

PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI GOOGLE MAPS GUNA MENUNJANG UMKM DI DESA GOSONG TELAGA UTARA KECAMATAN SINGKIL UTARA KABUPATEN ACEH SINGKIL

Miswanto¹, Melisa Sitohang², Sri Yolanda Wardah³, T. Kausar Khalif Umar. Zy⁴, Selli
Selfia⁵, Rozatul Muharif⁶, Riska Fitria⁷, Aswin Nasution⁸, Siti Aminah⁹, Safriadi¹⁰

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10}Universitas Teuku Umar

Email: miswanto10akl1@gmail.com¹, melisasitohang26@gmail.com²,
sriyolandawardah05@gmail.com³, kausarkhalifumar@gmail.com⁴,
selliselfia649@gmail.com⁵, rozatulmuharif2002@gmail.com⁶, riskafr2@gmail.com⁷,
aswinnasution@utu.ac.id⁸

Abstrak: Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan membantu menjelaskan langkah-langkah yang perlu dilakukan dan diikuti oleh masyarakat dan pelaku UMKM dalam menggunakan dan memanfaatkan google maps sebagai media iklan dan promosi untuk mengembangkan bisnis. Melalui program yang dilakukan oleh mahasiswa KKNR ini bertujuan untuk membantu para pelaku UMKM mendaftarkan produknya ke google maps agar bisa jangkauan oleh masyarakat luar.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran Digital, Google Maps.

Abstract: This community service activity will help explain the steps that need to be taken and followed by the community and MSMEs in using and utilizing Google Maps as an advertising and promotional medium to develop business. Through this program carried out by KKNR students, the aim is to help MSMEs register their products on Google Maps so that they can be reached by the outside community

Keywords: MSME, Digital Marketing, Google Maps.

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, teknologi informasi memainkan peran penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang promosi dan pemasaran. Google Maps telah menjadi salah satu alat yang sangat efektif dalam mempromosikan bisnis dan lokasi strategis karena kemampuannya untuk menjangkau audiens yang luas dan dapat memfasilitasi aksesibilitas lokasi secara langsung (Sullivan & Thomas, 2020). Pelatihan penggunaan Google Maps sebagai media promosi menjadi krusial, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) yang berusaha memperluas jangkauan pasar mereka tanpa harus mengeluarkan biaya besar.

penggunaan Google Maps tidak hanya memungkinkan bisnis untuk menampilkan lokasi mereka secara jelas, tetapi juga memberikan kesempatan untuk menambahkan informasi

penting seperti jam operasional, ulasan pelanggan, dan penawaran khusus. Hal ini dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik bisnis di mata konsumen potensial (Chen et al., 2019). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Zhang et al. (2021), bisnis yang mengoptimalkan penggunaan Google Maps sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka mengalami peningkatan jumlah kunjungan pelanggan hingga 25%.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian banyak negara, termasuk Indonesia. UMKM sering disebut sebagai tulang punggung ekonomi karena kontribusinya terhadap penciptaan lapangan kerja dan pengurangan tingkat pengangguran. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% dari total PDB (Produk Domestik Bruto) nasional dan menyerap lebih dari 97% dari total tenaga kerja di Indonesia (Tambunan, 2021).

Meski demikian, UMKM menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal akses terhadap pasar, permodalan, dan teknologi. Penelitian oleh Setyawan et al. (2020) menunjukkan bahwa salah satu kendala utama yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan dalam akses terhadap pembiayaan yang menghambat ekspansi usaha mereka. Selain itu, keterbatasan dalam penggunaan teknologi informasi dan digitalisasi juga menjadi hambatan bagi UMKM dalam bersaing di pasar global (Purwanto & Kusuma, 2019).

Dalam upaya mengatasi tantangan tersebut, berbagai strategi telah diterapkan, termasuk pemberdayaan melalui pelatihan dan pendampingan. Peningkatan kapasitas UMKM dalam hal manajemen usaha, inovasi produk, dan pemasaran digital telah terbukti meningkatkan daya saing UMKM (Kusumaningrum, 2022). Seiring dengan perkembangan teknologi, digitalisasi menjadi salah satu solusi utama bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar mereka.

Oleh karena itu tujuan dari kegiatan sosial ini berguna untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi berbasis Goggle Maps sebagai alternatif media promosi UMKM pada desa Gosong Telaga Utara”.

METODE PENELITIAN

1. Survey dilakukan dengan wawancara dan diskusi dengan pelaku UMKM pada pertengahan bulan Juli 2024 secara door to door. Kegiatan survey ini bertujuan untuk mencari tahu permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di desa tersebut

2. Sosialisasi pada kegiatan ini berupa penyampaian materi dan diskusi terkait materi yang sudah disampaikan. Materi yang disampaikan mengenai bagaimana cara menggunakan Google Maps untuk media promosi.
3. Pendampingan kegiatan ini dilakukan pada awal Agustus 2024. Metode pendampingan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah pendampingan dengan konsep kumpulan, dimana pelaku UMKM berkumpul di kanto desa dan warung kopi

HAIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang dilakukan oleh kelompok KKN Reguler Universitas Teuku Umar yang berjalan kurang lebih selama 1 (satu) bulan yang berlokasi di Desa Gosong Telaga Utara Kecamatan Singkil Utara Kabupaten Aceh Singkil. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi mahasiswa KKN ini melibatkan beberapa kalangan masyarakat dan para pelaku usaha UMKM di Desa Gosong Telaga Utara yang mengalami kendala dalam mempromosikan produk mereka.

Kegiatan pertama yang dilakukan oleh mahasiswa KKN Universitas Teuku Umar kepada pelaku UMKM adalah dengan menjelaskan tentang pasar produk. Strategi yang digunakan dalam pemasaran atau periklanan adalah dengan cara menggunakan media digital seperti Whatsapp, Instagram dan Facebook. Namun dengan perkembangan zaman semakin banyak inovasi dan kreatifitas masyarakat dalam mempromosikan produk mereka, ide baru dalam periklanan yang muncul adalah dengan menggunakan aplikasi Google Maps.



Gambar 1 Kegiatan Sosialisasi Penggunaan Google maps



Gambar 2 Pelatihan Penggunaan Google Maps Unruk Media Iklan

KESIMPULAN

Kegiatan yang dilakukan oleh kelompok mahasiswa KKN Reguler Universitas Teuku Umar yang bekerjasama dengan masyarakat dan pelaku UMKM untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di Desa Gosong Telaga Utara kecamatan Singkil Utara Kabupaten Aceh Singkil. Metode yang digunakan oleh mahasiswa KKN Reguler tersebut dengan mengumpulkan masyarakat dan pelaku UMKM di satu tempat dan mensosialisasikan terkait media promosi dengan menggunakan Google Maps. Mahasiswa berharap apa yang telah mereka sampaikan dan berikan dapat sampai dan dapat di terapkan oleh masyarakat di Desa Gosong Telaga Utara

DAFTAR PUSTAKA

- Ikerismawati, Senja, Illiyatus Sholiha, and Sinta Hardiyanti. "Pendampingan Pemanfaatan Google Maps dan Whatsapp Bisnis Sebagai Media Digital Marketing Bagi UMKM di Kelurahan Seban Kota Pasuruan." *I-Com: Indonesian Community Journal* 3.3 (2023): 1294-1302.
- Fadilla, Dimas Oktorio, et al. "Pemanfaatan Aplikasi Google Maps Sebagai Upaya Branding Umkm Di Desa Kebondalem Oleh Mahasiswa Kkn-T Upn "Veteran" Jawa Timur." *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia* 2.2 (2023): 130-135.
- chen, X., Liu, Y., & Zhou, X. (2019). The Impact of Digital Marketing on Small Businesses. *Journal of Digital Business and Technology*, 14(3), 215-230.
- Sullivan, J., & Thomas, M. (2020). Leveraging Google Maps for Business Growth.

- International Journal of Marketing Strategies, 22(2), 123-139.
- Zhang, H., Wang, Y., & Li, J. (2021). Enhancing Business Visibility through Google Maps: A Case Study. *Journal of Business Research*, 19(1), 45-58.
- Kusumaningrum, R. (2022). Digital Transformation in SMEs: Opportunities and Challenges. *Journal of Small Business Management*, 38(2), 143-158.
- Purwanto, E., & Kusuma, A. (2019). Barriers to Digitalization in Indonesian SMEs. *International Journal of Business and Management*, 34(1), 87-100.
- Setyawan, R., Widodo, T., & Hartanto, S. (2020). Financial Constraints and Performance of SMEs in Indonesia. *Journal of Economic Studies*, 28(3), 289-305.
- Tambunan, T. (2021). The Role of SMEs in the Indonesian Economy: Current Status and Future Prospects. *Journal of Southeast Asian Economies*, 18(4), 505-522