

PENDAMPINGAN *DIGITAL MARKETING* DAN *E-COMMERCE* PADA UMKM NASI MERAH MBAK RETNO DI KOTA SEMARANG

Florentina Ajeng Tiya Pratiwi^{1*}, Wulandari², Juventius Wahyu Utama³, Dian Prasetyo Widyaningtyas⁴, Anoki Herdian Dito⁵, Bonaventura Hendrawan Maranata⁶

^{1*,2,3,4,5,6}Manajemen, Ekonomi, Bisnis, dan Humaniora, Universitas Nasional Karangturi Semarang

Jl. Raden Patah No. 182-192, Semarang, Indonesia

e-mail: florentina.ajeng@unkartur.ac.id^{1*}

Received : Januari, 2025

Accepted : Januari, 2025

Published : Januari, 2025

Abstrak

Perkembangan teknologi digital yang semakin besar membuat UMKM Nasi Merah Mbak Retno harus mengikuti perubahan yang ada karena persaingan bisnis yang semakin tinggi. Sehingga mbak Retno harus memanfaatkan dunia digital ini dengan membuka usaha *online*. Peneliti berfokus pada *digital marketing* menggunakan analisis dan evaluasi *google my business* (GMB) serta *e-commerce* dengan pembuatan akun pada aplikasi *online* yakni Go-biz untuk memudahkan konsumen mengenali produk dan mendapatkan konsumen baru. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dengan wawancara secara terstruktur dan mengamati langsung evaluasi GMB dan pembuatan akun Go-biz. Proses pembinaan yang dilakukan dua kali, yakni pemberian materi langsung di lingkungan kampus dan kunjungan ke rumah mbak Retno. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan setelah menerapkan *digital marketing* pada usaha bisnisnya dengan penggunaan GMB dan harapannya dengan pembuatan akun Go-biz membuat konsumen lebih mudah dalam melakukan pembelian kembali secara *online*.

Kata Kunci : Digital marketing, E-commerce, Google My Business, dan Go-Biz

Abstract

The development of digital technology makes Ms. Retno's Brown Rice MSMEs have to face the changes that exist due to increasingly high business competition. So, Ms. Retno must take advantage of this digital world by opening an online business. Researchers focused on digital marketing using analysis and evaluation of Google my business (GMB) and e-commerce by creating an account on the online application Go-biz to make it easier for consumers to recognize products and get new customers. The method used is qualitative descriptive analysis with structured interviews and direct observation of GMB evaluation and Go-biz account creation. The coaching process was carried out twice, a digital marketing class on campus in the beginning and a follow-up visit to Ms. Retno's house. The results showed an increase in sales after applying digital marketing to its business operation with the use of GMB, the creation of a Go-biz account eased consumers to make online repurchases. The study's limitation is that customers still don't know how to maintain and retain their customers through an accurate digital marketing strategy.

Keywords : Digital marketing, E-commerce, Google My Business, and Gobiz

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital memberikan dampak signifikan pada berbagai sektor, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Sulaksono & Zakaria, 2020). Di era digital saat ini, *e-commerce* menjadi salah satu platform penting yang dapat membantu UMKM memperluas pasar, meningkatkan penjualan, dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif (Lusiana Rahmawati & Maharani Ikaningtyas, 2023) Namun,

tidak semua UMKM mampu memanfaatkan peluang ini secara maksimal. Salah satu contohnya adalah UMKM Nasi Merah Mbak Retno, memiliki produk makanan berkualitas dan rendah kalori tetapi masih menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan teknologi digital untuk pemasaran dan penjualan. Sehingga kami tertarik untuk memperkenalkan produk Nasi Merah Mbak Retno pada wilayah Semarang agar semakin banyak masyarakat yang sadar akan produk nasi merah Mbak Retno.

Kami juga sudah meningkatkan digitalisasi pada nasi merah mbak retno dengan mengaplikasikan google maps, facebook, serta Instagram sebagai alat media sosial yang membantu UMKM ini dikenal oleh masyarakat wilayah Semarang. Sehingga dengan adanya bantuan google my business (GMB) ini juga akan memberikan konsumen informasi terkait lokasi dan produk secara online. Penelitian yang dilakukan (Rohmah & Hera, 2022) juga menunjukkan bahwa adanya manfaat yang dirasakan mitra atas peningkatan pada penggunaan GMB ini, evaluasi yang dapat dilihat bahwa adanya hasil mesin pencari google yang ditelusuri sebanyak 450 kali penelusuran dan 35 review dengan rata-rata memberikan bintang 5 pada GMB Bukuan Fried Chiken. .

Melalui pengabdian masyarakat ini, selain untuk mengevaluasi hasil GMB, pendampingan ini bertujuan juga untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM Nasi Merah Mbak Retno dalam menerapkan dan menggunakan *e-commerce* sehingga dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. Penggunaan *e-commerce* ini juga membantu Bu Retno mendapatkan calon konsumen baru dan lebih mudah untuk berkomunikasi serta meningkatkan penjualannya secara online. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Masrianto et al., 2021), menunjukkan bahwa adanya *e-commerce* memudahkan pelaku bisnis bertemu dengan beragam konsumen secara online dan membuat transaksi jauh lebih mudah.

Selain itu, pemasaran digital yang berkelanjutan dan dapat membantu menaikkan permintaan promosi. Universitas Nasional Karangturi memiliki 7 fakultas yang salah satunya adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) dengan dua program studi unggulan yaitu akuntansi dan manajemen. FEB UNKARTUR memiliki pengalaman yang panjang dalam mendampingi para pelaku usaha dalam mempersiapkan usahanya. Sebagai salah satu bentuk tridarma perguruan tinggi, UNKARTUR juga melaksanakan pengabdian masyarakat dengan tujuan agar keberadaan UNKARTUR dapat memberikan kemaslahatan bagi masyarakat.

Rumusan masalah dalam riset ini adalah umkm mbak retno masih menggunakan pemasaran tradisional di era digital saat ini yang membuat proses pemasarannya menjadi lama dan tidak efektif. Namun pada pendampingan pertama pendamping sudah memberikan pendampingan berupa evaluasi pembuatan akun *google my business* (GMB) yang terdaftar di [google maps](https://maps.app.goo.gl/CJfGLVLVuvj6DGmc7) <https://maps.app.goo.gl/CJfGLVLVuvj6DGmc7>. Kemudian permasalahan yang dialami adalah pendamping berharap riset ini tidak hanya sebatas konsumen memahami dan mengenal produk saja, tetapi memudahkan konsumen dengan memberikan layanan secara *online*. Mbak Retno belum

mempunyai toko *online*, sehingga masalah utama dalam penelitian ini adalah mengevaluasi hasil *google my business* dan membuat toko *online* di aplikasi Gobiz. Hal ini sejalan dengan penelitian (Parameswari et al., 2022) yang menunjukkan dengan adanya pemanfaatan penggunaan Gobiz, memaksimalkan potensi penghasilan secara online dan meningkatkan penjualan.

Tujuan Kegiatan adalah meningkatkan pemahaman, memberikan pelatihan dan daya saing UMKM Nasi Merah Mbak Retno tentang pemanfaatan *digital marketing* dan *e-commerce* untuk memperluas pasar dan mendapatkan pelanggan baru.

Manfaat kegiatan adalah (1) bagi UMKM nasi merah mbak Retno (a) memperluas jangkauan pasar ke konsumen yang lebih luas, termasuk luar kota, (b) mempermudah proses transaksi penjualan dan pendataan produk, (c) meningkatkan efisiensi operasional dan peluang penjualan melalui digitalisasi. (2) bagi masyarakat umum, meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk lokal yang sudah memanfaatkan teknologi digital.

Solusi dan kerangka pemecahan masalah adalah Bu Retno diberikan bimbingan secara langsung dengan pendampingan awal, pengenalan dan penggunaan platform *digital marketing* dan *e-commerce* seperti shopee, gobiz, dan evaluasi *google my business*.

Metode

Riset ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Metode ini menunjukkan bahwa model ini dilakukan dengan menganalisis berbagai kondisi yang terjadi sebenarnya dilokasi (Nasution, 2023). Awal dilaksanakan pendampingan ini dilakukan dengan melanjutkan pendampingan sebelumnya yang sudah dijalankan pada bulan Maret 2024. Langkah pertama pada analisis nasi merah mbak retno adalah melihat perkembangan *google my business* (GMB) seberapa banyak masyarakat atau calon pelanggan yang menjadi pelanggan baru memberikan ulasan pada penjualan Mbak Retno (Wahyu Utama et al., 2024) kemudian pada Bulan Desember, pendamping memberikan pendampingan kembali dengan materi dan praktik yang diberikan adalah menganalisis hasil penggunaan alat digital marketing yakni *google bisnis* dan *e-commerce* adalah *go-biz* kepada Mbak Retno.

Pendampingan pertama dilakukan di Universitas Nasional Karangturi Semarang yang dihadiri oleh seluruh Dosen manajemen dan dua mahasiswa yang membantu keberlangsungan kegiatan pengabdian, materi pertama yang diberikan adalah analisis dan evaluasi hasil GMB, hasil evaluasi dilakukan dengan mewawancarai secara terstruktur dengan memberikan beberapa pertanyaan, seperti dengan adanya GMB apakah

membantu penjualan meningkat?, dengan GMB mendapatkan pelanggan baru?, dan dengan GMB Nasi Merah Mbak Retno banyak dikenal oleh masyarakat?. Selain itu pendamping juga menilai perkembangan dari statistik matriks yang ada pada akun GMB Mbak Retno. Materi kedua yang diberikan adalah pengenalan, proses pembuatan akun serta Langkah-langkah penentuan harga pada dua e-commerce yakni shopee dan go-biz, namun dikarenakan aktivasi shopee yang lebih lama dari pada Go-biz pendamping dan mbak retno sepakat untuk fokus pada pengembangan jualan e-commerce yang digunakan adalah Go-biz.

Pendampingan kedua dilaksanakan di rumah mbak retno daerah Bugangan yang diwakili oleh tiga dosen manajemen untuk menambahkan menu, jam operasional, harga, dan foto pada aplikasi Go-biz serta pengaktifasian akun Mbak Retno.

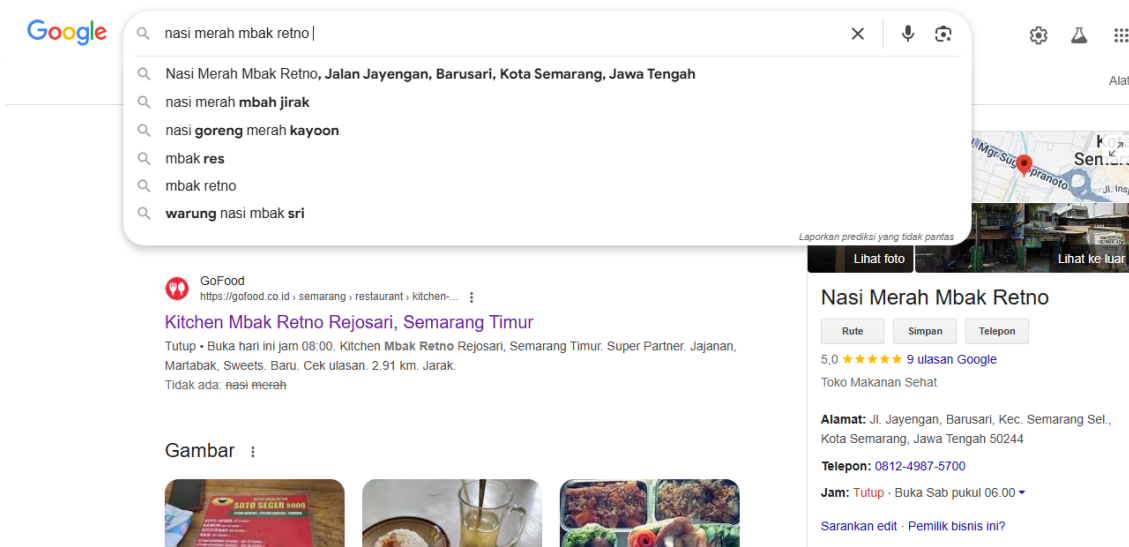
Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh pendamping dilaksanakan 3 bulan sekali, pada pendampingan pertama sudah dijalankan pada bulan Maret lalu mengenai pemasaran digital dan rebranding. Sedangkan pada pendampingan kedua berfokus pada evaluasi GMB dan penerapan e-commerce pada aplikasi Go-biz. Topik ini dipilih pendamping karena ingin melihat prospeknya pada

konsumen / pelanggan baru terhadap produk UMKM Nasi Merah mbak Retno, sebelumnya produk ini sudah dimasukkan dalam pemasaran digital sehingga tujuannya bukan lagi hanya dikenal konsumen lamanya tetapi juga produknya dapat dijual secara online.

A. Hasil analisis dan evaluasi google my business (GMB)

Hasil analisis bisnis UMKM Nasi Merah selama 6 bulan pada gambar 1 menunjukkan bahwa pelanggan tidak lagi bingung untuk menemukan lokasi, produk yang dijual. Bukti ini dapat dilihat dari hasil ulasan konsumen yang mudah mencari tempat dan menyukai makanan mbak Retno. Selain itu, UMKM mbak Retno juga sudah masuk di mesin pencarian google sehingga dengan gampang konsumen menemukan Nasi Merah Mbak Retno (gambar 1). Dengan penggunaan mesin pencarian search engine optimization (SEO) juga sejalan dengan penelitian dari (Jasri et al., 2022) yang menunjukkan bahwa mesin pencarian atau search engine optimization (SEO) memudahkan mencari kata kunci pada usaha bisnis ataupun produk yang dicari. Hasil lain dari GMB Nasi Merah Mbak Retno menunjukkan sebanyak 200 kali penelusuran dan 9 review bintang 5 yang diberikan oleh konsumen kepada UMKM ini.



Gambar 1: Mesin pencarian google terkait nama umkm

Nasi Merah Mbak Retno

Jl. Jayengan, Barusari, Kota Semarang, Jawa Tengah

Tulis ulasan

5,0 ★★★★★ 9 ulasan

- E** Elang Raihan Puruhita
1 ulasan · 1 foto
★★★★★ 10 bulan lalu
gara gara nasi merah ini aku jadi suka nasi merah sama gubahan, topp👍👍
👍 Suka
- G** Gema Takbir
2 ulasan
★★★★★ 10 bulan lalu
Pelayanannya ramah banget + enak banget
👍 Suka

Nasi Merah Mbak Retno

Jl. Jayengan, Barusari, Kota Semarang, Jawa Tengah

5,0 ★★★★★ 9 ulasan

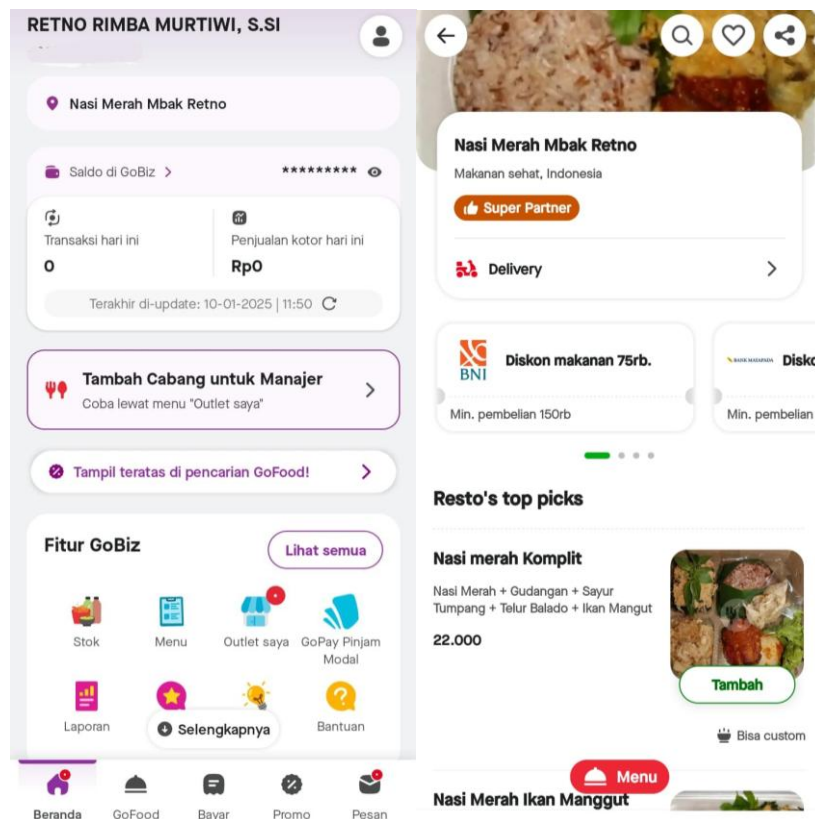
- D** Dian Sinta
Local Guide · 1 foto
★★★★★ sebulan lalu
- R** Robi Raissa Pratama
★★★★★ 10 bulan lalu
- R** Rafi Septiananda
★★★★★ 10 bulan lalu

Gambar 2: Ulasan konsumen

B. Hasil pembuatan akun Go-biz

Hasil pembuatan akun Go-biz ini diharapkan agar memudahkan mbak Retno

mendapatkan konsumen baru dan usaha bisnisnya dapat berkembang didunia digital.



Gambar 3: Hasil pembuatan akun Go-biz

Penting bagi UMKM, terutama Bu Retno untuk mendapatkan pendampingan ini terutama pada penerapan *digital marketing* dan *e-commerce*, hal ini dukung oleh riset dari (Kartini et al., 2024) yang menunjukkan apabila *digital marketing* penting dalam meningkatkan penjualan dan memudahkan transaksi pembayaran. Pendampingan ini juga memberikan beberapa pertanyaan pada keberlanjutan evaluasi atas pembuatan akun *google my business* dan hasil dari pembuatan akun Go-biz, yakni: 1) dengan adanya *google my business* (GMB) apakah membantu penjualan meningkat? hal ini dapat dibuktikan dari hasil pada gambar 2 yang menunjukkan bahwa konsumen memahami dan mengenal produk yang dijual oleh mbak Retno dari penggunaan GMB. 2) dengan GMB apakah mendapatkan pelanggan baru? hal ini juga memungkinkan mendapatkan pelanggan baru karena semakin banyak informasi yang muncul diinternet maka semakin mudah konsumen menemukan nasi merah mbak Retno dan 3) terkait dengan GMB Nasi Merah Mbak Retno apakah banyak dikenal oleh masyarakat? harapan pendamping ketika usaha bisnis ini sudah terdaftar di *e-commerce* adalah banyak konsumen lama maupun baru terutama masyarakat daerah Semarang yang mencoba produk ini. Sehingga dapat meningkatkan *engagement* dan retensi konsumen.

Pendampingan ini dilakukan agar usaha UMKM yang dimiliki Bu Retno dapat mengikuti perkembangan digital. Sehingga, penting bagi pendamping untuk memberikan pendampingan yang bermanfaat bagi kemajuan usaha Bu Retno dengan evaluasi akun *google my business* dan Go-biz. Dengan pengaplikasian dua akun ini diharapkan dapat membantu meningkatkan penjualan Bu Retno dan menarik calon konsumen melalui penjualan dan informasi produk secara *online*. Selain itu, pendamping juga memberikan masukan agar semakin banyak konsumen yang sadar akan produk Bu Retno, harus update dan aktif bersosial media agar konsumen tidak lupa dan selalu mengingat produknya, dengan cara menambahkan foto produk terbaru, posting video pembuatan produk, dan memberikan manfaat serta nilai produk yang dijual. Hal ini didukung penelitian dari (Tumbur et al., 2024) yang menunjukkan bahwa dengan adanya digital marketing membantu dalam tingkat promosi, pemasaran video melalui media sosial.

Berdasarkan hasil pembahasan, pendampingan ini memang dibutuhkan bagi Bu Retno untuk memberikan peningkatan dan kesadaran konsumen akan kesehatan dengan membeli produk nasi merah Mbak Retno melalui pembelian *online*.



Gambar 4: Proses pendampingan pertama



Gambar 5: Proses pendampingan kedua

Simpulan dan Saran

Kegiatan ini telah dilaksanakan sesuai dengan pertanyaan yang dibuat oleh pendamping sesuai dengan tujuan riset yang dibuat. Namun, harapan pendamping tidak hanya untuk membuat usaha bisnis mbak Retno dikenal saja oleh masyarakat, melainkan membuat konsumen melakukan pembelian ulang dan bisa menjadi pelanggan tetap mbak Retno. Hal ini berhubungan dengan keterbatasan penelitian, yakni belum mengetahui cara mempertahankan pelanggan

melalui digital marketing yang benar. Selain itu, karena keterbatasan pengetahuan teknologi ini menyebabkan Bu Retno juga terlambat untuk berinovasi didalam bisnisnya.

Saran bagi peneliti berikutnya, memberikan pendampingan membuat konten dan iklan agar meningkatkan brand awareness dan menilai perilaku konsumen agar tidak berfokus pada penjualannya saja. Bu Retno juga perlu aktif dalam memasarkan produk dan memvariasikan produk agar semakin banyak calon konsumen mengetahui

produk dan memberikan informasi yang lebih interaktif bagi konsumen lama sehingga menciptakan retensi pembelian kembali terhadap produk Bu Retno. Selain itu, penelitian ini mungkin dapat dikolaborasikan dengan jurusan yang berkaitan dengan teknologi digital seperti teknologi informasi dan akuntansi digital.

Daftar Rujukan

- Jasri, Arfan, N., Hasanuddin, & Ali Hasan, H. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. In *Iltizam Journal of Shariah Economic Research* (Vol. 6, Issue 2).
- Kartini, K., Meylin Rahmawati, Sulistya Rini Pratiwi, Rika Wahyuni, & Istianah Asas. (2024). UMKM Cakap Digital melalui Penerapan E-Commerce: Studi Empiris di Kota Tarakan. *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 10(2), 318–331. <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v10i2.2790>
- Lusiana Rahmawati, & Maharani Ikaningtyas. (2023). Penerapan Digital Marketing Untuk Mendukung UMKM Segigit Snack Di Kebumen. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 63–71. <https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v1i3.310>
- Masrianto, D., Afrizon, D., Gustryanda, H., Mulyani, S., & Lukita, F. (2021). *PENERAPAN E-COMMERCE PADA UMKM CENDERAMATA KERAJINAN ALIF*. 5(1). <http://logista.fateta.unand.ac.id>
- Nasution, A. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* (M. Albina, Ed.). CV. Harfa Creative.
- Parameswari, R., Silaswara, D., Ginny, P. L., Kusnawan, A., & Dian, R. (2022). *Pemanfaatan Aplikasi Gobiz dan Grab Merchant untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Dimasa Pandemi Covid19*. <https://doi.org/10.31253/ad.v2i1.1074>
- 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. <https://doi.org/10.54099/jpma.v1i3.237>
- Sulaksono, J., & Zakaria, N. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. In *Generation Journal* (Vol. 4, Issue 1). <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-indonesia-january-2019->
- Tumbur, W., Tobing, M. L., & Santoso, L. (2024). Peran Sosial Media Marketing Dalam Meningkatkan Marketing Performance Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Capabilities pada Perusahaan Konstruksi di Propinsi Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Bisnis (JIMEB)*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.51903/jimeb.v2i1>
- Wahyu Utama, J., Herdian Dito, A., Prasetyo Widyaningtyas, D., Hendrawan Maranata, B., & Ajeng Tiya Pratiwi, F. (2024). Pendampingan Inkubator Bisnis dalam Bidang Pemasaran Pada UMKM Nasi Merah “Mbak Retno” Kelurahan Bugangan Kota Semarang. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1677–1681. <https://doi.org/10.31949/jb.v5i2.9048>