

Sosialisasi Fungsi Google Map Bagi Pengembangan Usaha Kalangan Ibu Rumah Tangga Pebisnis Online di Kota Makassar

Misbawati¹, Ahmadin²

misbawati@stie-pb.ac.id¹, ahmadin@unm.ac.id

¹STIE Pelita Buana, ²PPs Universitas Negeri Makassar

Abstract: *This community service article examines the importance of providing basic knowledge about the function and position of Google Maps in online business among housewives in Makassar City. As we all know that today's business activities have shifted to the virtual world and can be done anytime and anywhere. Online business opportunities or business activities in the virtual world can also be carried out by everyone provided they have the ability to manage and operate social media features. One important element that is part of an online business is a Google Map which is a marker point for the address of a company or business office. Thus, to increase consumer confidence, ideally a business should show its full address. For this purpose, it is necessary to understand how to make a google map and what the review function is for online business development. Increased knowledge about the benefits of Google Maps and the usefulness of reviews among housewives is carried out through outreach activities coupled with social gathering activities. The expected output of this activity is that online business people, namely housewives, have knowledge of the importance of Google Map in various activities or types of business..*

Keywords: *Google Map, online business, housewives*

Pendahuluan

Perkembangan bisnis dan kewirausahaan (A. Ahmadin, 2015) dewasa ini yang telah merambah ke dunia maya, merupakan suatu angin segar terutama bagi para penggemar atau penikmat kegiatan berdimensi profit ini. Betapa tidak internet yang menyediakan berbagai fasilitas dan peluang bisnis melalui berbagai *platform* serta aplikasi, dapat digunakan oleh semua kalangan sepanjang ia menguasai atau mampu mengoperasikan aplikasi-aplikasi tersebut. Bahkan pihak-pihak yang kurang menguasai teknologi pun dan sepanjang memiliki kemampuan manajerial dalam mengelola suatu usaha dapat berkisah di bidang ini (Ridha & Suhaeb, 2021). Caranya melalui bekerjasama dengan pihak-pihak yang menekuni bisnis online dengan sistem mitra atau proyek berbayar. Meskipun demikian, tentu saja memiliki kemampuan berbisnis online sendiri jauh lebih baik dibandingkan dengan cara mengandalkan bantuan pihak lain.

Salah satu organisasi berbentuk paguyuban di Kota Makassar yang beranggotakan kalangan ibu rumah tangga, sejauh ini terlibat dalam praktik usaha dan promosi produk jualan melalui berbagai platform media sosial, seperti: Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, WhatsApp, toko online marketplace, dan lainnya (Cahaya et al., n.d.). Meskipun demikian, rupanya di balik keinginan kuat untuk mengembangkan usaha melalui promosi di media sosial, masih saja menemukan aneka kendala dalam pelaksanaannya. Salah satu di antaranya adalah kepercayaan konsumen di tengah maraknya penipuan melalui transaksi online. Dengan demikian, banyak kalangan pembeli berinisiatif untuk memastikan terlebih dahulu keberadaan toko atau usaha tempat ia akan berbelanja, apakah benar-benar ada dan nyata atau hanya abal-abal serta tidak jelas tempat kedudukannya (Misbawati, 2021). Tidak heran jika banyak calon pembeli menelusuri terlebih dahulu alamat toko atau supplier produk-produk tertentu melalui internet untuk sebuah kepastian. Hal inilah kendala yang dialami para pebisnis online dari kalangan ibu rumah tangga tersebut, sehingga memerlukan solusi yang berkontribusi terhadap terbangunnya kepercayaan konsumen.

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dapat menjadi salah satu solusi bagi permasalahan ini, yang dilakukan melalui sosialisasi pentingnya menggunakan Google Map dalam penentuan titik lokasi tempat berjualan atau daerah asal pengiriman produk dan bahkan dapat dijadikan sebagai alat ukur bagi kepuasan pelanggan (Haq, 2020). Cara seperti ini dianggap merupakan suatu strategi efektif dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, dengan pertimbangan alamat dan nomor kontak jelas. Dengan demikian, ketakutan atau kekhawatiran calon pembeli akan penipuan akan teranulir melalui metode ini. Kenyataan menunjukkan bahwa banyak usaha yang memiliki alamat yang jelas dan tertera di *Google Map* mampu mendatangkan pembeli yang lumayan banyak, padahal produk yang dijualnya sama dengan para pemilik usaha sejenis lainnya.

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dilakukan oleh pihak dosen STIE Pelita Buana Kota Makassar dan Program Pascasarjana Universitas Negeri Makassar (UNM) bekerjasama Paguyuban Sepupu Kita di Kota Makassar. Kegiatan PKM yang dilaksanakan sebagai rangkaian dari pertemuan bulanan paguyuban ini, diharapkan berjalan sesuai dengan rencana. Adapun luaran dari kegiatan ini yakni kemampuan membuat alamat toko atau usaha melalui *Google Map*, mampu mengisi deskripsi usaha melalui keyword dan fitur isian lainnya, mampu berpromosi melalui Google, mampu membuat *review* tempat di *Google Map*, dan kemampuan lainnya yang sepaket dengan itu.

Metode

Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dilakukan melalui serangkaian tahapan kegiatan dengan metode berupa *Participatory Action Research* (Baum et al., 2006) yakni suatu bentuk pengumpulan data yang dilakukan dengan cara turut serta sebagai partisipan dalam suatu aktivitas sambil melakukan pengamatan sebagai bagian dari penelitian (M. Ahmadin, 2022). Adapun subyek pengabdian dalam kegiatan ini adalah para ibu rumah tangga di Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan yang menekuni kegiatan usaha berupa bisnis online. Kegiatan kemitraan ini dimulai dari pelaksanaan identifikasi masalah dan ditindaklanjuti melalui pelaksanaan sosialisasi. Lewat kegiatan sosialisasi ini diharapkan para peserta atau mitra dapat kemampuan membuat titik alamat melalui *Google Map* serta memahami pentingnya *review map* bagi usaha atau bisnis online.

Pembahasan

Realisasi kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dengan tema Sosialisasi Fungsi Google Map Bagi Pengembangan Usaha Kalangan Ibu Rumah Tangga Pebisnis Online di Kota Makassar, dilakukan melalui beberapa tahapan kegiatan. *Pertama*, persiapan yakni melakukan persiapan terkait dokumentasi perizinan dari pihak lembaga dalam hal ini Universitas Negeri Makassar (UNM) melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M), menyiapkan sejumlah perlengkapan pelaksanaan kegiatan berupa: spanduk, daftar hadir peserta sosialisasi, alat tulis, kertas, LCD/Proyektor, dan lainnya. *Kedua*, pelaksanaan kegiatan sosialisasi dipusatkan di Kelurahan Batua Kecamatan Manggala Kota Makassar. Penyiapan dan ketersediaan fasilitas dilakukan oleh sebuah paguyuban di Kota Makassar yakni Sepupu Kita Community sebagai bentuk realisasi keberlanjutan dari program kerjasama yang telah dijalin pada tahun-tahun sebelumnya. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dalam bentuk presentasi materi model cerama bervariasi, diskusi, dan praktek. *Ketiga*, pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini juga disertai pembentukan komunitas khusus kalangan pebisnis online untuk keperluan tindak lanjut pemberian materi secara berkala.

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang mengusung tema Sosialisasi Fungsi Google Map Bagi Pengembangan Usaha Kalangan Ibu Rumah Tangga Pebisnis Online di Kota Makassar, dilakukan dengan menggunakan berbagai alat pendukung. Adapun alat yang

dimaksud, seperti: laptop untuk membuat konsep materi pelatihan, Handphone pribadi masing-masing sebagai alar praktek membuat alamat di *Google Map* serta *review* alamat, LCD/proyektor untuk menampilkan selama pelatihan, printer sebagai alat menggandakan materi pelatihan, data internet 32GB, kertas dan ballpoint sebagai alat tulis menulis selama pelatihan, serta sejumlah buku referensi.

Kegiatan sosialisasi ini berlangsung sesuai rencana yang disusun dalam draft sebelumnya, serta susana serius dan semangat para peserta dalam menerima serta mendiskusikan materi yang diberikan. Pelaksanaan sosialisasi yang digelar pagi hari hingga siang pada Ahad, 11 September 2022 ini, ditandai para peserta cukup serius menerima informasi tentang berbagai fungsi dan manfaat *Google Map* dalam kegiatan bisnis. Hasil identifikasi awal dari serangkaian diskusi dalam sosialisasi ini, diketahui bahwa faktor penyebab masih kurangnya pengetahuan terhadap pentingnya mencantumkan alamat kegiatan usaha di *Google Map*, disebabkan karena belum maksimalnya pemanfaatan media sosial untuk mendukung bisnis. Hal ini disebabkan karena masih minimnya pengetahuan tentang dasar-dasar *Google Map* serta terbatasnya Sumber Daya Manusia (SDM) yang orientasinya demikian (Istijanto, 2013) untuk membuat memfungsikan *Google Map* sebagai penanda alamat pusat kegiatan bisnis. Memang sebenarnya sudah ada dasar-dasar pengetahuan mengenai hal ini, namun belum maksimal pemanfaatan serta belum diimplementasikan dalam bentuk aksi nyata

Selain itu, penyebab belum maksimalnya pemanfaatan *Google Map* juga berasal dari kurangnya kemitraan yang terjalin antara pihak pebisnis yang berpengalaman di dunia internet atau bisnis online. Akhirnya, banyak jenis usaha atau bisnis yang sesungguhnya memiliki peluang besar untuk berkembang, namun kurang memiliki kepercayaan di mata calon pembeli atau konsumen. Penyebabnya antara lain adalah alamat pusat penjualan atau kantor admin yang tidak transparan disampaikan kepada calon pembeli, sehingga tingkat kepercayaan pada usaha tersebut rendah. Padahal melalui *Google Map* alamat dapat disosialisasikan kepada publik calon pembeli dan atau langganan. Bahkan pada *Google Map* juga dapat disertakan beberapa poin deskripsi profil usaha serta produk. Selain itu, juga tersedia fitur yang dapat digunakan untuk mencantumkan nomor kontak serta link url website atau blog publikasi tempat dimana kita menyediakan *gallery* produk jualan.

Dapat diprediksi bahwa jika semua pebisnis online dalam hal ini pada ibu rumah tangga

sebagai mitra dalam kegiatan ini telah memanfaatkan *Google Map* sebagai penanda alamat usaha, maka tentu saja membawa peningkatan dalam hal pengembangan bisnis online yang tidak mengenal batas ini (Timothi, 2013). Tentu kita bisa membayangkan perihal kemudahan yang akan diterima oleh para konsumen khususnya yang ingin membeli produk secara langsung di tempat usaha dengan alasan untuk pembelian banyak dapat menelusuri titik alamat di Google. Dalam pengertian lain bahwa jika fitur online ini dapat dimanfaatkan dalam berbisnis (Misbawati, 2021), maka keuntungannya akan menjadi ganda dimana calon pembeli dimudahkan untuk mengecek alamat, sebaliknya pihak penjual juga tidak perlu repot menulis alamat pada pesan *chat* atau menjelaskannya melalui kontak telepon genggam.

Penyajian materi pelatihan yang berorientasi pada pengenalan *Google Map* terkait fungsi dan kegunaannya bagi para pebisnis online dan konsumen, dilakukan dalam durasi waktu yang telah ditetapkan oleh kedua belah pihak yakni dan diatur oleh panitia penyelenggara. Mengingat kegiatan ini berorientasi pada praktik, maka sistem sosialisasi dan pemberian materi selain diskusi juga menggunakan tutor teman sebaya secara bervariasi. Hal ini dilakukan agar para peserta setelah mengikuti kegiatan memiliki kemampuan dan penguasaan materi yang sama. Bahkan juga dilakukan evaluasi berupa pemeriksaan yakni memastikan bahwa masing-masing peserta telah berhasil membuat alamat kantor atau pusat kegiatan bisnis di *Google Map*.

Setelah proses sosialisasi dalam bentuk penyajian materi yang dilakukan oleh penyaji, maka langkah selanjutnya diadakan tahapan diskusi bervariasi, penugasan/praktik, tanya-jawab, serta dilakukan pula refleksi. Dalam proses penyajian materi juga disampaikan bahwa mengenai teknik pembuatan review alamat usaha/bisnis sekaligus menyampaikan apa manfaatnya. Adapun manfaat yang disampaikan kepada para peserta pelatihan adalah bahwa titik alamat di *Google Map* yang memiliki ulasan/*review* serta bintang 5 yang diberikan sebagai penanda positif (Rohmah & Hera, 2022), maka popularitasnya akan meningkat dan semakin mudah terdeteksi dalam proses penelusuran atau pencarian oleh mesin Google. Lebih jauh disampaikan bahwa untuk mendapatkan ulasan atau review yang banyak harus dimulai dari saling mengulas secara bergantian antarpeserta, memanfaatkan teman/kolega untuk mengulas, serta hal yang tidak kalah penting adalah membuat nama alamat Map sesuai dengan jenis produk yang dijual, Misalnya: "Supplier Kacang Kenari

Makassar”, “PetStore Indonesia”, “Pusat Belanja Kebutuhan Hewan”, “Toko Grosir Makassar”, dan lainnya.

Kesimpulan

Hasil pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) bertema sosialisasi fungsi *google map* bagi pengembangan usaha kalangan ibu rumah tangga pebisnis online di Kota Makassar , dapat memberi solusi terhadap permasalahan kurang maksimalnya pemanfaatan fitur Google dalam menunjang kegiatan bisnis online. Selain itu, melalui kegiatan sosialisasi ini diharapkan semua pelaku bisnis online memfungsikan *Google Map* sebagai salah satu komponen penting dalam strategi promosi usah atau bisnis sehingga dapat meningkatkan usaha di masa mendatang.

Rekomendasi yang diberikan oleh tim pengabdian yakni bahwa kegiatan sosialisasi dalam bentuk kerjasama atau kemitraan serupa dengan ini, diharapkan dapat terselenggara dalam konteks sejenis di masa mendatang. Sinergitas antara pihak perguruan tinggi sebagai penyedia tim pengabdian dengan organisasi sebagai mitra, dapat dipastikan akan membawa perubahan yang sangat berarti bagi proses pengembangan usaha/bisnis secara umum di Indonesia dan atau secara khusus di Kota Makassar.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh pihak yang tergabung dalam paguyuban Sepupu Kita yang telah memberikan kesempatan bekerjasama dalam program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM).

Daftar Pustaka

- Ahmadin, A. (2015). *Kapitalisme Bugis: Etika Bisnis Berbasis Kearifan Lokal*. Rayhan Intermedia.
- Ahmadin, M. (2022). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. *Jurnal Kajian Sosial Dan Budaya: Tebar Science*, 6(1), 104–113.
- Baum, F., MacDougall, C., & Smith, D. (2006). Participatory action research. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 60(10), 854.
- Cahaya, A., Syukur, M., Ahmadin, A., & Anrical, A. (n.d.). Market Digital Era 4.0 Dalam Perspektif Sosiologis (Studi Kasus Sales Toyota Hadji Kalla Cabang Hertasning Kabupaten Gowa). *Phinisi Integration Review*, 5(3), 635–649.

- Haq, F. U. (2020). Penggunaan Google Review Sebagai Penilaian Kepuasan Pengunjung Dalam Pariwisata. *Tornare: Journal of Sustainable and Research*, 2(1), 10–12.
- Istijanto, M. M. (2013). *Riset sumber daya manusia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Misbawati, M. (2021). Bisnis Online: Peluang dan Tantangan Pemenuhan Kebutuhan Ekonomi Keluarga Masyarakat Perkotaan. *Jurnal Kajian Sosial Dan Budaya: Tebar Science*, 5(1), 27–33.
- Ridha, M. R., & Suhaeb, F. W. (2021). Strategies for Survival in the Midst of Economic Difficulties in the Covid-19 Era. *International Joined Conference on Social Science (ICSS 2021)*, 594–598.
- Rohmah, A. N., & Hera, H. (2022). Pemanfaatan Google My Business Sebagai Media Digital Marketing Pada Bukuan Fried Chicken. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(3), 37–42.
- Timothi, J. (2013). *Membangun Bisnis Online*. Elex Media Komputindo.

