

The effectiveness of the Google My Business (GMB) platform in expanding marketing reach for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the Mataram Tangan Di Atas (TDA) Business Community

Efektivitas platform Google My Business (GMB) dalam perluasan jangkauan pemasaran bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada Komunitas Bisnis Tangan Di Atas (TDA) Mataram

Muhammad Nur Zaini ^{*}1, Dwi Putra Buana Sakti ¹, Muh Mujahid Dakwah ¹

¹Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Mataram, Indonesia

Article Info

Submitted:

02/08/2023

Accepted:

06/08/2023

Approved:

06/09/2023

Published:

06/09/2023.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas platform Google My Business (GMB) dalam perluasan jangkauan pemasaran bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Komunitas Bisnis Tangan Di atas (TDA Mataram). Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam sebagai metode pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM dalam Komunitas Bisnis TDA Mataram menghadapi hambatan seperti minimnya literasi digital dan pemahaman teknologi. Namun, solusi yang ditemukan meliputi pelatihan dan edukasi lebih lanjut tentang GMB, kolaborasi dalam komunitas bisnis, dan peningkatan literasi digital. Selain itu, strategi untuk memaksimalkan fitur-fitur GMB meliputi optimalisasi profil bisnis, penggunaan konten yang menarik, interaksi aktif dengan pelanggan, dan evaluasi performa GMB secara berkala. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya pendidikan, pelatihan, dan dukungan dalam mengatasi hambatan dan memaksimalkan potensi platform GMB untuk pertumbuhan bisnis. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa GMB Efektif memperluas jangkauan pemasaran UMKM TDA Mataram yang dapat dilihat dari adanya pertumbuhan jumlah pelanggan baru, penjualan, dan jangkauan pasar keluar daerah. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan panduan praktis bagi UMKM dan komunitas bisnis serupa dalam memanfaatkan platform digital untuk mencapai tujuan pemasaran yang lebih luas.

Kata Kunci: Google My Business (GMB), UMKM, Perluasan Jangkauan Pemasaran, Pertumbuhan Bisnis, Visibilitas Online.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effectiveness of the Google My Business (GMB) platform in expanding marketing reach for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the Hands Above Business Community (TDA Mataram). This research methodology uses a qualitative approach with in-depth interviews as a data collection method. The results of the study show that MSMEs in the TDA Mataram Business Community face obstacles such as a lack of digital literacy and understanding of technology. However, the solutions found include training and further education about GMB, collaboration within the business community, and increasing digital literacy. In addition, strategies to maximize GMB features include optimizing business profiles, using interesting content, active interaction with customers, and evaluating GMB performance on a regular basis. The implication of this research is the importance of education, training and support in overcoming obstacles and maximizing the potential of the GMB platform for business growth. This research also shows that GMB is effective in expanding the marketing reach of Mataram TDA UMKM which can be seen from the growth in the number of new customers, sales, and market reach outside the region. It is hoped that this research can provide practical guidance for MSMEs and similar business communities in utilizing digital platforms to achieve broader marketing goals.

Keywords: Google My Business (GMB), MSMEs, Expanding Marketing Reach, Business Growth, Online Visibility.

* Correspondence Address

E-mail: zhenheiosen@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan internet memberikan dampak signifikan pada perkembangan dunia bisnis, khususnya bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Hardilawati, 2020). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia (Awali, 2020). Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), sekitar 60,3 juta UMKM tersebar di seluruh wilayah Indonesia pada tahun 2020. Sebagai konsekuensi dari perkembangan teknologi dan internet, pemasaran digital menjadi semakin populer sebagai metode pemasaran yang efektif dan efisien untuk mempromosikan produk atau jasa (BPS Jatim, 2022).

Salah satu *platform* pemasaran digital yang semakin populer adalah *Google My Business* (GMB). GMB adalah *platform* yang dikelola oleh Google dan memungkinkan pengguna untuk menampilkan informasi bisnis mereka secara gratis di Google Search dan Google Maps (Sudin, 2019). Fitur-fitur yang tersedia di GMB meliputi informasi alamat, jam buka, nomor telepon, foto, ulasan dari pelanggan, dan lain sebagainya (Salam & Kho, 2023). GMB juga dapat digunakan untuk mengelola online presence dan reputasi bisnis, sehingga memudahkan para pelaku UMKM untuk meningkatkan keterlihatan bisnis mereka di mata calon konsumen (Hasan et al., 2023).

Di Indonesia, UMKM menjadi salah satu sektor yang dianggap penting dalam pertumbuhan ekonomi negara. Namun, keberhasilan UMKM dalam memasarkan produknya masih terbatas terkendala oleh keterbatasan anggaran untuk promosi (Sri & Ahmad, 2017). Oleh karena itu, *platform* digital seperti GMB menjadi solusi yang efektif dan efisien bagi UMKM dalam memasarkan produk mereka dan meningkatkan keterlihatan bisnis mereka. Jumlah UMKM formal yang terdaftar pada data binaan Dinas Koperasi dan UKM Lombok Barat adalah 620 UMKM per tahun 2022, Sedangkan di Kota Mataram berjumlah 2.795 UMKM per tahun 2021 mengacu data dari DISKOP UKM Kota Mataram. Dari gabungan data tersebut, sebanyak 133 UMKM Formal merupakan anggota aktif komunitas TDA MATARAM (Mukhtar & Jannah, 2018).

UMKM Komunitas TDA Mataram adalah salah satu komunitas wirausaha yang berada di Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Komunitas ini terdiri dari sejumlah UMKM yang bermacam-macam jenis usaha, seperti makanan, minuman, kerajinan, dan lain sebagainya yang anggotanya Sebagian besar berdomisili di Kota Mataram dan Lombok Barat. Meskipun Sebagian besar UMKM telah memanfaatkan beberapa *platform* digital seperti sosial media dan marketplace, namun penggunaan GMB masih terbilang minim di kalangan UMKM secara UMUM, berbeda dengan UMKM yang tergabung dalam Komunitas TDA Mataram yang terbilang sudah lebih dulu curi start memanfaatkan PGMB dan bahkan mempelopori trend penggunaan *platform* ini dikalangan UMKM yang berada di Lombok Barat dan Kota Mataram (Felszeghy et al., 2019).

Berdasarkan pengamatan awal peneliti yang juga selaku member aktif komunitas TDA Mataram dan sering mengikuti pelatihan dinas, UMKM yang menggunakan PGMB lebih bertumbuh dibandingkan dengan UMKM yang sekaligus menggunakan banyak *platform* marketplace seperti Shopee, Toko Pedia dan NTB Mall (Aini & Zahara, 2022). Pertumbuhan tersebut bisa di lihat dari meluasnya jangkauan pemasaran, kenaikan omset, dan bertambahnya data pelanggan. Fenomena ini yang membuat peneliti tertarik untuk mengupas lebih dalam mengenai pengaruh *Platform* Google My Business terhadap perluasan jangkauan pemasaran UMKM Komunitas TDA Mataram.

Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengamati pengaruh penggunaan GMB terhadap perluasan jangkauan pemasaran UMKM Komunitas TDA Mataram menjadi sangat menarik. Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana peneliti akan menggunakan pendekatan studi kasus untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pengalaman UMKM Komunitas TDA Mataram dalam menggunakan GMB untuk mempromosikan bisnis mereka dan bagaimana penggunaan GMB mempengaruhi perluasan jangkauan pemasaran.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif studi kasus. Adapun perluasan jangkauan pemasaran dapat dioperasionalisasikan sebagai upaya UMKM Komunitas TDA Mataram dalam meningkatkan aksesibilitas dan penyebaran informasi tentang produk atau layanan mereka kepada pelanggan potensial di wilayah yang lebih luas melalui penggunaan PGMB. Pengukuran perluasan jangkauan pemasaran dapat dilakukan dengan mengumpulkan data sebelum dan setelah penggunaan PGMB. Metode pengukuran yang digunakan termasuk survei kepada pelanggan atau responden potensial untuk melihat perubahan dalam kesadaran dan pengetahuan tentang UMKM Komunitas TDA Mataram, analisis data kunjungan atau tampilan halaman bisnis UMKM, atau analisis pertumbuhan penjualan atau permintaan dari wilayah yang lebih luas.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara Observasi, wawancara, dokumentasi, dan kepustakaan sehingga peneliti dapat dengan mudah untuk mengolah data yang sudah dikumpulkan baik data sekunder maupun data primer. Subjek penelitian inilah yang akan menjadi informan yang akan memberikan berbagai informasi yang diperlukan selama proses penelitian. Informan penelitian ini meliputi informan inti, informan utama, dan informan tambahan (Sugiyono, 2018). yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah:

1. Informan inti yaitu 1 orang anggota TDA Mataram yang menjadi Mentor resmi Google untuk program Google Gapura Digital regional NTB.
2. Informan utama yaitu 3 orang pelaku usaha yang merupakan anggota Komunitas TDA Mataram sekaligus aktif menggunakan Google My Business.
3. Informan tambahan yaitu 1 orang pengamat UMKM NTB yang memahami dunia UMKM di NTB dan perkembangan isu-isu seputar UMKM di NTB.

Lokasi penelitian ini akan bertempat di lokasi usaha anggota komunitas TDA Mataram yang berdomisili Kota Mataram dan Lombok Barat. Penelitian ini akan dilakukan pada tenggang waktu mulai dari bulan Mei 2023 sampai Agustus 2023. Peralatan yang mendukung penelitian ini antara lain recorder

(Perekam) untuk Wawancara, *Smartphone* untuk dokumentasi dan Komputer untuk menyimpan data. Sesuai dengan jenis penelitian yaitu studi kasus maka setelah pengumpulan data, proses selanjutnya adalah menyederhanakan data dalam bentuk yang mudah dibaca, dipahami dan dinterpretasikan yang pada hakekatnya merupakan upaya untuk mencari jawaban atas permasalahan yang telah dirumuskan. Analisis data yang dilakukan terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi bersama-sama yaitu: reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan. Ketiga unsur ini juga disebut komponen analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektivitas PGMB dalam Perluasan Jangkauan Pemasaran UMKM TDA Mataram

1 Peran GMB

Peran GMB merupakan elemen krusial dan menjadi kunci dalam memperkuat visibilitas online UMKM. Dalam wawancara, GMB tampak sebagai alat utama yang membantu UMKM mengembangkan jejak digital. GMB memungkinkan UMKM untuk menampilkan info bisnis secara akurat di hasil pencarian Google dan peta Google Maps. Menurut Ni Luh Putu Asthiti selaku mentor Google mengatakan:

Optimalisasi GMB memiliki peran penting dalam membantu UMKM meningkatkan visibilitas online mereka. Dengan memanfaatkan platform GMB, UMKM dapat menampilkan informasi bisnis mereka secara lengkap dan akurat di hasil pencarian Google serta Google Maps. (Wawancara 20 Juli 2023)

Dalam pandangan pemilik bisnis, dr. Masadid Faizin selaku pengguna GMB juga mengatakan:

"Ya, tanpa diragukan lagi, GMB berperan sebagai penentu penting dalam mencapai pasar yang lebih luas. Dengan adanya Lombok Info sebagai platform berita lokal yang sedang berkembang, GMB membuka peluang bagi bisnis kami untuk menjangkau konsumen di luar wilayah lokal..." (Wawancara 21 Juli 2023)

Selaku pengamat UMKM, Ir. Anas Amrullah Memebrikan pandangan yang lebih luas, Beliau berpendapat:

"Sebagai pengamat UMKM, Saya melihat bahwa UMKM, baik yang tergabung di TDA ataupun tidak, dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi digital. Salah satu platform digital yang penting adalah Google My Business (GMB). Tujuannya adalah memudahkan konsumen mencari lokasi bisnis dan memberikan informasi berupa foto, komentar, atau review dari pelanggan." (Wawancara 20 Juli 2023)

Berdasarkan hasil wawancara dengan kombinasi informan tersebut, termasuk Ni Luh Putu Asthiti, dr. Masadid Faizin, dan Ir. Anas Amrullah, beberapa poin penting terungkap mengenai peran Google My Business (GMB) dalam konteks UMKM:

a. Meningkatkan Jumlah Pelanggan

Wawancara dengan pemilik bisnis, dr. Masadid Faizin, mengungkapkan bahwa GMB memiliki peran signifikan dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Dengan memanfaatkan GMB, UMKM memiliki kesempatan untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Ini berarti bahwa GMB berperan dalam memperluas jangkauan bisnis, menghubungkan UMKM dengan lebih banyak pelanggan potensial, dan pada akhirnya, berkontribusi pada peningkatan pendapatan.

b. Memudahkan Konsumen Mencari Bisnis UMKM

Pandangan dari Ir. Anas Amrullah sebagai pengamat UMKM menekankan pentingnya GMB dalam memudahkan konsumen mencari bisnis UMKM. Dengan menyediakan informasi yang lengkap dan akurat di GMB, UMKM membantu konsumen menemukan lokasi bisnis dengan lebih mudah. Ini berarti GMB berperan sebagai alat navigasi yang membantu mengarahkan calon pelanggan ke tempat yang mereka cari.

c. Memperluas Pasar

Pernyataan dari dr. Masadid Faizin juga mencerminkan bahwa GMB berperan sebagai alat penting dalam memperluas pasar bisnis. Dengan menggunakan platform GMB, UMKM memiliki kesempatan untuk menjangkau konsumen di luar wilayah lokal.

Ini menggarisbawahi bahwa GMB memiliki peran strategis dalam membantu UMKM merambah pasar yang lebih luas, termasuk di luar batas geografis yang biasanya mereka layani.

d. Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan

Penjelasan dari Ni Luh Putu Asthiti menunjukkan bahwa GMB juga memiliki peran dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap bisnis UMKM. Dengan menyediakan informasi yang akurat, ulasan dari pelanggan, dan foto produk yang menggambarkan kualitas, GMB membantu membentuk citra positif dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap bisnis tersebut.

e. Visibilitas Online

Dari semua pandangan yang disampaikan, baik oleh dr. Masadid Faizin, Ni Luh Putu Asthiti, maupun Ir. Anas Amrullah, dapat disimpulkan bahwa GMB berperan dalam meningkatkan visibilitas online UMKM. Melalui informasi yang disajikan di GMB, bisnis UMKM menjadi lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan yang mencari produk atau layanan mereka di mesin pencari Google dan peta Google Maps.

Dengan menggabungkan sudut pandang dari berbagai pihak, triangulasi data ini menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran GMB dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM dalam digitalisasi.

2 Manfaat GMB

Manfaat dari Google My Business (GMB) merujuk pada hasil positif yang diperoleh oleh bisnis, terutama UMKM, melalui pemanfaatan platform ini. Keuntungan GMB meliputi peningkatan eksposur online, kemudahan dalam mencari informasi bagi pelanggan, meningkatkan interaksi dengan konsumen, memperluas cakupan pasar, membangun kepercayaan, serta memberikan peluang untuk menampilkan produk dan layanan bisnis dengan efisien. Dengan memberikan data yang akurat dan mutakhir di hasil pencarian Google dan Google Maps, GMB membantu bisnis mengoptimalkan potensi teknologi digital guna meraih pertumbuhan yang optimal dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan.

Mengacu pada pengalamannya sebagai mentor GMB untuk UMKM di NTB Putu Asthiti mengatakan:

"Pertama, bisnis mereka akan muncul pada bagian khusus "My Business" di hasil pencarian Google, memberikan kesan profesional dan terpercaya kepada calon pelanggan. Kedua, informasi bisnis yang lengkap seperti alamat, nomor telepon, jam operasional, dan ulasan pelanggan akan membantu calon pelanggan untuk lebih percaya dan mudah menghubungi bisnis tersebut" (Wawancara 20 Juli 2023)

Pada keterangan lebih lanjut, Putu Asthiti mengatakan:

Dengan mengoptimalkan GMB, diharapkan UMKM dapat menjangkau lebih banyak calon pelanggan, meningkatkan jumlah transaksi, dan memperkuat citra positif di dunia maya (Wawancara 20 Juli 2023)

Di kesempatan wawancara lain dengan pelaku UMKM Anggota TDA Mataram yakni Mustamar Natsir yang juga penggiat digital marketing dan pengusaha web developer yang menggunakan GMB berpendapat:

Dengan menggunakan Google My Business, pelanggan dapat dengan mudah menemukan jasa yang saya tawarkan melalui pencarian di Google. (Wawancara 22 Juli 2023)

Melanjutkan dari penjelasan sebelumnya, Mustamar juga mengatakan:

Google My Business membantu meningkatkan visibilitas bisnis saya dengan fitur Google Maps yang menunjukkan arah menuju bisnis saya. GMB sangat penting dan berpengaruh dalam meningkatkan eksposur bisnis di internet. Platform ini membantu mencapai pasar yang lebih luas dan menjangkau konsumen di luar wilayah lokal. (Wawancara 22 Juli 2023)

Di Sesi wawancara lain dengan pengusaha Ayam Gepuk Al-fatih yakni Muhammad Ihsan Asgar berpendapat:

Iya, setelah pakai GMB, banyak pelanggan datang karena temu bisnis saya di sana... ada peningkatan kunjungan dari calon pelanggan yang lihat bisnis saya di GMB. Lewat GMB, orang lebih gampang temu bisnis saya. Ada foto dan ulasan pelangan

di GMB yang menarik minat calon pelanggan lainnya. (Wawancara 25 Juli 2023)

Dalam konteks yang sama, Asgar melanjutkan:

Iya, GMB bantu bisnis saya lebih dikenal di daerah sekitar Mataram. Orang dari luar daerah juga temu bisnis saya lewat GMB dan datang ke warung saya. (Wawancara 25 Juli 2023)

Di sesi wawancara lain dengan pengusaha media Lombok Info yakni dr. Masadid Faidzin menerangkan perspektif yang berbeda, beliau berpendapat:

Sejak kami menggunakan Google My Business, kami mengalami peningkatan jumlah pelanggan yang berasal dari platform ini. Sebagai contoh, beberapa UMKM di komunitas TDA Mataram yang kami bantu dalam mengoptimalkan GMB-nya, melihat lonjakan pesanan dari pelanggan baru... (Wawancara 21 Juli 2023)

Melanjutkan pernyataan tersebut dr. Masadid mengatakan:

Google My Business membantu kami meningkatkan visibilitas bisnis kami secara signifikan, terutama melalui fitur Google Maps yang memudahkan calon pelanggan menemukan dan mengunjungi lokasi bisnis kami.. (Wawancara 21 Jjuli

2023)

Di kesempatan lain saat wawancara Bersama bapak Ir. L. Anas Amrullah beliau juga mengutarakan pandangan tentang manfaat GMB untuk UMKM, beliau mengatakan:

"Salah satu faktor utama dalam meningkatkan visibilitas bisnis adalah memanfaatkan SEO untuk mencapai posisi teratas dalam pencarian. Selain itu, memanfaatkan sosial media seperti Instagram dan Facebook serta menambahkan link informasi pada konten dapat meningkatkan eksposur bisnis." (Wawancara 20 Juli 2023)

Dalam konteks yang sama beliau juga mengatakan:

GMB menjadi salah satu faktor penentu dalam mencapai pasar yang lebih luas. Saat konsumen mencari informasi suatu produk

atau layanan, Google My Business membantu UKM untuk mudah ditemukan dan diakses, sehingga berpotensi untuk menarik lebih banyak calon pelanggan. (Wawancara 20 Juli 2023)

Wawancara dengan berbagai narasumber termasuk Ni Luh Putu Asthiti, Mustamar Natsir, Muhammad Ihsan Asgar, dr. Masadid Faidzin, dan Ir. L. Anas Amrullah, mengungkapkan serangkaian pandangan yang merinci manfaat Google My Business (GMB) bagi UMKM. Pertama-tama, manfaat GMB bagi UMKM sangat mencolok. Dengan pemanfaatan GMB, bisnis, terutama UMKM, mendapatkan keuntungan dalam berbagai aspek. Manfaat tersebut mencakup memperkuat citra positif bisnis, meningkatkan jumlah transaksi, serta meningkatkan jumlah pelanggan dan visibilitas bisnis secara keseluruhan. Pengalaman Ni Luh Putu Asthiti sebagai mentor GMB menyoroti bahwa GMB membuka pintu bagi bisnis untuk terlihat lebih profesional dan terpercaya di hasil pencarian Google. Ini terjadi karena GMB memberi bisnis kesempatan untuk menampilkan informasi bisnis secara akurat seperti alamat, nomor telepon, dan ulasan pelanggan.

Selain itu Arifin et al., (2023), menegaskan bahwa GMB berperan dalam memudahkan pelanggan menemukan layanannya melalui pencarian di Google. Ia juga menekankan bahwa GMB membantu meningkatkan visibilitas bisnis melalui fitur Google Maps yang memandu pelanggan menuju tempat bisnis. Muhammad Ihsan Asgar, pemilik Ayam Gepuk Al-fatih, menegaskan bahwa GMB memberikan dampak positif yang signifikan bagi bisnisnya. Ia mengamati bahwa GMB membantu menarik pelanggan baru dan mempermudah pelanggan dalam menemukan bisnisnya. Hal ini terjadi melalui peningkatan kunjungan pelanggan yang disebabkan oleh kehadiran bisnisnya di GMB.

Santoso, (2021) bahwa GMB membantu meningkatkan jumlah pelanggan yang datang melalui platform ini. Menurutnya, GMB juga memperkuat visibilitas bisnis, terutama melalui fitur Google Maps, yang membuat pelanggan dapat menemukan dan mengunjungi lokasi bisnis lebih mudah. Rambe et al., (2022) menambahkan dimensi

lain terkait manfaat GMB. Ia menyoroti pentingnya SEO dan media sosial dalam meningkatkan eksposur bisnis. Lebih lanjut, beliau mengakui bahwa GMB memiliki peran signifikan dalam memungkinkan UMKM untuk ditemukan oleh calon pelanggan dan menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Melalui wawancara dengan berbagai pandangan ini, tampak jelas bahwa GMB memiliki peran yang kuat dalam meningkatkan citra positif bisnis, jumlah transaksi, pelanggan, serta visibilitas dan ekspansi bisnis. Dengan menggabungkan perspektif dari berbagai narasumber, triangulasi data kualitatif ini memperdalam pemahaman tentang manfaat penting yang GMB bawa untuk pertumbuhan dan keberhasilan UMKM dalam lingkungan digital.

Konsep pemasaran digital yang ditawarkan oleh teori pemasaran digital memiliki relevansi yang kuat dalam penelitian mengenai manfaat Google My Business (GMB) bagi UMKM TDA Mataram dalam memperluas jangkauan pemasaran. Menurut Kotler et al., (2003), pemasaran digital memiliki potensi untuk membangun kesadaran merek, meningkatkan keterlibatan konsumen, dan meningkatkan penjualan. Dalam konteks penggunaan GMB, pendapat Ni Luh Putu Asthiti yang mengungkapkan bahwa GMB membuat bisnis muncul di hasil pencarian Google mencerminkan konsep pemasaran digital. Bisnis yang hadir di hasil pencarian dengan informasi yang lengkap, ulasan pelanggan, dan alamat yang terverifikasi akan memberikan kesan profesional dan terpercaya kepada calon pelanggan. Ini sesuai dengan tujuan pemasaran digital untuk membangun citra merek yang positif dan meningkatkan interaksi dengan calon pelanggan.

Teori inovasi teknologi yang menekankan pentingnya pengembangan teknologi dalam meningkatkan daya saing bisnis juga relevan dalam penelitian ini. Menurut Firmadani, (2020), inovasi teknologi terjadi saat ide baru diadopsi oleh pasar. Dalam konteks UMKM TDA Mataram, pemanfaatan GMB sebagai platform teknologi baru untuk memperluas pemasaran merupakan contoh konkret dari inovasi teknologi. Seperti yang disampaikan oleh Mustamar Natsir, GMB membantu

meningkatkan visibilitas bisnis dengan fitur Google Maps yang memandu pelanggan menuju lokasi bisnis. Penggunaan teknologi baru ini membantu UMKM mengoptimalkan potensi teknologi digital guna meraih pertumbuhan yang optimal.

Teori sistem informasi manajemen (SIM) yang menekankan pentingnya teknologi informasi dalam pengambilan keputusan bisnis turut memiliki relevansi dalam penelitian ini (Pramono et al., 2019). SIM membantu mengelola informasi dalam organisasi dan mengubahnya menjadi wawasan yang berguna bagi manajemen dalam pengambilan keputusan. Dalam penggunaan GMB oleh UMKM TDA Mataram, GMB berperan sebagai alat yang memadukan informasi bisnis yang akurat, ulasan pelanggan, dan foto produk. Informasi ini memberikan wawasan lebih baik kepada calon pelanggan dan mendukung pengambilan keputusan mereka. Konsep ini sejalan dengan teori SIM yang mengedepankan penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pengambilan keputusan.

Integrasi ketiga teori ini dalam penelitian menunjukkan bahwa GMB tidak hanya sekadar alat promosi, tetapi juga alat yang membantu UMKM dalam mengembangkan citra merek yang positif, meningkatkan keterlibatan konsumen melalui ulasan dan interaksi, serta mempermudah pengambilan keputusan konsumen melalui penyajian informasi yang akurat. GMB juga mewakili inovasi teknologi yang membantu UMKM memanfaatkan teknologi digital untuk mengoptimalkan pemasaran mereka. Integrasi GMB dalam manajemen bisnis juga mencerminkan konsep SIM yang mengedepankan penggunaan informasi untuk pengambilan keputusan yang lebih baik.

Berdasarkan pandangan dari berbagai narasumber, manfaat Google My Business (GMB) bagi UMKM Komunitas TDA Mataram sangatlah signifikan. Melalui GMB, bisnis UMKM dapat memanfaatkan fitur-fitur yang membantu meningkatkan visibilitas online, memudahkan pencarian informasi bagi pelanggan, memperluas jangkauan pasar, dan membangun kepercayaan pelanggan. Dengan menyajikan data yang akurat dan mutakhir, GMB membantu UMKM untuk

memaksimalkan potensi teknologi digital dalam mencapai pertumbuhan yang optimal dan menjalin hubungan yang lebih baik dengan pelanggan.

Pandangan yang beragam dari narasumber tersebut menguatkan kesimpulan bahwa penggunaan GMB menjadi faktor kunci dalam meraih keberhasilan dan pertumbuhan UMKM di lingkungan digital (Akbar et al., 2021). GMB membantu memperkuat citra positif bisnis, meningkatkan jumlah transaksi, jumlah pelanggan, serta visibilitas dan ekspansi bisnis. Dengan mempertimbangkan berbagai sudut pandang, dapat dipahami bahwa manfaat GMB memberikan dampak penting dalam mendukung keberhasilan UMKM dalam era digital saat ini.

Faktor Penghambat dan Faktor Pendukung

1 Faktor Penghambat

Faktor penghambat penggunaan Google My Business (GMB) merujuk pada kendala atau halangan yang dapat menghambat UMKM atau bisnis dalam memanfaatkan sepenuhnya platform GMB. Faktor-faktor ini mencakup kendala teknis seperti keterbatasan akses internet atau keterampilan teknologi, kurangnya pemahaman tentang manfaat GMB, keterbatasan sumber daya untuk mengelola profil GMB secara konsisten, serta persaingan yang intens dalam lingkungan bisnis online. Faktor penghambat ini dapat memperlambat atau menghalangi usaha UMKM dalam memanfaatkan potensi penuh GMB untuk meningkatkan visibilitas online dan pertumbuhan bisnis.

Menurut Putu Asthiti selaku fasilitator Google, beliau mengutarakan:

Banyak UMKM yang belum sepenuhnya memahami cara mengelola dan memanfaatkan GMB secara efektif untuk meningkatkan visibilitas bisnis mereka di dunia digital. (Wawancara 20 Juli 2023)

Pandangan lain datang dari Mustamar mengenai faktor penghambat UMKM menggunakan GMB, beliau mengatakan:

Tantangan utama adalah beberapa orang tidak melek teknologi. Beberapa mungkin tidak memiliki perangkat dan fasilitas internet, atau bahkan tidak tahu tentang internet sama sekali. (wawancara 22 Juli 2023)

Muhammad Ihsan Asgar memberikan pandangan senada, beliau mengutarakannya:

"Tantangannya awalnya nggak begitu paham teknologi digital. Jadi, susah ngelola profil bisnis di GMB... ada dukungan dari mereka." (Wawancara 25 Juli 2023)

Di sesi wawancara dengan dr. Masadid, beliau juga memberikan pendapat:

Salah satu tantangan utama adalah tingkat pemahaman teknologi yang berbedabeda di kalangan anggota komunitas kami. Beberapa anggota mungkin belum begitu akrab dengan penggunaan platform digital seperti GMB. (Wawancara 21 Juli 2023)

Berbeda dengan pendapat narasumber sebelumnya, Ir. L. Anas Amrullah memberikan pendapat yang fundamental selaku pengamat UMKM, beliau mengutarakannya:

Tantangan pertama adalah kurangnya literasi digital di kalangan UMKM. Banyak yang tidak akrab dengan platform digital dan perlu pemahaman tentang teknologi. Selain itu, kadang-kadang UMKM lupa memanfaatkan strategi promosi atau mengoptimalkan penggunaan GMB. (Wawancara 20 Juli 2023)

Berdasarkan serangkaian jawaban wawancara tersebut, terungkap bahwa terdapat sejumlah faktor penghambat dalam penggunaan Google My Business (GMB) oleh UMKM:

Salah satu faktor yang mencuat adalah bahwa banyak UMKM belum sepenuhnya memahami cara efektif mengelola dan memanfaatkan GMB untuk meningkatkan visibilitas bisnis mereka dalam lingkungan digital. Hal ini ditegaskan oleh Putu Asthiti, yang menyoroti kurangnya pemahaman tentang potensi GMB di kalangan UMKM. Selain itu, Mustamar menekankan bahwa tantangan utama adalah keterbatasan pemahaman tentang teknologi digital. Beberapa individu mungkin tidak memiliki akses ke perangkat dan internet, bahkan ada yang sama sekali tidak familiar dengan internet.

Muhammad Ihsan Asgar menyampaikan pandangan serupa, merinci bahwa tantangan awal terletak pada kurangnya pemahaman teknologi digital. Pengelolaan profil bisnis di GMB menjadi sulit

ketika literasi digital masih rendah. Namun, ada dukungan dari individu lain yang membantu. Pandangan dr. Masadid menggarisbawahi bahwa variasi tingkat pemahaman teknologi di kalangan anggota komunitas adalah salah satu kendala utama. Beberapa anggota mungkin belum terbiasa dengan platform digital seperti GMB.

Namun, Ir. L. Anas Amrullah melihat tantangan yang lebih fundamental. Literasi digital yang rendah di kalangan UMKM menjadi hambatan. Banyak dari mereka tidak akrab dengan platform digital dan perlu mendapatkan pemahaman tentang teknologi. Selain itu, seringkali UMKM lupa untuk memanfaatkan strategi promosi atau mengoptimalkan penggunaan GMB. Melalui penggabungan berbagai pandangan ini, gambaran yang jelas muncul tentang hambatan yang dihadapi UMKM dalam memanfaatkan GMB. Kendala ini termasuk rendahnya pemahaman tentang GMB, keterbatasan pemahaman teknologi digital, literasi digital yang rendah, serta kurangnya pemahaman tentang penggunaan strategi promosi dan pemanfaatan GMB secara optimal.

2 Faktor pendukung

Faktor pendukung Google My Business (GMB) merujuk pada elemen atau aspek yang mendorong dan memfasilitasi UMKM atau bisnis dalam mengoptimalkan penggunaan platform GMB. Faktor-faktor ini mencakup dukungan teknologi yang memadai, pemahaman yang baik tentang manfaat GMB, ketersediaan sumber daya untuk mengelola profil GMB dengan konsisten, aksesibilitas internet yang memadai, serta dukungan dan bimbingan dari pihak eksternal seperti ahli atau mentor. Faktor-faktor pendukung ini memainkan peran penting dalam memungkinkan UMKM memanfaatkan potensi GMB secara maksimal untuk meningkatkan visibilitas online dan pertumbuhan bisnis.

Adapun pendapat pertama datang dari Putu Asthiti selaku fasilitator Google, beliau mengatakan;

Program yang difasilitasi oleh Google memberikan pelatihan dan panduan kepada UMKM tentang cara menggunakan GMB secara efektif. Selain itu, program ini juga memberikan tips tentang teknik pemasaran

digital, seperti strategi penggunaan kata kunci yang relevan, agar UMKM dapat lebih berhasil dalam mencapai calon pelanggan di platform pencarian. (Wawancara 20 Juli 2023)

Selaras dengan jawaban sebelumnya, Mustamar berpendapat:

Biasanya Google menyediakan pelatihan untuk mengatasi kendala ini. Komunitas bisnis juga sering melakukan pelatihan GMB untuk membantu pengusaha memahami fitur-fitur teknologi yang ada. (wawancara 22 Juli 2023)

Mustamar juga menambahkan:

Komunitas bisnis sering menyelenggarakan pelatihan Google My Business dan teknologi internet yang membantu mengatasi tantangan teknologi. Edukasi ini sangat mendukung dan membantu orang-orang untuk lebih memahami dan memanfaatkan GMB. (Wawancara 22 Juli 2023)

Muhammad Ihsan Asgar juga memperkuat pernyataan Mustamar dengan mengatakan:

Komunitas UMKM ada kelas dan pelatihan soal GMB. Saya belajar dari situ juga buat ngembangkan bisnis saya. (Wawancara 25 Juli 2023)

Jawaban lebih mengerucut diberikan oleh dr. Masadid, ia berpendapat:

Tentu, faktor pendukung yang sangat membantu adalah semangat kolaborasi di antara anggota komunitas. Kami saling berbagi pengalaman dan pengetahuan dalam mengoptimalkan GMB. Selain itu, adanya dukungan dari Lombok Info sebagai platform berita lokal... (Wawancara 21 Juli 2023)

Pandangan lebih spesifik dan mendukung pernyataan sebelumnya diberikan oleh Ir. L. Anas Amrullah, Beliau mengutarakan:

Komunitas TDA Mataram telah membantu dalam pengelolaan akun GMB dengan menyediakan pelatihan dan membantu anggotanya dalam memahami dan mengoptimalkan fitur-fitur GMB. Beberapa anggota komunitas TDA Mataram juga berperan sebagai fasilitator untuk berbagi

ilmu dan pengalaman dalam penggunaan GMB. (Wawancara 20 Juli 2023)

Hasil wawancara dengan berbagai informan, termasuk Putu Asthiti, Mustamar, Muhammad Ihsan Asgar, dr. Masadid, dan Ir. L. Anas Amrullah, mengungkapkan faktor-faktor pendukung yang memainkan peran vital dalam memfasilitasi UMKM dalam memanfaatkan Google My Business (GMB) secara maksimal. Pertama-tama, dukungan teknologi yang memadai menjadi poin kunci. Program pelatihan yang disediakan oleh Google memberikan panduan mendalam kepada UMKM tentang cara efektif menggunakan GMB. Ini termasuk teknik pemasaran digital seperti penggunaan kata kunci yang relevan. Melalui program ini, UMKM diberi alat untuk mencapai calon pelanggan melalui platform pencarian.

Pendapat Mustamar melengkapi hal ini dengan menyoroti bahwa Google sering kali menyediakan pelatihan untuk mengatasi kendala teknologi yang mungkin dihadapi UMKM. Selain itu, komunitas bisnis juga berperan dalam penyelenggaraan pelatihan GMB, membantu pengusaha memahami fitur-fitur teknologi yang ada. Muhammad Ihsan Asgar menambahkan bahwa pelatihan dan edukasi dalam komunitas UMKM memberikan dukungan penting. Dalam kelas dan pelatihan GMB di komunitas, pengusaha belajar dan berkembang, yang pada gilirannya berdampak positif pada perkembangan bisnis mereka.

Dalam pandangan dr. Masadid, faktor pendukung lainnya adalah semangat kolaborasi di antara anggota komunitas. Mereka berbagi pengalaman dan pengetahuan dalam mengoptimalkan GMB. Selain itu, adanya dukungan dari platform berita lokal seperti Lombok Info turut berperan dalam memberikan dukungan bagi penggunaan GMB. Ir. L. Anas Amrullah memberikan gambaran lebih spesifik tentang dukungan komunitas TDA Mataram. Komunitas ini menyediakan pelatihan, panduan, dan bantuan dalam mengelola akun GMB. Selain itu, anggota komunitas menjadi fasilitator berbagi ilmu dan pengalaman dalam penggunaan GMB.

Pandangan-pandangan ini menunjukkan bahwa faktor-faktor pendukung seperti pelatihan dari Google, edukasi pengembangan bisnis, dukungan

komunitas, kolaborasi anggota komunitas, dan pelatihan internal di komunitas memberikan fondasi kuat bagi UMKM untuk memanfaatkan GMB dengan efektif. Pandangan ini menyoroti pentingnya dukungan eksternal dan internal dalam memfasilitasi penggunaan GMB yang optimal dan memberikan dampak positif pada pertumbuhan bisnis UMKM.

Solusi Atas Hambatan

Solusi atas hambatan penggunaan Google My Business (GMB) merujuk pada tindakan atau strategi yang dapat diambil oleh UMKM atau bisnis untuk mengatasi kendala yang menghambat pemanfaatan GMB. Solusi ini mencakup langkah-langkah seperti pelatihan dan edukasi lebih lanjut tentang penggunaan GMB, peningkatan literasi teknologi, kerjasama dalam komunitas bisnis untuk saling mendukung, upaya untuk memfasilitasi akses internet yang lebih baik, serta konsultasi dengan ahli atau mentor yang berpengalaman. Dengan menerapkan solusi-solusi ini, UMKM dapat mengatasi kendala dan lebih efektif dalam memanfaatkan GMB untuk tujuan meningkatkan visibilitas online dan pertumbuhan bisnis.

Dalam sesi wawancara Bersama Putu Asthiti, ia Mengatakan:

Kami membantu UMKM mengatasi tantangan tersebut melalui pelatihan dan pendampingan langsung. Dalam program yang kami fasilitasi, kami memberikan panduan step-by-step tentang cara mengoptimalkan GMB, mulai dari membuat profil bisnis hingga memanfaatkan fitur-fitur pemasaran. (Wawancara 20 Juli 2023)

Dalam konteks yang sama, Asthiti mengutarakan:

Selain memberikan pelatihan dan panduan, kami juga terus menyediakan sumber daya dan konten edukatif tentang pemasaran digital dan GMB. Google juga secara aktif memperbarui dan meningkatkan fitur-fitur di platform GMB agar lebih relevan dan bermanfaat bagi UMKM. (Wawancara 20 Juli 2023)

Melanjutkan pernyataannya, Beliau megatakan;

Selain itu, mereka juga dapat mengikuti pelatihan dan webinar yang kami adakan

secara berkala untuk memahami lebih lanjut tentang cara optimalkan GMB. Jika diperlukan dukungan khusus, mereka juga dapat menghubungi tim kami untuk mendapatkan bantuan lebih lanjut. (Wawancara 20 Juli 2023)

Selaras dengan Putu Asthiti, dr. Masadid berpendapat memberikan contoh dukungan pihak lain, Beliau Mengatakan:

Untuk mengatasi kendala tersebut, kami berusaha memberikan dukungan dan pelatihan kepada anggota komunitas TDA Mataram tentang penggunaan GMB secara efektif. Selain itu, kami juga bekerja sama dengan pihak-pihak yang memiliki keahlian di bidang teknologi dan digital marketing... (Wawancara 21 Juli 2023)

Pendapat lain datang dari Ir. L. Anas Amrullah, Beliau mengutarakan:

Untuk mengatasi kendala tersebut, dibutuhkan peningkatan literasi digital di kalangan UMKM. Komunitas TDA Mataram dapat menyelenggarakan pelatihan untuk memberikan pemahaman tentang GMB. Sumber daya manusia yang mengelola GMB perlu dipersiapkan dan diberdayakan untuk memanfaatkannya secara optimal. (Wawancara 20 Juli 2023)

Dalam upaya mengatasi hambatan penggunaan Google My Business (GMB), para informan telah memberikan solusi-solusi yang berfokus pada pendidikan, pelatihan, dan dukungan. Solusi ini dirancang untuk membantu UMKM melewati kendala-kendala yang mungkin mereka hadapi dalam memanfaatkan GMB secara optimal, guna meningkatkan visibilitas online dan pertumbuhan bisnis.

Putu Asthiti, fasilitator Google, menegaskan bahwa pelatihan dan pendampingan langsung menjadi langkah penting. Program yang diinisiasi oleh Google memberikan panduan secara bertahap tentang penggunaan GMB, mulai dari membuat profil bisnis hingga memanfaatkan fitur-fitur pemasaran yang ditawarkan oleh platform tersebut. Selain itu, dukungan sumber daya dan konten edukatif juga diberikan secara konsisten, seiring dengan pembaruan fitur GMB yang relevan dan bermanfaat.

Terkait dengan pendapat dr. Masadid, memberikan dukungan dalam bentuk

pelatihan dan edukasi menjadi fokusnya. Dukungan ini diberikan kepada anggota komunitas TDA Mataram, dengan tujuan untuk mengajarkan mereka cara mengoptimalkan GMB dengan efektif. Melalui kolaborasi dengan ahli di bidang teknologi dan pemasaran digital, usaha ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM dalam mengatasi kendala teknologi.

Ir. L. Anas Amrullah menyoroti perlunya peningkatan literasi digital di kalangan UMKM. Dia merumuskan bahwa komunitas TDA Mataram dapat menyelenggarakan pelatihan khusus untuk memberikan pemahaman tentang penggunaan GMB. Dengan membekali sumber daya manusia yang mengelola GMB dengan keterampilan dan pengetahuan yang lebih baik, UMKM dapat secara lebih efektif memanfaatkan platform ini. Secara keseluruhan, solusi-solusi yang disajikan oleh para narasumber ini menggarisbawahi pentingnya pendidikan dan pelatihan dalam mengatasi hambatan penggunaan GMB. Langkah-langkah ini, mulai dari pelatihan langsung, sumber daya edukatif, hingga dukungan dari pihak eksternal, bertujuan untuk memperkuat keterampilan dan pemahaman UMKM dalam memanfaatkan GMB dengan lebih baik.

Pendekatan strategis yang terencana menjadi dasar yang kokoh. Seperti yang dijelaskan oleh Ir. L. Anas Amrullah, "Penting untuk mempersiapkan tim yang terampil dalam mengelola sosial media dan GMB." Ini mencakup penetapan tujuan yang jelas dan strategi pemasaran yang terarah. Peningkatan literasi digital di kalangan UMKM juga penting untuk memastikan strategi efektif dalam penggunaan GMB.

1. Optimalisasi Fitur-Fitur GMB

UMKM perlu memanfaatkan fitur-fitur GMB dengan penuh perhatian. Seperti yang ditekankan oleh Putu Asthiti, "Selalu pastikan informasi bisnis yang ditampilkan di GMB selalu akurat, terkini, dan lengkap." Selain itu, dr. Masadid menambahkan, "Google Maps membantu bisnis kami mudah ditemukan oleh calon pelanggan dari berbagai lokasi, sedangkan ulasan yang positif dapat menarik minat lebih banyak calon pelanggan."

2. Penggunaan Kata Kunci SEO

Penggunaan kata kunci SEO adalah fondasi dalam mengoptimalkan konten GMB. Mustamar menjelaskan, "Strategi khususnya adalah dengan menggunakan kata kunci SEO yang sesuai dengan jasa yang saya tawarkan." Ini memastikan bahwa bisnis muncul dalam pencarian yang relevan, meningkatkan peluang ditemukan oleh calon pelanggan.

3. Interaksi Aktif dengan Pelanggan

Membangun interaksi positif dengan pelanggan adalah kunci untuk membangun hubungan dan reputasi. Dr. Masadid menekankan, "Kami juga berfokus pada interaksi aktif dengan pelanggan dan merespons ulasan untuk mempertahankan hubungan yang baik dengan mereka." Merespons ulasan dan pertanyaan pelanggan secara positif dapat meningkatkan kepercayaan dan citra bisnis.

4. Pemanfaatan Google Maps

Google Maps adalah aset berharga dalam bisnis lokal. Seperti yang diutarakan oleh Mustamar, "Fitur yang paling berpengaruh adalah lokasi Google Maps di GMB, yang memudahkan orang untuk mencari dan menemukan alamat bisnis dengan mudah." Pastikan informasi lokasi akurat dan jelas.

5. Mengukur dan Mengevaluasi Performa

Evaluasi berkala sangat penting. Mengutip Muhammad Ihsan Asgar, "Saya cuma pastiin info di GMB lengkap dan menarik buat calon pelanggan... Dari situ, bisa liat sejauh mana bisnis saya dikenal sama calon pelanggan." Dengan mengukur data seperti interaksi dan respons, UMKM dapat mengetahui apa yang berfungsi dan apa yang perlu ditingkatkan.

6. Pendidikan dan Pelatihan Kontinu

Pendidikan dan pelatihan berkelanjutan adalah investasi penting. Putu Asthiti menekankan, "Selain memberikan pelatihan dan panduan, kami juga terus menyediakan sumber daya dan konten edukatif tentang pemasaran digital dan GMB." Dengan tetap up-to-date tentang perubahan fitur GMB dan tren pemasaran, UMKM dapat memanfaatkannya secara efektif.

7. Kerjasama dalam Komunitas Bisnis

Kerjasama dengan komunitas bisnis dapat memberikan peluang belajar dan

berbagi. Dr. Masadid menjelaskan, "Kami berusaha memberikan dukungan dan pelatihan kepada anggota komunitas TDA Mataram tentang penggunaan GMB secara efektif." Dengan berbagi pengalaman dan strategi sukses, UMKM dapat tumbuh bersama.

SIMPULAN

Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya PGMB (GMB) dalam memperluas jangkauan pemasaran bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Komunitas Bisnis TDA Mataram. Dalam era digital yang terus berkembang, GMB terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan pertumbuhan bisnis melalui pemasaran online. Melalui wawancara mendalam, penelitian ini mengidentifikasi hambatan dan solusi pemanfaatan GMB, serta menemukan langkah strategis untuk memaksimalkan fitur GMB dalam perluasan jangkauan pemasaran UMKM.

Tantangan literasi digital dan pemahaman teknologi yang dihadapi UMKM di Komunitas Bisnis TDA Mataram menunjukkan perlunya pendidikan, pelatihan, dan dukungan yang lebih besar. Solusi seperti pelatihan dan edukasi GMB, kolaborasi komunitas bisnis, dan peningkatan literasi digital menjadi upaya mengatasi hambatan tersebut. Pendekatan strategis memaksimalkan fitur GMB, termasuk optimalisasi profil bisnis, konten menarik, interaksi aktif dengan pelanggan, dan evaluasi performa berkala, juga menjadi langkah penting dalam perluasan jangkauan pemasaran.

Secara luas, penelitian ini menunjukkan pentingnya edukasi digital dan pelatihan dalam menghadapi perubahan bisnis yang semakin digital. Temuan penelitian ini memberikan panduan praktis bagi UMKM dan komunitas bisnis serupa untuk menggunakan platform digital seperti GMB dalam mencapai tujuan pemasaran yang lebih luas. Kesimpulan dari penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan berharga dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di tengah perkembangan teknologi dan digitalisasi bisnis. Pendekatan holistik yang mencakup edukasi, pelatihan, kolaborasi, serta strategi pemasaran digital terbukti sebagai kunci

sukses dalam memanfaatkan GMB untuk memperluas jangkauan pemasaran bagi UMKM di Komunitas Bisnis TDA Mataram.

Deklarasi penulis

Kontribusi dan tanggung jawab penulis

Para penulis membuat kontribusi besar untuk konsepsi dan desain penelitian. Para penulis mengambil tanggung jawab untuk analisis data, interpretasi dan pembahasan hasil. Para penulis membaca dan menyetujui naskah akhir.

Pendanaan

Penelitian ini tidak menerima pendanaan eksternal.

Ketersediaan data dan bahan

Semua data tersedia dari penulis.

Kepentingan yang bersaing

Para penulis menyatakan tidak ada kepentingan bersaing.

REFERENSI

- Aini, Z., & Zahara, F. (2022). Hukum Penjualan Obat Cytotec Secara Bebas Menurut Perspektif Saddu Dzari'ah dan Kesehatan (Studi Kasus Market Place Shopee). *Al-Mashlahah Jurnal Hukum Islam Dan Pranata Sosial*, 10(001), 133–146.
- Akbar, A., Kurniawan, A. W., Haeruddin, M., Musa, M., Burhanuddin, B., & Mustafa, M. Y. (2021). Penguatan Jiwa Kepemimpinan Dan Kewirausahaan Pada Organisasi Karang Taruna Desa Mallasoro Kecamatan Bangkala Kabupaten Jeneponto. *Prosiding Seminar Nasional*.
- Arifin, M. S., Ariyanti, M., & Nurhazizah, E. (2023). Analisis Kualitas Mobile Games Berdasarkan Ulasan Platform Google Play Di Indonesia Menggunakan Metode Text Mining. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.37531/ecotai.v4i1.532>
- Awali, H. (2020). Urgensi pemanfaatan e-marketing pada keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan di tengah dampak Covid-19. *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–14.
- BPS Jatim. (2022). *BPS Provinsi Jawa Timur*. <https://jatim.bps.go.id/>
- Felszeghy, S., Pasonen-Seppänen, S., Koskela, A., Nieminen, P., Härkönen, K., Paldanius, K., Gabbouj, S., Ketola, K., Hiltunen, M., & Lundin, M. (2019). Using online game-based platforms to improve student performance and engagement in histology

- teaching. *BMC Medical Education*, 19(1), 1-11.
- Firmadani, F. (2020). Media pembelajaran berbasis teknologi sebagai inovasi pembelajaran era revolusi industri 4.0. *KoPeN: Konferensi Pendidikan Nasional*, 2(1), 93-97.
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), Article 1. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Hasan, G., Lim, J., Rena, Huang, C., Sembiring, E. I., & Syukriansyah, A. (2023). Analisa Customer RelationShip Management pada UMKM Es potong Moex. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i2.1099>
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. C., Moreno, R. R., & Paz, M. D. R. (2003). *Marketing para turismo*. McGraw-Hill.
- Mukhtar, M., & Jannah, W. (2018). Program Hutan Kemasyarakatan Berbasis Kearifan Lokal; Studi Kasus Di Kawasan Hutan Lindung Sesao Lombok Barat. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 2(1).
- Pramono, W. A., Az-Zahra, H. M., & Rokhmawati, R. I. (2019). Evaluasi Usability pada Aplikasi MyTelkomsel dengan Menggunakan Metode Usability Testing. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer E-ISSN*, 2548, 964X.
- Rambe, A., Soufitri, F., & Ruqi, F. (2022). Sosialisasi Pemanfaatan Google Bisnisku Sebagai Media Promosi dan Pemasaran Di Kecamatan Bahorok Kabupaten Langkat Sumatera Utara. *Mejuajua: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(3), Article 3. <https://doi.org/10.52622/mejuajujabdi.mas.v1i3.38>
- Salam, R., & Kho, A. (2023). Pengaruh Manajemen Pemasaran Virtual Terhadap Produk UMKM. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan Dan Teknologi Informasi*, 1(2). <https://doi.org/10.33050/mentari.v1i2.272>
- Santoso, R. (2021). Pengaruh Motivasi dan Sarana Belajar Online Terhadap Kemandirian Belajar Mahasiswa FEB Institut Asia di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(1), Article 1. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/article/view/17297>
- Sri, M., & Ahmad, Y. (2017). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 181-197.
- Sudin, S. (2019). *200 Istilah Digital Marketing: Marketer & Entrepreneur Perlu Pahami*. Sukri Sudin.
- Sugiyono, D. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D/Sugiyono. *Bandung: Alfabeta*, 15(2010).