

UTILIZATION DIGITAL MARKETING WITH GOOGLE GAPURA DIGITAL PADANG

Meci Nilam Sari^{1*}

¹Program Studi Administrasi Bisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Adabiah Padang, Indonesia
E-mail: mecinilam@gmail.com^{1*}

ARTICLE INFO

Riwayat Artikel

Received: 19/01/2023

Revised: 23/02/2023

Accepted: 06/03/2023

Keywords: MSME, Digital Marketing, Google My Business

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Digital, UMKM, Google Bisnisku

Corresponding Author:
mecinilam@gmail.com

ABSTRACT

The MSME sector is the main driver of economic growth in Indonesia. This is because the existence of MSMEs has provided many entrepreneurial resources and job opportunities for the community. The main objective of this research is to increase the motivation and ability of participants to be able to do online marketing and to increase competitive and healthy competitiveness among business people in the city of Padang. Digital marketing is the application of digital technology that forms online channels (Chanel Online) to the market (Website, E-mail, database, digital TV and various latest innovations. Including blogs, podcast feeds and social networks) aimed at contributing to marketing activities, for profit build and develop relationships with customers. Google My Business aka Google My Business is a platform provided free of charge by Google to make it easier for potential customers to obtain business information around them.

ABSTRAK

Sektor UMKM adalah pendorong utama *economic growth* di negara Indonesia. Hal tersebut dikarenakan keberadaan UMKM telah banyak menyediakan *entrepreneurial resources* dan *employment opportunities* bagi masyarakat. Tujuan utama penelitian ini adalah meningkatkan motivasi dan kemampuan peserta untuk dapat melakukan pemasaran secara *online* dan dapat meningkatkan daya saing yang kompetitif dan sehat dikalangan pembisnis di kota padang. Digital marketing adalah penerapan teknologi digital yang membentuk saluran online (*Chanel Online*) ke pasar (*Website, E-mail, database, digital TV* dan berbagai inovasi terbaru. Termasuk *blog, feed podcast* dan jejaring sosial) bertujuan memberikan kontribusi kegiatan pemasaran, untuk mendapat keuntungan membangun dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan.

PENDAHULUAN

Peran pemerintah dalam pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) tentunya sangat diperlukan. UMKM merupakan salah satu usaha yang potensial untuk meningkatkan perekonomian dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat menurut, Kahar, dkk (2022). Salah satu upaya dari pemerintah untuk membangun perekonomian adalah dari sektor UMKM yang di kembangkan mulai dari kota hingga ke daerah-daerah dengan pemanfaatan *digital marketing* atau *E-commerce* menurut: Sari, M.N (2022).

Sektor UMKM adalah pendorong utama *economic growth* dinegara Indonesia. Hal tersebut dikarenakan keberadaan UMKM telah banyak menyediakan *entrepreneurial resources* dan *employment opportunities* bagi masyarakat. Oleh karena itu pelaku bisnis UMKM Indonesia harus terus memperbaiki diri dengan menciptakan daya saing yang global maupun internasional agar tetap mempertahankan eksistensinya didunia bisnis menurut pendapat (Maulina, Sari 2017).

Pada era modern Sekarang ini semua bisnis dituntut untuk selalu mengembangkan bisnisnya lebih maju lagi, mulai dari mencari ilmu tentang bagaimana mengembangkan bisnis *offline* sampai dengan pengembangan bisnis menjadi online, dewasanya bisnis yang selalu bergerak maju mengikuti perubahan zaman dari waktu ke waktu adalah bisnis yang akan mengoperasikan dirinya atau siap menjadikan bisnisnya untuk lebih maju lagi, oleh karena itu perlu adanya bekal ilmu bagi para pembisnis agar kegiatan bisnisnya terus bergerak maju melalui pemanfaatan *online* atau *digital marketing*.

Kegiatan yang dilaksanakan oleh program google ini dilakukan untuk merangkul para usaha mikro kecil dan menengah agar dapat berkembang dan bersaing dengan pembisnis besar lainnya sehingga produk yang mereka hasilkan dapat ditawarkan baik dalam negeri hingga mancanegara dengan cara pemanfaatan online. Pemasaran secara online ini sangat membantu usaha kecil, mikro dan menengah dalam memperoleh keuntungannya. Banyak sekali kita melihat bagaimana sebuah perusahaan besar akan mati tanpa dilandasi dengan promosi secara *online* dan banyak juga kita lihat bagaimana perusahaan kecil terus bergerak maju dan kuat dengan adanya ilmu *digital marketing* dengan memanfaatkan semua aplikasi atau media pemasaran sehingga produk yang mereka jual dapat tersentuh dari kalangan dan daerah manapun.

Padang merupakan kota yang rata-rata

masyarakatnya berpenghasilan dan mengantungkan hidupnya menjadi pembisnis bahkan budaya orang minang berprinsip mengadu nasib dirantau dengan cara mengembangkan bisnisnya. Oleh karena itu Pemko Padang akan terus meningkatkan sinergi dan pembinaan, sehingga UMKM di Kota Padang terus berkembang untuk mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat Kota Padang. Ada sekitar 80 ribu UMKM yang harus dikembangkan. UMKM di Kota Padang harus tetap bergerak. Maka perlu melakukan langkah-langkah strategis guna sektor UMKM tetap bergerak dalam kondisi apapun Menurut, Sari.M.N (2022).

Tujuan utama penelitian ini adalah meningkatkan motivasi dan kemampuan peserta untuk dapat melakukan pemasaran secara *online* dan dapat meningkatkan daya saing yang kompetitif dan sehat dikalangan pembisnis di kota padang. Dengan adanya program pelatihan ini dan menjangkau berbagai fasilitator yang terpilih dari google yang kompeten dibidangnya dan diberi pelatihan hingga ke google pusat di Indonesia yang bertempat di Jakarta. Selain itu pelatihan ini bukan hanya diberikan kepada masyarakat yang berbisnis saja tapi program ini juga diberikan kepada mahasiswa, agar dipupuk sejak dini bagaimana mereka dapat berkembang dan berusaha di era digital saat sekarang ini.

Adapun tujuan lain dari program pelatihan ini adalah. Dimana para pembisnis saling bertemu dan saling bertukar pikiran sehingga ide, kreatifitas, inovasi dalam berbisnis dapat lebih baik lagi dan dapat meningkatkan system perekonomian di Indonesia khususnya Sumatera Barat adalah provinsi yang kaya akan sumber daya alamnya, sumber daya manusia bahkan sumber daya manusia merupakan salah satu objek dan destinasi bagi pelancong untuk menginjakkan kakinya di tanah minang dengan nuansa alam yang berbeda dan penuh adat istiadat. Oleh karena itu potensi inilah yang nantinya dijadikan lahan dalam berbisnis untuk memajukan perekonomian di Sumatera Barat.

TINJAUAN PUSTAKA

Pada era globalisasi secara digital sekarang ini dengan pola kehidupan masyarakat yang serba instan dan cepat, membawa semua unsur untuk berlomba-lomba membuka bisnis karena keberadaan bisnis akan selalu dibutuhkan sampai kapanpun menurut: Sari.M.N (2023). pada zaman sekarang ini telah membuat semua aktivitas kehidupan disemua sektor menjadi lebih baik dan dipermudah karena proses dari digitalisasi yang ada

termasuk pada usaha mikro kecil dan menengah atau yang biasa disebut dengan UMKM, maju atau tidaknya sebuah wilayah atau daerah bisa dilihat dari keadaan majunya sebuah UMKM dalam perekonomian daerah tersebut menurut: Sari.M.N

Konsep Pemasaran Digital

Menurut Dave Chaffey (2008), digital marketing merupakan pemasaran digital, memiliki arti sama dengan pemasaran elektronik (e-marketing). Digital marketing adalah penerapan teknologi digital yang membentuk saluran online (Chanel Online) ke pasar (Website, E-mail, database, digital TV dan berbagai inovasi terbaru. Termasuk blog, feed podcast dan jejaring sosial) bertujuan memberikan kontribusi kegiatan pemasaran, untuk mendapat keuntungan membangun dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan.

Pemasaran sesuatu yang penting dalam usaha atau bisnis, pemasaran berperan besar menginformasikan dan menyampaikan barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan kepada konsumen. Pemasaran merupakan proses yang melibatkan berbagai macam kegiatan, memungkinkan perusahaan dan individu mendapatkan yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain. Sofyan assauri (2004) berpendapat pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui pertukaran. Namun pemasaran digital bukan tentang memahami teknologi yang mendasarinya, melainkan tentang memahami orang, bagaimana mereka menggunakan teknologi itu, dan bagaimana memanfaatkan teknologi untuk terlibat dengan mereka secara lebih efektif, dan harus lebih didorong oleh kualitas komunikasi daripada kuantitasnya (Taiminen & Karjaluoto, 2014)

Pengertian Google My Bisnis

Seperti namanya, Google My Business alias Google Bisnisku adalah sebuah platform yang disediakan gratis oleh Google untuk mempermudah calon konsumen memperoleh informasi bisnis di sekitarnya. Bagi pemilik usaha, layanan Google Bisnisku ini memungkinkan mereka mengirim seluruh informasi bisnis mulai dari pertanyaan, ulasan, lokasi yang terintegrasi Google Maps, gambar, dan harga menu hingga fitur interaktif lain. Untuk bisa memanfaatkan semua fitur, tentunya dibutuhkan pengetahuan mengenai promosi bisnis di Google demi memaksimalkan potensi Google My Business atau Google Bisnisku, seperti:

- Panduan Sukses Beriklan di Google Ads Express
- Cara Kerja Search Engine Google
- Cara Kerja Ads Google Berdasarkan Minat User
- Cara Monetisasi dengan Menggunakan Google Ads

Tak heran kalau akhirnya pelaku usaha yang menggunakan Google Bisnisku, akan memperoleh peningkatan omzet yang lebih besar. Seperti yang Anda tahu, rasa-rasanya hampir setiap orang, terutama yang menggunakan internet, pasti memakai Google untuk mencari informasi. Bahkan dalam kaitannya dengan bisnis, 61% calon pembeli selalu membaca ulasan online sebelum memutuskan transaksi. Jika bidang usaha lokal yang kini tengah Anda geluti mengaktifkan fitur Google Bisnisku, tentu akan memperlihatkan sejumlah ulasan dan informasi penting bagi calon pembeli. Hal ini sekali lagi membuktikan kaitan erat antara Google My Business dan strategi digital marketing yang keduanya memberikan dampak pada besar kecilnya omzet sebuah usaha.

Penerapan Strategi Digital Marketing dengan Memanfaatkan Google My Business (GMB)

Agar makin yakin jika *Google My Business* dan strategi *digital marketing* saling berkaitan, ada baiknya mengetahui manfaat yang ditawarkan oleh *platform* gratis besutan Google ini. Yang paling utama adalah bisnis bisa dipromosikan lewat Google Maps karena Google Bisnisku mengintegrasikan informasi lokasi usaha dengan platform peta tersebut. Selain itu, juga akan memperoleh ulasan atau *review online* dari masyarakat mengenai usaha yang Anda tawarkan, sehingga bakal jadi pertimbangan calon konsumen lainnya. Dari kedua hal itu, pada akhirnya manfaat terbesar adalah memberikan peningkatan jumlah kunjungan dan transaksi. Inilah hal pertama sekaligus yang terpenting untuk lakukan kalau ingin mengembangkan bisnis dengan local bisnis Google.

Jangan Lupa Verifikasi

Jika data yang ditulis pada profil bisnis sudah benar-benar akurat, jangan lupa untuk melakukan proses verifikasi profil. supaya Google Bisnisku bisa merekomendasikan secara tepat sesuai keyword yang diketikkan calon konsumen. Dengan profil yang sudah diverifikasi, Anda tidak akan menemukan kesulitan kalau nanti bisnis sudah membuka cabang di tempat lain. Jangan diremehkan, proses verifikasi profil Google Bisnisku ini rupanya juga memberikan peran penting dalam

strategi digital marketing. Seperti salah satunya mengenai tata bahasa yang dipilih kepada target pasar. Tak mungkin menggunakan pilihan bahasa terlalu formal jika bidang usaha yang ditawarkan adalah cafe khusus anak muda. Oleh karena itu, perlu menulis profil dan melakukan verifikasi secara tepat.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian merupakan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan. Metode yang digunakan adalah peneliti melakukan penelitian ini dengan metode Pelaksanaan pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa teknik seperti: Pertama, studi kepustakaan melalui bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan topik penelitian seperti studi literatur dengan berbagai sumber yang ada seperti buku, Google Scholar, dan referensi lain yang dapat membantu peneliti dalam pengumpulan data dalam penelitian ini.

Metode *studi literature* adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian (Zed, 2008:3).

Selanjutnya studi lapangan. Dalam studi lapangan ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara sebagai berikut: Pertama, observasi. Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung dan pencatatan terhadap gejala-gejala yang terjadi pada objek yang diteliti. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa dan objek kondisi atau suasana tertentu dan perasaan emosi seseorang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada dasarnya bermain dalam dunia digital sama halnya dengan bermain usaha dalam dunia offline. menurut pendapat (farlina,dkk 2021). *Online marketing* Memaksimalkan interaksi yang menguntungkan pengusaha dengan merek, produk, ataupun situs web yang berada di Goggle seperti jejaring media sosial atau GMB yang secara kebetulan nantinya dikunjungi oleh target audiens

Dahulu sebelum adanya internet, dimana kegiatan jual beli hanya dapat dilakukan dengan melakukan tatap muka atau dari mulut ke mulut sebagai bagian dari media promosi. Dimana konsumen yang ingin membeli suatu barang dapat mendatangi toko untuk melihat kondisi fisik dari barang yang akan dibelinya. Begitu juga dengan proses transaksi yang dilakukan dengan kontak secara fisik atau bahkan dilakukan dengan cara tawar-menawar diantara kedua belah pihak, penjual

dan pembeli menurut: Sari.M (2023).

Pada dasarnya sebuah konsep bisnis akan tumbuh dan berkembang serta dilirik oleh konsumen dari sebuah promosi yang baik akan melahirkan konsep marketing yang baik juga, promosi adalah salah satu yang digunakan pengusaha dalam mensosialisasikan barang dan jasanya dengan menggunakan promosi media sosial menurut:

Dalam dunia *online* atau *digital marketing* pembisnis selalu dituntut untuk lebih up to date, dengan ilmu yang ada serta produk yang nantinya dapat menarik dimata konsumen,.Karena pemasaran secara online tidak dapat bertatap muka secara langsung dengan pembeli. Oleh karena itu google memfasilitasi para umkm untuk terus maju dan berkembang. Google juga mencari fasilitator yang nantinya akan ditrainig disetiap kota di Indonesia termasuk padang tempat saya sendiri menjadi fasilitator. Padang dipilih sebagai tempat untuk pembekalan ilmu secara digital karena padang mempunyai potensi yang cukup besar. Mengingat padang adalah kota yang rata-rata semua menjadi pengusaha. Oleh karena itu pembekalan didunia online ini dibutuhkan karena begitu banyaknya umkm dipadang membutuhkan ilmu digital marketing untuk bisnisnya.

Google My Business memiliki manfaat yang sangat banyak untuk sebuah bisnis. Dengan *Google Business Profile*, bisnis Anda akan lebih mudah dijangkau oleh pelanggan. *Google Business Profile* juga memiliki banyak keuntungan seperti mudah, gratis dan mudah di kostumisasi. manfaat dari tools google yang satu ini adalah sebagai berikut:

1. Salah satu strategi branding *Google my business* bisa dimanfaatkan untuk branding. Anda bisa kustom profil bisnis Anda seperti informasi mendetail, logo, ulasan pelanggan, gambar, dan lainnya.
2. Bisnis lebih mudah ditemukan Dengan *Business Profile*, bisnis Anda akan lebih mudah ditemukan oleh pelanggan. Saat mereka mencari bisnis di mesin pencarian Google, akan muncul beragam informasi. Nah, dari alamat tersebut, pelanggan dapat langsung menggunakan *Google Maps* untuk menunjukan jalan menuju tokomu.
3. Meningkatkan pelanggan Manfaat lainnya adalah google my business dapat meningkatkan pelanggan. Dengan fitur google yang satu ini, bisnis akan lebih mudah dilihat oleh pelanggan. Selain itu, *Google Business Profile* sebagai salah satu alat promosi yang harus coba.
4. Meningkatkan SEO

Tahukah Anda Google Business Profile juga membantu dalam meningkatkan SEO. Saat orang mencari bisnismu di Google, ada kemungkinan bisnis Anda muncul di halaman pencarian google. Selain itu, *Google Business Profile* punya fitur *analytics* sehingga lebih mudah menganalisis performa bisnis.

5. Meningkatkan kepercayaan pelanggan Dengan adanya bisnis di pencarian google akan menambah kredibilitas bisnis. Bisnis akan terlihat lebih profesional. Pelanggan pun dapat melihat secara lengkap informasi bisnis yang terpercaya.
6. Optimalkan strategi pemasaran Optimalkan strategi pemasaran dengan mendaftarkan bisnis ke akun *Google Business Profile*. Tingkatkan visibilitas bisnis lebih mudah ditemukan oleh pelanggan. Selain itu, bisnis akan otomatis terdaftar di *google maps* yang bisa dilihat orang secara global.
7. Memudahkan pelanggan mencari lokasi bisnis Seperti yang sudah dibahas diatas, bahwa bisnis Anda akan terlihat di google maps jika memakai *Google Business Profile*. Hal ini sangat baik untuk bisa membantu pelanggan dalam mengetahui informasi detail lokasi bisnis.
8. Salah satu sarana komunikasi dengan pelanggan Salah satu manfaat yang sangat bagus adalah *Google Business Profile* dapat menjadi sarana komunikasi bisnis dengan pelanggan. Bisnis Anda bisa menerima ulasan pelanggan, pun dapat membalasnya. Terkadang banyak juga pelanggan yang mengirim pertanyaan lewat fitur ulasan, seperti menanyakan informasi jam buka toko, lokasi toko dan lainnya.
9. Layanan gratis *Google Business Profile* termasuk layanan gratis yang dapat memanfaatkan, hal ini sangat menguntungkan bisnis Dengan *Google Business Profile*, bisnis memiliki *tools* yang gratis, tetapi lengkap dan dapat beragam manfaat lainnya.
10. Meningkatkan *traffic* ke *website* Pada Google Business Profile juga bermanfaat untuk meningkatkan *traffic* ke *website* Anda karena pada Google Business Profile dapat memasukkan *website* yang akan memancing pelanggan untuk mengunjungi *website* bisnis

Oleh karena dengan pemberian materi dari Gapura digital Goggle Padang membawa dampak bagi kemajuan bisnis khususnya dikota pada,

berikut adalah gambar-gambar yang peneliti lakukan saat menjadi fasilitator di Gapura Digital Padang adalah sebagai berikut:

Fasilitator Gapura Digital Padang



Gambar 1. Fasilitator Gapura Digital Padang



Gambar 2. Peserta Gapura Digital Padang

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih saya ucapkan kepada keluarga dan Teruntuk almarhum ayahanda Ir. Amril. MT & Ibu Astrinur yang selalu support dibidang pendidikan. Serta spesial kepada suami dalam bidang pendanaan penelitian.

Terima kasih juga kepada unsur pimpinan dan keluar besar STIA Adabiah padang dan team Gapura Digital Padang yang selalu mendukung proses penelitian hingga berjalan dengan lancar sampai sekarang ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Kahar et al., .2022. Meningkatkan Gairah Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Dengan Perantara Eksternal Dan Mengembangkan Potensi Internal. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 4427–4434. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v2i3.2992>
- Sofyan, A .2004. Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep Dan Strategi)-,Penerbit PT. Grafindo Persada; Jakarta.
- Chaffey, D & & Smith, PR. (2008). E-marketing: Excellence, UK: Butterworth-Heinemann

- Farlina et al., .2021. Dampak Covid- 19 Terhadap Profit Pengusaha Wanita di Kuranji Kota Padang. *Jurnal Pustaka Aktiva* (Pusat Akses Kajian Akuntansi, Manajemen, Investasi, Dan Valuta), 1(1), 48 –52. Diambil dari <http://jurnal.pustakagalerimandiri.co.id/index.php/pustakaaktiva/article/view/220>
- Maulina, E., & Sari, M. N. 2017. Policies and Business Strategies of Women Entrepreneurs: Study on Beauty Business Nadisse Salon. *AdBispreneur*, 2(1), 67- 78 <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v2i1>
- Nilam Sari, M., et al., .2023. ANALISIS STRATEGI BISNIS UMKM MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SHOP. *Journal of Economics and Management Scienties*, 5(1), 001-009. Retrieved from <https://www.ojs.hrinstitut.id/index.php/JEMS/article/view/155>
- Nilam Sari, M., et al., .2023. Knowledge Transfer Industri Kreatif Kerajinan Tangan Dari Kantong Kresek Pada Komunitas Pengusaha Tangguh & Mandiri (KOSTARI). *URNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BHINNEKA (JPMB)*, 1 (3), 202-208 <https://bhinnekapublishing.com/ojsbp/index.php/Jpmb/article/view/44>
- Nilam Sari, M.2022. The Application of Digital Marketing in the Covid-19 Era in the Indonesian Muslim Entrepreneur Association (IPEMI PC Kuranji) Padang City. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 201–206. <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1.410>
- Nilam Sari, M., et al., (2023). Business Performance of Women Entrepreneurs in Iwapi City Bandung. *International Journal of Management and Applied Science (IJMAS)*. Vol. 4, No. 11, (20-25) <https://www.ijmas.org/4-11/IJMAS-41106-2017-1.pdf>
- Nilam Sari, M., et al., (2023). Analisis Strategi Marketing Pada Bisnis Rumah Sakit Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Bisnis Digital dan Enterpreneur (BISENER)*, 1(1), 17-23
- Nilam Sari et al., (2023). Online Shop Trends For Women Entrepreneurs In Improving The Family Economy. *Journal on Education*, 5(3), 6829 - 6836. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1467>
- Taiminen, H. M., & Karjaluto, H. 2015. The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(4), 633-651.