

NASKAH ORISINAL

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Pemanfaatan *Digital Marketing* untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan

Praventiarra De Aliyil Rivia Kemuning | Hanggita Adwaa Saputri | Safrina Maharani Putri | Dita Atasa*

Program Studi Agribisnis, Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran”,
Surabaya, Indonesia

Korespondensi

*Dita Atasa, Program Studi Agribisnis,
Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Indonesia.
Alamat e-mail:
dita.atasa.agribis@upnjatim.ac.id

Alamat

Laboratorium Ekonomi Pertanian, Program
Studi Agribisnis, Universitas Pembangunan
Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya,
Indonesia.

Abstrak

Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan, merupakan desa yang memiliki potensi ekonomi melalui sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Kemiri yang menghadapi kendala dalam memasarkan produk secara efektif karena kurangnya pengetahuan *digital marketing*. Solusinya, diadakan kegiatan pemberdayaan, melaksanakan pelatihan, dan pendampingan penggunaan *digital marketing* melalui *platform Google My Business*, yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan tentang pemahaman *digital marketing* dan untuk meningkatkan pemasaran masyarakat Desa Kemiri. Kegiatan pemberdayaan ini dilakukan untuk 20 pelaku UMKM dengan metode kegiatan dibagi menjadi 4 tahap: 1) observasi dan wawancara; 2) persiapan pelatihan; 3) pelatihan dan pendampingan; 4) evaluasi. Melalui kegiatan pemberdayaan ini peningkatan pengetahuan masyarakat tentang *digital marketing* mengalami peningkatan sebesar 75% dari 20 orang partisipan, dimana pelaku UMKM mulai mampu memanfaatkan *platform* digital untuk mempromosikan produk mereka secara lebih luas, meningkatkan visibilitas usaha, serta membuka peluang pasar yang lebih besar, sehingga berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan kemandirian ekonomi masyarakat Desa Kemiri.

Kata Kunci:

Digital Marketing, Ekonomi, *Google My Business*, Masyarakat, UMKM.

1 | PENDAHULUAN

1.1 | Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia sangat memegang peran penting dalam pertumbuhan sebuah negara. UMKM merupakan salah satu penyokong perekonomian di Indonesia khususnya pada masyarakat golongan bawah dan menengah. UMKM memiliki peran strategis dalam upaya pemerintah dalam mengatasi kemiskinan dan pengangguran, karena UMKM dapat menyerap tenaga kerja, sehingga pengangguran akibat tidak terserapnya angkatan kerja dalam dunia kerja menjadi berkurang^[1]. Jumlah UMKM sangat banyak dan tersebar luas di seluruh wilayah Indonesia. Dengan demikian UMKM dapat dipandang sebagai aset nasional dan juga aset yang paling potensial bagi daerah, oleh sebab itu pemberdayaan UMKM merupakan salah satu wujud pemerataan pembangunan. Pemberdayaan UMKM bukan hanya menargetkan pembangunan di tingkat pusat, tetapi juga merupakan bagian dari program-program pembangunan daerah yang idealnya harus dimasukkan dalam perencanaan pembangunan daerah. Digitalisasi dalam dunia usaha saat ini menjadi bagian penting dalam aktivitas bisnis. Digitalisasi merubah perilaku setiap insan dalam aktivitas transaksi baik konsumen maupun produsen^[2]. Perubahan perilaku dalam melakukan jual beli saat transaksi yang menggunakan model digital tentunya mempermudah dan mempersingkat waktu bagi pembeli ataupun penjual^[3]. Namun dengan berjalannya waktu tidak mudah bagi pelaku usaha termasuk UMKM dalam memanfaatkan teknologi dalam melakukan pemasaran, dikarenakan membutuhkan intensitas yang tinggi dalam mengelola aktivitas digital^[4].

Desa Kemiri, yang terletak di Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan, merupakan salah satu desa yang memiliki potensi ekonomi melalui sektor UMKM. Banyak pelaku UMKM di Desa Kemiri yang menjalankan berbagai usaha lokal, seperti produk pertanian, kerajinan tangan, dan makanan olahan. Meskipun memiliki produk yang berkualitas, mayoritas pelaku UMKM di Desa Kemiri menghadapi tantangan dalam mengembangkan pemasaran mereka. Salah satu masalah utama yang dihadapi adalah keterbatasan pengetahuan dan pemahaman tentang pemasaran digital (*digital marketing*). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat, terutama dalam penggunaan *platform* digital, seharusnya menjadi peluang besar bagi para pelaku UMKM di Desa Kemiri. Namun, rendahnya tingkat literasi digital di kalangan masyarakat setempat membuat mereka kesulitan untuk memanfaatkan media digital secara maksimal, khususnya dalam memasarkan produk mereka. Banyak pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya kehadiran *online advertising* dan bagaimana memanfaatkan alat-alat digital untuk meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan.

Salah satu *platform* yang sangat potensial untuk membantu pelaku UMKM di Desa Kemiri dalam memperkenalkan dan memasarkan produk mereka adalah *Google My Business*. Dengan menggunakan *platform Google My Business*, pelaku UMKM dapat meningkatkan visibilitas usaha mereka di mesin pencari Google, serta memperoleh informasi yang diperlukan untuk menarik pelanggan baru. *Google My Business* tidak hanya menyediakan *platform* yang mudah digunakan, tetapi juga memberikan peluang untuk UMKM meningkatkan visibilitas mereka secara signifikan, serta memberikan manfaat dalam hal memperluas pasar, efisiensi biaya promosi, dan penghematan waktu pemasaran^[5]. Sayangnya, pengetahuan tentang bagaimana memanfaatkan *platform Google My Business* dan *digital marketing* secara umum masih sangat terbatas di kalangan pelaku UMKM di Desa Kemiri.

Melihat tantangan ini, diperlukan suatu upaya untuk memberikan pelatihan yang dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengoptimalkan penggunaan *platform* digital, khususnya *Google My Business*. Dengan pelatihan ini, diharapkan Masyarakat Desa Kemiri dapat memahami cara mendaftarkan bisnis mereka di *platform Google My Business*, mengelola profil bisnis, serta memanfaatkan fitur-fitur yang ada untuk meningkatkan daya tarik dan visibilitas usaha mereka di dunia digital. Dalam konteks penguatan pemasaran, UMKM dapat memanfaatkan fitur GMB untuk mempromosikan produk atau jasa mereka. Penggunaan foto produk, penawaran khusus, dan ulasan pelanggan dapat menjadi alat efektif untuk menarik perhatian calon konsumen^[6]. Uraian di atas menjadi poin-poin yang harus dikembangkan lagi dengan inovasi baru oleh mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, khususnya program studi Agribisnis melalui kegiatan Bina Desa PKKM 2024. Kegiatan yang cocok dilaksanakan untuk masalah yang dihadapi masyarakat pelaku UMKM di Desa Kemiri, yaitu pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan *digital marketing* untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan dengan dilakukan pelatihan dan pendampingan langkah-langkah penggunaan *platform Google My Business*. Tujuan dilaksanakan kegiatan pemberdayaan ini, yaitu untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat pelaku UMKM dan untuk meningkatkan pemasaran atau penjualan produk pelaku UMKM di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan melalui *platform Google My Business*. Dengan adanya kegiatan pemberdayaan ini, diharapkan masyarakat

pelaku UMKM di Desa Kemiri dapat meningkatkan pengetahuan *digital marketing* mereka, memperluas jaringan pemasaran, serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih baik melalui pemanfaatan teknologi yang efektif.

1.2 | Solusi Permasalahan atau Strategi Kegiatan

Untuk mengatasi permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya, mahasiswa Kelompok 2 Bina Desa PKK 2024 Program Studi Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur mengadakan kegiatan pelatihan dan pendampingan langkah-langkah penggunaan *platform Google My Business* yang memiliki tujuan meningkatkan pengetahuan masyarakat pelaku UMKM di Desa Kemiri mengenai pemahaman *digital marketing* dan untuk meningkatkan pemasaran atau penjualan produk melalui *platform Google My Business*. Kegiatan ini akan difokuskan pada wilayah Desa Kemiri. Salah satu langkah awal yang dilakukan adalah observasi dan wawancara bersama pelaku UMKM di Desa Kemiri yang bertujuan mengidentifikasi dan memahami permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Kemiri. Selain itu disampaikan materi yang relevan mengenai pemberdayaan UMKM di Desa Kemiri melalui pemanfaatan *digital marketing* untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Kemiri yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik pelaku UMKM. Selanjutnya kegiatan pendampingan dilakukan untuk membantu para pelaku UMKM di Desa Kemiri dalam mempraktekan materi yang telah disampaikan termasuk pembuatan akun *Google My Business* sampai promosi. Namun, perlu diakui bahwa sebagian besar UMKM masih perlu pendampingan dan pelatihan untuk mengoptimalkan pemanfaatan *digital marketing*^[7]. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat memberi kontribusi positif dan relevan terhadap pemberdayaan masyarakat pelaku UMKM di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan dengan memanfaatkan *digital marketing* yang bertujuan meningkatkan pemasaran atau penjualan, serta keberhasilan usaha pelaku UMKM di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan.

1.3 | Target Luaran

Target dari kegiatan pemberdayaan melalui pemanfaatan *digital marketing* (*Google My Business*) ini adalah para pelaku UMKM yang berada dalam cakupan wilayah Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan. Sebanyak 20 orang yang telah menjalankan usahanya menjadi sasaran utama. Hasil yang diharapkan dari program pendampingan ini adalah penerapan materi *digital marketing* menggunakan *platform Google My Business* secara signifikan kepada pelaku UMKM. Penerapan ini mencakup seluruh kegiatan pendaftaran usaha di *platform Google My Business*. Kegiatan penerapan ini melibatkan pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing pasar. Luaran menghasilkan akun *Google My Business* dari setiap pelaku usaha yang ikut bergabung dalam kegiatan pemberdayaan.

2 | METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian ini melibatkan mahasiswa Kelompok 2 Bina Desa PKK 2024 Program Studi Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dengan pelaku UMKM di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan sebanyak 20 orang. Tujuan dari kegiatan ini merupakan pengoptimalan ekonomi para pelaku UMKM di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan dengan memanfaatkan *digital marketing* melalui pelatihan dan pendampingan untuk memasarkan produk mereka lewat *platform Google My Business*. Rincian kegiatan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian.

2.1 | Observasi & Wawancara

Sebelum pelatihan dimulai, mahasiswa Kelompok 2 Bina Desa PKK 2024 Program Studi Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur melakukan observasi langsung ke masing-masing rumah para pelaku UMKM di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan. Observasi ini dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi awal UMKM. Kegiatan

observasi ini juga berdampak dengan kegiatan wawancara. Wawancara dilakukan untuk menggali bagaimana pengalaman masyarakat dalam memasarkan produknya dan kendala yang dihadapi, seperti keterbatasan pengetahuan tentang *digital marketing*, kurangnya keterampilan teknologi, atau terbatasnya akses ke *platform* digital. Hasil dari observasi dan wawancara ini digunakan untuk merancang materi pelatihan yang lebih sesuai dengan kebutuhan para pelaku UMKM di Desa Kemiri.

2.2 | Persiapan Pelatihan

Tahap persiapan pelatihan ini, mahasiswa Kelompok 2 Bina Desa PKKM 2024 Program Studi Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur melakukan diskusi dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan. Hasil diskusi ini nantinya akan digunakan untuk mengadakan pelatihan untuk para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan. Hasil diskusi sudah ditentukan, selanjutnya melakukan pembuatan dan pembagian surat undangan untuk para pelaku UMKM di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan, serta persiapan materi pelatihan yang akan disampaikan selama pelatihan berlangsung, serta memastikan ketersediaan sarana dan prasarana, seperti lokasi ruang pelatihan yang nyaman, perangkat komputer atau ponsel untuk praktik, dan koneksi internet yang memadai.

2.3 | Pelatihan & Pendampingan

Kegiatan awal pelatihan dan pendampingan diawali dengan pengisian tes awal (*pre-test*) sederhana oleh para pelaku UMKM. Tes ini bertujuan untuk mengukur tingkat pengetahuan serta kompetensi pelaku UMKM sebelum pelatihan dimulai yang nantinya akan digunakan untuk mengetahui dampaknya secara objektif. Permasalahan utama yang ingin dikurangi adalah rendahnya pengetahuan serta kompetensi para pelaku UMKM di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Oleh karena itu, pelatihan yang dipilih adalah pelatihan penggunaan *Google My Business*, berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan yang dilakukan melalui observasi awal dan diskusi kelompok. Materi pelatihan disampaikan menggunakan media *PowerPoint* untuk mempermudah visualisasi informasi dan meningkatkan pemahaman peserta. Kegiatan pelatihan dilaksanakan selama satu hari penuh dimana peserta didampingi secara langsung dalam proses pendaftaran dan optimasi profil usaha mereka di *Google My Business*.

2.4 | Evaluasi

Tahapan terakhir yang dilakukan yaitu evaluasi. Tahap evaluasi sebagai penutup kegiatan pelatihan dan pendampingan pemanfaatan *digital marketing* kepada para pelaku UMKM di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan. Kegiatan evaluasi ini, para pelaku UMKM akan melakukan pengisian evaluasi akhir (*post-test*) sebagai hasil dari mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan pemanfaatan *digital marketing*.

3 | HASIL DAN DISKUSI

3.1 | Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian dengan Pemanfaatan *Digital Marketing* (*Google My Business*)

Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu program pendidikan nonformal untuk meningkatkan kemampuan masyarakat agar dapat lebih berkembang melalui suatu peningkatan keterampilan yang dimiliki atau ada. Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu langkah pembangunan yang dapat diartikan sebagai sebuah proses mendayagunakan masyarakat melalui keahlian dan potensi yang dimilikinya, dengan harapan masyarakat dapat mengembangkan diri secara lebih mandiri^[8]. Pemberdayaan dilakukan dalam upaya peningkatan kualitas kesejahteraan masyarakat yang meliputi kesejahteraan keluarga, memandirikan masyarakat miskin, mengangkat harkat dan martabat masyarakat lapisan bawah, menjadikan masyarakat sebagai subjek dalam bertindak. Pemberdayaan dapat dilakukan oleh masyarakat maupun pemerintah setempat. Untuk mencapai tujuan tersebut, perlu diciptakan suatu program pemberdayaan di pedesaan sehingga mampu menyejahterakan keluarga dan masyarakat. Program pemberdayaan bisa dilakukan dengan menciptakan lapangan pekerjaan dalam bentuk pelatihan. Dalam hal ini diperlukan pembinaan-pembinaan oleh lembaga-lembaga pemerintah maupun instansi terkait kepada masyarakat dalam upaya kesejahteraan dan kualitas hidupnya.

Bina Desa menjadi wadah pengabdian mahasiswa kepada masyarakat dengan menekankan pada kegiatan penguatan *softskill* sumber daya masyarakat desa berupa sosialisasi dan pelatihan program kerja yang dilaksanakan. Dengan adanya Bina Desa

ini, diharapkan dapat menjadi media pembelajaran dan kepedulian dalam permasalahan masyarakat pedesaan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui sektor agribisnis. Bina Desa menjadi bentuk kegiatan pengabdian masyarakat oleh perguruan tinggi yang melibatkan mahasiswa untuk berkontribusi dalam penyelesaian masalah sosial dan pembangunan di desa. Kegiatan ini merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perguruan tinggi dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat pedesaan.

Sebagian besar masyarakat Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan yang memiliki UMKM. masih kurang cenderung belum memahami pemasaran digital (*digital marketing*) dan cara meningkatkan pemasaran usaha mereka melalui platform *Google My Business*. Kegiatan pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan *digital marketing* di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan ini cocok untuk dilaksanakan guna meningkatkan perekonomian masyarakat di desa tersebut. Strategi pemasaran dengan menggunakan internet dapat meningkatkan efisiensi dan merupakan peluang pelaku usaha dalam melakukan penjualan secara efektif^[9]. Pelaksanaan kegiatan pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan *digital marketing* untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan ini dibagi menjadi 4 tahap, diantaranya tahap pelaksanaan *pre-test*, tahap pemaparan materi, tahap pendampingan praktik langsung, dan tahap pelaksanaan *post-test*. Tahap pelaksanaan *pre-test* dan *post-test* ini dilakukan untuk mengetahui capaian masyarakat Desa Kemiri sebelum dan sesudah dilaksanakan kegiatan pemberdayaan ini. Pelaksanaan tahap pemaparan materi ini berisi penjelasan *digital marketing* dan cara meningkatkan pemasaran UMKM melalui platform *Google My Business* (Gambar 2).



Gambar 2 Pemaparan Materi *Digital Marketing* (*Google My Business*).

Digital marketing merupakan upaya memasarkan suatu produk atau jasa melalui media digital dengan menggunakan internet yang di dalamnya terdapat strategi dan teknik tertentu. Tujuan dilakukan *digital marketing*, yaitu untuk menarik target pasar yang sesuai, membangun merek (*branding*), dan meningkatkan penjualan secara *online*. *Digital marketing* juga memiliki keuntungan yang banyak, diantaranya jangkauan luas, biaya yang efektif, target pasar yang spesifik, hasil yang dapat diukur, serta keterlibatan dan transaksi. Tentunya dengan media *digital marketing* dapat mempermudah pelaku usaha memasarkan produk yang dimiliki secara luas dan merata^[10].

Penjelasan cara meningkatkan pemasaran UMKM melalui platform *Google My Business* dapat dilihat pada Gambar 3.

Langkah-langkah penggunaan platform *Google My Business* yang dipaparkan pada masyarakat, yakni:

1. Memasukkan nama (merek) usaha;
2. Persetujuan alamat usaha;
3. Memasukkan alamat usaha;
4. Memposisikan titik tata letak lokasi usaha;
5. Mengisi tahap penyediaan pengantaran atau kunjungan;

6. Memasukkan nomor kontak usaha;
7. Memasukkan jam kerja usaha;
8. Mengisi deskripsi usaha dan produk;
9. Memasukkan foto usaha dan produk;
10. Mengunggah foto yang sudah di masukkan;
11. Klaim kredit iklan (opsional);
12. Mendapatkan kustom nama domain;
13. Selesai.

Potensi peningkatan penjualan dengan basis *Google My Business* dapat dioptimalkan untuk mendorong penjualan produk yang dimiliki^[11].



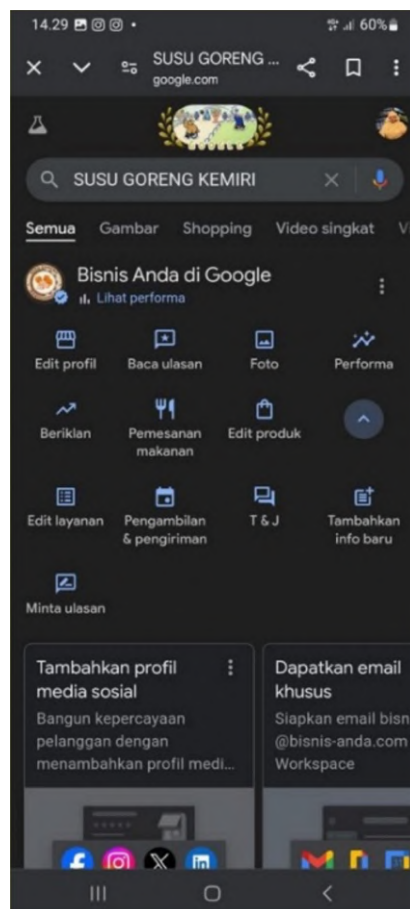
Gambar 3 Langkah-langkah Penggunaan Platform *Google My Business*.

Tahap pelaksanaan selanjutnya adalah pendampingan (praktik langsung) yang dilakukan oleh mahasiswa Kelompok 2 Bina Desa PKKM 2024 Program Studi Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dan para pelaku UMKM masyarakat Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan (Gambar 4).

Pendampingan praktik langsung dilakukan guna para pelaku UMKM masyarakat Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan memahami keseluruhan cara meningkatkan pemasaran melalui platform *Google My Business* dan tidak kebingungan saat menggunakan platform *Google My Business* setelah kegiatan dilaksanakan. Adanya pemasaran digital melalui platform *Google My Business* menjadikan promosi usaha lebih baik dan luas, karena dapat menampilkan dan berbagi gambar lewat media ke komunitas dan masyarakat. Pelaku UMKM masyarakat Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan merespon materi pemasaran digital melalui platform *Google My Business* dengan baik terbukti dengan adanya penggunaan dan pendaftaran usaha di platform *Google My Business*, seperti yang ditunjukkan pada Gambar (5) di bawah ini.



Gambar 4 Pendampingan (Praktik Langsung) Penggunaan *Platform Google My Business*.



Gambar 5 Hasil Akhir Contoh Salah Satu Usaha yang Sudah Didaftarkan pada *Platform Google My Business*.

3.2 | Evaluasi Tes Awal (*Pre-test*), Akhir (*Post-test*), dan Evaluasi Akhir

Tahap kegiatan awal pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan *digital marketing* melalui *platform Google My Business*, penulis memberikan tes awal (*pre-test*) kepada setiap pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabuapten Pasuruan. Hasil perolehan nilai *pre-test* dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Hasil *Pre-Test* Pengetahuan Responden Pelaku UMKM di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan Terkait Pemanfaatan *Digital Marketing* melalui *platform Google My Business*

Skor	Kriteria Pengetahuan	Responden (Orang)	Perolehan Nilai	Presentase (%)
6,67 - 9,99	Tinggi	1	10	5
3,34 - 6,66	Sedang	4	5	20
0 - 3,33	Rendah	15	3	75
Total		20	10	100

Berdasarkan Tabel 1 di atas yang merupakan hasil *pre-test* pengetahuan responden pelaku UMKM mengenai pemanfaatan *digital marketing* melalui *platform Google My Business* untuk meningkatkan perekonomian diketahui, bahwa terdapat 15 (75%) responden yang memiliki pengetahuan rendah, 4 (20%) responden memiliki pengetahuan sedang, dan 1 (5%) responden memiliki pengetahuan tinggi. Selanjutnya dilakukan pelatihan dan pendampingan pemanfaatan *digital marketing* melalui penyampaian materi dan pengimplementasiannya. Kegiatan tersebut telah dilakukan, mahasiswa Kelompok 2 Bina Desa PKKM 2024 Program Studi Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur memberikan *post-test* kepada para pelaku UMKM di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabuapten Pasuruan. Hasil perolehan nilai *post-test* dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Hasil *Post-Test* Pengetahuan Responden Pelaku UMKM di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan Terkait Pemanfaatan *Digital Marketing* melalui *platform Google My Business*

Skor	Kriteria Pengetahuan	Responden (Orang)	Perolehan Nilai	Presentase (%)
6,67 - 9,99	Tinggi	16	10	80
3,34 - 6,66	Sedang	3	5	15
0 - 3,33	Rendah	1	3	5
Total		20	10	100

Berdasarkan Tabel 2 di atas yang merupakan hasil *post-test* pengetahuan responden pelaku UMKM di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabuapten Pasuruan mengenai pemanfaatan *digital marketing* untuk meningkatkan perekonomian diketahui, bahwa terdapat 1 (5%) responden yang memiliki pengetahuan rendah, 3 (15%) responden memiliki pengetahuan sedang, dan 16 (80%) responden memiliki pengetahuan tinggi, sehingga terdapat pengaruh para pelaku UMKM di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabuapten Pasuruan setelah mengikuti kegiatan pemanfaatan *digital marketing* melalui *platform Google My Business* untuk meningkatkan perekonomian.

Berdasarkan Tabel 3 yang memuat hasil *pre-test* dan *post-test*, terlihat adanya peningkatan signifikan dalam pengetahuan para pelaku UMKM di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan mengenai pemanfaatan *digital marketing* melalui *platform Google My Business*. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan berdampak positif terhadap pemahaman mereka dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan usaha. Secara keseluruhan, terjadi peningkatan sebesar 75% dibandingkan kondisi sebelum pelatihan dilakukan.

Tabel 3 Peningkatan Pengetahuan Responden Pelaku UMKM di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan

Jenis Tes	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
Tes Awal	20	5
Tes Akhir	20	80
Peningkatan		75

4 | KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diambil, yaitu kegiatan pemberdayaan ini mendapatkan hasil peningkatan pengetahuan 75% dari 20 orang yang mengikuti. Kegiatan ini menjadikan pelaku UMKM memiliki kesadaran tentang pentingnya *digital marketing*, khususnya melalui *Google My Business*, sehingga perekonomian lokal dan potensi UMKM di Desa Kemiri meningkat. Selain itu, setelah dilaksanakan pelatihan dan pendampingan, pendapatan para pelaku UMKM mengalami peningkatan yang signifikan dan usaha mereka mulai dikenal lebih luas oleh masyarakat, baik secara lokal maupun dari luar daerah. Hal ini terjadi karena pemanfaatan *platform Google My Business* memungkinkan produk dan layanan mereka lebih mudah ditemukan melalui pencarian *online*. Banyak pelaku UMKM yang melaporkan adanya peningkatan jumlah pelanggan baru serta bertambahnya pesanan setelah profil usaha mereka muncul di hasil pencarian Google dan *Google Maps*. Keberhasilan ini tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga menumbuhkan kepercayaan diri dan motivasi para pelaku usaha untuk terus mengembangkan usahanya secara digital.

Saran yang dapat disampaikan oleh penulis kepada masyarakat adalah dengan mengikuti pelatihan-pelatihan *digital marketing* perlu sering dilaksanakan untuk membangun kesadaran dan pemahaman mengenai *digital marketing* dan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk membuat dan mengelola akun media sosial, materi yang disampaikan disesuaikan dengan kemampuan para peserta. Di sisi lain, pelaku UMKM perlu menumbuhkan keberanian untuk mencoba hal yang baru, berlaku profesional, dan sabar menunggu hasil dan terus berkreasi.

5 | UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah mendanai kegiatan Bina Desa PKKM 2024, serta Program Studi Agribisnis yang telah memfasilitasi mahasiswa sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pemerintah dan masyarakat Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan yang antusias dalam menerima dan mengikuti kegiatan.

Referensi

1. Hilmiana, Kirana DH. Peningkatan Kesejahteraan UMKM Melalui Strategi Digital Marketing. Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat 2021;4(1):124–130.
2. Hananto VR, Putra IGNAW, Erstiawan MS. Implementasi Web Portal Komunitas Gereja Menggunakan Metode Crowdsourcing pada Gereja Santo Paulus Juanda. Society: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat 2020;1(1):70–77.
3. Erstiawan MS, Alifianto AY. Pemanfaatan Google Spreadsheet Penjualan pada Warung Majapahit di Mojokerto. EKOBIS ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat 2021;2(2):50–57.
4. Santoso R, Fianto AYA, Erstiawan MS. Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Intensi Pembelian Produk Susu Murni. Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis 2023;8(1):1–14.
5. Amegayibor GK. Training and Development Methods and Organizational Performance: A Case of Local Government Organization in Central Region, Ghana. Journal of Social, Humanity, and Education 2021;2(1):35–53.

6. Rahma A, Wikartika I. Implementasi Penggunaan Google My Business sebagai Media Digital Penguatan Pemasaran UMKM di Kelurahan Medokan Ayu Kota Surabaya. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat* 2024;5(1):79–85.
7. Anoke AF, Onu AN, Agagbo OC. Managerial Competencies and Growth of Small and Medium Enterprise (SMEs) in Abuja Metropolis, Nigeria. *International Journal of Financial, Accounting, Management* 2022;4(3):255–268.
8. Istianawati, Sudaryanti. Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Kelompok Seni dan Usaha Kecil Menengah Kelurahan Mangkubumen (Mpok Sinah Klamben) di Kelurahan Mangkubumen Kota Surakarta. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)* 2021;12(1):135–150.
9. Paramitha AAIL, Mahendra GS, Artana IM. Sosialisasi dan Pelatihan Internet Marketing bagi UMKM Sokasi di Desa Tigawasa. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat* 2020;4(2):276–283.
10. Husain TK, Thamsi AB, Amran FD. Implementasi Google My Business sebagai Media Digital Marketing. *ABDIRA: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2022;2(1):88–94.
11. Akbar BA, Miftahuzzamal. Pengarahan Teknologi Digital Marketing Guna Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Desa Cibeusi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)* 2022;3(2):861–866.

Cara mengutip artikel ini: Kemuning, P. D. A. R., Saputri, H. A., Putri, S. M., Atasa, D., (2025), Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Pemanfaatan *Digital Marketing* untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan, *Sewagati*, 9(3):716–725, <https://doi.org/10.12962/j26139960.v9i3.2565>.