



Digitalisasi Lokasi Umkm Warga Rw O5 Pasir Biru

Vivi Putri Sukmawan¹, Suci Widya Ningsih², Endah Ratna Sonya³

¹Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: viviputrisukmawan@gmail.com

²Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: ciciwidya00@gmail.com

³Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: Endahratnasonya@uinsgd.ac.id

Abstrak

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia menjadi salah satu sektor usaha yang cukup mendominasi. Namun, UMKM mengalami tantangan besar dalam digitalisasi bisnis agar mampu bertahan di tengah persaingan. Tetapi, Sangat disayangkan banyak sekali yang belum melek teknologi. Ditambah dengan kondisi saat ini yaitu adanya virus Covid- 19 yang tak kunjung usai membuat ekonomi *down*. Contohnya Ibu Siti selaku ketua RT 06 yang mengeluhkan usahanya sepi. Oleh karena itu, tujuan pengabdian Ini ialah membantu UMKM warga dengan mendigitalisasikan lokasi atau tempatnya usaha didaftarkan dalam google Maps. Metode yang digunakan ialah metode survei dan wawancara untuk mengetahui permasalahan yang ada. Dari digitalisasi lokasi ini, hasilnya mempermudah konsumen untuk mengunjungi dan membeli produk yang dijual.

Kata Kunci: UMKM, Digitalisasi, Google Maps

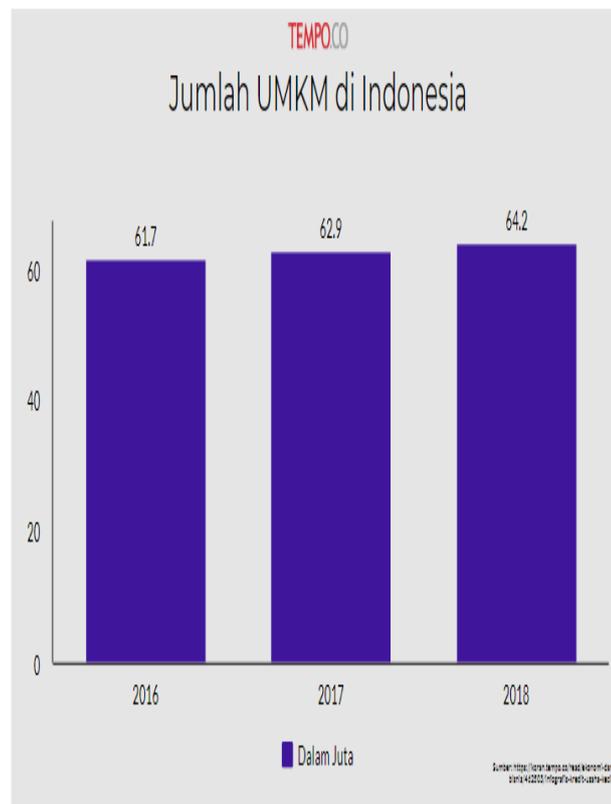
Abstract

UMKM(Micro, Small and Medium Enterprises) in Indonesia are one of the dominant business sectors. However, UMKM face major challenges in digitizing their business in order to survive in the midst of competition. Coupled with the current condition, namely the Covid-19 virus that never ends, making the economy down. For example, Mrs. Siti, the head of RT 06, complained that her business was quiet. Therefore, the purpose of this service is to help UMKM residents by digitizing the location or place where their business is registered on Google Maps. The method used is survey and interview methods to find out this problem. From the digitization of this location, the result makes it easier for consumers to visit and buy the products being sold.

Keywords: UMKM, Digitalization, Google Maps

A. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia menjadi salah satu sektor usaha yang cukup mendominasi dijalankan oleh para pelaku usaha. Berdasarkan data yang didapatkan bahwa perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat penyaluran usaha mikro, kecil menengah (UMKM) terus bertumbuh menjelang akhir 2020. Kredit berpotensi bertumbuh seiring dengan tingginya kebutuhan modal baru tahun 2021. Saat ini tercatat lebih dari 65 juta UMKM yang tersebar di Indonesia. Pada 2016, tercatat ada 61,7 juta UMKM di Indonesia. Jumlahnya terus meningkat, pada 2017, jumlah UMKM mencapai 62,9 juta dan pada 2018, jumlah UMKM mencapai 64,2 Juta. Diprediksikan bahwa pada tahun 2019, 2020 hingga 2021 jumlahnya terus meningkat. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar.



Gambar 1. Grafik peningkatan UMKM

Saat ini pelaku bisnis mulai menggunakan teknologi informasi juga telekomunikasi untuk menunjang kegiatan berbisnisnya. Perubahan cara berbisnis ke arah digital ini membuat para pelaku UMKM harus sangat beradaptasi. Mungkin bagi perusahaan besar ini adalah hal mudah dan tidak terlalu mengalami banyak kendala berbeda dengan pelaku UMKM yang harus membutuhkan banyak sekali persiapan. Belum lagi masyarakat yang gaptek (gagap teknologi)

Guna mempermudah UMKM dalam menghadapi perubahan, kini pemerintah telah memberikan kemudahan akses yakni melakukan transfer untuk bertahan dalam

persaingan bisnis kepada pelaku UMKM. Kemampuan penguasaan perangkat digital juga internet harus dikuasai masyarakat terkhusus pelaku UMKM karena usaha melalui digitalisasi begitu menjanjikan. Sayangnya, kebanyakan pelaku UMKM saat ini masih gagap teknologi. Padahal seharusnya pelaku UMKM harus melek teknologi agar laju bisnis nya melaju cepat.

"Inilah alasannya mengapa pelaku usaha, khususnya UMKM harus bisa melek teknologi. Pandemi Covid-19 telah mengubah banyak hal, termasuk perilaku dan *gaya hidup* konsumen," kata Alief Wahyu, salah satu pendiri dari *start-up ayobertindak.com* dalam wawancaranya kepada wartawan di Jakarta."

Alief menyarankan harusnya para pelaku UMKM memasarkan produknya tidak hanya bergantung melalui situs virtual yang ada dalam marketplace saja tetapi melalui website resmi agar konsumen dapat dengan mudah mencari produk yang diinginkan.

Tetapi kembali lagi pada masalah kebanyakan orang saat ini yaitu gaptek atau gagap teknologi yang menyebabkan bisnis mereka begitu-begitu saja. Padahal dengan adanya digitalisasi bisnis ini merupakan peluang yang cukup besar.

Berdasarkan hal tersebut, pengabdian ini berusaha untuk memberikan pemahaman mengenai digitalisasi kepada pelaku UMKM guna membantu dan mendukung usahanya.

B. METODE PENGABDIAN

Metode pengabdian menggunakan survei serta wawancara. Pengabdian dengan metode survei merupakan metode yang mengumpulkan informasi dengan cara mendatangi langsung rumah warga dan melihat secara langsung usaha yang dimiliki pelaku UMKM tersebut. Selain itu juga dengan wawancara karena dengan wawancara dapat dengan mudah mendapatkan banyak informasi karena bertanya langsung pada pemilik UMKM.

Alasan lain memilih metode survei dan terutama wawancara, karena sinkron dengan jurusan penulis yaitu Komunikasi. Jadi, melalui wawancara tersebutlah dapat melatih skill komunikasi.

C. PELAKSANAAN KEGIATAN

Kasus Covid-19 yang tak kunjung usai berdampak pada perekonomian warga. Tidak hanya warga RW 05 saja tetapi seluruh masyarakat Indonesia merasakannya.

Belum lagi para pelaku UMKM yang mengeluhkan usahanya sepi semenjak Covid-19. Dengan adanya keluhan tersebut tim pengabdian berinisiatif untuk mengadakan digitalisasi bagi pelaku UMKM. Dalam pelaksanaan kegiatan ini, memang tidak mudah karena harus berhadapan dengan orang yang tidak melek akan adanya

teknologi digital. Selama beberapa hari sembari melakukan refleksi kepada warga tim pengabdian melakukan survei tempat yang dianggap penting untuk didaftarkan lokasinya pada *Google Maps*. Salah satunya kantor RW 05 yang telah berhasil didaftarkan di *Google Maps*. Selain itu juga survei tempat usaha warga setempat secara random. Adapun tahapan kegiatannya sebagai berikut.

Pertama, Tim pengabdian survei dari satu RT ke RT yang lain untuk mencari informasi seputar kegiatan yang ada di wilayah tersebut juga pastinya bersilaturahmi dan meminta perizinan. Selain itu juga mencari informasi seputar Covid-19, sekolah, madrasah (DTA), juga usaha atau profesi para warga. Dikatakan beberapa ketua RT bahwa sebagian warganya ada yang menjadi pegawai pabrik, pengajar dan yang membuka usaha pun ada tetapi kebanyakan hanya warung atau toko kecil saja karena memang tempat tinggal nya pun di gang yang tidak terlalu luas.

Kedua, setelah mendapat beberapa informasi, tim pengabdian kembali berkeliling untuk mencari masjid masjid yang masih melakukan kegiatan di tengah pandemi ini. Selain itu juga tim pengabdian mendatangi rumah atau tempat usaha milik warga yang ditemui (acak) dan bertanya-tanya seputar usahanya. seperti salah satu warga yang ditemui oleh tim pengabdian yaitu penjual minuman, makanan, dan lain sebagainya. Tim pengabdian mulai bertanya-tanya kepada pemilik usaha tersebut seperti ngobrol santai saja Tidak hanya bertanya tetapi tim pengabdian pun membeli produknya guna mendukung perekonomian warga. Ketika obrolan semakin dalam dan tim pengabdian mulai bertanya kepada pemilik usaha tersebut apakah sudah didaftarkan perangkat digital atau belum dan bersedia atau tidak. Namun, rata-rata sudah karena lokasinya berada dipinggir jalan dan ada juga yang menolak dengan berbagai alasan. Dengan adanya penolakan tersebut tim pengabdian berusaha untuk memberikan pemahaman, penjelasan kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya digitalisasi saat ini untuk memajukan perekonomian tetapi tanpa memaksa. Juga menyampaikan tujuan mendigitalisasikan usahanya tak lain dan tak bukan untuk membantu perekonomian di masa pandemi ini.

Ketiga, disela-sela mencari informasi mengenai kegiatan pengajaran, baik itu pengajian ataupun umum, tim pengabdian kembali survei ke RT yang belum dikunjungi. Hingga akhirnya sampai di wilayah RT 06 dan bertemu dengan ketua RT 06, tim pengabdian langsung berkunjung ke rumahnya dan berbincang disana sekaligus meminta izin untuk membantu dalam kegiatan mengajar baik itu mengajai ataupun umum. Beliau pun sangat mengizinkan tim pengabdian mengajar di wilayahnya karena sangat kekurangan tenaga pengajar terutama ddi masjid.

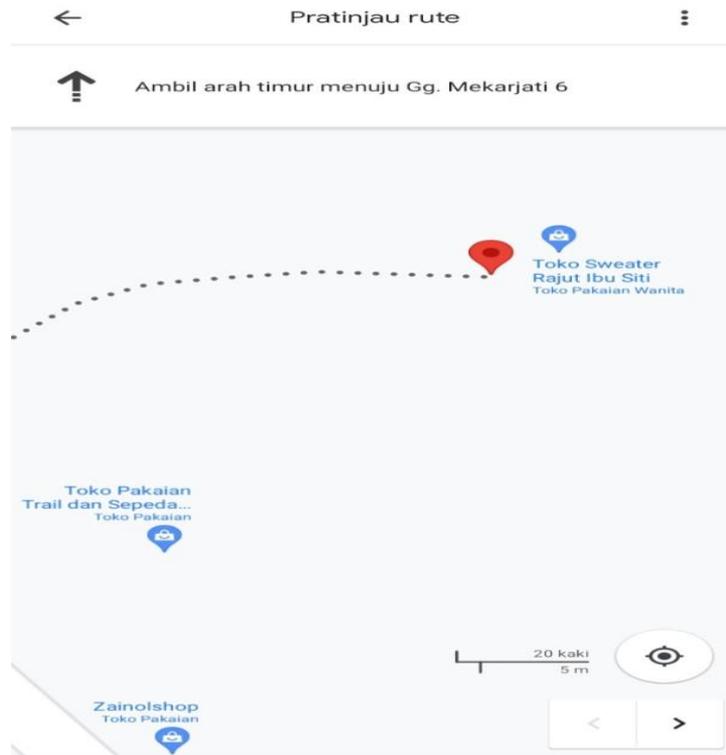
Setelah berbincang cukup lama, ternyata Ketua RT 06 yang bernama Ibu Siti ini memiliki usaha rumahan atau UMKM yaitu menjual pakaian rajut. Tim pengabdian pun terus menggali informasi seputar usaha yang dimiliki Ibu Siti itu. Baik bertanya seputar bahan, dibuat sendiri atau di suply dari suatu tempat dan lain sebagainya. Beliau pun mengeluhkan soal usahanya, karena semenjak pandemi ini usahanya menjadi sepi.

Berbeda dengan sebelum pandemi pasti ada saja beberapa orang mengunjungi rumahnya.

Keempat, melakukan wawancara dengan Ibu Siti dan tim pengabdian menawarkan agar usahanya didaftarkan pada perangkat digital. Beliau menolak dengan alasan beliau tak mengerti dunia digital. Hanya aplikasi *WhatsApp* saja yang beliau gunakan dalam berbisnis. Sebetulnya itupun tak jaddi masalah, hanya saja jangkauannya kurang jauh. Beliau pun beralasan jika usahanya ddaaftarkan ke perangkat digital seperti onlineshop, pekerjaan lainnya akan keteteran. Tim pengabdian pun berusaha memberi pemahaman kepada Ibu Siti agar usaha rumahan atau UMKM nya didaftarkan keperangkat digital guna meningkatkan perekonomian. Beliau dengan tegasnya menolak dan tim pengabdian pun tak bisa memaksa.

Setelah melakukan wawancara lebih dalam ternyata konsumen Ibu Siti ini biasanya dari kalangan Mahasiswi. Karena kampus tidak ada tatap muka jadi usaha bu Siti ini sepi. Dikatakan Bu Siti bahwa beberapa orang yang hendak mengunjungi rumahnya untuk membeli produk sulit menemukan rumahnya karena banyak sekali gang yang membuat orang atau pelanggannya kebingungan. Mendengar hal tersebut, tim pengabdian menawarkan agar lokasi rumah sekaligus tempat usahanya didaftarkan ke perangkat digital yaitu *Google Maps* guna mempermudah para konsumen atau pelanggan yang akan membeli produknya. Apalagi mengingat bahwa Ibu Siti ini adalah seorang ketua RT yang notabene nya orang penting jadi tidak salah jika lokasi rumahnya didaftarkan ke *Google Maps* agar orang-orang yang hendak bertamu kerumahnya dapat dengan mudah tinggal mencari di media ddigital yakni aplikasi *Google Maps*. Alhasil beliaupun menyetujui tawaran dari tim pengabdian.

Akhirnya, tim pengabdian pun berhasil mendaftarkan lokasi rumah sekaligus tempat usaha Ibu Siti. Sehingga nantinya orang yang akan mengunjungi rumahnya tidak lagi kebingungan mencari jalan.



Gambar 2. Lokasi Maps Rumah sekaligus tempat usaha Bu Siti

Sebetulnya program digitalisasi ini merupakan program yang tidak direncanakan sebelumnya. Tim pengabdian mendapat ide ditengah kegiatan telah berlangsung. Program yang tidak direncanakan pun dapat berjalan dengan mudah ketika kita memiliki niat yang benar dan tulus ingin membantu sesama. Bahkan islam pun mengajarkan untuk saling tolong menolong dalam kebaikan seperti dalam Firman Allah Q.S Al-Maidah : 2 sebagai berikut

Dan tolong-menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam perbuatan dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya. – (Q.S Al-Maidah: 2).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilaksanakannya refleksi sosial atau pendekatan kepada warga juga terkhusus pada para ketua RT, akhirnya menemukan beberapa permasalahan salah satunya mengenai UMKM warga setempat. Salah satu fokus pada artikel ini ialah digitalisasi lokasi. Seperti yang kita ketahui bahwa perekonomian warga sangat menurun di saat pandemi Covid-19 ini. Mungkin hampir dua tahun ini ada yang kehilangan pekerjaannya, usahanya bangkrut dan lain sebagainya.

Saat ini perkembangan teknologi komunikasi, semisal media massa baik cetak maupun elektronik, sangat berpengaruh terhadap kehidupan sosial dan budaya masyarakat di suatu tempat. Sebagaimana dikemukakan Hirschman, ada beberapa

faktor yang dapat memengaruhi perubahan sosial, yaitu: tekanan kerja dalam masyarakat, keefektifan komunikasi, dan perubahan lingkungan alam.

Dari faktor-faktor tersebut, maka terdoronglah akal manusia untuk menciptakan sesuatu yang memudahkan mereka dalam memecahkan persoalan. Teknologi sebagai jawaban atas pemikiran manusia menjadi alat untuk membantu memecahkan persoalan yang ada. Teknologi diharapkan dapat menjadi fasilitator dan interpreter. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa perubahan dan perkembangan teknologi akan berdampak pada kehidupan sosial yang ada hingga mempengaruhi aspek yang lebih besar lagi yakni kebudayaan.

Masyarakat saat ini memiliki pemikiran yang praktis. Sehingga apapun yang ia inginkan dapat dijangkau atau dicarai dengan mudah yaitu salah satunya dengan adanya digital.

Serba digital sangat memberi kemudahan terkhusus bagi para pelaku pebisnis UMKM. Dengan adanya digitalisasi bisnis ini memudahkan konsumen untuk mencari keperluannya. Misalnya jika hendak mencari barang dapat dengan mudahnya dicari pada situs onlineshop atau web resmi yang dimiliki suatu toko.

Telah banyak perkembangan digital yang dilakukan Indonesia termasuk media massa yang berubah dalam menyampaikan informasi. Media online atau disebut juga internet di era sekarang ini menggeserkan media massa konvensional. Walaupun hampir satu dasawarsa Indonesia terlambat dalam mengadopsi teknologi komunikasi khususnya internet. Namun budaya digital masyarakat Indonesia sangat cepat menerima perkembangan teknologi tersebut. Di lihat secara global, Indonesia masuk dalam budaya digital yang di butuhkan dalam mencapai pertumbuhan yang positif sesuai dengan kemajuan jaman itu sendiri.

Dampak Positif dan juga Negatif Era Digital dalam perkembangan teknologi digital ini tentu banyak dampak yang dirasakan dalam era digital ini, baik dampak positif maupun dampak negatifnya.

Dampak positif era digital antara lain: Informasi yang dibutuhkan dapat lebih cepat dan lebih mudah diaksesnya, tumbuhnya inovasi dalam berbagai bidang yang berorientasi pada teknologi digital dan dapat memudahkan proses dalam pekerjaan, munculnya media massa berbasis digital, khususnya media elektronik sebagai sumber pengetahuan dan informasi masyarakat, meningkatnya kualitas sumber daya manusia melalui pengembangan dan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, munculnya berbagai sumber belajar seperti perpustakaan online, media pembelajaran online, diskusi online yang dapat meningkatkan kualitas pendidikan dan munculnya e-bisnis seperti toko online yang menyediakan berbagai barang kebutuhan dan memudahkan mendapatkannya.

Adapun dampak negatif era digital yang harus diantisipasi dan dicari solusinya untuk menghindari kerugian atau bahaya, antara lain: ancaman pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) karena akses data yang mudah dan menyebabkan orang plagiat akan melakukan kecurangan, ancaman terjadinya pikiran pintas dimana anak-anak seperti terlatih untuk berpikir pendek dan kurang konsentrasi, ancaman penyalahgunaan pengetahuan untuk melakukan tindak pidana seperti menerobos sistem perbankan, dan lain-lain (menurunnya moralitas), tidak mengefektifkan teknologi informasi sebagai media atau sarana belajar, misalnya seperti selain men-download e-book, tetapi juga mencetaknya, tidak hanya mengunjungi perpustakaan digital, tetapi juga masih mengunjungi gedung perpustakaan, dan lain-lain.

Jika kita melihat dampak utama pada sisi perkembangan ekonomi digital terdapat dua sisi dampak adalah sebagai berikut: Dampak positif digital ekonomi terhadap perilaku pengguna media sosial yaitu :

Meningkatkan kemampuan seseorang dalam industri melalui teknologi yang meningkatkan jenis produksi dan usaha yang dikelolanya. Dengan adanya media sosial yang berlandaskan pada teknologi, dapat dengan mudah memperoleh suatu informasi dan bertransaksi langsung jarak jauh serta dengan mudah tentang produk yang di perjual belikan sehingga dapat memudahkan para konsumen dalam melakukan transaksi ekonomi yang nantinya menguntungkan bagi para produsen atau pelaku utama ekonomi dengan sistem transaksi masa kini. Adanya teknologi dapat mempermudah seseorang dalam melakukan berbagai pelayanan dan dapat meningkatkan ekonomi dengan adanya perbankan yang mendukung penuh teknologi modern sebagai sarana transaksi tunai ekonomi. Adapun Dampak dan pengaruh negatif yang ditimbulkan adalah:

Adanya jaringan komunikasi dalam transaksi ekonomi yang disalah gunakan dapat dengan mudahnya menimbulkan penipuan yang tak bertanggung jawab yang dapat merugikan banyak pihak baik dalam berbentuk produksi maupun berbentuk keuangan yang membuat konsumen rugi besar, penyalahgunaan media komunikasi dapat berdampak pada norma, seperti adanya pencemaran nama baik dan sistem pemblokiran dan hacker pada sistem transaksi ekonomi.

Seperti yang telah diketahui, ada banyak dampak positif dari digitalisasi terutama digitalisasi dalam dunia bisnis. Saat ini digitalisasi sangat penting sekali guna mempermudah segala hal termasuk dalam kebutuhan sehari-hari.

Begitupun dengan capaian tim pengabdian yang telah berhasil membantu warga dalam pen-digitalisasian lokasi. Baik itu tempat penting dan lokasi usaha warga. Walaupun dalam pelaksanaannya masih banyak menemukan orang yang kurang melek akan dunia digital. Sangat disayangkan, padahal dengan adanya akses digital ini dapat sangat mempermudah. Khususnya mempermudah menaikkan atau menstabilkan perekonomian.

Kini rumah Ibu Siti tempatnya berusaha telah terdaftar di Google Maps. Alasan beliau tak mau usahanya didaftarkan di platform lain karena beliau tidak memahami penggunaannya, sehingga beliau mempromosikan produknya hanya dalam aplikasi chat WhatsApp. Bu Siti juga beralasan bahwa beliau masih memiliki anak kecil dan beliau pun merupakan ketua RT. Bukan tidak mau usahanya menjadi banyak pembeli tetapi takut tidak terkondisikan atau keteteran.

Penelitian Delloitte Access Economics (2015) menyatakan bahwa konsumen semakin terbiasa mengambil keputusan berdasarkan konten digital dan melakukan online dalam pembelian barang. Hal ini merupakan tantangan namun merupakan peluang usaha yang cukup menjanjikan bagi UMKM di Indonesia. Berdasarkan hal tersebut terdapat strategi pengembangan digitalisasi UMKM guna mendukung perkembangan UMKM serta sebagai bahan masukan bagi pelaku UMKM dalam menerapkan digitalisasi dalam proses bisnisnya.

Berbicara mengenai Google Maps, Google Maps merupakan fitur dari Google yang berupa peta online. Belakangan ini, platform tersebut sangat populer karena bisa dimanfaatkan untuk banyak hal. Hampir semua smartphone, aplikasi transportasi online dan seluruh perangkat GPS menggunakan Google Maps sebagai pendukung utamanya.

Keunggulan Google Maps adalah mampu menampilkan informasi lalu lintas dan tempat publik yang sangat lengkap dan akurat karena didukung oleh pencitraan satelit, pemanfaatan sensor dari perangkat smartphone, hingga kontribusi pengguna melalui platform Google Local Guides.

Keunggulan tersebut dapat membantu usaha dan bisnis yang dimiliki. Melalui fitur Google Maps, juga dapat menampilkan informasi-informasi penting bisnis seperti nama, alamat, titik koordinat lokasi di peta, foto produk, nomor kontak, jam layanan, penilaian, bahkan testimoni dari pelanggan.

Berikut beberapa manfaat Google Maps untuk bisnis adalah sebagai berikut :

Dengan menggunakan Google Maps untuk keperluan bisnis khususnya UMKM, akan semakin mudah mengoptimalkan pemasaran dengan *budget* seminim mungkin. Apa saja manfaat menggunakan Google Maps? Pertama, mengelola Informasi

Google adalah tempat tujuan para pencari informasi untuk menemukan apa yang sedang mereka cari dan butuhkan, termasuk dalam mencari toko online yang mereka inginkan. Sehingga penting bagi pebisnis untuk menyediakan informasi tersebut agar kredibilitas di mata konsumen meningkat.

Informasi-informasi seperti detail alamat lokasi yang lengkap, kontak yang bisa dihubungi, situs website, deskripsi bisnis, hingga foto-foto toko dan produk dapat dihadirkan di Google Maps. Jika sudah muncul di Google Maps, reputasi toko akan dianggap bagus oleh para pelanggan.

Kedua, memperluas Keberadaan Bisnis. Ketika seorang pebisnis hanya mengandalkan pemasaran melalui *offline*, maka hanya orang-orang di sekitar tempat itu yang lalu lalang saja yang tahu akan toko atau bisnisnya. Berbeda jika dipasarkan secara online, keberadaan bisnis akan diketahui oleh orang lain di luar daerah. Dengan demikian, target pasar Anda pun akan semakin luas dan meningkat. Apalagi jika dicantumkan detail yang jelas mulai dari alamat serta kontak yang dihubungi. Jika calon konsumen sudah tertarik, mereka pun tak akan segan untuk melakukan pembelian secara online.

Ketiga, berinteraksi dengan para Pelanggan. Menunjukkan gambar foto atau video toko akan semakin meningkatkan kredibilitas dan reputasi bisnis Anda. Artinya bisnis Anda tidak main-main dan memang ada. Apalagi Google akan benar-benar meninjau ulang dan melakukan verifikasi ke semua pendaftar. Anda bisa memanfaatkan Google Maps untuk berinteraksi bersama para pelanggan melalui ulasan-ulasan atau pertanyaan yang mereka lontarkan di Google Maps. Ulasan yang bagus akan semakin meningkatkan citra positif bisnis, dan orang lain pun akan tertarik untuk menggunakan produk Anda.

Kempat, dapat Menganalisa Klien. Database yang lengkap akan menjadi salah satu aset sumber yang berharga bagi perusahaan. Dengan adanya data tersebut, pebisnis dapat menganalisa perilaku konsumen mereka sehingga bisa melakukan perencanaan ke depan dengan meningkatkan strategi pemasaran atau inovasi produk. Melalui Google Bisnisku, Anda dapat melihat performa bisnis dan membandingkannya dengan bisnis lain karena tersedia fitur 'insight' yang bisa dimanfaatkan untuk hal tersebut. Anda bisa melihat berapa banyak pelanggan yang menemukan toko hingga mengetahui darimana mereka berasal.

Kelima, mendapatkan Promosi Gratis. Untuk mendapatkan *awareness* di mata pelanggan, bisnis yang ingin berkembang akan melakukan iklan agar lebih banyak orang lain yang tahu tentang toko atau bisnis tersebut. Tentu saja untuk melakukannya Anda harus mengeluarkan *budget* lebih agar promosinya maksimal. Dengan hanya mendaftarkan toko Anda di Google My Business, promosi gratis dengan hasil maksimal pun bisa didapatkan. Kuncinya Anda harus mencantumkan data informasi lengkap yang dibutuhkan pelanggan, interaktif dengan mereka, serta mencantumkan kata kunci yang tepat.

Keenam, meningkatkan Visibilitas di Mesin Pencari. Entri data dari Google My Business akan digunakan oleh laman pencarian untuk memunculkan data suatu toko atau bisnis ke halaman pencarian saat pengguna mengetik kata kunci yang berkaitan. Panel visibilitas biasanya akan diberikan di bagian atas halaman pencarian.

Nah, panel ini terdiri dari 3 bisnis lokal dan informasi mereka yang berhubungan dengan kta kunci yang diketik. Jika toko atau bisnis Anda sudah terdaftar di Google

My Business, maka akan lebih mudah muncul di halaman paling atas saat pengguna mengetik *keyword* (*kata kunci*) yang berkaitan.

E. PENUTUP

Kuliah Kerja Nyata Dari Rumah merupakan salah satu bentuk pengabdian mahasiswa kepada masyarakat. Digitalisasi Lokasi UMKM sendiri adalah bentuk pengabdian kami guna mengenalkan UMKM warga diranah digital. Kemajuan IPTEK yang semakin pesat akan membantu pengenalan UMKM karena jangkauan digital yang sangat luas dan mudah di gunakan. Adanya digitalisasi lokasi UMKM ini tentu akan lebih mengenalkan UMKM warga yang tentunya juga akan membantu jangkauan pasar UMKM itu sendiri yang semakin luas.

Edukasi mengenai digitalisasi lokasi UMKM harus lebih di tingkatkan agar masyarakat yang memiliki UMKM lebih melek akan digital *marketing*. Tak hanya sampai di digitalisasi, jika masyarakat mau lebih mempelajarinya, UMKM milik masyarakat bisa juga dimasukkan ke situs-situs belana *online* yang tentunya akan semakin membantu perekonomian mereka yang akan lebih cepat dan mudah dijangkau dengan digital *marketing*.

F. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Bapak Lurah Kelurahan Pasir Biru beserta jajaran kelurahan dan warga RW 05 yang sudah memberikan izin kepada kami melaksanakan pengabdian di tempat berlangsung. Terima kasih juga kami ucapkan kepada dosen pembimbing kami Ibu Endah Ratna Sonya, S.Sos., M.Si. yang telah membimbing dan juga mendukung program-program kerja yang kami jalankan. Selain itu ucapan terima kasih diberikan kepada Ibu Siti selaku Ibu RT 01 RW 05 yang telah berkenan bekerjasama dan berkenan karena UMKM nya telah kami jadikan objek penelitian kami.

G. DAFTAR PUSTAKA

Setiawan, Wawan. (2017). *Era Digital dan Tantangannya*. Universitas Pendidikan Indonesia.

Purnama, Novi. *Dampak Perkembangan Teknologi Komunikasi Terhadap Kehidupan Sosial Budaya*. Universitas Sultan Fatah Demak. 40-45

[Microsoft Word - Dampak perkembangan teknologi komunikasi.novi purnama \(neliti.com\)](https://www.neliti.com/publications/100000/microsoft-word-dampak-perkembangan-teknologi-komunikasi-novi-purnama)

Thorfiani, Dera., Suarsa, Seni Handayani., & Oscar, Bheben. (2021). Teknologi E-commerce dan Pengalaman Konsumen. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*. 7, 143-147.

- Mursito, H. (2019). Sosial Media Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk UKM (Studi Kasus di SMESCO Jakarta). *Pekobis : Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis*, 4(2), 41–47.
- Munawaroh, Ika., Nuraina, Elva., & Astuti, Elly. (2021). Analisis Strategi Bisnis untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif di UMKM Nukida Jati Bojonegoro. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*. 7, 120-124.
- Maria, N. S. B., & Widayati, T. (2020). Dampak Perkembangan Ekonomi Digital terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial dalam Melakukan Transaksi Ekonomi. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 6(2): 234–239.
- Astuty, E. (2018). Soft Innovation Sebagai Strategi Peningkatan Kinerja Industri Kreatif Fesyen. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Fauziah, Ana. 2018. "Manfaat *Google Maps* Untuk Dukung Bisnis *Online*" [Manfaat Google Maps untuk Dukung Bisnis Online \(digination.id\)](#), diakses pada 09 September 2021 pukul 21.46.