

Pelatihan Google My Business untuk Peningkatan Penjualan Pada Food And Beverage

Google My Business Training to Increase Sales on Food and Beverage

Martinus Sony Erstiawan ^{1*}, Tony Soebijono ², Setya Putri Erdiana ³

^{1,2} Program Studi Akuntansi, Universitas Dinamika

³ Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Dinamika

* martinus@dinamika.ac.id

ABSTRAK

Kurangnya keterampilan dan pengetahuan dalam literasi digital sebagai upaya menambah sarana pemasaran tidak dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan. Tujuan kegiatan memberikan keterampilan dalam mengelola usaha dengan sinkronisasi kedalam teknologi informasi salah satunya memanfaatkan google my business sehingga perlu pendampingan kepada pelaku usaha dalam mengelola fasilitas yang dimiliki oleh google. Metode yang digunakan yaitu pendampingan kepada pelaku usaha dengan kegiatan workshop dalam memanfaatkan google my business sebagai upaya peningkatan penjualan. Hasil yang dicapai pelaku usaha dapat mengikuti langkah kerja dengan mengisi dan mengelola google my business berdasarkan akun pribadi sebagai upaya menambah sarana pemasaran dan meningkatkan penjualan.

Kata kunci — Literasi Digital, Pelaku Usaha, *Google My Business*, Pemasaran, Penjualan

ABSTRACT

Lack of skills and knowledge in digital literacy as an effort to increase marketing tools is not used by business actors to increase sales. The purpose of the activity is to provide skills in managing a business by synchronizing information technology, one of which is utilizing Google My Business, so that it needs assistance from business actors in managing facilities owned by Google. The method used is to assist business actors with workshop activities utilizing Google My Business in an effort to increase sales. The results achieved by business actors can follow the work steps by filling out and managing Google My Business based on personal accounts in an effort to increase marketing tools and sales.

Keywords — Digital Literacy, Business, *Google My Business*, Marketing, Sales



© 2021. Martinus Sony Erstiawan , Tony Soebijono, Setya Putri Erdiana



Creative Commons
Attribution 4.0 International License

1. Pendahuluan

Digitalisasi dalam dunia usaha saat ini menjadi bagian penting dalam aktivitas bisnis. Digitalisasi merubah perilaku setiap insan dalam aktivitas transaksi baik konsumen maupun produsen [1]. Perubahan perilaku dalam melakukan jual beli saat transaksi yang menggunakan model digital tentunya mempermudah dan mempersingkat waktu bagi pembeli ataupun penjual [2]. Namun dengan berjalannya waktu tidak mudah bagi pelaku usaha termasuk UMKM dalam memanfaatkan teknologi dalam melakukan pemasaran, dikarenakan membutuhkan intensitas yang tinggi dalam mengelola aktivitas digital [3].

Kendala yang lebih sering dihadapi pelaku usaha diantaranya terkait dengan literasi digital, lini pemasaran yang masih terbatas dan kurang pedulinya pelaku usaha terhadap pelaporan keuangan. Selain itu saluran pemasaran yang terbatas, modal dalam pemanfaatan teknologi informasi juga membutuhkan perhatian khusus, selanjutnya terkait dengan sumber daya manusia sebagai penjual serta keterbatasan menggunakan media menjadi kendala terbesar bagi pelaku usaha [4]. Dari kondisi tersebut tentunya dapat berdampak negatif pada aktivitas produksi dan daya jual setiap produk.

Dengan kondisi tersebut tentunya jika tanpa adanya sentuhan teknologi aktivitas yang dilakukan tidak dapat berkembang dan tidak dapat dikenal oleh masyarakat. Teknologi informasi saat ini menjadi salah satu *tools* dalam aktivitas kegiatan organisasi termasuk dalam melakukan penjualan [5]. Tanpa sentuhan teknologi saat ini dari penjualan yang diperoleh tidak mendapatkan hasil yang baik. Tentunya masyarakat (konsumen) saat ini sudah melek akan teknologi informasi, sehingga dalam aktivitas pembelian sejumlah barang menggunakan aplikasi pendukung dalam melakukan pembelian produk yang diinginkan.

Google my business menjadi salah satu alat (aplikasi) yang dapat dimanfaatkan dalam melakukan pemasaran secara digital [6]. Aplikasi *google* bisnisku dengan mudah digunakan dan menjadi salah satu bagian yang penting dalam melakukan promosi produk yang dimiliki oleh pemilik usaha mikro kecil menengah (UMKM) [7]. Namun disisi lain masyarakat, masalah yang

timbul adalah pelaku usaha tidak menyadari bahwa *google* bisnisku dapat digunakan sebagai media promosi yang efektif guna meningkatkan penjualan serta menambah saluran pemasaran. UMKM yang tidak familiar dan belum melek teknologi tentunya semakin tertinggal dalam memanfaatkan *google* bisnisku sebagai salah satu jalan keluar dalam strategi pemasaran dan peningkatan penjualan. UMKM *food and beverage* masih belum dan tidak familiar dengan *google* bisnisku dan tidak memahami cara menggunakan aplikasi yang dapat dengan mudah diperoleh, dimanfaatkan dan masih diunduh secara gratis. Selain itu adanya akses pendukung yang menjadi faktor kendala utama yaitu modal selain itu terkait akses internet dan jaringan internet yang tidak lancar menjadi masalah [8].

Google bisnisku menjadi salah satu peluang usaha secara mandiri untuk meningkatkan bisnis pelaku usaha termasuk didalamnya bidang *food and beverage* (F&B). Dengan review setiap pelanggan yang tersedia dikolom komentar dan adanya tanda bintang menjadi salah satu daya tarik setiap calon pelanggan. Peluang usaha lainnya yaitu dengan melakukan sinkronisasi dengan *google* maps secara langsung dapat membantu calon pelanggan mengarahkan ke lokasi yang dituju tentunya diiringi dengan koneksi internet yang baik.

Tujuan melakukan pengabdian kepada masyarakat pada pengelola *food and beverage* dimana perlunya mengurai dan menjabarkan pemanfaatan *google* bisnisku menjadi salah satu bagian dalam aktivitas pemasaran yang dapat dimanfaatkan saat ini. Memberikan kemudahan kepada pelaku usaha untuk memahami dalam menggunakan aplikasi *google* bisnisku dengan melakukan pelatihan atau *workshop* terkait bagaimana memanfaatkan *google* bisnisku kedalam usaha yang sedang dijalani. Kegunaan yang diperoleh dalam aktivitas ini adalah menambah akses pemasaran, menambah keterampilan dalam menggunakan teknologi sebagai pendukung kegiatan usaha, menambah jumlah penjualan yang secara tidak langsung memperoleh hasil yang diinginkan serta membantu *customer* melihat *review* dari konsumen yang telah merasakan, menggunakan dan menikmati produk yang dijual oleh produsen seperti makanan dan minuman.



2. Target dan Luaran

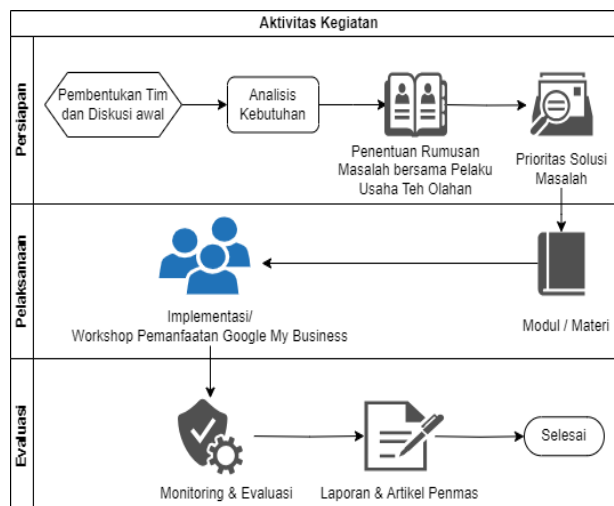
Target. Pelatihan yang diselenggarakan lebih fokus pada pelaku usaha yang mengelola usahanya dengan jenis usaha *food and beverage*. Namun tidak menutup kemungkinan jenis usaha lain dapat bergabung dengan pelatihan yang diselenggarakan.

Luaran. Menghasilkan akun *google my business* dari setiap pelaku usaha yang ikut bergabung dalam kegiatan. Dan tidak ada target penjualan selama kurun waktu tertentu dalam melakukan penjualan dengan basis *google my business*.

3. Metodologi

Lokasi dilakukan di daerah surabaya dan sekitarnya. Durasi kegiatan kurang lebih 2 jam sekaligus tanya jawab. Kegiatan dilakukan menggunakan teknologi online dengan aplikasi *google meet*. Latar belakang peserta dalam mengikuti kegiatan ini adalah dari kelompok penjual makanan dan minuman (*tenant* atau *booth*) yang berada di area surabaya. Peserta yang mengikuti kegiatan ini berjumlah 10-20 orang yang terdiri dari penjaga stand/booth atau pemilik usaha. Kehadiran tim untuk membantu seluruh UMKM sebagai upaya mereka untuk menambah saluran pemasaran menggunakan aplikasi *google my business*.

Proses kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk olahan teh tentunya terurai dari beberapa tahap diantaranya tahap input, proses dan output. Pada input terdiri dari perencanaan/persiapan, proses didalamnya terdapat pelaksanaan kegiatan kepada mitra sedangkan pada output, evaluasi dan monitoring serta luaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat termasuk laporan dan artikel pengabdian kepada masyarakat. Dari proses tersebut tentunya tidak hanya memberikan manfaat bagi tim pengabdian masyarakat namun lebih utama pada kegiatan ini yaitu untuk pelaku usaha dalam memanfaatkan *google bisnisku* sebagai sarana menambah jumlah penjualan dan menambah akses saluran pemasaran yang lain.



Gambar 1. Kerangka Kerja Kegiatan PKM

Proses Persiapan

- Pembentukan Tim dan Diskusi Awal,** pembentukan tim dilakukan berdasarkan kompetensi masing-masing tim kegiatan yang mana kolaborasi antar bidang ilmu akuntansi dan desain komunikasi visual (DKV). Diskusi dilakukan untuk mengurai permasalahan di lapangan khususnya topik terkait teknologi informasi yang disandingkan dengan pemasaran. Dimana pada kedua hal tersebut tentunya terdapat kasus-kasus yang terjadi yang menghambat aktivitas penjualan diantaranya pelaku usaha kurang memahami teknologi informasi dan pemasaran yang dapat menambah saluran pemasaran pada aktivitas yang dimiliki.
- Analisis kebutuhan,** pelaku usaha dimana kurangnya pemahaman menambah saluran pemasaran dengan menggunakan teknologi informasi yang dimanfaatkan dalam memasarkan produk.
- Permasalahan mitra menjadi kebutuhan** untuk dipecahkan dengan melatih pelaku usaha untuk mengurai aktivitas bisnis dengan menggunakan teknologi dan menambah saluran pemasaran selain penjualan dimarketplace serta penjualan langsung.
- Prioritas utama dalam mengurai permasalahan mitra** dengan memberikan pelatihan secara intensif terkait dengan pemanfaatan *google bisnisku* dengan menggunakan *handphone* sebagai upaya menambah satu saluran pemasaran oleh pelaku usaha.

2) Pelaksanaan

Atas kesepakatan bersama dan komitmen antara tim pengabdian masyarakat dan pelaku usaha menentukan serta memberikan pelatihan kepada pelaku usaha dalam memanfaatkan *google* bisnisku. Tim pengabdian masyarakat membuat materi dengan mengurai *google* bisnisku untuk disampaikan kepada pelaku usaha untuk menambah ilmu pengetahuan (iptek). Pelaksanaan kegiatannya dilakukan secara *online* dengan melibatkan beberapa UMKM yang berada di Surabaya.

a. Materi/Modul

Materi yang diberikan bersumber dari *google my business* yang disederhanakan untuk pelaku usaha yang sekaligus dapat mempraktikkan teknologi yang difasilitasi oleh *google*. Modul pelatihan yang dibuat bertujuan untuk memberikan keterampilan kepada pelaku usaha mengenai bisnis yang dijalani saat melakukan pencarian melalui *google*. Tujuan akhir pada pelatihan ini dipuruntukkan kepada pelaku usaha sebagai upaya memberikan informasi ke pelanggan dan *feed back* atau ulasan langsung dari pelanggan lewat *google* bisnisku.

b. Implementasi

Pelatihan yang dilakukan menggunakan media *online* dengan mengundang berbagai pelaku usaha *food and beverage* di Surabaya sekitarnya. Output yang diharapkan pada pelatihan ini adalah pelaku usaha dapat berpikir kreatif dalam meningkatkan penjualan dengan menggunakan teknologi informasi, selain itu pelaku usaha dapat menambah keterampilan dalam pemanfaatan teknologi serta dapat memudahkan bisnisnya dan produk yang dimiliki dikenal oleh masyarakat luas.

3) Evaluasi

Dilakukan sebagai upaya meningkatkan mutu dalam kegiatan pelatihan mulai dari persiapan hingga pelaksanaan.

a. Monitoring dan Evaluasi Kegiatan

- **Perencanaan.** Meningkatkan mutu kegiatan ditindak lanjuti dengan monitoring dan evaluasi (*monev*) dimulai dari proses perencanaan pelaksanaan kegiatan yang terdiri dari penentuan analisis kebutuhan, masalah yang sedang dihadapi oleh UMKM,

prioritas solusi masalah, penentuan topik pelatihan, modul/materi pelatihan, implementasi dilapangan dengan pelaku usaha *food and beverage* hingga kegiatan ini selesai diselenggarakan. Upaya peningkatan mutu kegiatan dilakukan untuk dievaluasi secara terus menerus agar kegiatan ini dapat dikembangkan dan berkembang dengan keterlibatan secara langsung dengan masyarakat secara berkelanjutan.

- **Pelaksanaan Kegiatan.** Dilakukan secara *online* dengan topik pelatihan strategi *branding* guna meningkatkan volume penjualan pada UMKM. Kegiatan ini diikuti oleh pelaku usaha *food and beverage* yang sebelumnya melakukan pendaftaran terlebih dahulu melalui link yang sudah kami sediakan dan jumlah peserta yang melakukan pendaftaran sebanyak 32 peserta. Pelaksanaan dihadiri sebanyak 20 peserta yang tersebar diberbagai kota yaitu surabaya, semarang, pontianak, banjarmasin, sidoarjo, dan lain sebagainya.

b. Keberlanjutan Kegiatan

Kegiatan bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi informasi tidak hanya berhenti pada pelatihan ini saja, namun dapat dikembangkan ke pelatihan lain yaitu pemanfaatan media aplikasi *canva* yang dapat dilatih untuk pelaku usaha ketika membuat desain grafis ataupun konten menarik di media sosial. Selain itu pemanfaatan *instagram* sebagai media promosi untuk menunjang penjualan. Tentunya dibutuhkan keberlanjutan dan konsistensi dalam melakukan promosi kepada pelanggan serta pencarian pelanggan baru.

Pembahasan

Perwujudan kegiatan dihadiri oleh pelaku usaha yang telah melakukan pendaftaran menggunakan *google form*. Pemanfaatan *google form* bertujuan untuk memastikan jumlah peserta yang hadir dan untuk melakukan pendataan sebaran kota serta jenis usaha yang dimiliki oleh setiap pelaku usaha.



memudahkan pelanggan menghubungi atau melakukan pemesanan produk yang diinginkan pelanggan. Selanjutnya pelaku usaha diarahkan untuk mengisi atau memilih menerima *newsletter* dari *google* atau tidak yang nantinya ketika ada kabar atau informasi terbaru atau ulasan dari pelanggan secara otomatis langsung terbaca dan direspon oleh pengelola usaha.

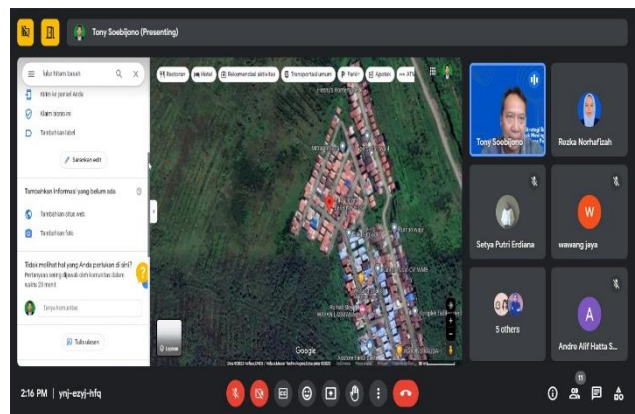
Langkah terakhir yang dilakukan pelaku usaha membuat *google my business* adalah dengan melakukan memilih metode verifikasi melalui kartu pos atau email atau opsi lainnya. Verifikasi wajib dilakukan sendiri oleh pelaku usaha dalam mengelola akun *google my business*.

Pelaku usaha dalam mengelola akun *google my business* diwajibkan pula mengisi profil dan deskripsi bisnis yang sedang dijalani, dengan mengisi sebanyak 750 karakter deskripsi diri dari usaha. Deskripsi yang diurai sangat bermanfaat bagi calon pelanggan dimana bisnis yang sedang dijalani bergerak dibidang apa, produk yang dijual, produk unggulan dan seluruh informasi yang dikelola oleh pelaku usaha.

Langkah kedua yaitu mengunggah foto profil, sampul, produk dan video pendek yang menjadi salah satu komponen untuk meyakinkan calon pelanggan baru dan pelanggan lama. Foto yang diunggah dapat berupa kantor/perusahaan / pabrik/restoran/tempat usaha.

Langkah selanjutnya dengan mengisi jam operasional pada bisnis yang sedang dijalani dimana dapat memudahkan calon pelanggan mengetahui jam operasional tempat usaha baik jam buka atau tutup. Selain itu pelaku usaha wajib mengisi fasilitas yang disediakan kepada pelanggan sebagai contoh tersedianya mushola, meja, kursi, luas lahan, kursi anak, toilet, tempat penitipan anak-anak, ataupun ramah bagi disabilitas dan lain sebagainya. Selain itu pelaku usaha perlu mengisi daftar menu dan harga beserta deskripsi item menu sedang dikelola.

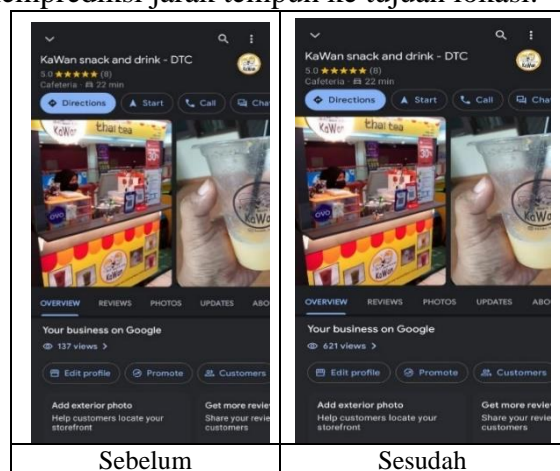
Pada hari pertama tim pengabdian masyarakat memberikan tugas kepada pelaku usaha untuk mempresentasikan pengelolaan *google my business* pada setiap peserta sesuai arahan dan modul yang dibuat. Tiap peserta melakukan presentasi tentang *google my business* pada hari kedua pelaksanaan kegiatan pelatihan tanggal 15 Agustus 2023.



Gambar 5. Review Google My Business Peserta

Review pengelolaan *google my business* dilakukan untuk memastikan aktivitas yang telah dilakukan berdasarkan langkah kerja dalam mengelola dan mengisi *tools google my business* mulai dari nama bisnis, kelengkapan alamat kantor/toko/tempat usaha, kategori bisnis, no contact yang bisa dihubungi/website/ instagram/ sosial media, deskripsi bisnis, foto lokasi, jam operasional, fasilitas yang dimiliki beserta foto, dan menu / paket serta harga yang tertera disertai produk beserta foto.

Selain itu memastikan peta virtual yang dimiliki oleh peserta kegiatan. Sinkronisasi *google my business* dan *google maps* dilakukan untuk penelusuran berdasarkan alamat lokasi usaha. Peta virtual yang disematkan kedalam *google my business* tentunya sangat bermanfaat bagi calon pelanggan serta pelanggan lainnya untuk mencari lokasi sesuai koordinat dan petunjuk arah / jalan tanpa perlu berhenti bertanya kepada masyarakat sekitar serta dapat memprediksi jarak tempuh ke tujuan lokasi.



Gambar 6. Tangkapan Layar Bisnis menggunakan Google My Business

Adanya peningkatan views disalah satu peserta kegiatan dimana sebelumnya 137 views dan setelahnya berjumlah 621 views dalam waktu 1-2 bulan terakhir sebelum dan sesudah aktivitas pengabdian masyarakat. Peningkatan *views* terjadi, bersumber dari keseluruhan informasi yang diurai dapat menjadi dasar pelanggan baru untuk mengetahui produk dan pengelolaan usaha yang dikelola.

Diskusi

Memanfaatkan aplikasi *google my business* sebagai media *digital marketing* sangat dibutuhkan saat ini mengingat dapat mempermudah calon pelanggan mengetahui produk, harga dan ulasan dari pelanggan yang telah lebih dulu memiliki pengalaman menikmati produk yang dikelola oleh pelaku usaha. Tentunya dengan media *digital marketing* dapat mempermudah pelaku usaha memasarkan produk yang dimiliki [9]

Keterbatasan pelaku usaha mengenal, mengetahui dan memanfaatkan *google my business* masih kurang sehingga perlu adanya pendampingan untuk memanfaatkan *google my business* sebagai sarana pemasaran dengan basis internet [10];[11]. Strategi pemasaran dengan menggunakan internet dapat meningkatkan efisiensi dan merupakan peluang pelaku usaha dalam melakukan penjualan secara efektif [12]. Potensi peningkatan penjualan dengan basis *google my business* dapat dioptimalkan untuk mendorong penjualan produk yang dimiliki [13].

4. Kesimpulan

Optimalisasi pemasaran dengan menambah sarana pemasaran berbasis teknologi internet dapat dimaksimalkan semaksimal mungkin untuk menambah jumlah penjualan berdasarkan produk yang dimiliki. Kegiatan pelatihan menggunakan *google my business* untuk pelaku usaha *food and beverage* telah dilakukan dengan harapan para pelaku usaha mampu membuat dan menerapkan *google my business* kedalam aktivitas bisnis. Pemanfaatan *Google My Business* bagi pelaku usaha *food and beverage* dapat menambah peluang bisnis dan dapat meningkatkan penjualan dan mewujudkan kreativitas berkelanjutan dalam bertahan ditengah persaingan usaha.

5. Daftar Pustaka

- [1] M. Hananto, VR, I.G.N Alit Widana Putra, Erstiawan, "Implementasi Web Portal Komunitas Gereja Menggunakan Metode Crowdsourcing Pada Gereja Santo Paulus Juanda," *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, vol. 1, no. 1, pp. 70–77, 2020, doi: <https://doi.org/10.37802/society.v1i1.98>.
- [2] M. Erstiawan and A. Y. Alifianto, "Pemanfaatan *Google Spreadsheet* penjualan pada Warung Majapahit di Mojokerto," *Majalah Ekonomi*, vol. 2, no. 2, pp. 50–57, 2021.
- [3] Rudi Santoso, Achmad Yanu Alif Fianto, and Martinus Sony Erstiawan, "Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Intensi Pembelian Produk Susu Murni," *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, vol. 8, no. 1, pp. 1–14, 2023.
- [4] M. Candraningrat, Januar Wibowo; Erstiawan, "Efektivitas Strategi Pemasaran Dan Manajemen Keuangan Pada UMKM Roti," *DIKEMAS*, vol. 5, no. 1, 2021, [Online]. Available: <https://doi.org/10.32486/jd.v5i1.574>
- [5] Soebijono, T, Erstiawan, MS, "Audit Sistem Informasi menggunakan framework cobit pada sekolah tinggi 'X' Surabaya," *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, vol. 10, no. 1, pp. 71–81, 2022.
- [6] W. W. Ary, "Pendampingan Business Model Canvas dan *Google My Business* Kepada Malijo Coffee Shop," *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, vol. 4, no. 1, pp. 97–105, Mar. 2022, doi: 10.24036/abdi.v4i1.187.
- [7] Jeannita Ariyel Maula, "Pendampingan Pemanfaatan *Digital Marketing* Melalui *Google Business* Pada UMKM Kelurahan Kertajaya," *ABDIMAS PATIKALA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 442–447, Sep. 2022.
- [8] Rina Mudjiyanti, Naelati Tubastuvi, Rezky Pramurindra, Sulistyani Budiningsih, and M. P. Aji, "Pengembangan Potensi Usaha Masyarakat Untuk Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Melalui Transformasi Digital di Desa Sambirata, Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas," *JOURNAL OF ECONOMIC AND SOCIAL EMPOWERMENT*, vol. 1, no. 02, pp. 69–74, Dec. 2021, doi: 10.22219/joesment.v1i02.19374.
- [9] Tsalis Kurniawan Husain, Alam Budiman Thamsi, and Farizah Dhaifina Amran, "Implementasi *Google My Business* sebagai Media *Digital Marketing*," *Jurnal Pengabdian Masyarakat : ABDIRA*, vol. 2, no. 1, pp. 88–94, 2022.



- [10] Ainun Nimatu Rohmah and Hera Hera, “Pemanfaatan *Google My Business* Sebagai Media *Digital Marketing* Pada Bukuan Fried Chicken,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademi*, vol. 1, no. 3, pp. 37–42, Aug. 2022.
- [11] B. Setiawan, “Edukasi e-Commerce Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Palembang,” *Jurnal Abdimas Mandiri*, vol. 2, no. 2, pp. 106–110, Dec. 2018, doi: 10.36982/jam.v2i2.531.
- [12] A. A. I. I. Paramitha, Gede Surya Mahendra, and I Made Artana, “Sosialisasi dan Pelatihan Internet Marketing Bagi UMKM Sokasi di Desa Tigawasa,” *Jurnal Karya Abadi*, vol. 4, no. 2, pp. 276–283, Aug. 2020.
- [13] Hamdan Miftahuzzamal and Bagus Ali Akbar, “Pengarahan Teknologi *Digital Marketing* Guna Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Desa Cibeusi,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara : JPkMN*, vol. 3, no. 2, pp. 861–866, Dec. 2022.

