



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 6 Tahun 2024 Page 1987-1998

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Strategi Pengoptimalan Aplikasi Google Bisnisku dalam Pemasaran Usaha Papan Akrilik Wisuda di Lampung

Imam Mahmud^{1✉}, Erna Wahyu Septianna²

Universitas Lampung

Email: imam.mahmud@fisip.unila.ac.id^{1✉}

Abstrak

Penggunaan platform online menjadi penting bagi pelaku usaha dalam upaya untuk meningkatkan eksposur dan menjangkau pasar yang lebih luas di era digital. Namun, banyak UMKM di Lampung belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital, termasuk Google Bisnisku, sebagai strategi pemasaran efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keunggulan dan strategi penerapan Google Bisnisku dalam meningkatkan penjualan produk papan akrilik dari Motivasiin.id. Dengan metode kualitatif, data dikumpulkan melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai efektivitas Google Bisnisku dalam menarik pelanggan baru dan meningkatkan penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur-fitur Google Bisnisku, seperti ulasan pelanggan, peta lokasi, dan profil bisnis, secara signifikan mendongkrak visibilitas dan kredibilitas usaha, serta berkontribusi pada peningkatan pendapatan. Kesimpulannya, penerapan Google Bisnisku merupakan strategi pemasaran digital yang efektif bagi UMKM untuk memperkuat daya saing dan memperluas basis pelanggan.

Kata kunci: *Google Bisnisku, Pemasaran digital, UMKM, Papan akrilik.*

Abstract

In the digital era, the use of online platforms has become crucial for businesses to increase exposure and reach a wider market. However, many MSMEs in Lampung have not fully utilized digital technology, including Google My Business, as an effective marketing strategy. This study aims to analyze the advantages and strategies of implementing Google My Business in increasing sales of acrylic board products from Motivasiin.id. Using qualitative methods, data was collected through field observations and in-depth interviews to get a comprehensive picture of the effectiveness of Google My Business in attracting new customers and increasing sales. The results showed that Google My Business features, such as customer reviews, location maps, and business profiles, significantly boosted business visibility and credibility, and contributed to increased revenue. In conclusion, implementing Google My Business is an effective digital marketing strategy for MSMEs to strengthen their competitiveness and expand their customer base.

Keywords: *Google My Business, Digital Marketing, UMKM, Acrylic Board.*

PENDAHULUAN

Hampir setiap pemilik usaha di dunia termasuk di Indonesia yang bergerak pada bidang jasa ataupun penjualan barang senantiasa memanfaatkan internet sebagai sumber informasi utama. Menurut data survei dari Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII), dari 278,6 juta penduduk Indonesia, 79,5% atau sekitar 221,5 juta orang memiliki akses internet pada tahun 2024. Hal ini bisa menjadi acuan bagi para pengusaha yang ingin mengembangkan bisnis mereka melalui pemasaran online. Teknik komunikasi bisnis yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional kini telah beralih ke ranah digital (Ascharisa, 2018).

Dalam era digitalisasi saat ini adanya teknik pemasaran berbasis digital perlu diterapkan untuk mencapai tujuan dengan lebih cepat dan tepat (Ascharisa, 2018). Sejalan dengan itu juga Mahmud dan Wibisono (2023) juga menjelaskan bagaimana promosi media sosial yang efektif dapat memicu antusiasme dan mempengaruhi user dalam proses pemilihan siswa terhadap sekolah berasrama atau pondok pesantren di Bandar Lampung, yang merupakan salah satu jenis pendidikan nonformal. Meskipun demikian implementasi sejumlah besar perusahaan dalam skala kecil di Kota Bandar Lampung belum memanfaatkan platform pemasaran digital. Masalahnya adalah para pelaku UMKM masih belum cukup tahu tentang taktik bisnis pemasaran digital yang efisien serta gratis untuk dipergunakan.

Di sisi lainnya dengan adanya tindakan sosial yang senantiasa berupaya untuk memahami kebutuhan, keinginan, dan aspirasi pelanggan dalam bisnis di era digital merupakan hal yang krusial bagi keberhasilan bisnis. Alasannya karena perwujudan

pemasaran adalah proses pengembangan dan penyediaan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen yang membutuhkan atas usaha yang disediakan. Pemasaran dapat diartikan sebagai proses terciptanya interaksi sosial yang diimplementasikan individu ataupun kelompok dalam mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan melalui adanya pertukaran timbal balik barang atau produk dan nilai dengan yang dirasa lebih diprioritaskan (Nurrachmi dkk, 2024).

Melalui proses pemasaran tersebut tentu meluncurkan dan menjual produk yang dimiliki maka promosi sangat diperlukan. Apalagi pada saat ini platform media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan YouTube dapat dimanfaatkan untuk keperluan promosi atau setiap pemilik usaha bisa melakukan proses pemasaran melalui pasar online seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dan lainnya. Adapun dengan menggunakan alat pemasaran internet seperti Google Bisnisku pelaku usaha juga dapat mengiklankan penjualan atas produk yang ditawarkan. Realitas ini tentu mempermudah calon klien mengetahui lebih jauh tentang usaha yang dijalankan, Google sendiri menawarkan fitur bernama Google Bisnisku. Pelanggan dapat lebih mudah mengakses informasi tentang jenis usaha dengan menggunakan fitur Google Bisnisku, yang meliputi nama perusahaan, alamat toko atau bisnis, nomor telepon, situs web, jam operasional, gambar bisnis, dan ulasan yang dilakukan oleh pelanggan. Lebih mudah bagi usaha tersebut dapat muncul di berbagai halaman pencarian Google saat seseorang calon pelanggan atau pembeli menggunakan Google Bisnisku sebagai alat bantu promosi yang dilakukan secara gratis serta efisien karena dapat dilakukan dengan hanya menggunakan handphone.

Salah satu platform digital yang memungkinkan pemilik bisnis untuk meningkatkan visibilitas online mereka secara gratis adalah Google Bisnisku. Langkah ini memfasilitasi calon pelanggan untuk mendapatkan informasi tentang perusahaan dan berinteraksi secara langsung melalui fitur-fitur seperti ulasan. Pembentukan Google Bisnisku dapat berdampak besar pada pertumbuhan dan kelangsungan bisnis, terutama bagi UKM yang ingin menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan kepastian kepada calon pelanggan bahwa mereka dapat memilih barang UKM yang diperdagangkan (Google, 2024). Menurut Ridwan et al., (2019), perusahaan yang telah diverifikasi di Google memiliki kemungkinan dua kali lipat untuk dianggap sebagai perusahaan yang dapat dipercaya oleh pelanggan, sehingga klien dapat dengan cepat menemukan bisnis, barang, dan jasa yang ditawarkan oleh pengusaha. Namun, secara keseluruhan, masih banyak perusahaan yang belum menyadari ide menggunakan Google Bisnisku untuk pemasaran online (Rutman et al., 2020).

Perusahaan memainkan peran penting dalam mengembangkan ekonomi lokal di setiap daerah, sebagaimana dibuktikan oleh pertumbuhan perusahaan di Provinsi Lampung

dari tahun ke tahun. Menurut para peneliti, sangat penting untuk memanfaatkan teknologi informasi dasar dan yang sudah ada untuk meningkatkan kemampuan operasional dan efisiensi perusahaan, terutama di bidang promosi media digital. Google Bisnisku adalah salah satu alat informasi tersebut. Peluncuran Google Bisnisku bagi pelaku usaha sudah tepat, menurut penelitian (Prasetyo, D.S., Fahimatul, U., & Mustaqim, 2020), karena fasilitas fitur online dan aplikasi yang disediakan sudah sesuai dengan skala usaha. Ketika seorang pengelola usaha mampu mengendalikan pemasaran melalui perangkat digital, maka hal tersebut memudahkan pertumbuhan perusahaannya dengan meningkatkan penjualan dan pengenalan serta permintaan terhadap barangnya. Penelitian sebelumnya yang dilakukan Mahmud dan Septianna (2024) menghasilkan sebesar 97% menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan yang sangat tinggi terhadap adanya Google My Business sebagai alat pemasaran untuk dapat meningkatkan penjualan.



Gambar 1. Produk papan Akrilik Motivasiin.id.

Berdasarkan pemaparan atas adanya latar belakang dan permasalahan, maka rumusan penelitian adalah bagaimana keunggulan dan strategi penggunaan Google Bisnisku dalam meningkatkan penjualan produk papan akrilik pada Motivasiin.id. (Motivasiin.id adalah jenis usaha yang memproduksi dan menjual papan akrilik wisuda di Lampung). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keunggulan dan strategi penggunaan Google Bisnisku dalam meningkatkan penjualan produk papan akrilik di Motivasiin.id.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini bersifat kualitatif berdasarkan jenis data dan metodologi yang diterapkan. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengamati dan memahami fenomena yang dialami subjek penelitian secara menyeluruh. Hal ini dilakukan melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa dalam konteks alami tertentu, serta dengan menggunakan

berbagai metode ilmiah. Karena tujuan utama penelitian adalah mengumpulkan data, teknik pengumpulan data menjadi tahap paling strategis dalam proses penelitian. Penelitian kualitatif memiliki beberapa teknik pengumpulan data yaitu teknik observasi, wawancara dan studi dokumentasi (Waruwu, M. (2023). Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode primer, yaitu dengan mengumpulkan data melalui observasi atau pengamatan langsung di lapangan, yang meliputi pengumpulan dokumentasi dan melakukan wawancara mendalam dan menyeluruh, yang sering dikenal dengan *indepth interview*. Observasi partisipan adalah metode observasi di mana pengamat ikut ambil bagian dalam operasi bisnis atas usaha yang dilakukan oleh Motivasiin.id. Dalam langkah ini peneliti dapat secara langsung mengamati taktik pemasaran yang diterapkan untuk meningkatkan penjualan produk Papan Akrilik di Motivasiin.id. Observasi ini memberikan informasi yang lebih akurat. Wawancara dilakukan untuk memahami prosedur bisnis perusahaan, termasuk sistem distribusinya. Metode yang digunakan adalah wawancara mendalam, yang lebih terperinci dan memiliki fleksibilitas tinggi dalam pelaksanaannya. Tujuan wawancara dalam penggunaan metode untuk memperoleh data yang lebih akurat, menyeluruh, dan dapat dipercaya.

Menurut Siyoto dan Ali Sodik (2018) adanya analisis data kualitatif dapat diterapkan sebagai metodologi untuk menganalisis data. Proses ini juga melibatkan pengolahan data berupa kata-kata atau frasa yang berasal dari topik penelitian dan terkait dengan ruang lingkungannya untuk membangun hipotesis, yang dikenal sebagai analisis data kualitatif. Data yang terkumpul, termasuk data primer dan sekunder yang digunakan, akan dianalisis melalui teknik analisis kualitatif, yang meliputi pengolahan temuan dari observasi lapangan serta hasil wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Media digital atau internet digunakan untuk memasarkan atau mempromosikan merek atau produk dikenal sebagai pemasaran digital. Menarik pelanggan dan calon pelanggan dengan cepat adalah tujuan dari pemasaran digital. Mengingat penerimaan teknologi dan internet yang meluas di masyarakat, tidak mengherankan jika bisnis memprioritaskan inisiatif pemasaran digital. Sebagai konsekuensinya, bisnis berlomba-lomba menghasilkan konten yang menarik untuk iklan online (Fadli, Z. *et al.*, 2023).

Saat pertama kali memulai penelitian, peneliti mengatur waktu untuk berbicara dengan pemilik papan akrilik Motivasiin.id yang kemudian menjadi informan. Peneliti dalam hal ini mencari tahu secara detail tentang sejarah bisnis, termasuk kapan mereka pertama

kali dibentuk, bagaimana berkembang, dan tujuan usaha penyewaan ini di masa depan. Menurut pengamatan dan wawancara dengan bagian pemasaran pada Papan Akrilik Motivasiin.id, sebelumnya pemilik hanya menggunakan strategi promosi ala kadarnya tanpa menggunakan google my business. Beberapa upaya yang telah dilakukan mencakup pembuatan brosur, memperkenalkan produk melalui media sosial khususnya instagram, mendekati mahasiswa secara langsung, *direct marketing*, dan lainnya. Namun karena hasilnya masih kurang optimal, diperlukan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan produk Papan Akrilik di Motivasiin.id.

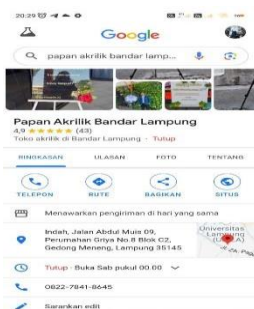
Peran Google Bisnisku setelah dibuat oleh usaha sewa papan akrilik ini ialah sebagai alat pemasaran dalam kerangka pemasaran digital. Dibandingkan dengan taktik pemasaran internet lainnya, Google Bisnisku dalam hal ini mampu memberikan dampak positif yang lebih cepat, karena sebagai salah satu strategi pemasaran, Google Bisnisku dapat meningkatkan penjualan. Dengan pendekatan yang tepat, jumlah pengunjung akan meningkat secara alami (Yuliani dan Novita, 2022). Penelitian ini menghasilkan produk berupa Google My Business yang telah membantu Motivasiin.id dalam meningkatkan penjualan produk papan akrilik, karena Papan Akrilik Motivasiin.id tidak memiliki website sebelumnya, kehadiran website Google Bisnisku dapat memudahkan calon klien untuk menemukan lokasi perusahaan dan memberikan beberapa informasi mengenai profil perusahaan yang lengkap dan detail.

Pembahasan

a. Manfaat Google Bisnisku

Papan akrilik Motivasiin.id dapat memanfaatkan banyak keunggulan Google Bisnisku untuk promosi bisnis dan sebagai alat pendukung keputusan untuk membantu bisnis tumbuh dan maju. Menurut hasil wawancara dengan pemilik, beberapa keuntungan yang dirasakan oleh pemilik Motivationin.id antara lain:

1. Membagikan Profil Bisnis dengan mudah



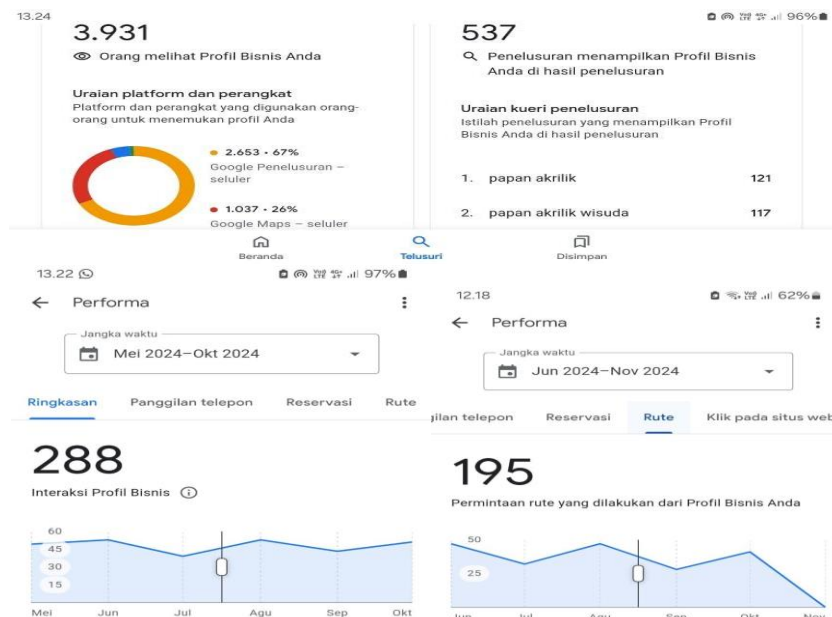
Gambar 2. Profil Bisnis Papan Akrilik Motivasiin.id

Menginformasikan kepada publik tentang profil bisnis adalah aspek terpenting dalam

menjalankan bisnis. Pemilik Motivasiin.id dapat dengan mudah mengomunikasikan detail perusahaannya di WhatsApp dengan menggunakan Google Bisnisku. Sehingga dengan kondisi ini setiap pelanggan dapat berbagi informasi dengan pengguna lain yang membutuhkan akses ke suatu lokasi dengan menggunakan akses Google Bisnisku. Pemilik Motivationin.id menghasilkan lebih banyak keuntungan semakin sering bisnisnya dibagikan.

2. Dashboard Performa

Informasi tentang bagaimana orang menemukan postingan bisnis secara online tersedia di Dasbor Performa dari Google My Business. Karena Google Maps dan Penelusuran biasanya merupakan tempat orang menemukan bisnis. Dasbor Performa berfokus pada tindakan yang dilakukan pengguna setelah menemukan tautan bisnis melalui Penelusuran. Google merangkum semua informasi ini dalam jangka waktu tertentu, biasanya 28 hari sebelumnya.



Gambar 3. Dashboard Performa

3. Terkoneksi dengan Google Maps

Pelanggan potensial akan menemukan nama bisnis, foto, logo, alamat, nomor telepon, dan jam operasional di Google Maps yang cukup berguna. Alamat yang mungkin ditawarkan oleh Google Bisnisku juga cukup akurat sesuai dengan titik lokasi usaha yang dilakukan, dimana pengguna dapat memanfaatkan fitur rute untuk mempermudah menuju tempat yang dimaksud oleh pelanggan dengan apa produk yang dibutuhkan..

4. Ulasan Pelanggan

Ulasan adalah isi komentar yang ditinggalkan oleh pelanggan atau pengguna mengenai interaksi dengan *merchant*, termasuk tingkat pelayanan atau kualitas produk atau jasa yang dibeli. Melihat definisi dari istilah ulasan ini, jelas bahwa menerima umpan balik positif dari pelanggan adalah hal yang krusial. Ulasan yang ditinggalkan oleh pelanggan sebelumnya

akan menarik minat pelanggan di masa depan yang mungkin ingin berbisnis dengan pemiliknya.

b. Strategi Penggunaan Google Bisnisku untuk Meningkatkan Penjualan Papan Akrilik di Motivasiin.id.

Tindakan yang bertujuan untuk memanfaatkan media digital untuk memasarkan atau mempromosikan merek atau produk dikenal sebagai pemasaran digital atau strategi promosi digital. Kegiatan ini berfungsi sebagai strategi untuk menarik perhatian pelanggan secara cepat dan efektif. Berdasarkan informasi yang telah disampaikan melalui pelaksanaan wawancara telah dilaksanakan, dan beberapa temuan berhasil dikumpulkan, untuk menawarkan produk kepada pelanggan di wilayah Bandar Lampung, Motivasiin.id menggunakan media online seperti brosur, toko online, WhatsApp dan Facebook untuk melakukan promosi. Namun, masih belum ideal untuk meningkatkan ukuran produk papan akrilik. Sejak saat itu pemilik mempromosikan papan akrilik melalui Google Bisnisku. Berikut ini saran yang diberikan mengenai cara memaksimalkan pemasaran digital Google Bisnisku untuk meningkatkan penjualan produk papan akrilik.

1. Mengidentifikasi tujuan yang ingin dicapai

Pada tahap ini usaha Motivasiin.id menerapkan skala prioritas untuk menentukan hal-hal yang ingin ditargetkan, mulai dari yang paling penting hingga yang kurang mendesak. Meskipun tujuan tersebut telah tercapai, selalu ada target selanjutnya yang dapat dijadikan sebagai rencana cadangan. Akan jauh lebih baik lagi untuk menetapkan tujuan yang lebih terarah dan spesifik untuk pendekatan pemasaran digital yakni agar penjualan dapat terus berjalan.

2. Mempelajari Strategi Pemasaran Kompetitor

Mempelajari dan menganalisis strategi pemasaran pesaing. Dengan melihat dan mempelajari metode promosi pesaing, promosi dapat dilakukan dengan lebih sukses dan efisien. Strategi ini dapat membantu mengidentifikasi preferensi dan ketidakpuasan pelanggan berdasarkan jawaban terhadap strategi tersebut. Tentu saja adanya hasil wawancara Motivasiin.id menyebutkan bahwa ada anggaran yang harus dialokasikan untuk membuat spanduk dan brosur serta akomodasi untuk setiap promosi. Oleh karena itulah dalam langkah ini memanfaatkan Google Bisnisku menggunakan juga salah satu situs web yang tidak berbayar, adalah konsep pemasaran digital yang digunakan dalam pendekatan pemasaran papan akrilik Motivasiin.id.

3. Peran SEO dalam Promosi Digital Google Bisnisku

Motivasiin.id sebelumnya telah beriklan melalui beberapa marketplace, namun hal ini

belum mendukung fungsi SEO (*Search Engine Optimization*) dan belum berhasil memberikan penjualan yang tinggi untuk papan akrilik. Keunggulan utama dari pemasaran digital adalah tingkat konversi yang lebih tinggi. Dalam hal ini adanya website yang dioptimalkan untuk SEO sangat mudah dibaca dan muncul di hasil pencarian terkait papan akrilik. Dengan demikian, berdasarkan hasil observasi dan wawancara, pemilik menggunakan promosi digital yang didukung oleh SEO untuk meningkatkan penjualan papan akrilik di Motivasiin.id.

Salah satu platform pemasaran digital yang digunakan banyak perusahaan untuk meluncurkan barang atau perusahaan mereka adalah Google Bisnisku. Selain itu karena Google Bisnisku adalah situs web gratis, ini sangat menarik bagi bisnis yang ingin meluncurkan produk mereka menggunakan ide digital sederhana ini, namun tetap mencapai hasil penjualan yang lebih baik. Karena memudahkan konsumen untuk menemukan lokasi produk atau perusahaan yang mereka cari, Google Bisnisku juga mengambil peran SEO (Artanto, H., & Nurdiansyah, F., 2017). Ketika calon pelanggan memasukkan nama merek bisnis atau istilah "papan akrilik," biasanya muncul di bagian atas atau samping halaman.



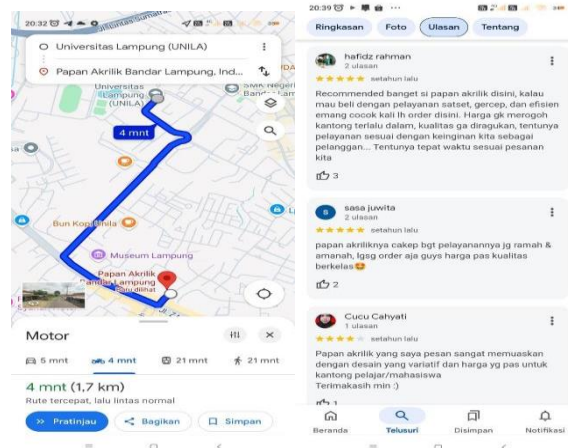
Gambar 4. Pengujian Kata kunci "Papan Akrilik" *by google*

Terlihat dari gambar 4 bahwa optimasi kata kunci "papan akrilik" dapat menempatkan Papan Akrilik dari Motivasiin.id di halaman pertama. Keadaan ini adalah salah satu contoh bagaimana SEO bekerja dengan baik dengan situs web Google Bisnisku untuk membantu calon pelanggan menemukan Papan Akrilik dari Motivasiin.id.



Gambar 5. Hasil Penelusuran Pelanggan berdasarkan platform dan perangkat

Gambar 5 menunjukkan bahwa 3.931 pencarian konsumen dilakukan di papan akrilik Motivasiin.id selama tiga bulan sebelumnya. 93% dari semua pencarian, atau 3.690 pencarian, dilakukan secara langsung di perangkat seluler. Dengan mencari nama atau alamat perusahaan, pengguna dapat menemukan profil bisnis papan akrilik Motivasiin.id. Sebanding dengan 241 pencarian, 6% pengguna menemukan profil perusahaan menggunakan desktop/PC. Hal ini semakin menunjukkan bagaimana SEO memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan penjualan.



Gambar 6. Hasil rute *Google Maps* dan Ulasan Pelanggan

Google Maps yang terhubung ke lokasi bisnis adalah bagian dari cara lain Google Bisnisku mempromosikan bisnisnya. Terbukti bahwa Google Bisnisku mempermudah calon pelanggan dari berbagai wilayah untuk menemukan bisnis menggunakan informasi perusahaan atau outlet yang sebenarnya. Selain diiklankan secara mencolok di Google Maps, Google Bisnisku memungkinkan bisnis untuk menerima penilaian dari pelanggan yang pernah berbisnis dengan mereka. Temuan ulasan pelanggan ini sangat membantu dalam meningkatkan legitimasi perusahaan Papan Akrilik dari Motivasiin.id, seperti yang terlihat pada gambar 6.

Tabel 1. Laporan Pendapatan Papan Akrilik Motivasiin.id pada 6 Bulan Terakhir

BULAN	TOTAL LABA	TOTAL PENJUALAN
Mei	355.000	13
Juni	305.000	10
Juli	395.000	16
Agustus	435.000	19
September	530.000	24
Oktober	610.000	27

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

Laporan pendapatan pada Tabel 1 untuk enam bulan sebelumnya di Papan Akrilik Motivationin.id menunjukkan adanya peningkatan dibandingkan dengan periode sebelum

produk promosi dibuat menggunakan Google Bisnisku. Namun, pendapatan di Papan Akrilik Motivationin.id meningkat drastis pada bulan-bulan berikutnya, dari Agustus hingga Oktober 2024, setelah membuat produk promosi dengan Google Bisnisku pada Juli 2024. Dengan demikian, rencana pemasaran Google Bisnisku untuk meningkatkan produk Papan Akrilik Motivationin.id telah berhasil.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat dikatakan bahwa Papan Akrilik Motivasiin.id sebelumnya telah menggunakan beberapa proses pemasaran untuk penjualan dan promosi, namun upaya tersebut belum membuahkan hasil penjualan yang memuaskan, sehingga mengindikasikan perlunya strategi pemasaran digital. Kehadiran pemasaran digital memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan penjualan produk. Google Bisnisku yang menggabungkan SEO adalah alat melakukan promosi yang digunakan dalam rencana pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan produk Papan Akrilik di Motivasiin.id. Selain itu, Papan Akrilik Motivasiin.id dapat bersaing dengan perusahaan sejenis, seperti yang terlihat dari statistik pencarian dan tabel yang sekarang tersedia. Google Bisnisku dikembangkan untuk meningkatkan penjualan, SEO juga mempengaruhi kunjungan ke profil perusahaan, itulah sebabnya terjadi peningkatan penjualan pada papan Akrilik Motivasiin.id.

DAFTAR PUSTAKA

- Artanto, H., & Nurdiyansyah, F. 2017. Penerapan Seo (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *Jointecs (Journal Of Information Technology And Computer Science)*, 2(1), 2–5. <https://doi.org/10.31328/jointecs.v2i1.409>
- Ascharisa, A.M., 2018. Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurkom Riset Komunikasi*, 1(1), Pp.147–57.
- Fadli, Z., Sudirjo, F., Rahmat, R., Deana Santosa, A., S Pasaribu, J., Wahyu Octaviani, D., ... & Fitriana, F. 2023. *Manajemen Pemasaran Digital*. Padang: Penerbit Pt Global Eksekutif Teknologi.
- Google. 2024. Google Profil Bisnis. https://www.google.com/intl/id_id/business/. Diakses 31 Oktober 2024
- Mahmud, Imam Dan Damar Wibisono. 2023. Literasi Digital Dalam Keputusan Santri Memilih Pondok Pesantren Darussa'adah Kyai Haji Asyikin Bandar Lampung, *Jurnal Socio Religia*, No 1 Vol 4, Hal. 17 –30

- Mahmud, I., & Septianna, E. W. 2024. Pelatihan Pembuatan Google My Business Pada Pemilik Usaha Kedai Nyihah Penerima Pmw (Program Mahasiswa Wirausaha). *Jurnal Pengabdian Literasi Digital Indonesia*, 3(2), 48–59. <https://doi.org/10.57119/Abdimas.V3i2.121>.
- Prasetyo, D.S., Fahimatul, U., & Mustaqim. 2020. Pengenalan Google My Business Untuk Pemanfaatan Digital Marketing Pada Pengenalan Google My Business Untuk Pemanfaatan Digital Marketing Pada Era E-Commerce & Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Balerang*, 2 (Februari), 0–5.
- Ridwan, I. M., Fauzi, A., Aisyah, I., Susilawati, & Sofyan, I. 2019. Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada Ukm Warung Angkringan “Wage” Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 137–142.
- Rutman, L.T., Posma, S.J.K., Emma, T., & Suzanna, J. L. T. 2020. Pengenalan Pemasaran Menggunakan Internet Kepada Jamaah Masjid Cawang. *Jurnal Ikraith Abdimas*, 3(1).
- Siyoto S. & Sodik Ma. 2018. *Dasar Metodologi Penelitian*. Sleman: Literasi Media Publishing
- Yuliani, N., Dan Novita, D. 2022. Pemanfaatan Google My Business Sebagai Upaya Meningkatkan Rangkaing Bisnis Lokal (Studi Kasus: Umkm Gresik, Jawa Timur), *Jurnal Ikraith-Abdimas*, No 1 Vol 5, Hal. 146 –157.
- Nurrachmi, Dkk. 2024. *Pemasaran Dan Teknologi*. Bandung :Penerbit Widina Media Utama.
- Waruwu, M. 2023. Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896-2910.