



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 5 Tahun 2023 Page 1562-1571

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

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

Analisis Pemanfaatan Google Maps Sebagai Sarana Promosi Terhadap Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Nagari Koto Padang

Meigy Setya Pambudi^{1✉}, Mayroza Wiska², Kelik Purwanto³, Yesi Gusteti⁴

Program Studi Manajemen, Fakultas Hukum Dan Ekonomi Bisnis,

Universitas Dharmas Indonesia

Email: megipambudi@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penggunaan Google Maps saat ini sudah sangat tersebar sampai kedaerah terpencil. Penggunaan Google Maps yang mudah digunakan melalui smartphone, menjadikan aplikasi ini dapat digunakan oleh semua kalangan. Namun masih ada wirausaha yang belum tahu atau belum dapat memanfaatkannya secara optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan Google Maps sebagai sarana promosi terhadap penjualan usaha mikro kecil menengah (UMKM) kuliner di Jorong Sungai Lomak Nagari Koto Padang. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode triangulasi data. Penelitian ini menggunakan data primer pada 3 UMKM dengan Informan yang merupakan pelaku usaha UMKM kuliner Jorong Sungai Lomak Koto Padang. Hasil penelitian menunjukkan variabel pemanfaatan Google Maps sebagai sarana promosi berpengaruh terhadap tingkat penjualan pada UMKM kuliner di Jorong Sungai Lomak Nagari Koto Padang. Berdasarkan observasi dan hasil wawancara yang dilakukan, Google Maps mempunyai pengaruh kuat terhadap penjualan untuk promosi awal usaha. Hal ini terlihat pada pemanfaatan Google Maps oleh Bakso Podo Moro dimana promosi dilakukan sebelum UMKM berdiri dan memberikan peningkatan penjualan yang cukup signifikan dalam 1 tahun berjalan. Untuk UMKM kuliner lainnya, belum bisa mengoptimalkannya, yaitu pada UMKM kuliner Penginapan Yanche dan Rumah Makan Ombilin. Pemanfaatan Google Maps ini hanya digunakan sebagai identifikasi lokasi namun tidak dilanjutkan pada pemanfaatan lainnya. Hal ini terlihat tidak ada pengelolaan akun lanjutan walau sudah lama menggunakan Google Maps. Untuk itu dengan keterbatasan yang ada dan temuan yang didapat, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terkait topik ini.

Kata Kunci : *Google Maps, UMKM, Penjualan, Promosi.*

Abstract

The use of Google Maps is currently very widespread in remote areas. The easy use of Google Maps via smartphone means this application can be used by all groups. However, there are still entrepreneurs who don't know or can't use it optimally. This research aims to analyze the use of Google Maps as a promotional tool for sales of culinary micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Jorong Sungai Lomak Nagari Koto Padang. This research uses qualitative research with data triangulation methods. This research uses primary data on 3 MSMEs with informants who are culinary MSME entrepreneurs in Jorong Sungai Lomak Koto Padang. The results of the research show that the variable use of Google Maps as a promotional tool influences the level of sales of culinary MSMEs in Jorong Sungai Lomak Nagari Koto Padang. Based on observations and interviews conducted, Google Maps has a strong influence on sales for initial business promotions. This can be seen in the use of Google Maps by Bakso Podo Moro where promotions were carried out before the MSMEs were established and provided a significant increase in sales within the current 1 year. For other culinary MSMEs, they have not been able to optimize it, namely the culinary MSMEs Penginapan Yanche and Rumah Makan Ombilin. This use of Google Maps is only used to identify locations but is not continued for other uses. This shows that there is no advanced account management even though you have been using Google Maps for a long time. For this reason, with the existing limitations and the findings obtained, further research needs to be carried out regarding this topic.

Keywords: *Google Maps, MSMEs, Sales, Promotion.*

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi, kemajuan teknologi informasi yang sangat cepat dapat mempermudah mendapatkan informasi di berbagai bidang kehidupan. Internet adalah salah satu bagian dari teknologi informasi dan komunikasi mempunyai efek dan pengaruh yang sangat besar terhadap kehidupan. Dengan internet manusia bisa berkomunikasi dan mencari informasi tanpa batas diberbagai wilayah di dunia.

Google Maps merupakan salah satu produk dari google yang dapat di akses untuk memberikan informasi-informasi tempat dan penunjuk jalan kepada penggunanya. Seiring perkembangan dunia usaha, saat ini *Google Maps* bukan hanya digunakan untuk mencari informasi-informasi mengenai tempat dan penunjuk jalan, melainkan sebagai media promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk memberikan informasi-informasi yang ada dapat diketahui kepada penggunanya. Penggunaan *Google Maps* tidak hanya di kota besar namun juga sampai ke lokasi terpencil yang jaringan internet sampai ke daerah tersebut.

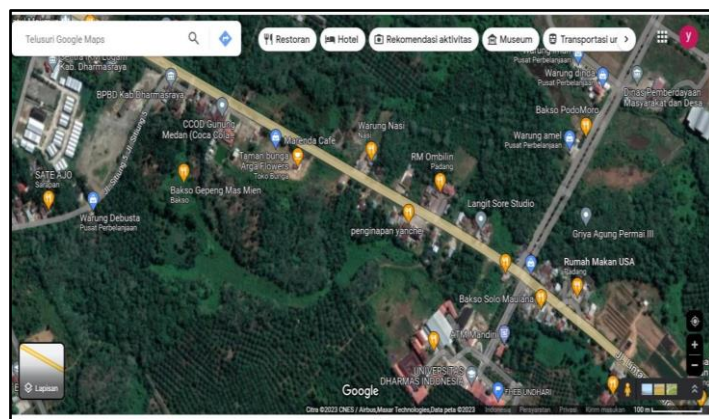
Perkembangan teknologi Internet dalam pengaplikasian pemasaran secara *online* dan mudah digunakan adalah aplikasi *Google Maps*. Pada saat ini banyak masyarakat yang menggunakan aplikasi ini sebagai media promosi dengan mencantumkan informasi usaha

atau bisnis mereka pada informasi yang ada di *Google Maps*. Namun masih lebih banyak lagi yang belum bisa atau belum menggunakan aplikasi *Google Maps* untuk mempromosikan bisnis mereka.

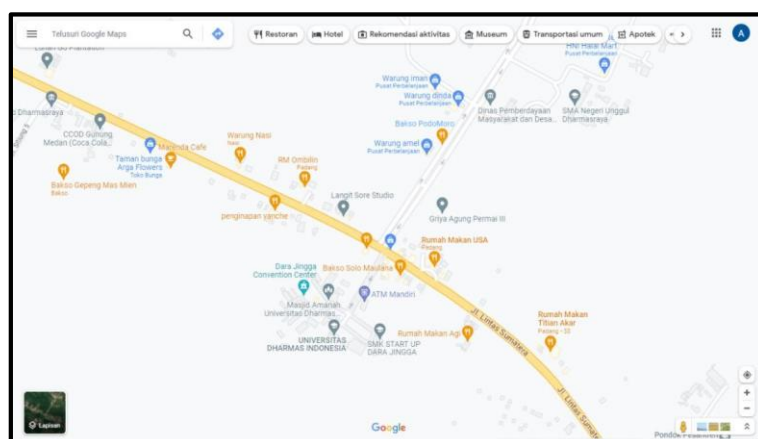
Jorong sungai Lomak Nagari Koto Padang Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya sebagian terletak di Jalan Lintas Sumatera. Karena letaknya di Lintas Sumatra maka daerah ini menjadi lokasi strategis dan merupakan jalan utama yang menghubungkan daerah sekitarnya. Daerah yang paling berkembang adalah daerah pertigaan yang berada di pusat keramaian Dharmasraya. Daerah ini menjadi pusat perkembangan dan keramaian Jorong Sungai Lomak. Berdirinya kampus Universitas Dharmas Indonesia membuat perekonomian di daerah tersebut berkembang pesat.

Menurut observasi yang telah saya lakukan banyak orang baru yang datang, baik yang pindah ke daerah tersebut ataupun pendatang yang merupakan mahasiswa yang berkuliah disana. Selain adanya kampus, keberadaan GOR dan *Sports Center* Dharmasraya serta Masjid Agung Dharmasraya menjadikan wilayah ini menjadi pusat keramaian di daerah tersebut.

Berikut adalah gambaran tampilan *Google Maps* untuk wilayah tersebut :



Dalam menampilkan data usaha, *Google Maps* sendiri menampilkan dalam berbagai versi peta. Usaha-usaha yang sudah mendaftar di *Google Maps* untuk wilayah ini di tampilkan dalam 2 versi pada penelitian ini, yaitu versi peta satelit dan peta gambar.



Gambar 2. Tampilan Default *Google Maps* daerah segitiga lintas Jorong Sungai Lomak.

Dari gambar di atas terlihat nama-nama usaha yang sudah mendaftarkan usahanya di *Google Maps*. Berdasarkan gambar di atas maka dapat diketahui nama dan posisi UMKM di sekitar wilayah lintas Sumatra segitiga pusat keramaian Jorong Sungai Lamak Nagari Koto Padang tahun 2023.

Bisnis yang dipromosikan melalui *Google Maps* ini meliputi berbagai macam dan jenis. Pada penelitian ini, jenis usaha yang dipilih adalah usahakuliner yang meliputi berbagai usaha menyediakan makanan dan minuman. Hal ini dipilih menimbang usaha kuliner adalah usaha yang paling mudah dan banyak dicari pada keramaian yang ada dilokasi. Keberadaan kampus Universitas Dharmas Indonesia dengan jumlah mahasiswa yang mencapai ribuan banyaknya, akan membutuhkan ketersediaan makan dan minum setiap harinya, dan merupakan sebuah pasar yang tersedia untuk dilayani oleh bisnis yang sesuai. Kegiatan di *Sport Center* baik yang dilakukan setiap hari oleh masyarakat ataupun dalam acara acara tertentu, akan sangat membutuhkan fasilitas wisata kuliner yang memadai. Ditambah lagi dengan telah diresmikannya Masjid Agung Dharmasraya yang menarik pengunjung dari dalam dan luar Dharmasraya. Dengan adanya lokasi yang mendatangkan banyak pengunjung, maka dibutuhkan ketersediaan fasilitas kuliner yang mencukupi.

Berikut adalah data UMKM bidang kuliner yang ada di wilayah tersebut berdasarkan data usaha yang tercantum pada *Google Maps*.

Tabel 1. Data Usaha Kuliner pada *Google Maps* di wilayah segitiga lintas Jorong Sungai Lomak

No	Nama Usaha	Jumlah Ulasan
1.	Rumah Makan Titian Akar	164
2.	Rumah Makan USA	88
3.	Penginapan Yanche	28
4.	Bakso Podo Moro	10
5.	Kedai Mira	10
6.	RM Ombilin	7
7.	Bakso Maulana	2
8.	Sate Ajo	2

Sumber : Usaha Kuliner pada Google Maps, (2023).

Penelitian ini dilakukan pada UMKM yang bidang usahanya adalah kuliner. Dari nama nama usaha di atas, diketahui dari informasi awal, ada yang sudah berdiri puluhan tahun dan ada yang baru dibuka beberapa tahun belakangan. Dari gambaran awal, tidak terlihat

perbedaan antara usaha kuliner yang sudah lama berdiri dan menggunakan Google Maps ataupun usaha-usaha yang baru berdiri dan baru juga dalam menggunakan *Google Maps*.

Dari data yang ada di *Google Maps*, penulis memilih 3 usaha dengan ulasan terbanyak dikarenakan ulasan dapat dianalogikan sebagai tanda adanya pengunjung yang melihat usaha tersebut di *Google Maps*. 3 terbanyak tersebut yaitu Penginapan Yanche, Bakso Podo Moror, dan Rumah Makan Ombilin.

Observasi awal yang penulis lakukan, masih banyak usaha kuliner yang ada di wilayah tersebut belum ada terdata dalam *Google Maps* wilayah ini. Hal ini menjadi perhatian penulis menimbang kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi *Google Maps* ini sangat terjangkau oleh hampir semua lapisan masyarakat saat ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "ANALISIS PEMANFAATAN *GOOGLE MAPS* SEBAGAI SARANA PROMOSI TERHADAP PENJUALAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI NAGARI KOTO PADANG".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Berdasarkan Sugiyono (2014) menyatakan bahwa penelitian kualitatif dengan menggunakan prosedur penelitian yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Penelitian kualitatif adalah memahami fenomena apa yang di alami subjek penelitian dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Perolehan data di dapat dari wawancara mendalam, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen. Penelitian ini bertujuan menjelaskan dan menganalisis antara variabel bebas, yaitu pemanfaatan *Google Maps* sebagai sarana promosi terhadap variabel terikat yaitu penjualan. Berdasarkan pola hubungannya yang digambarkan dari tujuan tersebut, maka penelitian ini termasuk kedalam kategori *non probability sampling* (wawancara) melalui pendekatan secara langsung, kepada pemilik UMKM di Jorong Sungai Lomak, Nagari Koto Padang, Dharmasraya, Sumatera Barat.

Tabel 2. Data Informan

NO	NAMA USAHA	ALAMAT	TAHUN BERDIRI
1.	Penginapan Yance	Jalan Lintas Sumatera	2005
2.	Bakso Podo Moro	Jalur 2 GOR Dharmasraya	2023
3.	Rumah Makan Ombilin	Jalan Lintas Sumatera	2004

Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh secara langsung dari pemilik Penginapan Yanche, Bakso Podo Moro, dan Rumah Makan Ombilin. Data-data sekunder didapat penulis melalui peneliti terdahulu yang meneliti mengenai Kuliner UMKM. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan tinjauan literatur. Menurut wawancara mula-mula menanyakan serentetan pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu persatu diperdalam dengan mencari keterangan lebih lanjut (A. S. Harahap, 2019). Dengan pedoman pertanyaan yang sudah dibuat diharapkan pertanyaan dan pernyataan responden lebih terarah dan memudahkan untuk rekapitulasi catatan hasil pengumpulan data penelitian.

Pada saat penelitian, teknik analisis yang digunakan adalah model Analisis Interaktif. Di dalam model ini terdapat tiga komponen yang terdiri dari reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Reduksi data merupakan cara yang dilakukan peneliti dalam melakukan analisis untuk mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga dapat menarik kesimpulan atau memperoleh pokok temuan. Proses berlangsung hingga laporan akhir selesai atau dengan kata lain bahwa data adalah proses seleksi, penafsiran, penyederhanaan dan abstraksi data kasar (A. Rijali, 2019).

Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lain. Model triangulasi diajukan untuk menghilangkan dikotomi antara pendekatan kualitatif dan kuantitatif sehingga benar-benar ditemukan teori yang tepat. Triangulasi adalah untuk meningkatkan kekuatan teoritis, metodologis, maupun interpretatif dari sebuah riset (P. Kebersihan and D. A. N. Kesehatan, 2019). Triangulasi dapat dilakukan dengan menggunakan teknik yang berbeda yaitu wawancara, observasi dan dokumen. Triangulasi ini selain digunakan untuk mengecek kebenaran data juga dilakukan untuk memperkaya data. Dalam penelitian ini seleksi data, penarikan kesimpulan sudah dimulai dari proses awal diperolehnya data. Oleh karena peneliti sebagai bagian dari instrumen penelitian, sehingga setiap data telah dicek keakuratan dan validitasnya. Dengan model analisis Interaktif maka peneliti dapat mengambil sebuah kesimpulan (I. A. Endarto and Martadi, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Menarik Kesimpulan Wawancara

1. Keterkaitan Promosi Terhadap Penjualan

Promosi merupakan salah satu faktor yang cukup penting pada usaha kuliner UMKM karena promosi apabila dilaksanakan dengan tepat, maka akan meningkatkan penjualan. Promosi pada kuliner UMKM sangat diperlukan untuk

memberikan informasi kepada para pelanggan supaya pelanggan tertarik dan memberikan kesan. Berdasarkan hasil penelitian keterkaitan variable promosi terhadap penjualan dari 3 informan yang menjawab pertanyaan sesuai yaitu semuanya, informan 1 (satu), 2 (dua), dan 3 (tiga).

2. Keterkaitan Pemanfaatan *Google Maps* Terhadap Penjualan

Google Maps banyak memberikan keuntungan kepada penggunanya salah satunya para pengusaha untuk mendaftarkan usahanya di *Google Maps* serta sebagai alat untuk mempromosikan kepada pengunjung yang menggunakan *Google Maps*. *Google Maps* dapat memberikan informasi-informasi yang akurat untuk pelanggan. Namun masih banyak pelaku UMKM yang belum bisa mengoptimalkan *Google Maps* dengan baik, dikarenakan keterbatasan untuk memahami cara penggunaannya.

Berdasarkan hasil wawancara keterkaitan variable Pemanfaatan *Google Maps* terhadap penjualan dari 3 informan yang menjawab hanya 2 (dua) informan yaitu informan 1 (satu) dan informan 2 (dua).

B. Analisis Data

1. Keterkaitan Promosi Terhadap Penjualan

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 3 (tiga) orang informan di usaha UMKM dibidang kuliner daerah Jorong Sungai Lomak, Nagari Koto Padang. Dapat disimpulkan bahwa :

Promosi yang diterapkan pada usaha UMKM dibidang kuliner sudahlah sangat bagus, tetapi masih ada usaha yang belum mengikuti perkembangan zaman pada saat ini, kurangnya penggunaan media sosial dalam mempromosikan produk, padahal di era digital sekarang ini media sosial sangat diperlukan dalam menjual dan mempromosikan produk guna untuk meningkatkan penjualan.

Berdasarkan penelitian yang saya lakukan pada usaha UMKM dibidang kuliner daerah Jorong Sungai Lomak, Nagari Koto Padang, bahwa :

a. Memberi informasi

Hasilnya dari 3 (tiga) orang informan yang diwawancarai, promosi dapat memberikan informasi terhadap pelanggan.

b. Membujuk atau mempengaruhi

Hasilnya dari 3 (tiga) orang informan yang diwawancarai, dari ulasan yang ada hanya 1 (satu) informan yaitu Bakso Podo Moro yang aktif untuk membalas ulasan pelanggan.

c. Menciptakan kesan (*image*)

Hasilnya dari 3 (tiga) orang informan yang diwawancarai, promosi dapat menciptakan kesan melalui informasi foto yang dibagikan.

d. Sebagai alat komunikasi

Hasilnya dari 3 (tiga) orang informan yang diwawancarai, promosi sebagai alat komunikasi kepada pelanggan.

e. Memuaskan keinginan

Hasilnya dari 3 (tiga) orang informan yang diwawancarai, promosi dapat memuaskan keinginan pelanggan.

2. Keterkaitan Pemanfaatan *Google Maps* Terhadap Penjualan

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 3 (tiga) orang informan diusaha UMKM dibidang kuliner daerah Jorong Sungai Lomak, Nagari Koto Padang. Dapat disimpulkan bahwa :

Pemanfaatan *Google Maps* yang dilakukan usaha UMKM dibidang kuliner sudah sangat baik, namun ada beberapa usaha yang belum bisa dan mau untuk menggunakan *Google Maps* sebagai alat promosi disaat pengunjung datang dan ingi mencari makanan di daerah yang akan didatangi.

Berdasarkan penelitian yang telah saya lakukan pada usaha UMKM dibidang kuliner daerah Jorong Sungai Lomak, Nagari Koto Padang, bahwa:

a. Mengelola Informasi

Hasilnya dari 3 (tiga) orang informan yang diwawancarai, hanya ada 1 (satu) informan yaitu Bakso Podo Moro yang aktif untuk mengelola informasinya, karena usaha ini baru berdiri.

b. Memperluas Keberadaan Bisnis

Hasilnya dari 3 (tiga) orang informan yang diwawancarai, sangat membantu dalam memperluas keberadaan bisnis dengan adanya pemanfaatan *Google Maps*.

c. Berinteraksi dengan para Pelanggan

Hasilnya dari 3 (tiga) orang informan yang diwawancarai, hanya ada 1 (satu) informan yaitu Bakso Podo Moro yang aktif untuk berinteraksi dengan para pelanggan.

d. Dapat Menganalisis Klien

Hasilnya dari 3 (tiga) orang informan yang diwawancarai, hanya ada 1 (satu) informan yaitu Bakso Podo Moro yang aktif untuk melihat dan mengelola akun *Google Maps* yang dapat menganalisis klien.

e. Mendapatkan *E-Marketing* Gratis

Hasilnya dari 3 (tiga) orang informan yang diwawancarai, dalam hal ini para informan belum memanfaatkan fitur tersebut.

f. Meningkatkan Visibilitas di Mesin Pencari

Hasilnya dari 3 (tiga) orang informan yang diwawancarai, hal ini sangat membantu bagi pelaku usaha.

3. Keterkaitan Pemanfaatan *Google Maps* dan Promosi Terhadap Penjualan

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 3 (tiga) orang informan diusaha UMKM dibidang kuliner daerah Jorong Sungai Lomak, Nagari Koto Padang. Dapat disimpulkan bahwa :

Pemanfaatan *Google Maps* yang dilakukan usaha UMKM dibidang kuliner sudah sangat baik, namun ada beberapa usaha yang belum bisa dan mau untuk menggunakan *Google Maps* sebagai alat promosi. Ketika pengunjung datang dan ingin mencari kuliner di daerah yang akan dikunjungi.

Promosi yang diterapkan pada usaha UMKM dibidang kuliner sudahlah sangat bagus, tetapi masih ada usaha yang belum mengikuti perkembangan zaman pada saat ini, kurangnya penggunaan media sosial dalam mempromosikan produk, padahal di era digital sekarang ini media sosial sangat diperlukan dalam menjual dan mempromosikan produk guna untuk meningkatkan penjualan.

Berdasarkan penelitian yang telah saya lakukan pada usaha UMKM dibidang kuliner daerah Jorong Sungai Lomak, Nagari Koto Padang. Pemanfaatan *Google Maps* belum sepenuhnya digunakan terutama pada usaha yang sudah lama berdiri seperti penginapan Yanche dan Rumah Makan Ombilin. Lain halnya dengan Bakso Podo Moro yang telah bisa memanfaatkan dan mengelolan akun *Google Maps* untuk meningkatkan penjualan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya mengenai Analisis Pemanfaatan *Google Maps* Sebagai Sarana Promosi Terhadap UMKM Di Nagari Koto Padang, maka diambil kesimpulan sebagai berikut : 1) Promosi melalui *Google Maps* dapat memberikan pengaruh besar terhadap penjualan UMKM dibidang kuliner daerah Jorong Sungai Lomak, Nagari koto Padang, dilihat berdasarkan observasi dan hasil dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti serta analisis data yang dilakukan peneliti guna untuk memberikan suatu peningkatan yang baik bagi pemilik dan usahanya. 2) Pemanfaatan *Google Maps* dapat memberikan peningkatan yang baik terhadap penjualan UMKM dibidang kuliner. Dilihat berdasarkan observasi dan hasil

dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti serta analisis data yang dilakukan, hanya 1 (satu) informan yaitu pada usaha Bakso Podo Moro yang bisa memanfaatkan dan mengelola usahanya di akun Google Maps. 3) Pemanfaatan Google Maps dan Promosi bisa memberikan peningkatan yang baik dalam peningkatan penjualan UMKM dibidang kuliner daerah Jorong Sungai Lomak, Nagari Koto Padang. Dengan adanya pemanfaat Google Maps yang baik dapat membatu pemilik usaha memberikan informasi, memperluas keberadaan bisnis, memperluas keberadaan bisnis, berinteraksi dengan para pelanggan, dapat menganalisis klien, mendapatkan E-Marketing gratis, meningkatkan visibilitas dimesin pencari. Memudahkan kepada pelanggan yang ingin mencari kuliner di daerah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- A. S. Harahap, "Teknik Wawancara Bagi Reporter Dan Moderator Di Televisi," *Univ. Esa Unggul Jakarta Jalan Arjuna Utara*, vol. 16, no. 9, p. 11510, 2019.
- A. Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *Alhadharah J. Ilmu Dakwah*, vol. 17, no. 33, p. 81, 2019, doi: 10.18592/alhadharah.v17i33.2374.
- I. A. Endarto and Martadi, "Analisis Potensi Implementasi Metaverse Pada Media Edukasi Interaktif," *J. Barik*, vol. 4, no. 1, pp. 37–51, 2022, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- P. Kebersihan and D. A. N. Kesehatan, "Teknik Triangulasi," vol. 04, no. 4, 2019.