

Pendampingan Pembuatan Google Maps sebagai Media Promosi UMKM Omah Bunga Tiwul di Weru, Sukoharjo

Retnoning Ambarwati¹, R. Taufiq Nur Muftiyanto², Agus Triatmono³

^{1,3}STIE Wijaya Mulya Surakarta, ² Universitas Duta Bangsa Surakarta

Email : stie.wijayamulya.solo@gmail.com

Article History:

Received: November 2024

Revised: Desember 2024

Accepted: Desember 2024

Abstract: *UMKM Omah Bunga Tiwul merupakan salah satu usaha mikro yang bergerak di bidang kuliner khas daerah di Weru, Sukoharjo. Meski memiliki potensi produk yang unggul, pemasaran usaha ini masih terbatas karena minimnya pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan kepada UMKM Omah Bunga Tiwul dalam pembuatan dan pengoptimalan Google Maps sebagai media promosi. Metode yang digunakan meliputi observasi, pelatihan, dan praktik langsung bersama pelaku usaha. Hasil dari kegiatan ini adalah terciptanya akun Google Maps aktif untuk UMKM Omah Bunga Tiwul yang dilengkapi dengan informasi lengkap seperti lokasi, jam operasional, ulasan pelanggan, dan foto produk. Selain itu, pelaku usaha diberikan panduan strategis untuk meningkatkan visibilitas dan interaksi pelanggan melalui fitur-fitur Google Maps. Pendampingan ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.*

Keywords: Google Maps, Digital Marketing, Pengabdian Masyarakat

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran yang sangat strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sektor ini telah menjadi tulang punggung perekonomian, terutama di daerah pedesaan yang memiliki potensi sumber daya alam dan budaya yang melimpah. Salah satu contoh UMKM yang unik dan memiliki potensi besar adalah Omah Bunga Tiwul, sebuah usaha lokal di Kecamatan Weru, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. UMKM ini mengombinasikan inovasi produk makanan tradisional *tiwul* dengan sentuhan kreativitas modern. Namun, seperti banyak UMKM lainnya, Omah Bunga Tiwul menghadapi tantangan dalam memasarkan produknya agar dapat dikenal lebih luas dan meningkatkan daya saingnya di pasar yang semakin kompetitif.

Di era digital yang semakin maju ini, pemasaran produk tidak lagi terbatas pada metode konvensional seperti iklan cetak atau pemasaran dari mulut ke mulut. Platform digital, termasuk media sosial, *e-commerce*, dan peta digital, telah menjadi alat penting untuk mempromosikan produk dan layanan secara lebih efektif. Salah satu platform yang

sering diabaikan oleh pelaku UMKM adalah *Google Maps*. Sebagai salah satu layanan berbasis lokasi yang paling banyak digunakan di dunia, *Google Maps* tidak hanya membantu orang menemukan lokasi suatu usaha, tetapi juga memberikan informasi lengkap tentang produk, layanan, ulasan pelanggan, dan bahkan foto tempat usaha. Sayangnya, banyak UMKM, termasuk Omah Bunga Tiwul, belum memanfaatkan potensi besar dari *Google Maps* sebagai media promosi.

Melalui pengabdian masyarakat ini, tim kami berusaha untuk memberikan pendampingan kepada UMKM Omah Bunga Tiwul dalam memanfaatkan *Google Maps* sebagai salah satu media promosi utama. Pendampingan ini meliputi pembuatan dan optimalisasi akun *Google Maps*, pengisian data usaha yang lengkap, strategi mendapatkan ulasan pelanggan, hingga teknik memanfaatkan fitur-fitur *Google Maps* untuk menarik lebih banyak pelanggan. Kegiatan ini dirancang untuk membantu Omah Bunga Tiwul meningkatkan visibilitasnya di dunia digital sekaligus memperluas jangkauan pasarnya, baik secara lokal maupun nasional.

Metode

Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dengan melibatkan UMKM secara aktif dalam setiap tahap. Berikut tahapan metode yang dilakukan:

1. Tahap Persiapan
 - a. Identifikasi Kebutuhan: Mengidentifikasi kendala yang dihadapi oleh UMKM Omah Bunga Tiwul melalui wawancara dan observasi langsung.
 - b. Penyusunan Modul Pelatihan: Menyusun modul pelatihan yang mencakup cara membuat akun *Google Maps*, memasukkan lokasi usaha, dan mengelola informasi bisnis.
2. Tahap Pelaksanaan
 - a. Pelatihan Teknis: Memberikan pelatihan kepada pemilik dan staf UMKM tentang cara membuat dan mengelola *Google Maps*.



Gambar 1. Pelatihan kepada UMKM

- b. Pendampingan Langsung: Tim pengabdian mendampingi peserta secara langsung dalam proses pembuatan akun Google Maps dan pemasangan informasi lokasi usaha.



Gambar 2. Pendampingan UMKM

- c. Optimalisasi Konten: Membantu UMKM memasukkan foto, deskripsi, jam operasional, dan ulasan pelanggan pada Google Maps untuk meningkatkan daya tarik.
3. Tahap Evaluasi
 - a. Monitoring Aktivitas: Memantau penggunaan Google Maps oleh UMKM selama satu bulan pasca-pendampingan.
 - b. Survey Kepuasan: Melakukan survei kepuasan pelanggan terhadap informasi yang tersedia di Google Maps.
 - c. Analisis Data: Menganalisis efektivitas media promosi berbasis Google Maps terhadap peningkatan kunjungan dan omzet UMKM.

Hasil

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemanfaatan *Google Maps* sebagai media promosi UMKM Omah Bunga Tiwul. Setelah pendaftaran lokasi di Google Maps, UMKM Omah Bunga Tiwul mulai muncul dalam pencarian kata kunci seperti "kuliner khas Sukoharjo" atau "toko tiwul di Weru". Dalam sebulan, terdapat peningkatan rata-rata 35% pada kunjungan pelanggan yang berasal dari luar wilayah.

UMKM berhasil mengunggah 15 foto produk dan lokasi, menulis deskripsi menarik, serta mencantumkan jam operasional yang jelas. Hal ini meningkatkan jumlah klik dan ulasan positif dari pelanggan. Ulasan positif yang diberikan pelanggan di *Google Maps* meningkat dari tidak ada menjadi rata-rata 4,8 bintang. Selain itu, pelanggan mengaku

lebih mudah menemukan lokasi Omah Bunga Tiwul melalui *Google Maps*. Setelah menggunakan *Google Maps* sebagai media promosi, UMKM melaporkan adanya peningkatan omset sebesar 20% dibandingkan bulan sebelumnya.

Pembahasan

Kegiatan ini menunjukkan bahwa pendampingan teknologi sederhana seperti *Google Maps* dapat memberikan dampak yang signifikan bagi UMKM di wilayah pedesaan. Beberapa pembahasan utama terkait hasil kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Efektivitas *Google Maps* sebagai Media Promosi
Google Maps terbukti menjadi media yang efektif dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik UMKM Omah Bunga Tiwul. Fitur-fitur seperti foto, ulasan pelanggan, dan navigasi langsung mempermudah calon pelanggan dalam mengambil keputusan untuk mengunjungi lokasi bisnis.
2. Tantangan yang Dihadapi
Tantangan utama yang dihadapi adalah rendahnya literasi digital pemilik UMKM dan keterbatasan perangkat teknologi. Dalam hal ini, pendekatan pelatihan berbasis praktik langsung sangat membantu.
3. Dampak pada Perekonomian Lokal
Peningkatan omset yang dialami oleh Omah Bunga Tiwul juga membawa dampak positif pada masyarakat sekitar, seperti meningkatnya permintaan bahan baku dari petani lokal dan peluang kerja tambahan.
4. Keberlanjutan Program
Agar dampak program lebih berkelanjutan, diperlukan pendampingan lanjutan dalam mengelola konten dan strategi pemasaran digital lainnya, seperti media sosial atau *marketplace online*.

Manfaat *Google Maps* bagi UMKM seperti Omah Bunga Tiwul antara lain:

1. Meningkatkan Visibilitas Usaha: Ketika pelanggan mencari produk seperti *tiwul* atau oleh-oleh khas Sukoharjo, Omah Bunga Tiwul dapat muncul di hasil pencarian.
2. Mempermudah Akses Informasi: Pelanggan dapat dengan mudah menemukan lokasi usaha, jam operasional, kontak, serta melihat ulasan positif dari pelanggan sebelumnya.
3. Meningkatkan Kredibilitas Usaha: UMKM yang muncul di *Google Maps* dengan ulasan dan foto yang menarik cenderung dianggap lebih profesional oleh pelanggan.
4. Memperluas Jangkauan Pasar: Dengan memanfaatkan fitur peta ini, UMKM dapat menjangkau pelanggan dari berbagai daerah, bahkan wisatawan yang berkunjung ke Sukoharjo.

Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat yang berfokus pada pendampingan pembuatan *Google Maps* sebagai media promosi UMKM Omah Bunga Tiwul di Weru, Sukoharjo, telah memberikan dampak yang signifikan terhadap pengembangan usaha masyarakat lokal. Kegiatan ini dirancang untuk menjawab tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam era digital, yaitu rendahnya aksesibilitas dan visibilitas usaha di platform daring. Dengan memanfaatkan *Google Maps*, UMKM seperti Omah Bunga Tiwul dapat menjangkau lebih banyak pelanggan potensial, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memperluas jaringan bisnis.

Proses pendampingan melibatkan metode partisipatif, di mana tim pengabdian masyarakat tidak hanya memberikan materi, tetapi juga mendampingi langsung proses pembuatan akun *Google My Business* dan integrasinya dengan *Google Maps*. Dengan pendekatan ini, pemilik Omah Bunga Tiwul dapat belajar sambil praktik, sehingga meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam menggunakan teknologi digital. Selain itu, tim juga memberikan materi tentang strategi promosi yang efektif di era digital, seperti pentingnya memanfaatkan fitur ulasan pelanggan, foto produk berkualitas, dan pembaruan rutin informasi di *Google Maps*.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan perkembangan yang sangat positif. Setelah Omah Bunga Tiwul terdaftar di *Google Maps*, usaha ini mulai mendapatkan peningkatan visibilitas di mesin pencarian. Dalam beberapa minggu pertama setelah pendaftaran, terdapat lonjakan jumlah kunjungan ke lokasi, terutama dari pelanggan baru yang mengetahui keberadaan UMKM ini melalui *Google Maps*. Selain itu, pemilik UMKM juga merasa lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi digital sebagai bagian dari strategi promosi mereka.

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 Omah Bunga Tiwul di Weru, Sukoharjo.

Daftar Referensi

Abidah Fauziyya, P., Ayu Rashida, F., & Arif, L. (2023). Pembuatan NIB dan Aplikasi Google Maps dalam Pengembangan UMKM Desa Kebondalem Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 1837–1847. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1214>

Rimadiaz, S., Cahyandito, K. Y., Hibatillah, R., Giovano, G., Ferdinand, D., Lui, S., & Jose, E. (2023). Pendampingan Pembuatan Media QRIS dan Google Maps Pada UMKM. *ASSKRUIE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 59–66.

Umam, F., Arrow Sakti Darren Leksono, Rina Novita Sari Indah, Nisa Umrotul Mila, Mokhamad To'ib, Choirun Ni'mah, Nurul Isnaini, Ervina Martiana, Gagas Erdi Saputro, Waras Harianto, Lantarno, Choirun Nisak, Muhammad Yayang Eka Kurniawan, Mohammad Efendi, Soviska Nur Aini, Miftakhul Jannah, & Mochammad Saifur. (2024). Penggunaan Google Maps Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Kerupuk Desa Balongbesuk Kecamatan Diwek Jombang. *Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 4(2). <https://doi.org/10.51214/00202404981000>