


Penggunaan Aplikasi Google Maps Sebagai Media Promosi UMKM di Nagari Batang Arah Tapan

Rindiyani^{1*}, Ahmad Khairul Nuzuli², Winda Oktaviana³

^{1,2,3} Program Studi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Kerinci, Jl. Kapten Muradi, Kec. Sungai Liuk, Sungai Penuh, Kode Pos 37112, Indonesia

E-mail: rindiyani0827@gmail.com

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.155>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 23 August 2023

Revised: 23 August 2023

Accepted: 24 August 2023

Kata Kunci: Google Maps, UMKM, Media Promosi.

Keywords: *Google Maps, UMKM, Media Promotion.*



ABSTRACT

Nagari Batang Arah Tapan yang berada dalam kecamatan basa ampek balai tapan yang mayoritas penduduknya memiliki usaha UMKM namun memiliki keterbatasan pengetahuan dalam pemasaran maupun promosi. Dari banyak UMKM di nagari batang arah tapan timbul kendala yang sering dialami yaitu sarana media promosi akan lokasi dan informasi produk yang dihasilkan, dalam hal ini diperlukan sebuah aplikasi pemetaan UMKM google maps di nagari batang arah tapan sebagai sarana pencarian lokasi UMKM. Tujuan Pengabdian yang dilakukan adalah melakukan sosialisasi penggunaan google maps kepada masyarakat di nagari batang arah tapan yang memiliki usaha. Hasil Pengabdian yang dilakukan terdapat peningkatan kemampuan dalam melakukan promosi dan pemasaran khususnya penggunaan Google Maps sebagai sarana media promosi. Hasil setelah dilaksanakannya Sosialisai UMKM mengalami peningkatan pengetahuan penggunaan aplikasi google maps sebesar 45 % dibandingkan skor pretest.

Nagari Batang Arah Tapan, which is in the Basa Ampek Balai Tapan sub-district, where the majority of the population owns UMKM businesses but has limited knowledge in marketing and promotion. Of the many UMKM in Nagari Batang Arah Tapan, there are obstacles that are often experienced, namely media promotion facilities for the location and product information produced, in this case a google maps UMKM mapping application is needed in Nagari Batang Arah Tapan as a means of finding UMKM locations. The purpose of the service is to socialize the use of Google Maps to the people in Nagari Batang Arah Tapan who have businesses. The results of the dedication carried out were an increase in ability to carry out promotions and marketing, especially the use of Google Maps as a means of promotional media. The impact after the implementation of the UMKM Socialization experienced an increase in knowledge of using the Google Maps application by 45% compared to the pretest score.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Rindiyani, Ahmad Khairul Nuzuli, Winda Oktaviana (2023). Penggunaan Aplikasi Google Maps Sebagai Media Promosi UMKM di Nagari Batang Arah Tapan, 2(1) 246-250.
<https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.155>

PENDAHULUAN

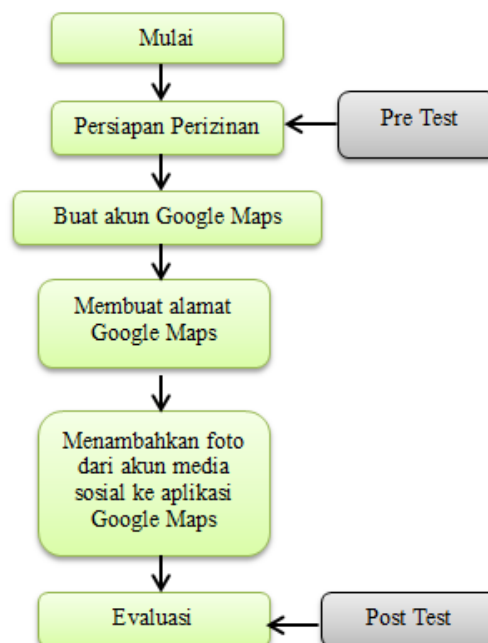
Nagari batang arah tapan merupakan salah satu nagari yang berada pada kecamatan basa ampek balai tapan. Mayoritas penduduknya berdagang, bertani dan berkebun. Dari studi pendahuluan yang penulis lakukan, penulis menemukan permasalahan pada mitra UMKM yakni berkesulitan untuk mempromosikan usahanya kepada masyarakat luas. Sehingga untuk UMKM pada nagari batang arah tapan ini mempromosikan dengan cara mulut kemulut sehingga belum banyak yang tau akan usaha yang dimiliki. Untuk itu penulis melakukan sosialisasi kepada UMKM nagari batang arah tapan tentang penggunaan Aplikasi Google Maps sebagai media promosi UMKM di nagari batang arah tapan.

Akan tetapi untuk penggunaan Aplikasi Google Maps ini pelaku UMKM perlu memahami cara melakukan promosi berbantuan media sosial. Pengamatan penulis pelaku UMKM sudah memiliki Handphone, sehingga dapat menunjang penulis untuk melakukan sosialisasi. Berdasarkan pengabdian yang penulis lakukan pada KKN Posko 35 batang arah tapan dan adanya diskusi dengan masyarakat pelaku usaha UMKM diperoleh informasi bahwa usaha mereka belum ada tercantum pada aplikasi google maps agar mudah dicari oleh masyarakat luas dan pelaku konsumen lainnya.

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat yang penulis lakukan ini adalah untuk mengoptimalkan penggunaan aplikasi Google Maps sebagai media promosi UMKM di nagari batang arah tapan. Menurut (Febriyantoro, 2018) Google Maps merupakan aplikasi peta yang paling favorit dan dibekali fitur yang beraneka macam seperti: menyetel, mengedit, menemukan, dan memasang pin pada rute atau rumah ke alamat kantor. Ariyanti, Khairil, & Kanedi (2015) memanfaatkan google maps pada sistem informasi letak usaha UMKM di nagari batang arah tapan. Hasan Basyri, Andri Suprayogi (2015) membangun aplikasi untuk memudahkan pelaku usaha UMKM menggunakan google maps di nagari batang arah tapan. Selain itu penulis juga berpedoman pada penelitian yang relevan. Penelitian ini dilakukan atas refensi beberapa peneliti terdahulu diantaranya oleh Kiki Rizki [1] bahwa aplikasi yang dikembangkan adalah dapat memberikan informasi jarak, waktu, dan rute menuju lokasi bengkel tambal ban. Justifikasi pengabdian dan mitra menghasilkan sebuah hasil sosialisasi, serta dilakukan pengamatan atau observasi di lapangan, maka disimpulkan solusi dari permasalahan mitra yaitu “Penggunaan Aplikasi Google Maps Sebagai Media Promosi UMKM di Nagari Batang Arah Tapan.

METODE

Metode pengabdian ini ditulis berdasarkan permasalahan yang ada pada UMKM di Nagari Batang Arah Tapan, tim pengabdian masyarakat KKN Posko 35 Batang Arah Tapan, Institut Agama Islam Kerinci dan penulis salah satu anggota KKN tersebut bekerjasama dengan mitra UMKM untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Adapun solusi yang ditawarkan terdapat beberapa langkah - langkah pada diagram alur yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Metode Pelaksanaan Pengabdian

Metode pelaksanaan penelitian yang terdapat pada diagram alur gambar 1. Sosialisasi kepada mitra UMKM sebagai langkah awal yang bertujuan untuk memperkenalkan serta memberi pengetahuan tentang aplikasi google maps. Google Maps sebagai media alternatif pemasaran produk. Adapun kegiatan yang dilakukan meliputi strategi pemasaran produk, gambaran umum mengenai aplikasi google maps, dan tujuan serta manfaat penggunaan aplikasi google maps. Pelatihan penggunaan aplikasi Google Maps dan Immoji. Pendampingan untuk usaha UMKM. Pada proses pendampingan ini penulis dan tim pengabdian masyarakat KKN Posko 35 Batang Arah Tapan, Institut

Agama Islam Kerinci akan memantau perkembangan promosi atau pemasaran produk melalui media alternatif Google Maps selama kurang lebih 1 bulan dan jika pada saat pendampingan terdapat permasalahan akan ditindaklanjuti dan didiskusikan solusi dari permasalahan tersebut.

HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan yang dilakukan penulis berjalan selama 1 bulan 10 hari yang berlokasi di nagari batang arah tapan, kecamatan basa ampek tapan. Kegiatan ini dilakukan pukul 14.00 WIB Sampai dengan selesai. Media belajar kegiatan ini menggunakan Handphone masing-masing pemilik UMKM yang sudah terintegrasi dengan kuota internet dan email. Selama sosialisasi dan pendampingan, penulis mengunjungi satu persatu usaha agar mendapatkan pendampingan secara intensif Google Maps sebagai media promosi (Insani et al., 2022). Hal ini berkaitan dengan penentuan titik lokasi pada usaha yang ditekuni harus sesuai dengan lokasi asli. Peserta yang berpartisipasi dalam kegiatan ini sangat antusias dan dari pihak pemerintahan nagari batang arah tapan juga ikut berpartisipasi.

Usaha mikro kecil menengah atau yang sering disingkat UMKM adalah istilah umum dari usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha yang sesuai kriteria dalam Undang - Undang No. 20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. UMKM memiliki peran signifikan dalam perkembangan perekonomian Indonesia terutama pada sektor industri yang hampir tidak terdampak sedikitpun oleh krisis global (Admin, 2022).

Pelaksanaan kegiatan pertama dari pelaksanaan pengabdian kepada mitra UMKM yaitu menjelaskan terkait pemasaran produk. Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Budi Utomo, 2021). Pemasaran atau promosi memiliki beberapa strategi yaitu manual dan digital. Contoh strategi manual yaitu promosi langsung ke masyarakat, penyebaran pamflet atau brosur, sedangkan strategi digital yaitu dimana strategi promosi yang menggunakan media sosial antaranya whatsapp, instagram, facebook. Namun, semakin berkembangnya dunia promosi di bidang digital menciptakan ide kreatif yaitu media promosi melalui Google Maps.



Gambar 2. Sosialisasi Google Maps

Setelah itu yang dilakukan yaitu pendampingan mengenai Google Maps untuk pelaku usaha UMKM. Google Maps ini berfungsi untuk membantu pembeli atau pelanggan dalam mencari usaha UMKM dengan mudah sehingga dengan adanya Google Maps ini penjualan akan meningkat dan dikenal banyak orang. Maka dari itu penulis tim KKN Posko 35 Batang Arah Tapan, Kecamatan basa ampek tapan dengan memberikan pendampingan untuk mengaplikasikan Google Maps melalui Handphone yang dimiliki oleh pelaku Usaha UMKM dengan mengunjungi tempat usaha secara langsung.



Gambar 3 memberikan pendampingan GMaps



Gambar 4 Mengunjungi usaha secara langsung

Pada pelaksanaan kegiatan akhir, yang harus diperhatikan adalah pemantauan serta pendampingan kurang lebih 1 bulan. pemantauan dan pendampingan ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan usaha yang awalnya konvensional menjadi digital dan proses pemantauan dan pendampingan dilakukan penulis mendatangi lokasi pelaku usaha UMKM satu per satu sehingga akan terfokuskan pada perkembangan dan hasil pelaksanaan. Hasil perkembangan dapat dilihat pada Tabel.

Tabel 1 Kegiatan

No	Kegiatan	Presentase Pemahaman Pelaku UMKM		
		Sebelum	Setelah	presentase
1	Pemasaran dan promosi google maps	40	85	45%
2	Pendampingan Google maps	40	85	45%
Rata-rata peningkatan				45%

Pelaksanaan kegiatan ini diimplementasikan dengan dua kegiatan yaitu sosialisasi pemasaran dan promosi menggunakan aplikasi Google Maps dan kegiatan pendampingan secara langsung pada pelaku usaha UMKM. Menurut hasil kegiatan yang penulis lakukan presentase pemahaman pelaku UMKM memperoleh hasil pada kegiatan sosialisasi memperoleh presentase 45

% sedangkan pada kegiatan pendampingan secara langsung memperoleh presentase 45%. Jadi rata-rata peningkatan kedua kegiatan tersebut adalah 45%.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pendampingan dapat disimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi penggunaan Google Maps sebagai sarana media promosi telah berjalan dengan baik dan telah sesuai dengan rancangan kegiatan yang telah direncanakan. Keberhasilan ini terbukti dari peningkatan pengetahuan peserta sosialisasi sebesar 45 % melalui perbandingan tahap pretest dan post test yang telah dilakukan berdasarkan alur pelaksanaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis Mengucapkan terima kasih kepada pelaku usaha UMKM dan masyarakat Batang Arah Tapan, KKN Posko 35 Batang Arah Tapan, IAIN Kerinci, yang telah memberikan motivasi dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan atikel ini dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dosen Pembimbing Lapangan IAIN Kerinci yang memberikan dorongan dan menyukseskan kegiatan pengabdian lapangan khususnya KKN Posko 35 Batang Arah Tapan.

REFERENSI

- Bouwman, H., Nikou, S., & Reuver, M. De. (2019). Digitalization, Business Models, and SMEs: How do Business Model Innovation Practices Improve Performance of Digitalizing SMEs? *Telecommunications Policy*.101828. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2019.101828>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Google. (2021). Cara Menggunakan Google Maps. *Support.Google.Com*. <https://support.google.com/maps/answer/144349?hl=id>
- Insani, S. F., Syahrial, Y., & Putra, A. P. (2022). Optimalisasi Aplikasi Google Maps sebagai Alternatif Media Promosi pada UMKM di Shelter Taman Sriwedari. 25(1).
- K. Rizki and A. Adil, “Implementasi Google Maps API Berbasis Android untuk Lokasi Fasilitas Umum di Kabupaten Sumbawa,” *Matrik J. Manajemen, Tek. Inform. Dan Rekayasa Komput.*, vol. 17, no. 2, pp. 34–44, May 2018.
- Laksana. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Pasaribu, R. (2020). Optimalisasi Media Online Sebagai Solusi Promosi Pemasaran Umkm Di Semarang Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(1), 33. <https://doi.org/10.24167/jkm.v1i1.2848>
- Supriyanto, B. E., Ajie, I. Y., Biamrillah, M. A., & Yusuf, S. (2022). Analisis Peluang Social Media Marketing Untuk Memasarkan Produk UMKM Cibodas Jasa Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 2(2), 241–248.