



Digitalisasi UMKM Menggunakan Google Bisnisku Untuk Meningkatkan Kualitas Pemasaran Produk di Kampung Kedokan

Fahri Adwitiya¹, Putri Puspitasari², Rifqi Syekhi Marsaputra³, Sajidin.⁴

¹Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail:

fahriadwitiya89@gmail.com

²Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail:

putri.puspita315@gmail.com

³Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail:

rifqisyekhi@gmail.com

⁴Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: sajidin@uinsgd.ac.id

Abstrak

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia memiliki peranan yang penting dalam ekonomi lokal, akan tetapi banyak yang belum memiliki kemampuan dalam memanfaatkan teknologi secara optimal. Tantangan digitalisasi semakin mendesak, terutama dengan dampak pandemi Covid-19. Di Desa Babakan, Kampung Kedokan RW 04 dan RW 19, terdapat beberapa UMKM seperti, Masakan Bu Rosita, Toko Ferri Gorden, dan 3N Pakan Ternak yang menghadapi masalah serupa. Pengabdian ini bertujuan membantu UMKM setempat dengan mendigitalisasikan lokasi usaha mereka melalui Google Bisnisku. Metode yang digunakan meliputi survei dan wawancara untuk memahami permasalahan. Setelah itu, pemilik UMKM diberi pelatihan mengelola profil bisnis di platform tersebut, dan dilanjutkan dengan promosi melalui media sosial seperti WhatsApp. Digitalisasi ini mempermudah konsumen menemukan lokasi usaha dan diharapkan meningkatkan penjualan. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi pendekatan yang lebih adaptif dan personal untuk meningkatkan adopsi teknologi di kalangan UMKM, guna memastikan mereka dapat bersaing secara efektif di pasar digital.

Kata Kunci: Digitalisasi, UMKM, Google Bisnisku

Abstract

MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) in Indonesia play an important role in the local economy, but many lack the ability to utilize technology optimally. The challenges of digitalization are increasingly urgent, especially with the impact of the Covid-19 pandemic. In Babakan Village, Kampung Kedokan RW 04 and RW 19, there are several MSMEs such as Bu Rosita's Cuisine, Ferri Curtains Shop, and 3N Animal Feed that face similar problems. This service aims to help local MSMEs by digitizing their business locations through Google My Business. The methods used include surveys and interviews to understand the problems. After that, MSME owners were given training on managing business profiles on the platform, and continued with promotion through social media such as WhatsApp. This digitization makes it easier for consumers to find business locations and is expected to increase sales. Future

research can explore more adaptive and personalized approaches to increase technology adoption among MSMEs, to ensure they can compete effectively in the digital marketplace.

Keywords: *Digitalization, MSMEs, Google My Business*

A. PENDAHULUAN

Menurut Rahman, Ilmu ekonomi merujuk pada ilmu yang mempelajari terkait dengan tindakan manusia yang berhubungan dengan produksi, penyebaran, dan pemanfaatan barang dan jasa¹. Ekonomi merujuk pada studi tentang bagaimana individu dan masyarakat membuat pilihan dengan memanfaatkan sumber daya yang terbatas, terlepas dari apakah mereka memasukkan pertimbangan moneter (ekonomi)². Sumber daya yang tersedia dapat digunakan dengan berbagai cara untuk menghasilkan spektrum barang dan jasa yang luas, yang kemudian dapat didistribusikan kepada individu dan organisasi dalam masyarakat untuk melakukan pemenuhan terhadap kebutuhan konsumsi pada saat ini dan di masa depan nantinya.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi prioritas utama pada lingkup pertumbuhan ekonomi negara. Pembangunan ekonomi mikro merupakan salah satu cara pemerintah untuk menunjukkan dukungannya kepada para pelaku usaha kecil, yang sejatinya mampu bertahan di tengah gejolak ekonomi global, baik pada masa Orde Baru maupun masa setelah pandemi saat ini. Upaya ini bertujuan untuk menjadi tumpuan perekonomian masyarakat yang berpotensi mendorong PDB suatu daerah. Namun, sebagian besar UMKM di Indonesia menghadapi berbagai macam masalah, baik itu secara internal maupun secara eksternal. Permasalahan eksternal tersebut antara lain jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar yang belum memadai, pemanfaatan teknologi yang masih berada pada skala yang rendah, dan juga terbatasnya sarana dan prasarana untuk dapat mengakses pasar³

Pemerintah di seluruh dunia telah memanfaatkan digitalisasi secara luas di era digital saat ini⁴. Dalam upaya untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas, tujuannya termasuk mendefinisikan tanggung jawab dalam konteks organisasi publik dan pemerintah. Kemajuan teknologi yang pesat telah membuat layanan publik harus beralih dari manual ke digital. Data yang dapat memungkinkan pengembangan dalam periode transformasi digital diperlukan sebelum peralihan ke era digital untuk mewujudkan layanan digital bagi masyarakat umum.

¹ Rahman, A., Hasibuan, A. F. H., Faried, A. I., Purba, B., Sudarmanto, E., Marit, E. L., ... & Nainggolan, P. (2021). Pengantar Ilmu Ekonomi.

² Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). "Pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu)". *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43-53.

³ Setiawan, T., Susetyo, D. P., & Pranajaya, E. (2021). "Edukasi Literasi Digital: Pendampingan Transformasi Digital Pelaku UMKM Sukabumi Pakidulan". *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(7), 1599-1606.

⁴ Suliswanto, M. S. W., & Rofik, M. (2019). "Digitalization of micro, small & medium enterprises (MSMEs) in East Java, Indonesia". *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business*, 2(1), 34-43.

Desa Babakan yang terletak di kecamatan Ciparay mayoritas penduduknya bekerja di sektor pertanian. Kemudian, desa ini memiliki jumlah UMKM yang cukup banyak, yang berperan penting sebagai penggerak perekonomian setempat. Namun, masyarakat Babakan masih belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, khususnya dalam bidang ekonomi. Hal ini disebabkan oleh rendahnya pemahaman mereka tentang ekonomi digital. Banyak dari mereka perlu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi. Adapun dalam rangka membantu para pelaku UMKM agar terbiasa dengan era digital, upaya ini bertujuan untuk menginformasikan dan mengajarkan para pemilik usaha tentang pentingnya digitalisasi bisnis mereka. Maka dari itu, diharapkan melalui berbagai kegiatan pengabdian, dapat terjadi perubahan yang positif bagi perekonomian masyarakat Desa Babakan.

Pemasaran digital adalah penggunaan strategis internet dan teknologi digital, bersama dengan metode komunikasi konvensional, untuk mencapai tujuan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi dan media digital. Adapun saluran pemasaran digital modern yang biasa digunakan termasuk platform media sosial, pasar, dan platform e-commerce seperti Google Bisnisku. Sehingga tahapan pendaftaran produk, nama lokasi, atau nama bisnis di Google Bisnisku adalah fitur yang ditawarkan oleh Google untuk meningkatkan visibilitas kepada mereka yang melakukan pencarian dengan melalui Google dengan cara mempergunakan suatu kata kunci tertentu⁵. Penelitian yang dilakukan oleh Yuniarti menunjukkan bahwa memanfaatkan Google Bisnisku untuk pemasaran digital menawarkan beberapa keuntungan. Di antaranya adalah kemampuan untuk menampilkan produk yang dibuat oleh pelaku UMKM, sehingga memungkinkan pelanggan untuk dengan mudah melakukan akses terhadap suatu produk yang sedang ditawarkan, melakukan komunikasi dengan penjual suatu produk, dan bahkan mendorong kelancaran suatu transaksi pada suatu proses jual-beli produk⁶. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Kamil (2022) menjelaskan pemanfaatan pemasaran digital melalui Google Bisnisku dapat mendorong peningkatan terhadap daya saing UMKM pada pasar secara digital dan secara substansial meningkatkan pendapatan dengan signifikan⁷. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Kusuma (2022) di Indonesia telah mengemukakan bahwa memberikan dukungan kepada UMKM terkait dengan menggunakan strategi pemasaran digital secara efektif di platform e-niaga akan mendorong peningkatan nilai penjualan dan mendorong peningkatan daya saing perusahaan-perusahaan ini. Adapun hasil dari penelitian telah memperlihatkan bahwa UMKM yang mendapatkan dukungan mengalami peningkatan rata-rata penjualan yaitu 42,4% dan peningkatan jumlah

⁵ Yuliawati, J. dan A. Martin. (2023). "Pendampingan Pelatihan Digitalisasi Google Bisnisku untuk Meningkatkan Sumber Daya Manusia pada UMKM Di Desa Pusaka Jaya Utara Kecamatan Cilebar". *Prosiding Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 3(1), 1232-1247.

⁶ Yuniarti, T., F. Faujiyah, M.A. Rizal dan F.C.D. Bani. (2022). "Digitalisasi pemasaran dalam upaya peningkatan penjualan produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di wilayah Jakarta Selatan". *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdikan Terhadap Masyarakat)*, 2(2), 121-126.

⁷ Kamil, I., A.A. Bakri, S. Salingkat, A. Ardenny, J.P. Tahirs dan A. Alfiana. (2022). "Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E-Commerce". *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 517-526.

pelanggan yaitu 34,7%⁸. Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, kesimpulan yang dapat ditarik yaitu bahwa memberikan dukungan kepada UMKM dalam menggunakan Google Bisnisku dapat mendorong peningkatan penjualan, meningkatkan daya saing, memperkaya kualitas produk, serta mendorong pertumbuhan loyalitas pelanggan. Sehingga sangat penting untuk memberikan dukungan dan bantuan yang tepat agar UMKM dapat menggunakan teknologi digital yang dilakukan dengan efektif dan mendorong peningkatan daya saing di *e-commerce*.

B. METODE PENGABDIAN

Penelitian ini dilakukan dengan mempergunakan metodologi kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah metodologi penelitian yang digunakan untuk mengeksplorasi, mengungkap, menggambarkan, dan menjelaskan atribut-atribut khas atau keunikan dari efek sosial yang melampaui kemampuan pendekatan kuantitatif untuk menjelaskan, mengukur, atau menggambarkan⁹. Adapun penelitian ini melibatkan beberapa UMKM di Desa Babakan merupakan dengan jumlah responden sebanyak empat UMKM. Kriteria responden yaitu pemilik atau pengelola UMKM. Pengumpulan data akan dilakukan dengan cara survei dan wawancara, dengan tujuan mengumpulkan informasi secara langsung dari rumah warga dan mengamati usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM. Wawancara dipilih sebagai metode utama karena memungkinkan pengumpul data untuk mendapatkan informasi mendalam langsung dari pemilik UMKM.

C. PELAKSANAAN KEGIATAN

Desa Babakan ialah sebuah desa yang terletak di Kecamatan Ciparay, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat, Desa Babakan secara geografis berbatasan dengan Desa Mekarlaksana di sebelah utara, kemudian Desa Ancolmekar di sebelah selatan, Desa Rancakole di sebelah barat, dan Desa Mekarlaksana serta Desa Mekarsari di sebelah timur..

Desa Babakan adalah sebuah wilayah yang terletak di kawasan pedesaan dengan luas mencapai 488,82 hektar. Desa ini dihuni oleh 8.304 penduduk yang tersebar di berbagai dusun dan RW. Dengan karakteristik geografis yang mencakup lahan pertanian dan pemukiman, Desa Babakan memiliki potensi dalam sektor agrikultur dan UMKM. Segala kegiatan utama pemerintahan dilaksanakan di kantor Desa Babakan.

Pemetaan sosial adalah metode untuk memahami kondisi sosial masyarakat, yang dilakukan dengan mengumpulkan dan memvisualisasikan data dan informasi mengenai masyarakat. Berdasarkan data yang kami dapat dari hasil diskusi pemetaan sosial bersama RW 04 dan RW 19. Penduduk Desa Babakan khususnya Kampung Kedokan RW 04 dan RW 19 berjumlah 179 laki-laki dan 29 perempuan, dengan jumlah keluarga sebanyak 237 keluarga,

⁸ Kusuma, V.A.M., Z.A. Sahabuddinn dan P.S.J.K. Hutasoit. (2022). "Strategi Digital Marketing pada Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pendekatan Pemberdayaan Ekonomi Rakyat". *Jurnal Cafetaria*, 3(1), 24–35.

⁹ Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). "Metode penelitian kualitatif studi pustaka". *Jurnal Edumaspul*, 6(1), 974-980.

dengan 97 keluarga pertanian, ini berarti mayoritas dari penduduk Desa Babakan yang sudah berkeluarga berprofesi sebagai petani, sedangkan sebagian kecilnya bekerja sebagai wiraswasta, pedagang, PNS, dan lain-lain

Berdasarkan data yang kami dapat, Desa Babakan khususnya Kampung Kedokan RW 04 dan RW 19 terdapat 8 UMKM, hal ini menunjukkan bahwa potensi perdagangan di Kampung Kedokan RW 04 dan RW 19 masih belum optimal dan perlu ditingkatkan, terutama dalam hal pemasaran. Pelaku usaha di wilayah ini membutuhkan strategi pemasaran yang lebih efisien agar dapat memaksimalkan produktivitas serta memperluas jangkauan pasar bagi produk UMKM mereka. Dari 8 UMKM tersebut hanya 4 yang kami digitalisasi kan, karena sisa nya sudah ter digitalisasi.

Dalam hal ini program kerja yang diterapkan di Desa Babakan khususnya Kampung Kedokan RW 04 dan RW 19 mengenai Digitalisasi UMKM yang dimana hal tersebut diharapkan para pelaku usaha dapat memanfaatkan era digital ini sehingga memudahkan para pelaku UMKM dalam pemasaran serta pendataan keuangan agar berkembang lebih baik lagi.

Berikut tabel pelaksanaan kegiatan:

No.	Nama Usaha	Lokasi	Waktu
1.	Percetakan Lisna Design	RW 19	23 Agustus 2024
2.	Masakan Bu Rosita	RW 19	26 Agustus 2024
3.	Toko Ferri Gorden	RW 19	26 Agustus 2024
4.	3N Pakan Ternak	RW 04	26 Agustus 2024

Tabel 1. Pelaksanaan Kegiatan

Sebagaimana tabel diatas, penjelasan program kami adalah sebagai berikut:

Google Bisnisku (*Google My Business*) alat bantu gratis yang disediakan oleh Google, yang memungkinkan pemilik bisnis untuk secara efektif mengawasi informasi bisnis mereka seperti yang ditampilkan di hasil pencarian Google dan Google Maps. Adapun layanan ini ini memungkinkan pemilik bisnis untuk memasukkan informasi penting seperti nama bisnis mereka, alamat, jam operasional, nomor kontak, dan foto-foto produk atau tempat bisnis mereka. Hal ini memudahkan identifikasi usaha oleh calon konsumen, terutama bagi calon konsumen yang tinggal di sekitar lokasi usaha.

Kegiatan dilaksanakan di RW 04 dan 19 dengan melakukan pemetaan sosial terlebih dahulu. Pemetaan sosial adalah pengumpulan sistematis dan representasi grafis dari data dan informasi yang berkaitan dengan keadaan sosial di wilayah geografis tertentu. Pemetaan sosial dilakukan untuk mendapatkan wawasan tentang sifat sosial suatu komunitas, memastikan ciri

khasnya, dan mengungkap potensi di wilayah tersebut. Dari pemetaan sosial kita tahu lokasi pelaku usaha bisnis.

Setelah mendapatkan informasi lokasi pelaku usaha bisnis dari pemetaan sosial dengan berdiskusi dengan para ketua RW, Tim program kerja digitalisasi UMKM melakukan survei ke lokasi-lokasi tersebut untuk mencari informasi mengenai usaha bisnis. Kunjungan dimulai di wilayah RW 04 dan RW 19.

Pada hari Jumat, 23 Agustus 2024, Tim program kerja digitalisasi UMKM memulai kunjungan di RW 19 dengan mengunjungi Percetakan Lisna Design. Kami meminta izin kepada pemilik usaha untuk membantu mendigitalisasi bisnisnya. Untuk usaha percetakan ini, verifikasi oleh Google berjalan lancar dan tidak memerlukan waktu lama. Setelah proses digitalisasi selesai, kami memberikan arahan kepada pemilik usaha mengenai cara mengelola profil bisnis di Google Bisnisku.

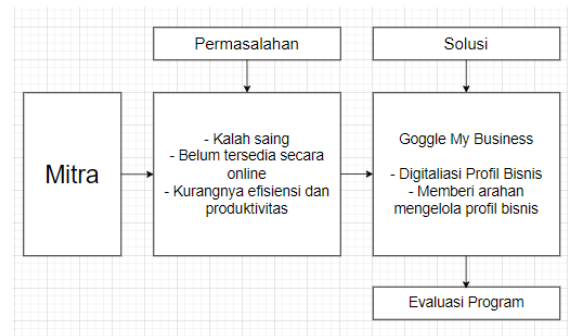
Selanjutnya, kami mengunjungi Masakan Bu Rosita, yang berlokasi di gang kecil. Bu Rosita, memiliki usaha kuliner yang juga kami bantu untuk didigitalisasi. Namun, proses verifikasi oleh Google untuk usaha ini tidak langsung selesai karena lokasi yang sulit dijangkau oleh Google Street View. Meski demikian, kami tetap memberikan panduan kepada Bu Rosita terkait cara mengelola profil bisnisnya di Google Bisnisku agar usahanya dapat segera terdaftar dan ditemukan secara online.

Setelah itu, kami mengunjungi Toko Ferri Gorden, milik seorang guru di SDN Cibulan. Untuk usaha ini, proses verifikasi oleh Google memerlukan waktu sekitar lima hari karena toko tersebut masih dalam tahap pembangunan ruko, meski usaha online-nya sudah berjalan. Kami juga memberikan panduan terkait pengelolaan profil bisnis di Google Bisnisku.

Terakhir, tim mengunjungi 3N Pakan Ternak, yang baru didirikan pada tahun 2023. Proses verifikasi untuk usaha ini juga sedang dalam proses, namun diperkirakan tidak akan memakan waktu lama. Seperti sebelumnya, kami memberikan arahan tentang cara mengelola profil bisnis di Google Bisnisku.

Setelah semua lokasi usaha dikunjungi, tim program kerja digitalisasi UMKM berhasil mendaftarkan setiap rumah sekaligus tempat usaha pemilik bisnis di Google Bisnisku. Dengan demikian, calon pembeli tidak akan lagi kesulitan mencari lokasi toko, baik secara *online* maupun *offline*.

Berikut alur kegiatan yang dilakukan dalam proses pendampingan kepada mitra



Gambar 1. Alur Kegiatan Pendampingan Kepada Mitra

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat ini, Indonesia telah mengalami banyak kemajuan di bidang digital, termasuk dalam cara media massa menyampaikan informasi. Media online, seperti internet, telah menggantikan peran media konvensional. Meski Indonesia sempat tertinggal hampir satu dekade dalam mengadopsi teknologi komunikasi, terutama internet, masyarakat Indonesia dengan cepat beradaptasi dengan budaya digital. Kini, Indonesia secara global ikut serta dalam budaya digital yang dibutuhkan untuk mendorong pertumbuhan sesuai perkembangan zaman.

Kemajuan teknologi digital membawa dampak positif dan negatif¹⁰. Dampak positifnya meliputi pencarian informasi yang dipercepat dan disederhanakan, munculnya berbagai kemajuan baru dalam berbagai bidang yang didukung oleh teknologi digital, dan fasilitasi proses kerja. Adapun media massa berbasis digital, khususnya media elektronik, berfungsi sebagai reservoir pengetahuan dan informasi yang mendasar bagi masyarakat¹¹. Kemajuan teknologi dalam sistem informasi dan komunikasi juga meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Selain itu, masuknya beragam sumber belajar seperti perpustakaan online, materi pembelajaran digital, dan debat online juga berkontribusi pada peningkatan kualitas pendidikan. Sebaliknya, meningkatnya bisnis elektronik, seperti belanja online, memfasilitasi konsumen dalam melakukan pemenuhan terhadap kebutuhan mereka dengan cara yang lebih pragmatis.

1. Kondisi UMKM di Desa Babakan, Kampung Kedokan

Berdasarkan hasil pemetaan sosial, terdapat sejumlah besar UMKM di Desa Babakan, khususnya di RW 04 dan RW 19 Kampung Kedokan. Namun, terdapat beberapa permasalahan utama yang menghambat perkembangan usaha mereka:

- Aksesibilitas Terbatas: Banyak UMKM berada di daerah terpencil, yang menyulitkan pengusaha untuk memperluas pasar dan berkompetisi dengan toko online.

¹⁰ Istiqomah, N. H. (2023). "Transformasi Pemasaran Tradisional ke e-Marketing: Tinjauan Literatur tentang Dampak Penggunaan Teknologi Digital terhadap Daya Saing Pemasaran Bisnis". *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 4(2), 72-87.

¹¹ Ambarwati, D., Wibowo, U. B., Arsyadanti, H., & Susanti, S. (2021). "Studi literatur: Peran inovasi pendidikan pada pembelajaran berbasis teknologi digital". *Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan*, 8(2), 173-184.

- Kurangnya Digitalisasi: Mayoritas UMKM masih menggunakan metode tradisional dalam menjalankan usaha mereka, dengan keterbatasan penggunaan teknologi digital diantaranya yaitu *e-commerce* dan media sosial.

2. Pelaksanaan Digitalisasi UMKM

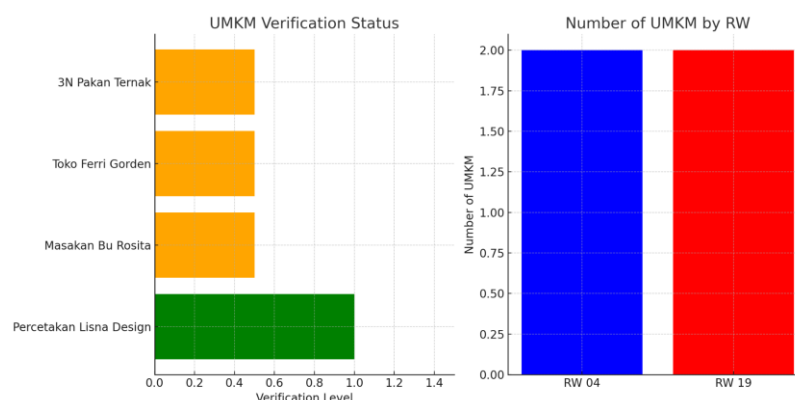
Program digitalisasi UMKM difokuskan pada pengenalan aplikasi Google Bisnisku sebagai langkah awal untuk meningkatkan aksesibilitas dan visibilitas bisnis secara online. Langkah-langkah yang diambil dalam program ini meliputi:

- Wawancara dengan Pemilik UMKM: Wawancara dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi dalam penggunaan teknologi digital.
- Pelatihan Penggunaan Google Bisnisku: Pemilik UMKM diberikan pelatihan dalam mengelola profil bisnis, termasuk menambahkan informasi penting seperti jam operasional, lokasi, foto produk, dan kontak.

3. Hasil Verifikasi Google Bisnisku

Hingga tanggal 31 Agustus 2024, dari empat UMKM yang telah didaftarkan untuk verifikasi Google Bisnisku, hanya satu yang telah terverifikasi, yaitu Percetakan Lisna Design. Tiga UMKM lainnya masih menunggu hasil verifikasi:

- UMKM Bu Rosita: Tertunda karena lokasi berada di dalam gang, yang mempersulit Google untuk mengkonfirmasi melalui Street View.
- Toko Gorden Pak Feri: Menunggu verifikasi karena lokasi fisik (ruko) masih dalam tahap pembangunan, meskipun usahanya telah berjalan secara online.
- 3N Pakan Ternak: Baru didirikan pada tahun 2023, sehingga verifikasi diharapkan selesai dalam waktu dekat.



Grafik 1. Status Verifikasi UMKM dan Jumlah UMKM di Tiap RW

Berikut penjelasannya grafik diatas:

1. Status Verifikasi UMKM:

- Percetakan Lisna Design: sudah berhasil diverifikasi (ditandai dengan warna hijau).
- Masakan Bu Rosita, Toko Ferri Gorden, dan 3N Pakan Ternak: Masih dalam proses verifikasi (ditandai dengan warna oranye)

2. Jumlah UMKM di RW 04 dan RW 19:

- Baik RW 04 maupun RW 19 masing-masing memiliki 2 UMKM yang telah didigitalisasi.

Grafik ini menggambarkan progres program digitalisasi UMKM di Desa Babakan, sekaligus menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih menunggu verifikasi oleh Google.

4. Hambatan yang Dihadapi

Dalam proses digitalisasi ini, beberapa hambatan yang diidentifikasi adalah:

- Keterbatasan Pengetahuan Teknologi: Sebagian pemilik UMKM, terutama yang berusia lanjut, mengalami kesulitan dalam memahami dan mengoperasikan platform digital.
- Keakuratan Lokasi: Lokasi yang sulit diakses oleh Google (misalnya di dalam gang atau toko yang masih dalam pembangunan) memperpanjang proses verifikasi.

5. Solusi dan Rekomendasi

Untuk mengatasi kendala yang ada, beberapa solusi yang telah diterapkan dan rekomendasi ke depan adalah:

- Pendampingan Intensif: Dibutuhkan bimbingan dan pendampingan secara terus-menerus agar pelaku usaha mampu mengoptimalkan penggunaan platform digital seperti Google Bisnisku.
- Peningkatan Infrastruktur: Penyesuaian terhadap infrastruktur fisik dan lokasi bisnis untuk memudahkan verifikasi dan aksesibilitas.
- Pemanfaatan Media Sosial: Selain Google Bisnisku, pemilik UMKM disarankan memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya sebagai alternatif untuk meningkatkan jangkauan pasar.

Dengan langkah-langkah ini, kami berharap dapat membantu UMKM di Kampung Kedokan untuk mengatasi keterbatasan yang ada dan memanfaatkan teknologi secara maksimal untuk mendorong peningkatan penjualan dan daya saing mereka di pasar.



Gambar 2. Proses Digitalisasi UMKM Bersama Pemilik Usaha

E. PENUTUP

Kuliah Kerja Nyata Digitalisasi UMKM di Desa Babakan bertujuan untuk membantu UMKM di Desa Babakan, khususnya Kampung Kedokan RW 04 dan RW 19, dalam proses digitalisasi usaha mereka. Kami menggunakan metode wawancara, pelatihan pengelolaan profil bisnis melalui Google Bisnisku, serta promosi media sosial seperti WhatsApp. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi meningkatkan visibilitas UMKM dan berpotensi meningkatkan penjualan, meskipun beberapa pelaku usaha masih menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi akibat keterbatasan usia dan pengetahuan.

Digitalisasi melalui Google Bisnisku dan promosi media sosial terbukti efektif dalam memperluas jangkauan konsumen dan meningkatkan daya saing UMKM. Namun, ada kebutuhan mendesak untuk dukungan lebih lanjut bagi pelaku usaha yang kesulitan dengan teknologi. Kami menyarankan agar lembaga terkait, seperti pemerintah desa dan dinas terkait, menyediakan pelatihan berkelanjutan dan bantuan teknis untuk membantu UMKM mengatasi kendala tersebut. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi pendekatan yang lebih adaptif dan personal untuk meningkatkan adopsi teknologi di kalangan UMKM, guna memastikan mereka dapat bersaing secara efektif di pasar digital.

F. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami hendak menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Kepala Desa Babakan beserta jajaran di Kampung Kedokan RW 04 dan RW 19 yang telah memberikan izin kepada kami untuk melaksanakan kegiatan pengabdian di wilayah ini. Kemudian, ucapan terima kasih juga kami hendak sampaikan kepada dosen pembimbing kami, Dr. Sajidin, M. Pd yang telah membimbing dan mendukung program kerja kami. Selain itu, kami berterima kasih kepada para pemilik UMKM yang telah menjadi objek dari penelitian kami, yaitu Percetakan Lisna Design, Masakan Bu Rosita, Toko Ferri Gorden, dan 3N Pakan Ternak, atas kerjasama dan partisipasinya dalam proyek ini.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N. (2022). Metode penelitian kualitatif studi pustaka. *Jurnal Edumaspul*, 6(1), 974-980.
- Gunawan, W. &. -1. (2021). Pemetaan sosial untuk perencanaan pembangunan masyarakat. *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial Desa dan Masyarakat*, 2(2), 94-105.
- Hasan, M. D. (2021). Transformasi digital umkm sektor kuliner di kelurahan jatinegara, jakarta timur. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 135-150.

- Kamil, I. A. (2022). Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E-Commerce. . *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 517-526.
- Kusuma, V. Z. (2022). Strategi Digital Marketing pada Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pendekatan Pemberdayaan Ekonomi Rakyat. *Jurnal Cafetaria*, 24-32.
- Rahman, A. H. (2021). *Pengantar Ilmu Ekonomi*.
- Setiawan, T. S. (2021). Edukasi Literasi Digital: Pendampingan Transformasi Digital Pelaku UMKM Sukabumi Pakidulan. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1599-1606.
- Suliswanto, M. S. (2021). Digitalization of micro, small & medium enterprises (MSMEs) in East Java, Indonesia. *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business*, 34-43.
- Yuliawati, J. d. (2023). Pendampingan Pelatihan Digitalisasi Google Bisnisku untuk Meningkatkan Sumber Daya Manusia pada UMKM Di Desa Pusaka Jaya Utara Kecamatan Cilebar. *Prosiding Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 3(1), 1232-1247.
- Yuniarti, T. F. (2022). Digitalisasi pemasaran dalam upaya peningkatan penjualan produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di wilayah Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdi Terhadap Masyarakat)*.