

Akselerasi Kebangkitan UMKM Cikarang Selatan Paska Pandemi Covid-19 Menggunakan Profil Google Bisnis

Achmad Zuchriadi¹⁾, Muhammad Arifudin Lukmana²⁾, Nurfitri Bustamam³⁾, Jati Kinsela Brajamusti⁴⁾, Mutiara Darmawan⁵⁾, Muhammad Ihsanul Raihan⁶⁾

^{1,4,5,6}Teknik Elektro, Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Indonesia

²Teknik Mesin, Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Indonesia

³Fakultas Kedokteran Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Indonesia

Email: ¹achmad.zp@upnvj.ac.id

ABSTRACT

This Community Service (PKM) program was undertaken to accelerate the revival of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in South Cikarang in the post-COVID-19 period. The primary method employed was the utilization of one of Google's facilities – Google Business Profile (GBP) – for digital marketing. The program was implemented through a workshop on the application of GBP for members of the South Cikarang MSME Forum. The workshop began with an explanation of what GBP is, followed by a discussion of its benefits for MSMEs and the reasons they should adopt it as a digital marketing channel. The activity received broad support: the Chair of the South Cikarang MSME Forum mobilized members to attend, the Head of Ciantra Village provided the venue, the South Cikarang Subdistrict Head (Camat) took time to attend and officially open the event, and the Head of the Bekasi Regency Office of Cooperatives and MSMEs delivered remarks. The workshop was attended by approximately 50 MSME participants. Active engagement was evident from the large number of questions raised and the willingness of several MSMEs to be used as pilot examples for the adoption of Google Business Profile within the South Cikarang MSME community. This activity is expected to accelerate the recovery of MSMEs affected by COVID-19 by leveraging GBP, which is relatively easy to use, free of charge, and – being a Google platform – enables MSMEs to appear on the first page of Google search results as well as on Google Maps.

Keywords: Google Business Profile, Marketing online, MSME, South Cikarang, Pandemic,

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan dengan tujuan mengakselerasi Kebangkitan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Cikarang Selatan Paska Pandemi Covid-19. Metode yang digunakan adalah penggunaan salah satu fasilitas dari Google, yaitu Google Bisnis Profil untuk pemasaran digital. Kegiatan ini dilakukan dengan mengadakan workshop penerapan Google Bisnis Profil kepada anggota forum UMKM Cikarang Selatan. Materi workshop dimulai dengan penjelasan apa itu Google Bisnis Profil dilanjutkan dengan apa saja manfaatnya untuk UMKM dan kenapa UMKM harus menggunakannya untuk pemasaran digital. Kegiatan ini mendapat dukungan dari banyak pihak, diantaranya Ketua forum UMKM Cikarang Selatan yang mengerahkan anggotanya untuk mengikuti workshop, kepala desa Ciantra yang menyediakan tempat kegiatan, Camat Cikarang Selatan yang menyempatkan diri hadir dan membuka kegiatan serta Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bekasi yang memberikan kata sambutan. Workshop ini sendiri diikuti sekitar 50 UMKM anggota Forum UMKM Cikarang Selatan. Peran aktifpeserta workshop terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diajukan dan kesediaan dari beberapa UMKM untuk dijadikan contoh penerapan Google Bisnis Profil di lingkungan UMKM Cikarang Selatan. Kegiatan ini diharapkan bisa mempercepat pemulihan perekonomian UMKM yang terkena dampak Covid-19 dengan Google Bisnis Profil yang relatif mudah digunakan, tidak berbiaya dan mengingat platform ini disediakan oleh google memungkinkan UMKM bisa muncul di halaman pertama mesin pencarian google maupun peta navigasi google.

Kata Kunci: Cikarang selatan, Pemasaran online, Pandemi, Profil google bisnis, Umkm

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah penopang utama perekonomian sebuah negara (Pedraza, 2021). Di Indonesia kontribusi UMKM untuk perekonomian sangat besar, seperti: (1) 99,9% dari Total Jumlah Unit Usaha yang ada di Indonesia per 2018 yaitu sebesar 64,1 Juta (2) Kontribusi terhadap jumlah Tenaga Kerja sebesar 97% dari total Jumlah tenaga kerja di Indonesia per 2018 yaitu sebesar 116,9 Juta (3) Kontribusi terhadap PDB nasional sebanyak 61,07% dari PDB Nasional, yaitu sebesar 8.573.895 Milyar (Amri, 2020). Oleh karena itu ketika akhir tahun 2019 muncul pandemi Covid-19 di dunia yang membawa dampak negatif bagi UMKM baik di dunia maupun di Indonesia telah membuat perekonomian Indonesia menurun (Setyoko & Kurniasih, 2022). Berdasarkan dari dari Kemenkop dan UMKM terdapat sekitar 37.000 UMKM yang melaporkan terdampak sangat serius dengan adanya pandemi ini, dimana 56 persen terjadi penurunan penjualan, 22 persen mendapat permasalahan pada aspek pembiayaan, 15 persen permasalahan pada distribusi barang, dan 4 persen mendapatkan kesulitan mendapatkan bahan baku mentah akibat pandemi (Amri, 2020; Rosita, 2020; Thaha, 2020). Untuk itu banyak upaya dilakukan untuk membuat UMKM bangkit Kembali paska pandemi. Salah satu cara untuk bangkit paska pandemi yang paling banyak disebut adalah membuat para UMKM masuk ke dunia digital (Arianto, 2021; Dani Anggoro et al., 2020; Fadhilah et al., 2021; Irfani et al., 2020; Sugiri, 2020; Sulistiyani et al., 2020; Tabuena et al., 2022). Pemerintah selaku regulator dan pemangku jabatan juga sangat mendukung kegiatan ini dengan merencanakan membangun teknologi digital sebagai platform dalam proses bisnis UMKM (Wilfarda et al., 2021).

Ternyata upaya UMKM untuk masuk ke dunia digital belum dapat membangkitkan tingkat ekonomi mereka secara keseluruhan (Rita et al., 2022). Banyak UMKM yang sudah masuk dunia digital masih kalah bersaing dari para perusahaan besar yang juga masuk di semua lini pemasaran online baik marketplace seperti Tokopedia, shopee, bukalapak atau lainnya, Search Engine Optimization (SEO) maupun melalui platform food delivery seperti go food, grab food, shopee food dan lainnya. Hal lain yang membuat UMKM masih belum mampu bangkit paska pandemi ditambah penguasaan teknologi digital oleh para UMKM yang masih kurang salah satunya karena penguasaan teknologi digital ini butuh upaya, biaya dan waktu yang lebih intensif tidak bisa sekedar tahu saja.

Untuk itu perlu dicarikan alternatif pemasaran online selain market place, Search Engine Optimization (SEO) dan platform Food Delivery yang berbiaya murah, mudah digunakan serta masih memiliki peluang bagi umkm untuk bersaing dengan perusahaan besar. Terdapat satu alternatif yang masih belum banyak digunakan oleh UMKM, yaitu Google Bisnis Profil (dahulu Bernama Google Bisnisku) padahal platform ini cocok digunakan oleh UMKM karena selain gratis, mudah digunakan dan masih bisa membuat UMKM bersaing di pemasaran online. Lebih dari 90% orang menggunakan mesin pencari google untuk mencari informasi dan lebih dari 60% orang menggunakan mesin navigasi google map untuk mencari lokasi suatu obyek baik itu alamat tertentu, tempat wisata, gedung, toko, tempat kuliner, tempat bisnis maupun lainnya. (Bendersky & Najork, 2023; Natorina, 2020; Popescu, 2018; Tabuena et al., 2022). Oleh karena itu kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini perlu diadakan agar bisa mengakselerasi kebangkitan UMKM menggunakan alternatif marketing online yang lebih tepat untuk UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan Google Bisnis Profil untuk Komunitas UMKM Cikarang Selatan agar mereka bisa bersaing dan bangkit paska Pandemi Covid-19 yang telah memberikan dampak negatif buat mereka.

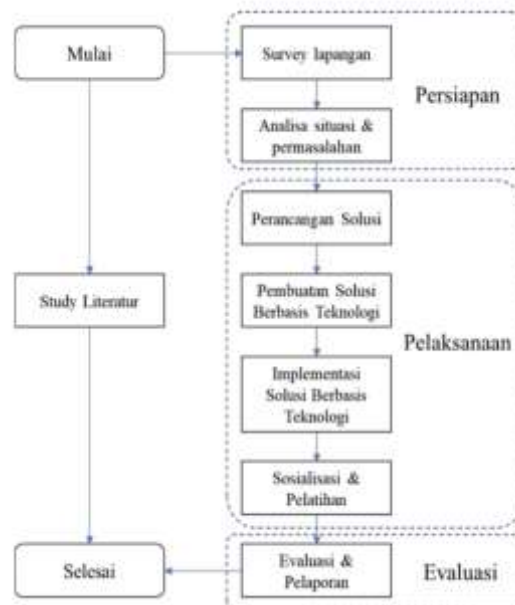
METODE

PKM ini dilaksanakan dengan melibatkan mitra tujuan, yaitu Forum UMKM Cikarang Selatan untuk berperan aktif agar solusi yang diberikan bisa bermanfaat optimal. Forum UMKM Cikarang Selatan sendiri diketuai oleh Bapak Jaeni dan beranggotakan sekitar 200 UMKM tersebar di 6 Desa yang berada di Cikarang Selatan. Adapun tahapan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- a. Analisa situasi. Hal ini dilakukan untuk menemukan permasalahan utama dari mitra dimana ditemu kenali bahwa masih banyak umkm yang masih konvensional dalam arti belum belum masuk dunia digital dengan berbagai alasan, diantaranya merasa sulit dan membutuhkan biaya

- tambahan. Terdapat juga UMKM yang sudah masuk digital tetapi hasilnya masih ada yang belum optimal karena persaingan dengan perusahaan yang lebih besar.
- Perancangan solusi. Dilakukan berdasarkan permasalahan diatas dimana perlu dibuatkan workshop tentang penerapan Google Bisnis Profil untuk anggota Forum UMKM Cikarang selatan, baik untuk UMKM yang belum masuk digital maupun yang sudah masuk digital tetapi belum memperoleh hasil yang optimal.
 - Melaksanakan workshop sebagai implementasi dari solusi yang dirancang. Tempat dan waktu workshop disesuaikan dengan ketersediaan waktu para anggota forum UMKM mengingat kesibukan dari tiap anggota berbeda. Pada akhirnya disepakati kegiatan diadakan di Balai Desa Ciantra Cikarang Selatan dan pengumuman diberikan kepada para anggota forum UMKM yang waktunya sesuai untuk ikut kegiatan workshop ini. Kegiatan ini mendapat dukungan penuh dari Camat Cikarang Selatan, Kepala Desa Ciantra dan Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bekasi.
 - Pendampingan. Kegiatan ini dilakukan sebagai tindak lanjut workshop agar dapat memastikan materi yang diajarkan bisa diimplementasikan oleh UMKM yang mengikuti workshop.
 - Evaluasi dilakukan sebagai bahan evaluasi dan untuk memastikan bahwa kegiatan berdampak positif bagi para UMKM yang terlibat.

Berikut ini adalah Gambar metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan dalam PKM ini.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Workshop diadakan pada tanggal 13 Juli 2023 berlokasi di aula desa ciantra cikarang selatan. Kegiatan dihadiri 50 UMKM di Cikarang selatan yang telah mendaftar sebelumnya serta dihadiri juga oleh pejabat terkait, yaitu ketua forum umkm cikarang selatan bapak jaeni, kepala desa ciantra yang diwakili oleh sekretaris desa Bapak triyono, camat cikarang selatan bapak H. Moh Said, SE., Msi dan kepala dinas koperasi dan umkm kabupaten Bekasi ibu Dra Hj. Ida Farida, Msi. Acara dibuka Bapak H. Moh Said Camat Cikarang Selatan dan dilanjutkan paparan tentang manfaat penggunaan Google Bisnis Profil, Cara Membuat Google Bisnis Profil dan Cara Optimasi Google Bisnis Profil oleh ketua tim PKM Achmad Zuchriadi S.T., M.T., CEC yang juga dosen Teknik Elektro UPN Veteran Jakarta dan memiliki sertifikasi CEC (Certified e-commerce Consultant).

Paparan awal menjelaskan bahwa Google Bisnis Profil adalah nama baru dari Google Bisnisku, sebuah platform yang disediakan oleh Google untuk pelaku bisnis untuk dapat menampilkan lokasi

fisik bisnis para pelaku bisnis baik di mesin pencarian google maupun peta navigasi dari google. Platform ini disediakan secara GRATIS oleh Google untuk dapat dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk mempromosikan bisnis mereka. Dijelaskan pula kenapa para UMKM harus menggunakan Google Bisnis Profil ini, yaitu karena platform ini Gratis, relatif mudah digunakan (hanya bermodalkan smartphone dan koneksi internet) serta memiliki keunggulan dibandingkan platform pemasaran online lainnya dimana platform disediakan oleh Google yang memiliki mesin pencarian yang digunakan lebih dari 90% orang dan memiliki peta navigasi yang digunakan lebih dari 60% orang sehingga dipastikan akan memiliki prioritas untuk ditampilkan baik di hasil pencarian mesin pencari google dan peta navigasi google.

Selanjutnya dijelaskan algoritma Google Bisnis Profil yaitu RJP. R adalah relevansi, yaitu kesesuaian antara nama akun Google Bisnis Profil dengan kata kunci yang diketikan calon pelanggan. J adalah Jarak, yaitu seberapa jauh lokasi Google Bisnis Profil dengan lokasi calon pelanggan yang mencari produk di mesin pencarian google. P adalah Popularitas, yaitu seberapa populer Google Bisnis Profil dibandingkan bisnis sejenis disekitarnya. Materi berikutnya adalah cara optimasi baik untuk yang belum memiliki akun google bisnis profil maupun yang sudah memiliki akun, yaitu berfokus kepada NAP. N adalah nama dari akun Google Bisnis Profil, yaitu harus mengandaikan pemilik adalah calon konsumen, kata kunci apa yang akan diketikan calon konsumen Ketika mencari produk yang kita jual. Dalam hal ini untuk produk yang belum banyak dikenal digunakan rumus Nama Produk + Nama Merk/UMKM + Lokasi dari UMKM, bisa nama desa, kota atau bahkan propinsi tergantung lingkup yang diinginkan. A adalah alamat, dimana harus dipastikan alamat benar dan titik lokasi pada peta google sudah sesuai dengan lokasi yang sebenarnya agar tidak menyesatkan calon pelanggan. P adalah Phone, yaitu nomor telepon harus dicantumkan dan nomor tersebut adalah benar nomor yang digunakan untuk bisnis. Pada sesi diskusi dan tanya jawab ditemukan masih banyak UMKM di Cikarang Selatan yang belum memiliki Google Bisnis Profil untuk itu diberikan tutorial cara membuat akun google bisnis profil dan cara optimasi awal yang sangat menentukan keberhasilan, yaitu menetapkan nama akun dengan aturan "NAMA PRODUK + NAMA MERK/UMKM + Lokasi", memastikan titik lokasi sesuai dengan alamat, memasukan nomor telepon bisnis dan mencari ulasan. Beberapa UMKM yang dijadikan contoh adalah sebagaimana tabel dibawah ini.

Tabel 1. Contoh Optimasi UMKM yang belum memiliki Google Bisnis Profil

| No | Nama UMKM | Produk | Usulan Nama |
|----|-----------|-----------------------|----------------------------------|
| 1. | Vimela | Sirup Lemon Telang | Lemon Telang Vimela Cikarang |
| 2. | Denkong | Dendeng Daun Singkong | Dendeng Daun Singkong Cikarang |
| 3. | Cherisa | Keripik Seledri | Keripik Seledri Cherisa Cikarang |

Beberapa UMKM sudah memiliki google bisnis profil hanya saja masih perlu dilakukan optimasi agar hasilnya lebih optimal karena ketika mencoba mencari titik lokasi mereka dengan menggunakan kata kunci produk dan lokasi, nama akun google bisnis profil mereka tidak ada diperingkat 3 teratas. Salah satu kekurangan utama adalah tidak mencantumkan produk dan lokasi (kota) dengan jelas. Terdapat 3 UMKM yang dijadikan contoh beserta usulan perubahan nama sebagai bentuk optimasi sebagaimana pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. Contoh Optimasi UMKM yang sudah memiliki Profil Google Bisnis

| No | Nama UMKM | Nama Eksisting | Usulan Nama |
|----|--------------|-----------------------------|-------------------------------|
| 1. | Ibunda Snack | Ibunda Keripik Tempe | Keripik Tempe Ibunda Cikarang |
| 2. | Sarang Madu | Sarang Madu Murni | Sarang Madu Murni Cikarang |
| 3. | Mie Melek | Mie Melek Cikarang Festival | Mie Melek Pedas Cikarang |

Adapun contoh salah satu Profil google bisnis UMKM eksisting.



Gambar 2. Contoh Google Bisnis Profile Sarang Madu Murni

Berikut ini beberapa gambar dokumentasi kegiatan workshop



Gambar 3. Dokumentasi kegiatan

Kegiatan sangat menarik minat dari para UMKM di Cikarang Selatan terbukti dengan jumlah peserta yang hadir sejumlah 50 UMKM dan pertanyaan yang cukup banyak dan bervariasi. Di akhir workshop tim UPN Veteran Jakarta diminta untuk Kembali melakukan Pengabdian Masyarakat di Cikarang Selatan untuk melanjutkan kegiatan ini agar berkesinambungan dan manfaatnya bisa terasa untuk lebih banyak UMKM di Cikarang Selatan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan pkm berjalan dengan lancar dan tepat sasaran terlihat dari antusiasme UMKM dalam mengikuti kegiatan dan banyaknya peserta yang hadir dan jumlah pertanyaan yang diajukan. Kegiatan mendapat dukungan penuh dari Forum UMKM Cikarang Selatan, Kepala Desa Ciantra, Camat Cikarang Selatan dan Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bekasi. UMKM memiliki peluang untuk bisa mengakselerasi kebangkitan paska pandemi covid-19 dengan menggunakan google bisnis profil yang gratis dan mudah digunakan serta memiliki dampak yang bagus dalam mesin pencarian google dan peta navigasi google.

Saran

Penggunaan google bisnis profil bisa disarankan untuk digunakan bagi UMKM yang belum menjadi anggota Forum UMKM Cikarang Selatan dan ingin masuk dunia online dengan cara yang mudah dan sederhana serta terutama tidak membutuhkan biaya.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada banyak pihak yang membantu berjalannya kegiatan ini, diantaranya:

1. LPPM UPNVJ yang telah memberikan hibah PKM.
2. Forum UMKM Cikarang Selatan yang terlibat aktif dalam kegiatan ini.
3. Camat Cikarang Selatan yang telah membuka kegiatan workshop.
4. Kepala Desa Ciantra yang telah memfasilitasi tempat kegiatan di Aula Desa Ciantra
5. Kepala Dinas Koperasi & UMKM Kabupaten Bekasi yang telah memberikan dukungan dan memberikan kata penyemangat untuk para UMKM

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, A. (2020). DAMPAK COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA. *Jurnal Brand*, 2(1), 123–130. https://www.academia.edu/42672824/Dampak_Covid-19_Terhadap_UMKM_di_Indonesia
- Arianto, B. (2021). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233–247. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.512>
- Bendersky, M., & Najork, M. (2023). Job Type Extraction for Service Businesses. *WWW '23 Companion, April 30–May 04, 2023, Austin, TX, USA*, 401–405. <https://doi.org/10.1145/3543873.3584636>
- Dani Anggoro, Humisar Hasugian, & Nofiyani. (2020). Implementasi Digital Marketing Pada UKM Guna Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan Produk Di Masa Pandemi Covid-19. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(3), 384–391. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v1i3.345>
- Fadhilah, N. A., Putra, P., Rahmawati, R., & Basri, H. (2021). Optimalisasi Umkm Dalam Pemanfaatan Teknologi Digital Di Masa Pandemi Covid-19 Di Lingkungan Kecamatan Cibitung, Kabupaten Bekasi. *Devosi*, 2(2), 26–30. <https://doi.org/10.33558/devosi.v2i2.3007>
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651–659.
- Natorina, A. (2020). Business optimization in the digital age: Insights and recommendations. *Economic Annals-XXI*, 181(1–2), 83–91. <https://doi.org/10.21003/ea.V181-07>
- Pedraza, J. M. (2021). The Micro, Small, and Medium-Sized Enterprises and Its Role in the Economic Development of a Country. *Business and Management Research*, 10(1), 33. <https://doi.org/10.5430/bmr.v10n1p33>
- Popescu, C.-C. (2018). Improvements in business operations and customer experience through data science and Artificial Intelligence. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 12(1), 804–815. <https://doi.org/10.2478/picbe-2018-0072>
- Rita, K., Alien, A., & Iskandar, B. (2022). PEMANFAATAN PEMASARAN DIGITAL BAGI UMKM KLEPU LOR. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2). <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.2007>

- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>
- Setyoko, P. I., & Kurniasih, D. (2022). Impact of the Covid 19 Pandemic on Small and Medium Enterprises (SMEs) Performance: A Qualitative Study in Indonesia. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(3), 315–324.
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1), 76–86. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v19i1.575>
- Sulistiyani, S., Pratama, A., & Setiyanto, S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4029>
- Tabuena, A. C., Necio, S. M. L., Macaspac, K. K., Bernardo, M. P. E., Domingo, D. I., & Leon, P. D. M. DE. (2022). A Literature Review on Digital Marketing Strategies and Its Impact on Online Business Sellers During the COVID-19 Crisis. *Sian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 2(01), 141–153. <http://www.ajmesc.com/index.php/ajmesc/article/view/43>
- Thaha, A. F. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia [The Impact of Covid-19 on MSMEs in Indonesia]. *Jurnal Brand*, 2(1), 148–153.
- Wilfarda, A. C., Ningtiyas, W. P., & Alimah, N. M. (2021). Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi. *Journal of Government and Politics*, 3(1), 47–65.