

Transformasi Digital Pada Usaha Mikro : Pelatihan Penerapan Digital Marketing Untuk Peningkatan Omzet Pada UMKM di Kecamatan Sario, Kota Manado

Irvandi Ombuh¹, Patricia Mawitjere², Syaloomitha Rattu³, Leony Oktaviana⁴, Meylan Mamonto⁵, Cindy Pombaile⁶

^{1,2,3,4,5,6}Program Studi Manajemen , Universitas Negeri Manado

Email: rattu-rsyaloomitha@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : Desember 2024

Disetujui : Desember 2024

Kata Kunci :

Transformasi Digital,
UMKM,
Google My Business

ABSTRAK

Transformasi digital merupakan kebutuhan mendesak bagi usaha mikro untuk bertahan dan berkembang di era digital. Namun, banyak pelaku usaha mikro di Kecamatan Sario, Kota Manado, menghadapi keterbatasan pengetahuan dan keterampilan terkait pemasaran digital. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha mikro dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya melalui penerapan pemasaran digital menggunakan Google My Business. Metode pelaksanaan mencakup sosialisasi pemasaran digital untuk memberikan pemahaman dasar, diikuti dengan pelatihan praktis pembuatan dan pengelolaan akun Google My Business. Kegiatan ini melibatkan peserta dari kalangan pelaku usaha mikro di Kecamatan Sario yang dilaksanakan di Kantor Kecamatan Sario pada tanggal 30 September 2024. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada tingkat pemahaman peserta, di mana lebih dari 90% peserta berhasil membuat dan mengelola akun Google My Business secara mandiri. dari kegiatan pelatihan ini mampu meningkatkan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Implikasi dari kegiatan ini menunjukkan bahwa transformasi digital melalui pelatihan intensif dapat menjadi solusi efektif bagi usaha mikro dalam menghadapi tantangan era digital.

ARTICLE INFO

Article History :

Received: December 2024

Accepted: December 2024

Keywords:

Digital Transformation, MSME,
Google My Business

ABSTRACT

Digital transformation is an urgent need for micro businesses to survive and thrive in the digital era. However, many micro business actors in Sario District, Manado City, face limited knowledge and skills related to digital marketing. This activity aims to improve the understanding and skills of micro business actors in utilizing digital technology, especially through the application of digital marketing using Google My Business. The implementation method includes digital marketing socialization to provide a basic understanding, followed by practical training on creating and managing Google My Business accounts. This activity involved participants from micro business actors in Sario District and was held at the Sario District Office on September

30, 2024. The results of the activity showed a significant increase in the level of understanding of participants, where more than 90% of participants managed to create and manage Google My Business accounts independently. The conclusion of this activity is that the training is able to improve participants' skills in utilizing digital technology to expand market reach and increase competitiveness. The implications of this activity show that digital transformation through intensive training can be an effective solution for micro businesses in facing the challenges of the digital era.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian di Indonesia, termasuk di Kota Manado (Andono and Girindratama, 2023). Rudjito menerangkan bahwa UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) adalah usaha yang membantu perekonomian Indonesia. Sebab, melalui UMKM akan membentuk lapangan kerja baru dan meningkatkan devisa negara melalui pajak badan usaha (Urmila Dewi et al., 2018). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia dimana pada pasca krisis perusahaan-perusahaan besar mengalami keruntuhan, namun UMKM mampu bertahan dan menjadi penolong serta penggerak perekonomian Indonesia (Chusniyah and Fauza, 2022). Sehingga Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu prioritas pengembangan di setiap negara (Zahra, S 2022).

Pemasaran digital adalah strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau konsumen secara luas melalui media online. Pada masa-masa saat ini Indonesia telah memasuki era digitalisasi yang sangat pesat. Era digitalisasi memberikan banyak kemudahan bagi semua lapisan, terutama di sektor perekonomian (Sunarsi et al., 2019). Menurut (Widyawati et al., 2022), pemasaran digital memungkinkan bisnis untuk menciptakan hubungan langsung dengan pelanggan dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan pemasaran tradisional. Selain itu, platform seperti Google My Business memainkan peran penting dalam meningkatkan visibilitas bisnis lokal secara online (Rahayu, Kanisya and ..., 2023). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa UMKM yang menggunakan pemasaran digital cenderung memiliki peningkatan omset yang signifikan dibandingkan dengan yang tidak menggunakan pemasaran digital (Atina et al., 2022).

Menurut data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Manado (2023), terdapat sekitar 1.500 UMKM yang beroperasi di Kecamatan Sario, namun hanya sekitar 15% dari mereka yang sudah memanfaatkan platform digital untuk pemasaran. Di era digital seperti saat ini, pemasaran digital menjadi salah satu solusi yang paling relevan untuk mendukung UMKM dalam memperluas pasar dan meningkatkan omzet. Sosialisasi dan pelatihan mengenai penggunaan Google My Business, sebagai platform yang paling efisien untuk UMKM lokal akan membantu pelaku UMKM dalam memperkenalkan produk mereka secara lebih luas dan meningkatkan daya saing di pasar dan sebagai upaya untuk meningkatkan omset (Putri, 2023).

Di era digital yang semakin maju, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Sario, Kota Manado, menghadapi tantangan signifikan dalam bersaing di pasar yang kian

kompetitif. Mayoritas UMKM di wilayah ini bergerak di sektor kuliner, fashion, dan kerajinan tangan bidang usaha yang sebenarnya memiliki potensi pasar yang sangat luas, baik lokal maupun global. Namun, keterbatasan dalam strategi pemasaran membuat mereka kesulitan menjangkau pelanggan baru dan mengembangkan usaha. Minimnya pemahaman tentang penggunaan media sosial, platform e-commerce, dan strategi pemasaran digital menjadi penghalang utama dalam ekspansi bisnis mereka. Berdasarkan survei awal yang dilakukan oleh Tim PKM didapati kondisi yang memprihatinkan, di mana lebih dari 60% UMKM belum memiliki akun Google My Business dan masih bergantung pada metode pemasaran konvensional. Selain itu, Sebanyak 80% pelaku UMKM mengakui kesulitan dalam memasarkan produk secara online, yang disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital.

Permasalahan semakin kompleks dengan terbatasnya akses terhadap pelatihan yang relevan dan panduan praktis tentang pemanfaatan teknologi digital. Akibatnya, banyak UMKM di Kecamatan Sario mengalami stagnasi dan kesulitan bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Mereka masih mengandalkan metode pemasaran tradisional seperti komunikasi dari mulut ke mulut atau media cetak sederhana, yang sangat membatasi jangkauan dan potensi pertumbuhan usaha mereka.

Tuntutan globalisasi dan perkembangan teknologi digital mendesak pelaku UMKM untuk segera beradaptasi, terutama dalam hal strategi pemasaran. Tanpa upaya konkret untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan pemasaran berbasis teknologi, UMKM di Kecamatan Sario berisiko termarginalkan dalam ekosistem bisnis modern. Dibutuhkan intervensi sistematis, baik dari pemerintah maupun lembaga terkait, untuk membantu para pelaku UMKM meningkatkan kompetensi digital dan mengoptimalkan potensi bisnis mereka.

Tujuan kegiatan pengabdian ini untuk meningkatkan literasi digital pelaku UMKM sebagai upaya mendorong transformasi digital. Platform seperti *Google My Business* akan meningkatkan keterampilan penggunaan aplikasi digital untuk perkembangan usaha dan menjadi alat yang sangat efektif untuk mempromosikan produk atau jasa secara online, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Tanpa pemahaman dan keterampilan dalam pemasaran digital, UMKM berisiko tertinggal dalam persaingan pasar. Oleh karena itu, pelatihan ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan wawasan, tetapi juga membekali pelaku UMKM dengan kemampuan praktis dalam menerapkan pemasaran digital.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada pelaku UMKM di kecamatan sario, kota manado, Sulawesi Utara pada tanggal 30 september 2024. mitra sasaran dari kegiatan ini adalah 11 pelaku UMKM yang ada di kecamatan sario. Metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode pendekatan partisipatif dengan pelaku usaha dan pemerintah Kecamatan Sario terlibat langsung dalam merencanakan kegiatan melalui wawancara untuk mengidentifikasi masalah, FGD (*Focus Group Discussion*), dan menentukan keputusan Tindakan sebagai solusi mengatasi masalah (Afiyanti, 2022). Secara umum kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahapan antara lain:

Tahapan persiapan dan perencanaan

Pada tahap ini tim pengabdian melakukan pemaparan maksud dan tujuan secara langsung ke lokasi mitra. Selain itu, tahap ini juga menyepakati indentifikasi masalah mitra yang sesuai dengan program pengabdian. Setelah mengidentifikasi masalah, tim pengabdian melakukan analisis yang sesuai dengan program untuk menentukan solusi bersama dengan mitra.

Tahap Implementasi Kegiatan

Tim pengabdian melaksanakan kegiatan sesuai dengan jadwal dan lokasi yang telah disepakati sebelumnya bersama mitra program. Pendekatan yang digunakan meliputi pemberian materi, pelatihan, dan pendampingan dalam penggunaan media untuk digital marketing, berupa google my business. Sebelum membuat akun untuk keperluan digital marketing, tim pengabdian bersama mitra terlebih dahulu mendesain logo yang akan digunakan oleh masing-masing mitra.

Evaluasi

Tahapan ini merupakan tahapan akhir dari kegiatan pengabdian, tim pengabdian melakukan monitoring secara langsung untuk mengevaluasi program. Tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah atau kendala yang dihadapi oleh mitra selama proses implementasi kegiatan.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Kecamatan sarion. Area ini adalah salah satu pilihan untuk pelaksanaan kegiatan pelatihan pengolahan sampah dengan melihat kondisi dimana para pelaku UMKM belum mengetahui dan menggunakan di gital marketing. Langkah awal adalah tim menghubungi pemerintah setempat, untuk menjelaskan maksud dan tujuan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) kepada pemerintah kecamatan sarion. Usulan kegiatan ini diterima dengan baik oleh camat dan langsung diteruskan kepada kepala keluarahan untuk disampaikan kepada Ketua RT/RW dan kemudian diteruskan kepada masyarakat. Komunikasi tim yang ke-2 adalah menanyakan jadwal kesediaan peserta serta lokasi yang bisa digunakan untuk pelaksanaan kegiatan. Hasil koordinasi dengan Sekretaris, pelaksanaan kegiatan akan dilakukan pada tanggal 30 September 2024 berlokasi kantor kecamatan dengan calon peserta adalah 30 pelaku UMKM serta ketua RT dan RW. Lokasi yang ditentukan merupakan kesepakatan dengan pemerintah setempat untuk mempermudah aktivitas kegiatan pelatihan.

Penyampaian materi mengenai pemasaran digital

Sebelum melaksanakan pelatihan, diadakan sosialisasi untuk memberikan pemahaman awal kepada Mitra tentang *Google My Business* (Gambar 1). Hal ini penting dilakukan agar Mitra memiliki pengetahuan dasar yang cukup sebelum mengikuti pelatihan lebih lanjut. Kegiatan pelatihan diawali dengan sambutan dari ibu evi selaku sektetaris kecamatan sarion sebagai pembukaan aktivitas sekaligus dengan penyampaian tujuan dari kegiatan pengabdian mitra yang dilakukan. Saat penyampaian materi, terlihat peserta menyimak dengan seksama dan antusias, sembari secara aktif mengungkapkan pemahaman mereka tentang pentingnya pemasaran berbasis digital di era teknologi saat ini. Aktivitas pemberian materi kemudian ditutup dengan sesi tanya jawab untuk memastikan

dengan benar bahwa peserta sudah mengerti dan memahami penting pemasaran digital. Berbagai pertanyaan dan diskusi yang berkembang menunjukkan ketertarikan mendalam para pelaku UMKM untuk mengintegrasikan strategi digital dalam mengembangkan usaha mereka, terutama melalui platform *Google My Business* yang memiliki potensi besar dalam memperluas jangkauan dan visibilitas bisnis.



Gambar 1. Penyampaian Materi sosialisasi

Pelatihan penggunaan platform *google my business*

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan dan pendampingan penggunaan platform *Google My Business* seperti yang terlihat pada gambar 2. tahap pelatihan dilaksanakan dengan metode interaktif dan *hands-on*, di mana mitra secara langsung dibimbing untuk mempraktikkan keterampilan digital marketing. Fokus utama pada tahap ini adalah memberikan pemahaman praktis tentang cara membuat, mengoptimalkan, dan mengelola akun *Google My Business*. Peserta diajak untuk memahami setiap fitur, mulai dari pembuatan profil bisnis, mengunggah foto, menambahkan informasi kontak, hingga mengelola ulasan dan tanggapan pelanggan. Metode ini dirancang oleh tim untuk memberikan pemahaman secara sistematis dan praktis kepada mitra tentang pentingnya strategi pemasaran digital dan cara mengoptimalkan platform online untuk meningkatkan visibilitas bisnis.



Gambar 2. Pelatihan Platform Google My Business

Tim pengabdian juga secara intensif mendampingi mitra dalam mengimplementasikan strategi digital marketing yang telah dipelajari. Pendampingan dilakukan dengan memberikan bimbingan individual, membantu mengatasi tantangan spesifik yang dihadapi setiap mitra, serta

memberikan konsultasi berkelanjutan untuk memastikan keberlanjutan dan pengembangan strategi digital marketing mereka.

Tahap terakhir yaitu evaluasi atas kegiatan pelatihan digital marketing dengan melihat kekurangan dan kendala selama proses kegiatan.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Kecamatan Sario, Kota Manado, menghasilkan capaian yang signifikan dalam pemberdayaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Melalui pelatihan intensif dan pendampingan yang komprehensif, terjadi peningkatan yang nyata pada aspek pengetahuan dan keterampilan para pelaku usaha. Peserta berhasil memperoleh pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran digital, khususnya penggunaan platform *Google My Business*, yang selama ini belum mereka manfaatkan secara optimal. Peningkatan kapasitas ini tidak sekadar bersifat teoritis, melainkan praktis dan langsung dapat diaplikasikan dalam konteks bisnis mereka. Para pelaku UMKM kini memiliki kemampuan untuk membuat profil bisnis yang menarik, mengelola informasi usaha secara akurat, dan memanfaatkan fitur-fitur digital untuk memperluas jangkauan pasar. Hal ini diharapkan dapat menjadi katalis bagi transformasi digital UMKM di Kecamatan Sario, mendorong daya saing, dan membuka peluang pertumbuhan ekonomi yang lebih luas.

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan evaluasi pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), dapat disimpulkan bahwa program pelatihan ini mendapatkan sambutan positif dari pemerintah setempat dan para pelaku UMKM. Hal ini terlihat dari antusiasme peserta selama mengikuti pelatihan, yang mana mereka berhasil memperoleh pengetahuan baru, khususnya dalam penggunaan *Google My Business*. Kegiatan ini juga memberikan kontribusi positif terhadap transformasi digital di kalangan UMKM, dengan mendorong mereka untuk memanfaatkan teknologi sebagai alat pemasaran strategis. Meski sebagian besar peserta telah memahami dan mampu mengimplementasikan materi yang diajarkan, beberapa pelaku UMKM masih memerlukan pendampingan lebih lanjut untuk optimalisasi fitur tambahan pada akun *Google My Business*. Namun demikian, untuk meningkatkan efektivitas evaluasi program ke depannya, disarankan untuk tidak hanya mengandalkan metode wawancara, tetapi juga menerapkan pre-test dan post-test saat sosialisasi. Dengan adanya pengukuran sebelum dan sesudah kegiatan, tingkat keberhasilan program akan lebih mudah diukur secara objektif dan terukur.

5. Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua peserta pelatihan, yaitu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Sario, yang telah dengan antusias dan dedikasi berpartisipasi dalam kegiatan pelatihan ini. Tim pengabdian masyarakat juga menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang mendalam kepada Pemerintah Kecamatan Sario, khususnya para pemangku kepentingan yang telah memberikan kesempatan dan dukungan penuh untuk melaksanakan pelatihan bisnis digital. Kerja sama yang baik dan bantuan yang diberikan mulai

dari tahap persiapan hingga pelaksanaan kegiatan sangat membantu kami dalam menyelesaikan program pengabdian ini dengan lancar dan sukses.

6. Daftar Pustaka

- Afiyanti, Y. (2022) '(FGD) Sebagai Metode Pengumpulan Data Penelitian', *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 12(1), pp. 58–62.
- Andono, F.A. and Girindratama, M.W. (2023) 'Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Melalui Platform Sosial Media Dan Marketplace Bagi Umkm Kerajinan Aksesoris', *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), pp. 178–186. Available at: <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i1.2359>.
- Atina, V.Z. et al. (2022) 'Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Pada Umkm Sebagai Upaya Peningkatan Omset', *Abdi Masya*, 1(4), pp. 164–171. Available at: <https://doi.org/10.52561/abma.v1i4.161>.
- Chusniyah, I. and Fauza, N. (2022) 'Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran di Masa Pandemi Bagi Masyarakat', *Khidmatuna : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), pp. 138–149. Available at: <https://doi.org/10.54471/khidmatuna.v2i2.1582>.
- Putri, D.F. (2023) 'Pelatihan Digital Marketing dengan Mengenalkan Google My Business Kepada Pelaku Usaha UMKM di Kecamatan Jatirejo Kabupaten Mojokerto', *Jurnal Inovasi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), pp. 375–382. Available at: <https://doi.org/10.54082/jippm.88>.
- Rahayu, S., Kanisya, N.P. and ... (2023) 'Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Google My Business Pada Umkm Gondanglegi Kabupaten Malang', *Jurnal Abdimas ...*, 1(1), pp. 1–6. Available at: <https://jurnal.stiekn.ac.id/index.php/jasj/article/view/254>.
- Sunarsi, D. et al. (2019) 'Penyuluhan Wirausaha Home Industry Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga Dengan Daur Ulang Barang Bekas', *BAKTIMAS : Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 1(4), pp. 188–193. Available at: <https://doi.org/10.32672/btm.v1i4.1720>.
- Urmila Dewi, M.H. et al. (2018) 'Penerapan Digital Marketing dalam Mendukung Kegiatan Pemasaran Pelaku UKM di Kabupaten Klungkung', *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), p. 19. Available at: <https://doi.org/10.30999/jpkm.v8i2.234>.
- Widyawati, N. et al. (2022) 'Pembinaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Melalui Pelatihan Digitalisasi Marketing Sebagai Peningkatan Omset UMKM', *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), pp. 701–705. Available at: <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/432>.