki keterbatasan pengetahuan mengenai teknologi digital. Setelah pelatihan, pemahaman mereka terhadap fungsi dan manfaat *Google Business* meningkat secara signifikan.

Peserta berhasil membuat dan mengelola akun *Google Business* secara mandiri, termasuk mengunggah foto produk, menulis deskripsi menarik, dan merespons ulasan pelanggan dengan baik.

Dalam dua minggu setelah pelatihan, Mie Ayam Mas Pit melaporkan peningkatan jumlah pelanggan yang datang berdasarkan arahan *Google Maps*. Beberapa pelanggan baru juga memberikan ulasan positif, yang berkontribusi pada peningkatan reputasi bisnis secara *online*.

Pembahasan

A. Profil UMKM Mie Ayam Mas Pit Banmati, Sukoharjo

UMKM Mie Ayam Mas Pit merupakan usaha kecil yang bergerak di bidang kuliner, berlokasi di Desa Banmati, Sukoharjo. Berdiri sejak beberapa tahun lalu, usaha ini telah menjadi salah satu pilihan favorit masyarakat sekitar. Meskipun memiliki rasa yang khas dan harga yang terjangkau, UMKM ini menghadapi tantangan dalam hal pemasaran digital. Sebagian besar konsumen masih datang karena rekomendasi dari mulut ke mulut, sehingga potensi pasar yang lebih luas belum sepenuhnya digali.

Keterbatasan promosi digital menjadi kendala utama, mengingat penggunaan teknologi seperti *Google Business* belum dimanfaatkan. Oleh karena itu, pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pemilik UMKM dalam menggunakan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pelanggan.

B. Permasalahan UMKM dalam Era Digital

Pada era digital, persaingan bisnis di bidang kuliner semakin ketat. Banyak UMKM kuliner yang mulai memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan visibilitas usaha mereka. Berdasarkan hasil survei awal, ditemukan beberapa kendala yang dihadapi oleh UMKM Mie Ayam Mas Pit:

- Minimnya pengetahuan mengenai pemasaran digital.
- Ketergantungan pada promosi konvensional.
- Tidak adanya platform online yang digunakan untuk memperkenalkan usaha.
- Kurangnya pemahaman tentang manfaat *Google Business* dalam menarik pelanggan baru.

Masalah ini mengindikasikan perlunya intervensi berupa pelatihan dan pendampingan, terutama untuk memanfaatkan platform digital gratis seperti *Google Business*.

C. Pentingnya *Google Business* bagi UMKM

Google Business (*Google My Business*) adalah platform gratis yang memungkinkan pelaku usaha untuk membuat profil bisnis secara *online*. Dengan *platform* ini, UMKM dapat meningkatkan visibilitas mereka di *Google Search* dan *Google Maps*. Manfaat yang dapat diperoleh UMKM Mie Ayam Mas Pit dari penggunaan *Google Business* antara lain:

1. Meningkatkan Visibilitas *Online*

Pelanggan dapat dengan mudah menemukan informasi tentang Mie Ayam Mas Pit melalui pencarian di *Google*. Profil bisnis yang dioptimalkan dapat meningkatkan kemungkinan pelanggan mengunjungi tempat usaha.

2. Mempermudah Akses Informasi

Pelanggan dapat mengetahui informasi penting seperti alamat, jam operasional, kontak, hingga ulasan pelanggan sebelumnya.

3. Membangun Kredibilitas

Melalui ulasan positif yang diberikan oleh pelanggan, kredibilitas UMKM dapat meningkat, sehingga menarik lebih banyak pelanggan baru.

4. Gratis dan Mudah Digunakan

Platform ini tidak memerlukan biaya untuk pendaftaran maupun pemeliharaan, sehingga cocok untuk UMKM dengan modal terbatas.

D. Pendampingan dan Evaluasi

Setelah pelatihan, tim memberikan pendampingan untuk memastikan pemilik UMKM mampu menjalankan profil *Google Business* mereka secara mandiri. Evaluasi dilakukan dengan memantau perubahan jumlah pengunjung dan interaksi di *platform* tersebut dalam satu bulan.

Kesimpulan

Pelatihan *Google Business Profile* bagi UMKM Mie Ayam Mas Pit di Banmati, Sukoharjo, telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pengelolaan dan promosi usaha. Dengan memanfaatkan *platform* digital ini, UMKM dapat meningkatkan visibilitas usaha mereka secara daring, menjangkau lebih banyak pelanggan potensial, serta mempermudah proses komunikasi dengan konsumen.

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa para peserta, khususnya pemilik dan pengelola Mie Ayam Mas Pit, kini memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai cara membuat, mengelola, dan mengoptimalkan profil bisnis di *Google*. Mereka juga mampu mengunggah foto produk, menambahkan informasi kontak, memanfaatkan ulasan pelanggan, serta memonitor performa bisnis melalui fitur analitik yang tersedia.

Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil memberdayakan UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk menghadapi tantangan pemasaran di era *modern*. Diharapkan, pelatihan semacam ini dapat diimplementasikan secara berkelanjutan dan diperluas ke UMKM lainnya, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di tingkat lokal maupun nasional.

Pengakuan

Pada kesempatan kali ini kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat, antara lain Ketua STIE Wijaya Mulya Surakarta, Ketua P2M STIE Wijaya Mulya Surakarta, seluruh civitas akademika STIE Wijaya Mulya Surakarta, dan UMKM Mie Ayam Mas Pit Banmati, Sukoharjo.

Daftar Referensi

- Thoyyibah, T., Haryono, W., & Hardi, T. (2022). Pelatihan dan Pemanfaatan Fitur Google Business Untuk Promosi Lokasi Usaha Dan Menaikan Target Pemasaran Produk Umkm Warga Desa Dangdang, Kec. Cisauk Kab. Tangerang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Intimas (Jurnal INTIMAS): Inovasi Teknologi Informasi Dan Komputer Untuk Masyarakat*, 2(2), 38–45. <https://doi.org/10.35315/intimas.v2i2.8985>
- Yuliani, N., & Novita, D. (2019). Pemanfaatan Google Bisnisku Sebagai Upaya Meningkatkan Rangking Bisnis Lokal (Studi Kasus: UMKM Gresik, Jawa Timur) Universitas Esa Unggul. *Ikraith-Abdimas*, 5(1), 146–157. https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-23413-11_2333.pdf