

Pendampingan Digital Marketing Berbasis Google Maps melalui Kunjungan Industri pada Usaha Ahlinya Cuci Karpet Bangkinang Kota

Andri Nofiar. Am^{*1}, Marhadi Sastra², Wahyuni Wahab³, Dzulhijjahyetti⁴, Rahmad Akbar⁵, Nurkholis⁶

¹Bisnis Digital, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bengkalis

^{2,3}Teknik Perancangan Jalan dan Jembatan, Teknik Sipil, Politeknik Negeri Bengkalis

^{4,5}Administrasi Bisnis Internasional, Politeknik Kampar

⁶Teknologi Rekayasa Logisitik, Politeknik Kampar

*e-mail: andrinofiar90@gmail.com¹, marhadi@polbeng.ac.id², 12wahyuniwahab@gmail.com³, dzulhijjahyetti14@gmail.com⁴, rahmadakbar11@gmail.com⁵, nurkholis11151996@gmail.com⁶

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan pola pemasaran usaha jasa, termasuk pada sektor usaha mikro dan kecil. Namun, pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM masih belum optimal, khususnya dalam penggunaan platform berbasis lokasi sebagai media promosi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi dan kapasitas digital mitra melalui pendampingan digital marketing berbasis Google Maps pada usaha Ahlinya Cuci Karpet Bangkinang Kota. Metode kegiatan dilakukan melalui observasi awal, pelatihan, pendampingan teknis, serta kunjungan industri yang melibatkan mahasiswa. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra terhadap pentingnya kehadiran digital, meningkatnya visibilitas dan aksesibilitas usaha pada platform Google Maps, serta perubahan pola promosi dari metode konvensional menuju pemanfaatan media digital. Selain itu, keterlibatan mahasiswa memberikan pengalaman pembelajaran kontekstual yang memperkuat kompetensi praktis di bidang teknologi informasi. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendampingan digital marketing berbasis lokasi yang sederhana dan aplikatif mampu memberikan dampak positif bagi pengembangan usaha jasa skala kecil secara berkelanjutan.

Kata kunci: Pengabdian Masyarakat, Digital Marketing, Google Maps, UMKM, Usaha Jasa

Abstract

The development of digital technology has significantly changed marketing practices in the service sector, including micro and small enterprises. However, the utilization of digital platforms by MSMEs remains limited, particularly in the use of location-based services as promotional tools. This community service activity aims to enhance digital literacy and capacity through mentoring on Google Maps-based digital marketing at Ahlinya Cuci Karpet Bangkinang Kota. The activity was conducted through initial observation, training sessions, technical assistance, and industrial visits involving students. The results indicate an improvement in partners' understanding of digital presence, increased business visibility and accessibility on Google Maps, and a shift from conventional promotion methods to digital-based marketing. In addition, student involvement provided contextual learning experiences that strengthened practical competencies in information technology. This activity demonstrates that simple and practical location-based digital marketing mentoring can contribute positively to the sustainable development of small service businesses.

Keywords: Community Service, Digital Marketing, Google Maps, MSMEs, Service Business

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mencari informasi dan menentukan pilihan terhadap suatu produk maupun jasa. Saat ini, konsumen cenderung memanfaatkan mesin pencari dan aplikasi berbasis lokasi untuk menemukan layanan yang dibutuhkan secara cepat dan akurat. Perubahan pola perilaku ini menuntut pelaku usaha, termasuk usaha mikro dan kecil, untuk menyesuaikan strategi pemasaran agar tetap relevan dan mampu bersaing di tengah dinamika ekonomi digital [1], [2].

Di sisi lain, tingkat pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM di Indonesia masih belum merata. Banyak usaha jasa yang masih mengandalkan promosi konvensional dan belum mengoptimalkan media digital sebagai sarana pemasaran. Keterbatasan pengetahuan,

rendahnya literasi digital, serta minimnya pendampingan menjadi faktor utama yang menyebabkan pemanfaatan teknologi digital belum berjalan secara optimal [3]. Kondisi ini berdampak pada rendahnya visibilitas usaha, khususnya bagi usaha jasa yang sangat bergantung pada kemudahan akses dan kejelasan lokasi.

Salah satu media digital yang relatif mudah diakses namun belum dimanfaatkan secara maksimal adalah Google Maps. Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai alat navigasi, tetapi juga sebagai media promosi berbasis lokasi yang mampu menampilkan informasi usaha secara komprehensif, mulai dari alamat, jam operasional, foto layanan, hingga ulasan pelanggan. Keberadaan usaha pada Google Maps terbukti mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pasar, terutama bagi usaha jasa lokal [4], [5].

Usaha Ahlinya Cuci Karpet yang berlokasi di Bangkinang Kota merupakan salah satu pelaku usaha jasa yang memiliki potensi pasar cukup besar, seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan kebersihan karpet yang profesional dan efisien. Namun, sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, usaha tersebut belum memanfaatkan Google Maps secara optimal sebagai sarana promosi digital. Informasi lokasi dan layanan belum tersaji secara lengkap, sehingga menyulitkan calon pelanggan dalam menemukan dan mengenali usaha secara daring. Hal ini berdampak pada terbatasnya pertumbuhan pelanggan baru dan rendahnya daya saing usaha dibandingkan dengan penyedia jasa sejenis yang telah lebih dahulu mengadopsi pemasaran digital berbasis lokasi [6].

Merespons permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dalam bentuk pendampingan digital marketing berbasis Google Maps yang dipadukan dengan kegiatan kunjungan industri. Pendekatan pendampingan dipilih agar mitra tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga mampu mengimplementasikan dan mengelola media digital secara mandiri sesuai dengan kebutuhan usaha. Kegiatan kunjungan industri melibatkan mahasiswa sebagai bagian dari proses pembelajaran kontekstual, sehingga mahasiswa dapat memahami secara langsung permasalahan riil yang dihadapi pelaku usaha di lapangan [7], [8].

Selain memberikan dampak langsung bagi mitra usaha, kegiatan ini juga berfungsi sebagai sarana transfer pengetahuan dan teknologi dari perguruan tinggi kepada masyarakat. Melalui pendampingan yang berkelanjutan, diharapkan terjadi peningkatan literasi digital mitra, meningkatnya visibilitas usaha di ruang digital, serta terbentuknya kesadaran akan pentingnya pemanfaatan teknologi sederhana namun tepat guna dalam mendukung keberlangsungan usaha [9].

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berorientasi pada pencapaian luaran jangka pendek, tetapi juga diarahkan untuk mendorong transformasi digital UMKM secara bertahap dan berkelanjutan. Pendekatan yang digunakan menempatkan teknologi sebagai alat pemberdayaan yang mudah diakses dan relevan dengan kondisi nyata pelaku usaha jasa di tingkat lokal [10].

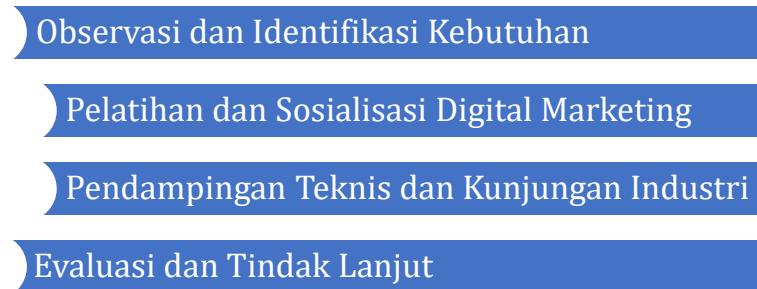
2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan aplikatif, yang menempatkan mitra sebagai subjek aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Metode ini dipilih agar proses pendampingan tidak bersifat satu arah, melainkan mendorong keterlibatan langsung mitra dalam memahami dan mengimplementasikan digital marketing berbasis Google Maps sesuai dengan kebutuhan usaha.

Pendekatan yang digunakan mengombinasikan metode edukatif, praktik langsung, dan pendampingan berkelanjutan. Metode edukatif bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dasar mitra mengenai pentingnya kehadiran digital dan peran Google Maps sebagai media promosi berbasis lokasi. Sementara itu, metode praktik langsung difokuskan pada penguasaan teknis penggunaan Google Maps, mulai dari pembuatan profil usaha hingga pengelolaan informasi dan interaksi pelanggan. Pendampingan berkelanjutan dilakukan untuk memastikan bahwa mitra mampu mengelola media digital tersebut secara mandiri setelah kegiatan selesai.

Selain itu, kegiatan ini juga mengintegrasikan metode pembelajaran kontekstual melalui kunjungan industri yang melibatkan mahasiswa. Keterlibatan mahasiswa dimaksudkan untuk memberikan pengalaman belajar langsung terkait penerapan teknologi informasi pada usaha jasa, sekaligus mendorong terjadinya transfer pengetahuan antara perguruan tinggi dan masyarakat.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang saling berkesinambungan, yaitu observasi awal, pelatihan dan sosialisasi, pendampingan teknis, serta evaluasi dan tindak lanjut.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

A. Observasi dan Identifikasi Kebutuhan

Tahap awal kegiatan diawali dengan observasi langsung ke lokasi usaha Ahlinya Cuci Karpet di Bangkinang Kota. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran kondisi usaha, pola pelayanan, serta tingkat pemanfaatan teknologi digital yang telah digunakan oleh mitra. Pada tahap ini juga dilakukan diskusi informal dengan pemilik usaha untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi, khususnya terkait promosi dan aksesibilitas usaha di ruang digital.

Hasil observasi menunjukkan bahwa mitra belum memanfaatkan Google Maps secara optimal sebagai media promosi. Informasi usaha belum tersaji secara lengkap, dan pengelolaan konten digital belum dilakukan secara terencana. Temuan ini menjadi dasar dalam merancang materi dan strategi pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan mitra.

B. Pelatihan dan Sosialisasi Digital Marketing

Tahap selanjutnya adalah pelatihan dan sosialisasi yang dilaksanakan secara langsung di lokasi usaha. Kegiatan ini difokuskan pada pemberian pemahaman mengenai konsep dasar digital marketing, pentingnya kehadiran usaha pada platform berbasis lokasi, serta potensi Google Maps dalam mendukung promosi usaha jasa.

Materi disampaikan dengan pendekatan dialogis agar mudah dipahami oleh mitra. Selain penyampaian materi, peserta juga diberikan contoh kasus sederhana yang relevan dengan kondisi usaha, sehingga mitra dapat memahami manfaat penerapan Google Maps secara praktis dan kontekstual.

C. Pendampingan Teknis dan Kunjungan Industri

Pendampingan teknis merupakan inti dari kegiatan pengabdian ini. Pada tahap ini, mitra didampingi secara langsung dalam proses pembuatan dan pengelolaan profil usaha pada Google Maps. Kegiatan meliputi pendaftaran lokasi usaha, pengisian informasi dasar, pengunggahan foto layanan, penentuan jam operasional, serta pengelolaan ulasan pelanggan.

Kegiatan pendampingan ini dipadukan dengan kunjungan industri yang melibatkan mahasiswa. Mahasiswa berperan sebagai pendamping teknis sekaligus pembelajar, sehingga terjadi interaksi dua arah antara mahasiswa dan mitra usaha. Melalui kunjungan industri, mahasiswa memperoleh pemahaman langsung mengenai penerapan teknologi informasi pada usaha jasa, sementara mitra mendapatkan dukungan tambahan dalam proses implementasi.

D. Evaluasi dan Tindak Lanjut

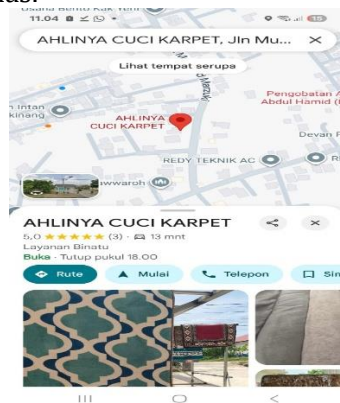
Tahap akhir kegiatan adalah evaluasi dan tindak lanjut. Evaluasi dilakukan dengan mengamati perubahan kondisi usaha setelah penerapan Google Maps, termasuk kelengkapan profil usaha, tingkat visibilitas di hasil pencarian, serta respons mitra terhadap penggunaan media digital tersebut. Selain itu, dilakukan diskusi reflektif dengan mitra untuk memperoleh umpan balik terkait manfaat dan kendala yang dirasakan selama kegiatan berlangsung.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pendampingan digital marketing berbasis Google Maps melalui kunjungan industri pada usaha Ahlinya Cuci Karpet Bangkinang Kota menunjukkan hasil yang positif, baik dari sisi peningkatan kapasitas mitra maupun dari aspek pembelajaran mahasiswa. Hasil kegiatan ini mencerminkan bahwa penerapan teknologi digital yang sederhana dan tepat guna mampu memberikan dampak nyata bagi pengembangan usaha jasa skala kecil.

A. Peningkatan Pemahaman dan Literasi Digital Mitra

Salah satu hasil utama dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatnya pemahaman mitra terhadap pentingnya kehadiran digital dalam mendukung keberlangsungan usaha. Sebelum kegiatan dilaksanakan, mitra masih memandang Google Maps sebatas sebagai aplikasi penunjuk arah, tanpa menyadari fungsinya sebagai media promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Melalui proses pelatihan dan pendampingan, mitra mulai memahami bahwa Google Maps dapat dimanfaatkan untuk menampilkan identitas usaha secara lebih profesional dan mudah diakses oleh masyarakat luas.



Gambar 2. Google Maps Lokasi Mitra

Peningkatan literasi digital ini terlihat dari kemampuan mitra dalam mengelola profil usaha secara mandiri, mulai dari memperbarui informasi dasar, mengunggah foto layanan, hingga memahami pentingnya ulasan pelanggan sebagai bagian dari citra usaha. Perubahan cara pandang mitra terhadap teknologi digital menjadi indikator awal keberhasilan kegiatan, karena menunjukkan adanya kesiapan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

B. Peningkatan Visibilitas dan Aksesibilitas Usaha

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa usaha Ahlinya Cuci Karpet Bangkinang Kota berhasil terdaftar dan terkelola dengan baik pada platform Google Maps. Informasi lokasi usaha menjadi lebih jelas dan mudah ditemukan melalui pencarian daring, baik oleh pelanggan lama maupun calon pelanggan baru. Kehadiran usaha pada Google Maps memberikan kemudahan akses, terutama bagi konsumen yang mengandalkan pencarian berbasis lokasi dalam menentukan pilihan layanan jasa.

Mitra juga merasakan adanya peningkatan jumlah pelanggan yang mengetahui keberadaan usaha melalui Google Maps. Meskipun peningkatan tersebut belum diukur secara kuantitatif dalam jangka pendek, mitra mengakui adanya perubahan pola kedatangan pelanggan, di mana sebagian konsumen menyampaikan bahwa mereka menemukan usaha melalui pencarian online. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan digital marketing berbasis lokasi mulai memberikan dampak positif terhadap jangkauan pasar usaha.

C. Perubahan Pola Promosi dan Pengelolaan Usaha

Kegiatan ini turut mendorong perubahan pola promosi yang dilakukan oleh mitra. Sebelum pendampingan, promosi usaha lebih banyak mengandalkan rekomendasi dari pelanggan lama dan spanduk di sekitar lokasi usaha. Setelah pendampingan, mitra mulai memanfaatkan Google Maps sebagai sarana promosi pasif yang berjalan secara berkelanjutan, tanpa memerlukan biaya tambahan yang besar.

Selain itu, mitra mulai menyadari pentingnya menjaga konsistensi informasi dan kualitas layanan yang ditampilkan secara digital. Pengelolaan ulasan pelanggan menjadi perhatian baru bagi mitra, karena ulasan positif dinilai mampu meningkatkan kepercayaan calon pelanggan. Perubahan ini menunjukkan adanya peningkatan kesadaran mitra terhadap hubungan antara kualitas layanan dan citra digital usaha.

D. Peran Kunjungan Industri dalam Pembelajaran Mahasiswa

Pelibatan mahasiswa melalui kegiatan kunjungan industri memberikan nilai tambah tersendiri dalam pelaksanaan pengabdian ini. Mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pendamping teknis, tetapi juga sebagai pembelajar yang terlibat langsung dalam proses pemecahan masalah nyata di lapangan. Melalui interaksi dengan mitra usaha, mahasiswa memperoleh pemahaman kontekstual mengenai tantangan yang dihadapi pelaku usaha kecil dalam mengadopsi teknologi digital.



Gambar 3. Kunjungan Industri Mahasiswa

Kegiatan ini juga melatih mahasiswa untuk berkomunikasi secara efektif dengan pelaku usaha, menyesuaikan pendekatan teknis dengan kondisi mitra, serta menerapkan pengetahuan akademik secara praktis. Dengan demikian, kunjungan industri tidak hanya berfungsi sebagai sarana transfer teknologi, tetapi juga sebagai media penguatan kompetensi sosial dan profesional mahasiswa.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan harus mengindikasikan secara jelas hasil-hasil yang diperoleh, kelebihan dan kekurangannya, serta kemungkinan pengembangan selanjutnya. Kesimpulan sebaiknya dapat berupa paragraf, tidak berbentuk point-point.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan digital marketing berbasis Google Maps melalui kunjungan industri pada usaha Ahlinya Cuci Karpet Bangkinang Kota telah memberikan dampak positif bagi peningkatan kapasitas dan literasi digital mitra. Melalui proses pendampingan yang bersifat aplikatif dan partisipatif, mitra tidak hanya memperoleh pemahaman mengenai pentingnya kehadiran digital, tetapi juga mampu mengelola dan memanfaatkan Google Maps sebagai media promosi usaha secara mandiri.

Penerapan Google Maps sebagai sarana pemasaran berbasis lokasi terbukti meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas usaha, sehingga memudahkan calon pelanggan dalam menemukan informasi layanan secara cepat dan akurat. Perubahan pola promosi dari metode konvensional menuju pemanfaatan media digital menunjukkan adanya peningkatan kesadaran

mitra terhadap pentingnya strategi pemasaran yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan perilaku konsumen.

Selain memberikan manfaat langsung bagi mitra usaha, kegiatan ini juga memberikan nilai edukatif bagi mahasiswa melalui keterlibatan dalam kunjungan industri. Mahasiswa memperoleh pengalaman pembelajaran kontekstual yang memperkuat kompetensi teknis, komunikasi, dan pemecahan masalah di lingkungan nyata pelaku usaha. Kolaborasi antara perguruan tinggi, mahasiswa, dan pelaku UMKM dalam kegiatan ini menjadi model yang efektif dalam mendorong transfer pengetahuan dan teknologi secara berkelanjutan.

Meskipun demikian, keberlanjutan pemanfaatan digital marketing masih memerlukan komitmen dan pendampingan lanjutan, khususnya dalam menjaga konsistensi pengelolaan konten dan interaksi dengan pelanggan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian selanjutnya disarankan untuk mengintegrasikan platform digital lain serta memperkuat pendampingan jangka menengah agar dampak yang dihasilkan dapat lebih optimal dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Politeknik Negeri Kampar dan Politeknik Negeri Bengkalis atas dukungan dan fasilitasi yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mitra usaha Ahlinya Cuci Karpet Bangkinang Kota atas kerja sama, keterbukaan, dan partisipasi aktif selama seluruh rangkaian kegiatan pengabdian berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] OECD, *Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and Digitalised Economy*, Paris: OECD Publishing, 2017.
- [2] T. Tambunan, *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*, Jakarta: LP3ES, 2019.
- [3] A. Prasetyo dan R. Trisyanti, "Revolusi Industri 4.0 dan Tantangan Perubahan Sosial," *Jurnal Strategi Pembangunan*, vol. 8, no. 2, pp. 22–30, 2018.
- [4] M. A. K. Hanif dan S. Nugroho, "Pemanfaatan Google Maps sebagai Media Promosi UMKM," *Jurnal Teknologi Informasi*, vol. 7, no. 1, pp. 45–52, 2019.
- [5] A. M. Kaplan dan M. Haenlein, "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media," *Business Horizons*, vol. 53, no. 1, pp. 59–68, 2010.
- [6] R. Febrianto, S. Hidayat, dan N. Lestari, "Strategi Digital Marketing pada UMKM Jasa," *Jurnal Manajemen Pemasaran*, vol. 14, no. 2, pp. 101–110, 2021.
- [7] D. A. Kolb, *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*, New Jersey: Prentice Hall, 2015.
- [8] Y. I. Kurniawan, A. Rahmawati, dan N. Chasanah, "Application of Location-Based Services for Business Promotion," *Journal of Physics: Conference Series*, vol. 1367, 2019.
- [9] S. Alalwan, "Mobile Marketing: Examining the Impact of Location-Based Services," *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 45, pp. 157–167, 2018.
- [10] M. S. Huda, R. Firmansyah, dan A. Nugroho, "Digital Transformation of SMEs in Indonesia," *Journal of Small Business Strategy*, vol. 30, no. 3, pp. 15–28, 2020.