



***INCREASING HUMAN RESOURCES CAPACITY THROUGH
OPTIMIZING DIGITAL LITERACY VIA GOOGLE BUSINESS
FOR MSMES, KENCANA VILLAGE, BOGOR CITY***

Skripsi Skema MBKM

Diajukan Oleh:

Amalia Salwa Salsabila
021120398

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

JUNI 2024



***INCREASING HUMAN RESOURCES CAPACITY THROUGH
OPTIMIZING DIGITAL LITERACY VIA GOOGLE BUSINESS
FOR MSMES, KENCANA VILLAGE, BOGOR CITY***

Skripsi Skema MBKM

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen Program
Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Towaf Totok Irawan, SE., ME., Ph.D)

Ketua Program Studi
(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., MM., CA.)

**LEMBAR PENGESAHAN SIDANG DAN PERNYATAAN
TELAH DISIDANGKAN**

***INCREASING HUMAN RESOURCES CAPACITY THROUGH OPTIMIZING
DIGITAL LITERACY VIA GOOGLE BUSINESS FOR MSMES,
KENCANA VILLAGE, BOGOR CITY***

Skripsi Skema MBKM

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada hari Sabtu, tanggal 20 Juli 2024

Amalia Salwa Salsabila
021120398

Menyetujui,

Dosen Penguji
(Dr. H. Hari Muharam, SE., MM.,
C.SEP., C.PMP., Cesther)

Ketua Umum Pembimbing
(Fredri Andria, S.Tp., MM.)

Anggota Komisi Pembimbing
(Salmah, SE., MM.)



LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amalia Salwa Salsabila
NPM : 021120398
Judul Skripsi : *Increasing Human Resources Capacity Through Optimizing Digital Literacy Via Google Business For Micro Small Medium Enterprises (MSMEs), Kencana Village, Bogor City*

Dengan ini saya menyatakan bahwa Paten dan Hak Cipta dari Produk Skripsi Skema MBKM diatas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan Paten, Hak Cipta karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor, Juni 2024



Amalia Salwa Salsabila

021120398

**© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan,
tahun 2024
Hak Cipta dilindungi Undang-undang**

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebut sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

ABSTRAK

Amalia Salwa Salsabila, 021120398. *Increasing Human Resources Capacity Through Optimizing Digital Literacy Via Google Business For MSMEs, Kencana Village, Bogor City*. Dibawah bimbingan: FREDI ANDRIA, S.TP., MM dan SALMAH, SE., MM. 2024.

Dalam lanskap digital yang berkembang pesat, pemberdayaan sumber daya manusia sangat penting bagi keberlanjutan dan daya saing UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak optimalisasi literasi digital, khususnya melalui penggunaan media *Google Business*, terhadap peningkatan kapasitas SDM dalam UMKM di Kelurahan Kencana, Kota Bogor. Melalui pendekatan campuran yang melibatkan survei, wawancara, dan observasi, penelitian ini mengungkap efektivitas *Google Business* sebagai alat untuk meningkatkan literasi digital dan mendorong pertumbuhan bisnis. Temuan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya dalam menggunakan *Google Business*. Pembentukan akun *Google Business* dan penerimaan umpan balik positif dari pelanggan, termasuk penilaian bintang dan ulasan, telah memberikan peluang baru bagi UMKM di Kelurahan Kencana untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, integrasi pelatihan literasi digital tidak hanya memberdayakan UMKM untuk menggunakan *platform online* untuk promosi bisnis tetapi juga memperkuat daya saing mereka di era digital yang dinamis. Studi ini memberikan kontribusi terhadap literatur yang ada dengan memberikan wawasan tentang peran media *Google Business* dalam meningkatkan kapasitas SDM di UMKM. Penelitian ini menekankan pentingnya pelatihan literasi digital yang berkelanjutan dan penggunaan strategis *platform online* untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pembuat kebijakan, organisasi pendukung bisnis, dan pemilik UMKM, yang menekankan pentingnya berinvestasi dalam inisiatif literasi digital untuk mendorong pengembangan ekonomi di tingkat lokal.

Kata Kunci: *Google Business*, Kapasitas SDM, Literasi Digital, UMKM

PRAKATA

Dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “*Increasing Human Resources Capacity Through Optimizing Digital Literacy Via Google Business For MSMEs, Kencana Village, Bogor City*”. Adapun maksud dan tujuan penyusunan skripsi ini adalah dalam rangka memenuhi syarat skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen di Universitas Pakuan.

Dalam penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dukungan serta motivasi dari beberapa pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap penulis. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibu Neti Sugiarsih dan Bapak Aep Tatang Rustandi yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat dan kasih sayang sepenuh hati.
2. Seluruh Keluarga Besar Sopandi yang selalu menjadi *support system* saya selama menjalani kuliah di Universitas Pakuan.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Didik Notosudjono., M.Sc. selaku Rektor Universitas Pakuan.
4. Ibu Prof. Dr. Eri Sarimanah, M.Pd. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik Universitas Pakuan.
5. Bapak Dr. Andi Chairunnas, M.Kom., M.Pd. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan Universitas Pakuan.
6. Bapak Tawaf Totok Irawan, SE., ME. Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
7. Bapak Prof. Dr. Yohanes Indrayono, AK., MM., CA selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan.
8. Ibu Dr. Tutus Rully, SE., MM., selaku Asisten Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
9. Bapak Fredi Andria, S.Tp., MM., selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah membantu, membimbing, serta memberi arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Ibu Salmah, SE., MM., selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah memberikan masukan serta arahan yang membangun kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
11. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan yang telah memberikan ilmu-ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
12. Seluruh Staff Tata Usaha dan Karyawan Universitas Pakuan yang selalu membantu selama perkuliahan berlangsung.
13. Seluruh Pengurus BEM FEB-Unpak Kabinet NIRBITA ABHINAYA yang sudah kebersamai saya selama Kepengurusan Periode 2023/2024.

14. Seluruh Pengurus HMM FEB-Unpak yang sudah kebersamai saya selama 2 periode kepengurusan.
15. Tim BEM PPK Ormawa 2023 yang selalu memberikan support dan dedikasinya untuk bersama menyelesaikan segala rangkaian kegiatan PPK Ormawa 2023 sampai selesai.
16. Paguyuban BUMISA Kelurahan Kencana yang telah memberikan kesempatan dalam melakukan penelitian.
17. Teman-teman kelas K-Manajemen dan seluruh teman angkatan 2020 yang memberikan keseruan dalam kehidupan kampus saya.

Semoga semua bantuan, bimbingan, doa, dukungan serta semangat yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Mohon maaf kepada pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, akhir kata semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi pijakan bagi peneliti untuk berkarya lebih baik lagi dimasa yang akan datang.

Penulis

Amalia Salwa Salsabila
021120398

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Analisis Situasi	1
1.2 Analisis Masalah	14
1.3 Tujuan dan Ruang Lingkup.....	15
BAB II SOLUSI PERMASALAHAN	17
2.1. Masalah	17
2.2 Rencana Aksi dan Solusi.....	18
2.3 Target Luaran	20
BAB III METODA PELAKSANAAN	22
3.1 Bentuk Langkah	22
3.2 Tahapan.....	24
3.3 Partisipasi Objek/Mitra	30
3.4 Evaluasi Pelaksanaan Program	31
BAB IV HASIL DAN CAPAIAN	33
4.1 Pelaksanaan Kegiatan.....	33
4.1.1 Profil Bumisa	33
4.1.2 Penyelenggaraan Pelatihan dan Pendampingan.....	34
4.2 Hasil Kegiatan dan Capaian	51
4.2.1 Hasil Indikator Capaian/Keberhasilan	51
4.2.2 Hasil Monitoring dan Evaluasi Kegiatan Lapangan	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	76
LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Paparan Rencana Aksi Solusi dan Indikator Capaian	19
Tabel 2.2 Rencana Target Luaran	20
Tabel 4.1 Data Pelaku UMKM Kelurahan Kencana.....	52
Tabel 4.2 Hasil Monitoring dan Evaluasi Pelatihan dan Pendampingan	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Statistik UMKM Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Peta Lokasi dan Jarak Kelurahan Kencana dari Universitas Pakuan.....	4
Gambar 1.3 Pengumuman Kemenangan PPK Ormawa 2023.....	5
Gambar 1.4 Pelatihan dan Pendampingan PPK Ormawa 2023	5
Gambar 1.5 Pembentukan Struktur Paguyuban dan Bangunan Sekretariat Bumisa....	6
Gambar 1.6 Portal <i>Website</i> (bumisakencana.id)	6
Gambar 1.7 Peran <i>Platform</i> Digital terhadap Pengembangan UMKM	9
Gambar 1.8 Indeks Literasi Digital Nasional dan Provinsi Jawa Barat 2022.....	10
Gambar 3.1 Bentuk Langkah Pelaksanaan.....	22
Gambar 3.2 Tahapan Implementasi	24
Gambar 3.3 Tahap Koordinasi dengan Pihak Kelurahan Kencana.....	24
Gambar 3.4 Tahap Survei dan Pendataan Kebutuhan.....	25
Gambar 3.5 Tahap Sosialisasi.....	26
Gambar 4.1 Pelatihan dan Pendampingan <i>Google Business</i> Sesi 1	35
Gambar 4.2 Pelatihan dan Pendampingan <i>Google Business</i> Sesi 2.....	35
Gambar 4.3 Langkah Membuat Profil Bisnis	39
Gambar 4.4 Langkah Memasukkan Alamat Bisnis.....	40
Gambar 4.5 Langkah Memasukkan Kontak Bisnis.....	40
Gambar 4.6 Langkah Verifikasi Akun	41
Gambar 4.7 Langkah Menyesuaikan Profil Bisnis	42
Gambar 4.8 Akun <i>Google Business</i> Terverifikasi.....	43
Gambar 4.9 Fitur Foto.....	44
Gambar 4.10 Fitur Deskripsi dan Kategori	45
Gambar 4.11 Fitur Atribut.....	46
Gambar 4.12 Fitur Ulasan	47
Gambar 4.13 Fitur Tanya Jawab	48
Gambar 4.14 Fitur <i>Post</i>	49
Gambar 4.15 Fitur <i>Insight</i>	50
Gambar 4.16 Akun <i>Google Business</i> Pelaku UMKM Kelurahan Kencana.....	54
Gambar 4.17 Akun <i>Google Business</i> yang Sudah Terisi Fitur	57
Gambar 4.18 Akun <i>Google Business</i> yang Sudah Mendapat <i>Review</i>	61
Gambar 4.19 Hasil Prates dan Postes (Tes Pengetahuan).....	65
Gambar 4.20 Grafik Hasil Asesmen Praktik (Kuesioner).....	66
Gambar 4.21 Rekapitulasi Jawaban Responden	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Prates dan Postes (Tes Pengetahuan).....	77
Lampiran 2 Hasil Prates dan Postes (Tes Pengetahuan)	79
Lampiran 3 Diagram Hasil Prates dan Postes (Tes Pengetahuan)	80
Lampiran 4 Asesmen Praktik (Kuesioner).....	81
Lampiran 5 Hasil Asesmen Praktik (Kuesioner)	82
Lampiran 6 Rata-rata Hasil Asesmen Praktik (Kuesioner).....	83
Lampiran 7 Data Responden.....	84
Lampiran 8 Gambaran Umum Responden.....	85
Lampiran 9 Absensi Pelatihan dan Pendampingan <i>Google Business</i> 1	86
Lampiran 10 Absensi Pelatihan dan Pendampingan <i>Google Business</i> 2.....	87
Lampiran 11 Dokumentasi Pelatihan dan Pendampingan <i>Google Business</i> 1.....	88
Lampiran 12 Dokumentasi Pelatihan dan Pendampingan <i>Google Business</i> 2.....	89
Lampiran 13 Luaran <i>E-Book</i> Panduan <i>Google Business</i>	90
Lampiran 13 Konten Pelatihan <i>Google Business</i>	91

BAB I

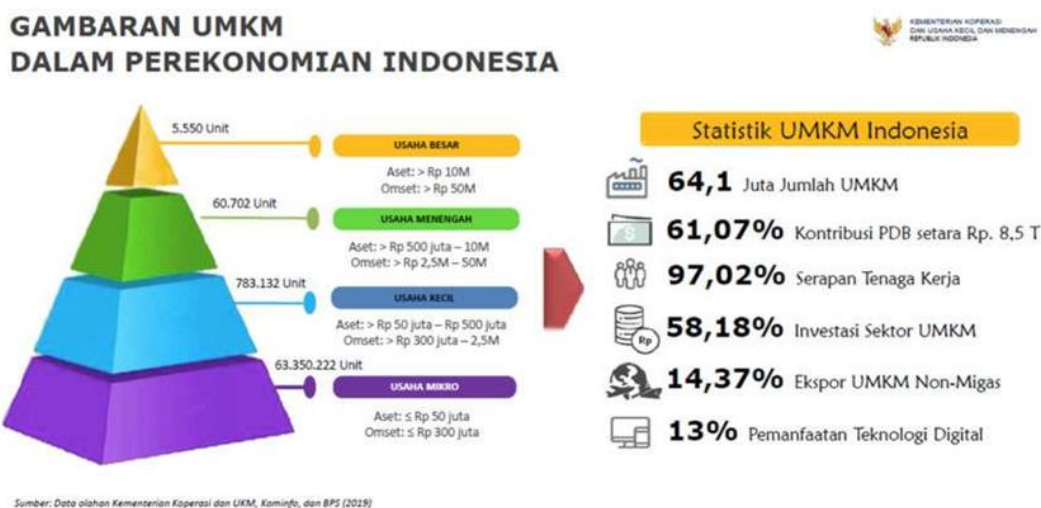
PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah entitas bisnis merujuk kepada sektor ekonomi yang terdiri dari berbagai unit bisnis dengan skala yang bervariasi, mulai dari skala mikro hingga menengah. Sektor ini mencakup beragam entitas usaha, termasuk perusahaan yang beroperasi dengan jumlah karyawan terbatas, modal yang terbatas, dan cakupan pasar yang relatif kecil (Darmadi et al., 2021). UMKM memiliki karakteristik yang beragam, mulai dari bisnis kecil yang dimiliki dan dijalankan oleh individu, hingga entitas yang lebih besar dengan beberapa karyawan dan jangkauan pasar yang lebih luas. UMKM yang sebagian besar masih beroperasi dalam skala kecil, memiliki peran penting dalam penciptaan lapangan kerja, yang menjadi target baik oleh pemerintah, sektor swasta, maupun pelaku usaha perorangan (Halim, 2020). UMKM merupakan sektor yang menjadi bagian penting dalam perekonomian di Indonesia (Putra, 2016; Sarfiah et al., 2019; Sudrartono et al., 2022).

UMKM tidak hanya menjadi bagian penting, tetapi juga menjadi tulang punggung yang mendukung pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan dalam konteks perekonomian Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari krisis ekonomi yang dialami oleh negara pada tahun 1998 dan 2008. Pada setiap krisis ekonomi, UMKM adalah sektor yang bertahan bahkan tumbuh. Menurut BPS, pada tahun 1997—1998, saat krisis moneter terjadi, terdapat 56.534.592 UMKM atau 99,9% dari keseluruhan jumlah unit usaha yang terdapat di Indonesia saat itu (Sudrartono et al., 2022). Peran UMKM dalam ekonomi Indonesia tercermin dari posisinya sebagai pelaku usaha terbesar, serta kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja, pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB), ekspor, dan investasi modal. Perkembangan UMKM dapat dioptimalkan melalui kemajuan teknologi informasi yang pesat saat ini (Permana, 2017). Keberadaan UMKM menjadi sangat relevan dan strategis karena mereka tidak hanya berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga menjadi sumber daya yang vital dalam menyediakan pekerjaan bagi masyarakat setempat. UMKM menjadi target penting bagi berbagai pihak, termasuk pemerintah, sektor swasta, dan pelaku usaha perorangan, karena mereka memiliki potensi besar untuk membawa dampak positif dalam pengentasan pengangguran dan peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Pemerintah seringkali memberikan dukungan dan insentif khusus bagi UMKM untuk mendorong pertumbuhan sektor ini, termasuk program bantuan dan pelatihan untuk membantu UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka. Sementara itu di sisi lain, sektor swasta dan pelaku usaha perorangan juga melihat UMKM sebagai mitra potensial dalam menciptakan kemitraan bisnis dan peluang investasi yang saling menguntungkan. Oleh karena itu, menjaga dan mengembangkan UMKM menjadi sangat penting agar dapat terus berkembang hingga tingkat internasional.

Hingga saat ini, penggerak utama perekonomian Indonesia terutama berasal dari sektor UMKM. UMKM berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja (Budiman & Kunci, 2021; Tasyim et al., 2021). UMKM memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia dengan menjadi penyumbang utama PDB dan menjadi penyedia lapangan kerja terbesar di negara ini. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop), sebanyak 99% dari seluruh bisnis di Indonesia beroperasi di sektor UMKM. Sektor UMKM yang jumlahnya mencapai sekitar 64,1 juta berperan dalam menyumbangkan sekitar 61,07% dari total produk domestik bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97,02% tenaga kerja lokal. UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil pembangunan dan menjadi faktor utama pertumbuhan kegiatan perekonomian nasional. Pengembangan sektor UMKM signifikan bagi upaya suatu negara untuk mengurangi kemiskinan (Kurniawan & Fauziah, 2014; Rachmawati, 2020). Pertumbuhan dan perkembangan sektor UMKM dipahami sebagai indikator keberhasilan pembangunan, terutama bagi negara-negara dengan pendapatan per kapita rendah (Rahdiana & Sukarman, 2021; Sianturi, 2020). Sektor UMKM adalah motor utama ekonomi Indonesia dan fondasi penting untuk pembangunan yang berkelanjutan dan inklusif.



Gambar 1.1 Data Statistik UMKM Indonesia
Sumber: Databoks, 2022

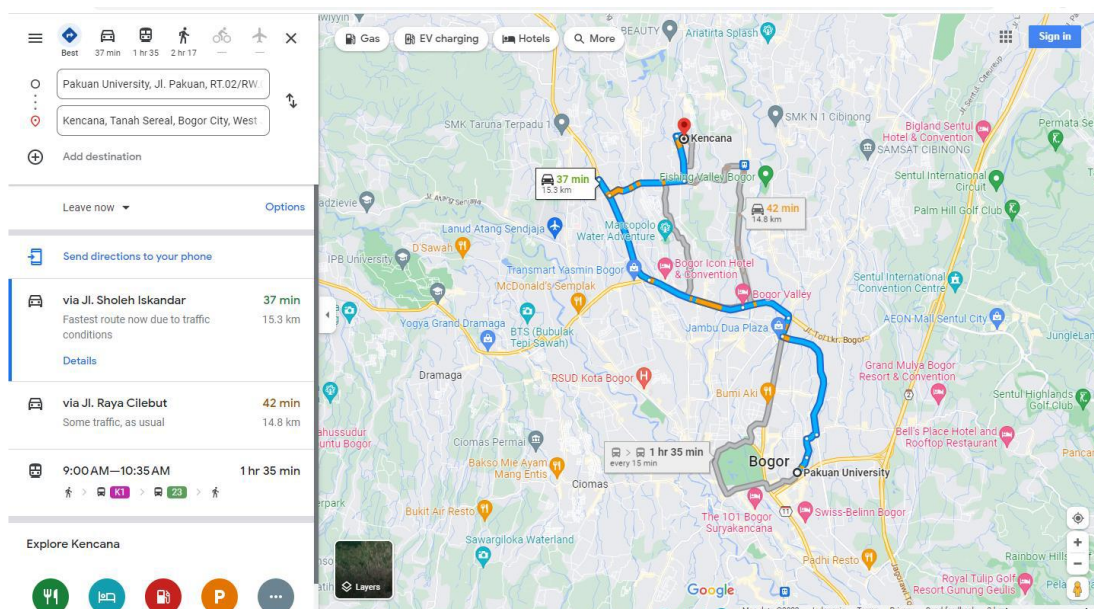
UMKM di Kabupaten Bogor memiliki jumlah terbesar di Provinsi Jawa Barat, dengan total 372.070 usaha atau setara dengan 8.1 persen dari total UMKM di provinsi tersebut, menurut data dari Maesarah (2021). Sebanyak 64% dari UMKM tersebut memberikan kontribusi signifikan terhadap Pemerintah Kabupaten Bogor, baik dalam meningkatkan perekonomian masyarakat maupun dalam menyerap tenaga kerja. Meskipun demikian, kinerja UMKM di Kabupaten Bogor belum optimal karena masih terdapat beberapa faktor, baik dari internal maupun eksternal, yang mempengaruhi.

Kelurahan Kencana, yang terletak di dalam Kecamatan Tanah Sareal, Kota Bogor, diidentifikasi sebagai salah satu pusat ekonomi yang memiliki potensi besar dalam UMKM. Kelurahan ini dikenal karena keragaman UMKM yang dimilikinya, yang mencakup berbagai jenis bisnis mulai dari warung makan kecil, toko kelontong, bisnis jasa, hingga industri kerajinan lokal. Potensi yang dimiliki oleh Kelurahan Kencana tidak hanya terletak pada keragaman jenis bisnisnya, tetapi juga pada keberadaannya yang berlokasi strategis, mendekati pusat kota Bogor dan memiliki aksesibilitas yang baik ke jalan utama dan fasilitas transportasi umum. Faktor-faktor seperti keberagaman demografis, pasar lokal aktif, dan infrastruktur dasar yang memadai, mendukung pengembangan UMKM di Kelurahan Kencana. Langkah ini dianggap strategis untuk memanfaatkan potensi ekonomi lokal, meningkatkan pendapatan, dan memperkuat ketahanan ekonomi komunitas setempat. Menurut data penduduk atau statistik populasi, Kelurahan Kencana memiliki sebanyak 13.646 penduduk, terdiri dari 6.191 laki-laki dan 7.455 perempuan, yang terdaftar dalam 3.791 Kartu Keluarga. Mayoritas warga di Kelurahan Kencana aktif bekerja di sektor pertanian, perdagangan, industri rumah tangga, bisnis kecil dan menengah, peternakan, dan sektor lainnya. Karena lokasinya di Kota Bogor, Kelurahan Kencana sudah memiliki akses internet yang memadai.

Berdasarkan data yang diperoleh dari *website* Kelurahan Kencana (2023) terdapat 220 wirausaha mandiri. Terdapat beberapa UMKM yang usahanya berbasis kearifan lokal. Usaha kecil berbasis kearifan lokal adalah usaha kecil yang melakukan usaha dengan cara menjual jasa atau barang berupa warisan budaya yang dapat memberikan sumbangan besar terhadap pendapatan daerah dan turut melestarikan kebudayaan (Ardiansyah, et al., 2020). Pengembangan UMKM di Kelurahan Kencana perlu meningkat sejalan dengan kemajuan teknologi, termasuk penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) terkini serta penerapan digitalisasi dan *e-commerce*. Kolaborasi manusia dan teknologi menjadi kunci dalam memanfaatkan *platform online* untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas UMKM. (Deasy, et al., 2020). Pengembangan UMKM dan peningkatan kapasitas SDM, khususnya ke arah digitalisasi, merupakan salah satu kunci penting dalam memajukan perekonomian suatu daerah (Edy, et al., 2021). Langkah-langkah ini diharapkan akan membantu UMKM di Kelurahan Kencana untuk tetap relevan dan kompetitif dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di era digital ini, serta membuka peluang baru untuk pertumbuhan dan pengembangan bisnis mereka secara berkelanjutan.

Kapasitas SDM yang berkualitas sangat penting untuk menyelesaikan tugas dengan optimal dalam sebuah organisasi. Meningkatkan kapasitas SDM menjadi suatu kebutuhan yang tidak dapat diabaikan, terutama bagi UMKM yang seringkali mengandalkan SDM dalam operasional sehari-hari mereka. Selain itu, UMKM perlu mengadopsi teknologi terkini untuk meningkatkan produktivitas, mengoptimalkan proses bisnis, dan meningkatkan daya saing di pasar yang dinamis, sehingga dapat meningkatkan kapasitas SDM menjadi lebih efisien, inovatif, dan kompetitif, serta memberikan kontribusi yang lebih besar pada pertumbuhan ekonomi lokal dan

pembangunan komunitas. Peran teknologi bagi UMKM tidak hanya terfokus pada peningkatan strategi pemasaran dan efisiensi komunikasi, melainkan juga merangkul berbagai aspek yang beragam dalam menjalankan operasional bisnis mereka (Akhdad & Purnomo, 2021; Choirina, et al., 2022). Penerapan teknologi informasi telah menjadi kunci bagi organisasi untuk mencapai pertumbuhan yang lebih efisien, inovatif, dan kompetitif di pasar global (Akhdad & Purnomo, 2021). Investasi dalam teknologi informasi memungkinkan organisasi beradaptasi cepat dengan perubahan pasar global, mengambil keputusan yang lebih baik melalui analisis data, dan mencapai pertumbuhan yang efisien, inovatif, dan kompetitif di era digital.



Gambar 1.2 Peta Lokasi dan Jarak Kelurahan Kencana dari Universitas Pakuan

Sumber: *Google Maps*

Pengembangan UMKM juga peningkatan kapasitas SDM pada pelaku UMKM Kelurahan Kencana bermula pada kegiatan PPK Ormawa (Program Penguatan Kapasitas Organisasi Mahasiswa) yang dilaksanakan oleh Tim BEM FEB-Unpak. PPK Ormawa adalah rangkaian kegiatan pendampingan dan pengembangan organisasi mahasiswa di perguruan tinggi, berupa upaya dalam pengabdian kepada masyarakat dan pemberdayaan komunitas yang merupakan wadah untuk mengembangkan potensi mahasiswa sebagai agen perubahan positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Tim BEM FEB-Unpak berhasil lolos pendanaan dengan membawa judul “Pemberdayaan Masyarakat melalui Badan Usaha Milik Masyarakat (BUMISA) Berbasis Digital di Kelurahan Kencana, Kecamatan Tanah Sareal, Kota Bogor”. Tidak hanya itu, Tim BEM FEB-Unpak berhasil mengikuti serangkaian kegiatan hingga lolos Abidaya Ormawa dan mendapatkan juara Terbaik 3 Kategori “Tim Pelaksana Terinovatif dalam Teknologi dan Sosial”.



Gambar 1.3 Pengumuman Kemenangan Tim BEM FEB-Unpak Terbaik 3 Kategori Inovatif dalam Teknologi dan Sosial

Selama kegiatan PPK Ormawa berlangsung kurang lebih 5 bulan, tim menyelenggarakan berbagai pelatihan dan pendampingan untuk para pelaku UMKM Kelurahan Kencana, yaitu (1) Pelatihan Perizinan/Legalitas UMKM Kencana, memberikan UMKM Kelurahan Kencana pemahaman yang lebih baik tentang peraturan dan hukum bisnis dan memberikan solusi untuk hambatan hukum yang menghambat pertumbuhan bisnis, (2) Pelatihan Pemetaan Target Pasar, membantu pelaku UMKM Kelurahan Kencana memahami target pasar, kebutuhan, dan strategi pemasaran yang lebih efektif, (3) Pelatihan Kompetensi, Keterampilan dan Kapabilitas *Digital Marketing*, membantu UMKM Kelurahan Kencana dalam meningkatkan kemampuan *digital marketing*, memperluas jangkauan pasar, dan membangun *branding* produk, dan (4) Pelatihan dan Pendampingan Portal *Website (Platform Digital)*, membantu UMKM Kelurahan Kencana dalam digitalisasi usaha, meningkatkan efisiensi, kualitas layanan, dan fleksibilitas bisnis.



Gambar 1.4 Pelatihan dan Pendampingan PPK Ormawa 2023

Selain menyelenggarakan berbagai pelatihan dan pendampingan, dilakukannya pembentukan kelompok/paguyuban Badan Usaha Milik Masyarakat (Bumisa) yang isinya adalah sekumpulan pelaku UMKM Kelurahan Kencana sebagai kelompok pelopor dan wadah untuk berkembang bagi setiap SDM di Kelurahan Kencana yang belum memiliki kompetensi memadai tentang digitalisasi. Selain itu, dibangun juga sekretariat sebagai penunjang sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam meningkatkan kemampuan dan kompetensi juga tempat berkumpulnya para pelaku UMKM Kelurahan Kencana. Kemudian, guna menunjang peningkatan digitalisasi UMKM Kelurahan Kencana, dilakukan pembuatan *platform* digital berupa portal *website* (bumisakencana.id) sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan pelaku UMKM Kencana dengan pemberdayaan masyarakat berbasis inovasi teknologi sehingga pelaku UMKM Kencana dapat memaksimalkan kemajuan digital untuk mengembangkan usahanya, serta pemanfaatan teknologi informasi dalam memperluas pasar baik pasar lokal, nasional, maupun internasional.



Gambar 1.5 Pembentukan Struktur Paguyuban dan Bangunan Sekretariat Bumisa



Gambar 1.6 Portal *Website* (bumisakencana.id)

Pemanfaatan menggunakan teknologi digital menjadi hambatan bagi UMKM di Kelurahan Kencana untuk lebih maju dan berkembang dalam memasarkan produknya, walaupun di Kelurahan Kencana sudah memiliki akses internet yang

memadai karena lokasinya berada di Kota Bogor. Masih banyak UMKM yang belum mampu bersaing di masa digital ini karena masih banyaknya UMKM yang kesulitan dalam mengakses dan memanfaatkan teknologi informasi (Arjuna et al., 2022; Fadhillah & Yuniarti, 2023). Keterbatasan pemahaman tentang digitalisasi menyebabkan mayoritas pelaku usaha gagal mengembangkan produk mereka (Budiwitjaksono, et, al., 2022). Mengelola UMKM dihadapkan pada sejumlah tantangan, terutama dalam mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif. Strategi pemasaran digital yang efektif memerlukan kemahiran komunikasi yang baik sebagai kunci utama kesuksesan (Kuswaha, et al., 2020). Hal ini melibatkan pemahaman yang mendalam tentang perilaku konsumen dalam lingkungan *online*, analisis pasar yang cermat, serta penerapan teknologi yang tepat guna untuk mencapai tujuan pemasaran yang ditetapkan. Komunikasi efektif melalui media sosial, *email*, *website*, dan aplikasi seluler penting untuk membangun hubungan yang kuat dengan target pasar. Idealnya, menemukan pasar potensial yang belum banyak digali (Nathalia, 2015).

Sebagian besar pelaku UMKM di Kelurahan Kencana masih mengandalkan penjualan *offline*. Mereka cenderung terikat pada model bisnis tradisional yang rentan terhadap perubahan pasar, disrupsi industri, dan tren, sementara teknologi memperkuat bisnis yang lebih adaptif dan menguntungkan (Griffin & Pustay, 2015). Hal ini membuat beberapa sektor UMKM belum beradaptasi secara digital mengalami ketertinggalan dalam hal meningkatkan potensi usaha (Arianto, 2020). Keterbatasan akses dan pemahaman terhadap teknologi digital menghalangi pelaku UMKM di Kelurahan Kencana dalam memanfaatkan peluang *online*. Secara keseluruhan, ketertinggalan dalam digitalisasi dapat menghambat pertumbuhan dan kemajuan bisnis UMKM, membuat mereka tertinggal dari pesaing yang lebih maju dalam memanfaatkan peluang ekonomi digital yang berkembang pesat. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk segera beradaptasi secara digital agar tetap relevan dan kompetitif di era teknologi informasi ini.

Terhambatnya peningkatan reputasi bisnis dan visibilitas *online* bisnis UMKM Kelurahan Kencana juga menjadi masalah utama, sedangkan kualitas SDM yang didukung oleh kemampuan yang tinggi dalam penguasaan dan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan faktor penting yang mendukung terjadinya perkembangan yang berlangsung cepat. Aspek penting untuk dikelola oleh pelaku usaha adalah SDM yang dimiliki (Kasmir, 2021). SDM sebagai motor penggerak utama kegiatan usaha perlu dikelola secara profesional (Dharmawati & Hajjah, 2019). Reputasi dan visibilitas *online* krusial bagi UMKM karena mempengaruhi keberhasilan dan pertumbuhan bisnis. Reputasi yang baik membangun kepercayaan pelanggan, sementara visibilitas yang tinggi memperluas jangkauan, memudahkan pelanggan menemukan dan bertransaksi dengan UMKM, dan menjangkau pelanggan baru. Kedua hal tersebut membantu meningkatkan penjualan UMKM dan memperkuat citra merek mereka, menciptakan kesan positif di mata pelanggan, dan membedakan bisnis dari pesaingnya. Mereka juga memberikan kesempatan bagi UMKM untuk

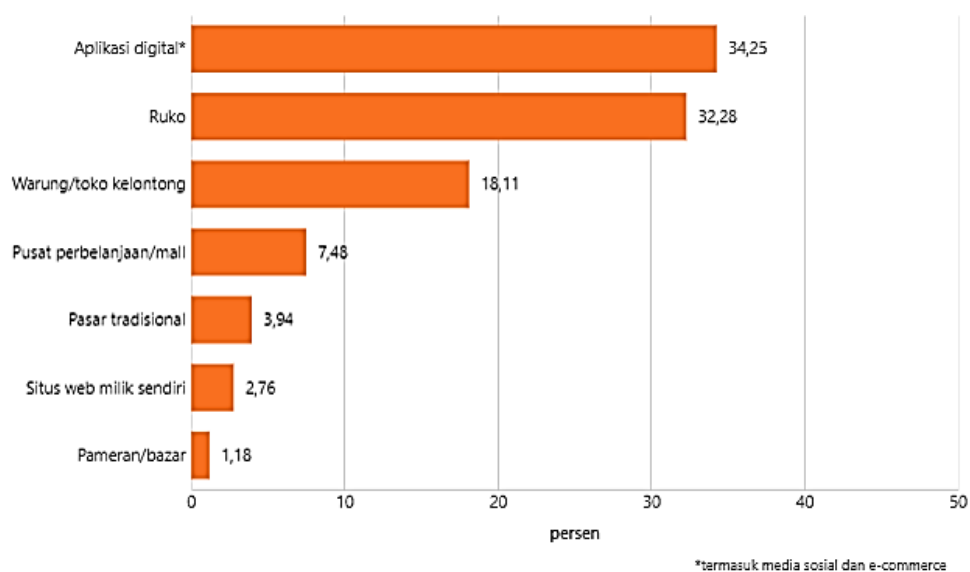
berinteraksi langsung dengan pelanggan melalui media sosial, ulasan *online*, dan *platform* komunikasi lainnya. Hal ini disebabkan oleh sejumlah faktor, termasuk kredibilitas merek, popularitas, serta kualitas dan relevansi konten yang disajikan (Cholil, 2020).

Zaman globalisasi ini, terdapat kecenderungan yang menunjukkan bahwa ketergantungan ekonomi antar negara semakin meningkat (Swasono, 2014). Potensi dan kualitas SDM sangat penting bagi pelaku UMKM, terutama dalam literasi digital. Literasi digital mempengaruhi kesuksesan dan daya saing UMKM di era digital, mencakup pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan TIK dalam bisnis. SDM berkualitas dalam literasi digital memiliki pemahaman tentang tren teknologi dan keterampilan dalam mengoperasikan alat digital. Literasi digital membuka peluang inovasi bagi UMKM dalam produk, layanan, atau model bisnis mereka. SDM berkualitas dalam literasi digital dapat menghasilkan ide-ide inovatif dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar atau perilaku konsumen.

Perubahan di era revolusi industri 4.0 juga membawa perubahan pada kebutuhan akan SDM yang terampil (Masita, et al., 2023). Revolusi industri 4.0 bertujuan menciptakan serta mengelola sistem atau struktur organisasi dengan menggunakan pendekatan yang lebih cerdas dan terkoneksi secara digital (Suryana & Perdana, 2020). Pelaku usaha sebagai SDM dalam bisnis yang menggabungkan praktek kerja dengan strategi khusus memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan (Muis, 2014). UMKM belum berkembang secara maksimal dan belum mampu mengikuti pertumbuhan zaman, terlebih di era digital (Ismah, et al., 2020). Perkembangan teknologi digital mengubah banyak aspek kehidupan. Inovasi digital menciptakan nilai tambah, meningkatkan kepuasan konsumen untuk setiap unit mata uang yang mereka belanjakan (Solihin, 2014). Perkembangan teknologi digital dan inovasi digital sangat berhubungan dan memainkan peran utama dalam menciptakan nilai tambah, meningkatkan efisiensi, dan mengubah paradigma bisnis dalam era digital.

Dampak dari inovasi digital ini mengakibatkan perubahan besar-besaran yang disebut sebagai disrupsi. Disrupsi merupakan suatu bentuk inovasi digital yang menggantikan sistem lama dengan metode baru. Disrupsi menggantikan teknologi yang berbasis fisik dengan teknologi digital yang menciptakan solusi baru yang lebih efisien dan bermanfaat (Prihanisetyo et al., 2018; Andria, et al., 2021). Menurut Riyadi et al (2019), disrupsi merupakan perubahan yang mengubah tatanan yang telah ada sebelumnya secara drastis dan seringkali tidak terduga, yang dapat mempengaruhi hampir semua aspek kehidupan, termasuk cara kita melakukan transaksi belanja. Disrupsi terjadi saat inovasi teknologi atau perubahan perilaku konsumen mengubah cara kita berinteraksi, berbelanja, dan berpartisipasi dalam ekonomi. Contohnya, dengan *platform e-commerce* dan pembayaran digital, ini mengubah ritel tradisional dan mendorong pengecer untuk menyesuaikan model bisnis mereka.

Peningkatan kapasitas SDM, terutama di sektor UMKM, merujuk pada upaya untuk pengembangan potensi dan kapasitas yang bertumpu pada beberapa aspek utama, yakni kapasitas individu, minat mereka, dan peluang yang tersedia (Rahardjo, 2022). Sehingga, peningkatan kapasitas SDM menjadi kunci bagi pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang UMKM. Peningkatan kapasitas SDM di sektor UMKM melibatkan beberapa aspek penting, (1) Pelatihan dan Pengembangan Keterampilan, memberikan pelatihan dan pendidikan kepada pelaku UMKM tentang keterampilan operasional bisnis, (2) Pengembangan Kewirausahaan, mendorong sikap kewirausahaan dan inovasi pelaku UMKM, dengan memberikan pelatihan tentang pengembangan ide bisnis, perencanaan strategis, dan manajemen risiko, dan (3) Pemanfaatan Teknologi, mendorong penggunaan TIK di UMKM dalam proses produksi, pemasaran *online*, dan layanan pelanggan. Guna memperhatikan aspek-aspek tersebut, UMKM dapat meningkatkan kapasitas SDM mereka, mendukung pertumbuhan dan kelangsungan bisnis di pasar yang semakin rumit dan dinamis. Di era 4.0, inovasi produk dapat dilakukan melalui pemanfaatan media berbasis internet, karena ruang dan waktu yang tidak dibatasi. Pelaku UMKM perlu responsif terhadap tren ini dengan berusaha terhubung dengan ekosistem digital melalui penguatan keberadaan bisnisnya di berbagai *platform* (Handayani & Dwi, 2023). Teknologi sudah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari dan bisnis. Literasi digital yang kuat diperlukan agar bisa mengikuti perubahan teknologi dengan cepat. Literasi digital mencakup pemahaman teknologi, kemampuan menggunakan alat-alat digital secara efektif dalam bisnis sehari-hari, Aplikasi digital seperti media sosial dan *e-commerce* memegang peranan krusial dalam mendukung UMKM lokal. Fakta ini diperkuat oleh hasil laporan dari lembaga riset INDEF yang menyoroti peran *platform* digital terhadap Kemajuan UMKM di Indonesia.



Gambar 1.7 Peran *Platform* Digital terhadap Pengembangan UMKM di Indonesia
Sumber: Databoks (Lembaga Riset INDEF)

Literasi digital memungkinkan UMKM untuk berkembang dan mengelola bisnis dengan lebih efektif di era digital, sambil memperhatikan kebutuhan keamanan data. Berdasarkan Indeks Literasi Digital Indonesia yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) dan Katadata Insight Center (KIC) pada 2022, indeks literasi digital Indonesia (Nasional) berada di angka 3,5. Sedangkan, skor Indeks Literasi Digital Jawa Barat mendapatkan skor indeks 3,6. Angka tersebut menempatkan Indonesia dalam kategori sedang, dengan skor indeks 0 sampai 5. Oleh karena itu, pengelolaan SDM harus menjadi prioritas bagi setiap pelaku UMKM yang ingin membangun bisnis yang berkelanjutan dan sukses.



Gambar 1.8 Indeks Literasi Digital Nasional dan Provinsi Jawa Barat pada 2022
Sumber: Survei Literasi Digital KOMINFO

Literasi digital UMKM melibatkan pemanfaatan teknologi untuk ekspansi pasar dan efisiensi bisnis, termasuk keamanan digital, analisis data, dan pemasaran *online*. Peningkatan kapasitas SDM dalam literasi digital bagi UMKM merupakan langkah kunci untuk menghadapi perubahan yang disebabkan oleh transformasi digital. Beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan literasi digital bagi UMKM meliputi: (1) Pelatihan dan Pendampingan Literasi Digital, pemberian pelatihan dan pendidikan kepada pemilik usaha dan karyawan tentang teknologi digital, seperti perangkat lunak, aplikasi, dan *platform online* yang sesuai dengan bisnis mereka., (2) Penggunaan Alat dan *Platform* Digital, memperkenalkan dan mendukung penggunaan alat dan *platform* digital yang dapat membantu UMKM dalam berbagai aspek bisnis, (3) Peningkatan Efisiensi Operasional, mendorong penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan mempercepat proses bisnis, termasuk otomatisasi tugas rutin dan penggunaan sistem manajemen bisnis terintegrasi, (4) Peningkatan Peluang Bisnis, membantu UMKM dalam memahami dan memanfaatkan peluang bisnis yang tersedia di *platform* digital, seperti marketplace *online* dan jaringan *e-commerce*, untuk meningkatkan akses pasar dan

penjualan, dan (5) Keamanan Digital, meningkatkan literasi digital UMKM untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang era digital, serta meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis dengan memberikan pemahaman tentang keamanan *cyber* dan praktik terbaik dalam melindungi data.

Terdapat beberapa penelitian terapan dan riset aksi yang telah dilakukan. Penelitian berjudul “Literasi Digital dalam Meningkatkan Kemampuan Wirausaha *Online* Pada Ibu-Ibu KKPA (Komite Kesejahteraan dan Perlindungan Anak) Dusun Jodog Desa Gilangharjo Pandak Kabupaten Bantul” yang ditulis Sulistyowati & Agustina (2021) bertujuan meningkatkan kemampuan kelompok ibu KKPA dalam wirausaha *online*. Metode pelaksanaan dilakukan dengan *sharing knowledge* dan pelatihan pemanfaatan *platform* internet untuk meningkatkan kemampuan wirausaha *online*. Hasilnya, kelompok ibu KKPA berhasil meningkatkan pengetahuan dan kemampuan wirausaha *online*.

Kemudian, riset aksi yang berjudul “Pelatihan Literasi Digital dalam Pengelolaan Produk UMKM Desa Klumpang Kampung” ditulis Pulungan et al. (2024). Riset aksi ini bertujuan meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM di Desa Plumpang Kampung dalam pemasaran digital. Metode yang digunakan adalah *sharing knowledge, demonstration and practice*, dan *evaluation and feedback*. Peneliti menggunakan layanan *Google Business* dalam riset aksi ini. Hasilnya, terdapat 87,5% peserta pelatihan termotivasi dan memiliki pengetahuan yang meningkat.

Hasil riset aksi yang telah diuraikan di atas menyoroti pentingnya pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan literasi digital di kalangan pelaku UMKM, yang secara signifikan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kemampuan dan perkembangan bisnis mereka. Pelatihan seperti itu tidak hanya memiliki potensi untuk meningkatkan motivasi individu dalam mengadopsi teknologi digital, tetapi juga untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam mengelola bisnis secara efektif di era digital saat ini.

Konteks riset aksi ini menjelaskan pentingnya memperhatikan bahwa pelatihan yang diselenggarakan harus dirancang dan disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan pelaku UMKM. Oleh karena itu, fokus riset aksi harus ditujukan pada pemilihan dan penerapan *platform* digital tertentu yang paling relevan dan sesuai dengan lingkungan bisnis dan kebutuhan individu. Misalnya, pelatihan dapat difokuskan pada *platform* seperti *Google Business*. Selain itu, riset aksi juga harus mempertimbangkan aspek-aspek seperti metode pelatihan yang efektif, konten yang relevan dan aplikatif, serta pendekatan pembelajaran yang interaktif dan berbasis praktik. Hal ini akan membantu memastikan bahwa pelatihan tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga memungkinkan peserta untuk mengembangkan keterampilan praktis yang dapat diterapkan langsung dalam bisnis mereka sehari-hari. Memperhatikan semua aspek ini, riset aksi yang difokuskan pada pelatihan peningkatan literasi digital di kalangan pelaku UMKM memiliki potensi besar untuk menjadi instrumen yang efektif dalam mendukung pertumbuhan dan kemajuan sektor

UMKM secara keseluruhan, sehingga diharapkan UMKM akan dapat lebih baik bersaing di pasar yang semakin digital dan global dengan memperkuat kapasitas individu dalam memanfaatkan teknologi digital.

Salah satu inovasi pemasaran digital yang banyak dimanfaatkan oleh pelaku UMKM pada saat ini adalah layanan *Google Business*. Platform digital ini adalah platform layanan berbasis internet yang digunakan untuk kepentingan bisnis. Layanan ini menyediakan informasi kepada konsumen terkait dengan informasi bisnis yang diinput oleh pengguna. *Google Business* adalah platform yang disediakan oleh *Google* untuk membantu pemilik usaha, terutama UMKM, mengelola kehadiran online mereka dengan lebih efektif. *Google Business* memungkinkan pemilik usaha untuk mengelola informasi bisnis mereka di berbagai layanan *Google*, seperti Penelusuran *Google* dan *Google Maps*. Layanan ini menyediakan informasi kepada konsumen terkait dengan informasi bisnis yang diinput oleh pengguna. Melalui platform ini, pemilik usaha dapat memperbarui informasi bisnis, berinteraksi dengan pelanggan, dan memantau kinerja online mereka, sehingga dapat meningkatkan reputasi bisnis dan visibilitas online pada UMKM Kelurahan Kencana. Fitur yang terdapat di *Google Business* adalah fitur deskripsi dan kategori usaha, foto, review, atribut, posting, tanya-jawab, dan *Google Business insight*. Maka, pada tugas akhir ini, penulis menggunakan layanan *Google Business* untuk meningkatkan kemampuan literasi digital pelaku UMKM di Kelurahan Kencana, Kota Bogor.

Penggunaan layanan *Google Business* telah lazim digunakan pelaku UMKM. Para peneliti telah menggunakan *Google Business* untuk melakukan riset aksi yang bertujuan meningkatkan kemampuan literasi digital pelaku UMKM. Artikel yang berjudul “Pemanfaatan *Google Business* Sebagai Upaya Meningkatkan Rangking Bisnis Lokal” yang ditulis Yuliani & Novita (2022) bertujuan meningkatkan jumlah wirausaha yg berkualitas, membudayakan semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan yg handal dan unggul di kalangan masyarakat, pengenalan proses pemasaran yang ada saat ini, pengenalan proses pemasaran via *Google Business*. Metode yang dilaksanakan adalah *sharing knowledge* dengan pelaksanaan kegiatan webinar dan evaluasi. Hasil riset dan kegiatan adalah peningkatan motivasi peserta dalam menggunakan teknologi yang akan diimplementasikan pada penjualan produknya, khususnya *Google Business*.

Selain itu, riset aksi berupa *community service* dilakukan oleh Afandi et al. (2023) dengan judul “Penerapan *Google Business* Pada Usaha Budidaya Cacing ANC”. Pada riset tersebut, mereka melakukan pelatihan kepada pelaku budi daya cacing ANC 1 dengan menerapkan *Google Business*. Riset aksi ini bertujuan meningkatkan pendapatan pelaku budi daya cacing ANC 1. Hasil riset dan kegiatannya menunjukkan bahwa perlakuan yang dilakukan dalam bentuk pelatihan pemanfaatan *Google Business* mampu meningkatkan rating dan kunjungan ke akun *Google Business*. Terjadi pula peningkatan penjualan. Selain itu, pelaku budi daya cacing ANC 1 memiliki kemampuan literasi digital yang meningkat.

Kemudian, riset aksi berupa *community service* lainnya dilakukan oleh Merdekawati, et al. (2021) dengan judul “Pelatihan *Google Business* untuk Meningkatkan Pemasaran pada Karang Taruna Tunas Mandiri Desa Sukaharja”. Pada riset dan kegiatan ini, mereka melakukan pelatihan kepada Karang Taruna Tunas Mandiri. Banyak anggota Karang Taruna Tunas Mandiri yang memiliki usaha, tetapi belum berkembang dari segi promosi dan pemasaran. Selain itu, anggota Karang Taruna Tunas Mandiri belum memiliki kemampuan literasi digital yang tinggi. Penelitian dan kegiatan ini menggunakan metode pelatihan. Pelatihan pemanfaatan *Google Business* diikuti oleh Karang Taruna Tunas Mandiri. Pada awalnya, anggota karang taruna tidak memahami penggunaan *browser Google*; sebagian besar anggota karang taruna tidak mengenal *Google Business*; beberapa anggota sudah mengenal *Google Business*. Setelah mengikuti pelatihan, anggota Karang Taruna Tunas Mandiri memiliki kemampuan untuk memanfaatkan *Google Business*, sehingga usaha yang mereka miliki dapat berkembang dari segi pemasaran dan promosi serta mengurangi biaya operasional.

Melalui proses peningkatan kapasitas dan pemberdayaan pelaku UMKM di Kelurahan Kencana, diharapkan terjadi perubahan yang berdampak positif pada peningkatan kualitas SDM dan peningkatan literasi digital para pelaku usaha mikro dan kecil. Hal ini mencakup peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang teknologi digital, termasuk peningkatan tingkat melek informasi dan penggunaan teknologi digital yang lebih efektif. Adanya pemahaman yang lebih baik tentang teknologi digital diharapkan akan membuka peluang baru bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha mereka secara efektif dalam ekonomi digital. Ini juga diharapkan dapat menghasilkan digitalisasi ekonomi yang lebih luas, memperbaiki kualitas dan kesejahteraan ekonomi keluarga para pelaku usaha mikro dan kecil. Melalui pemanfaatan teknologi digital yang lebih baik, para pelaku UMKM di Kelurahan Kencana diharapkan dapat mengurangi tantangan yang mereka hadapi dan mengubahnya menjadi peluang, sehingga usaha mereka mampu bertahan dan bersaing di era ekonomi digital yang semakin ketat (Muzakki, et al., 2022), sehingga proses peningkatan kapasitas dan pemberdayaan pelaku UMKM ini diharapkan dapat membawa dampak positif yang signifikan bagi perkembangan ekonomi lokal, peningkatan taraf hidup masyarakat, dan ketahanan ekonomi di tingkat keluarga, serta mengarah pada transformasi yang lebih inklusif dan berkelanjutan dalam konteks perkembangan ekonomi digital.

Berdasarkan hal di atas, diperlukan kegiatan untuk meningkatkan literasi digital pelaku UMKM Kelurahan Kencana melalui pelatihan dan pendampingan. Ini akan membantu mereka memanfaatkan teknologi digital secara lebih efektif untuk bisnis mereka dan meningkatkan kemampuan intelektual mereka.

1.2. Analisa Masalah

Potensi UMKM di Kelurahan Kencana menarik perhatian sebagai aset ekonomi berharga, meskipun belum sepenuhnya dimanfaatkan. Melalui pertimbangan perkembangan ekonomi global dan tren digitalisasi, UMKM di sana memiliki ruang besar untuk memperluas keberadaan dan meningkatkan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal serta kesejahteraan masyarakat. Analisis mendalam, melalui wawancara dan observasi, dilakukan untuk memahami tantangan, terutama dalam penggunaan teknologi dan literasi digital, serta kondisi sosio-ekonomi di Kelurahan Kencana. Ini menjadi langkah awal dalam merumuskan strategi dan program intervensi untuk meningkatkan kondisi UMKM di sana.

Melalui wawancara mendalam dan observasi cermat, peneliti berhasil mengidentifikasi berbagai situasi dan kondisi di Kelurahan Kencana, terutama masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM di sana. Salah satu permasalahan yang mencuat adalah tantangan dalam keterbatasan pengetahuan tentang teknologi digital dan pemanfaatannya dalam meningkatkan efisiensi bisnis. Para pelaku UMKM Kelurahan Kencana memiliki pemahaman yang terbatas tentang potensi dan manfaat teknologi digital dalam operasi bisnis mereka. Mereka mungkin belum sepenuhnya memahami cara menggunakan alat-alat digital untuk meningkatkan efisiensi bisnis, mengelola inventaris, mengoptimalkan layanan pelanggan, atau meningkatkan visibilitas dan pemasaran produk secara *online*. Selain itu, ada juga kesadaran yang terbatas tentang perubahan tren dan paradigma bisnis yang didorong oleh teknologi digital. Banyak pelaku UMKM mungkin kurang menyadari pentingnya beradaptasi dengan tren bisnis digital dan kurang termotivasi untuk mengadopsi solusi digital. Ini bisa menjadi hambatan dalam menghadapi pasar yang semakin digital dan dalam menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Poin-poin penting mengenai permasalahan yang dihadapi antara lain adalah sebagai berikut.

1. Keterbatasan kemampuan literasi digital UMKM Kelurahan Kencana karena kurangnya dukungan pelatihan.
2. Keterbatasan keterampilan pelaku UMKM Kelurahan Kencana dalam mengadopsi teknologi karena kurangnya dukungan pembinaan/pendampingan.
3. Rendahnya reputasi bisnis dan visibilitas *online* UMKM Kelurahan Kencana karena kurangnya pemanfaatan digitalisasi dalam usaha bisnis mereka.

Guna memperhatikan berbagai aspek ini, prioritas masalah UMKM di Kelurahan Kencana menjadi lebih jelas, memungkinkan langkah-langkah dukungan yang lebih terarah dan efektif. Ini termasuk penyelenggaraan pelatihan sesuai dengan kebutuhan teknologi UMKM, serta upaya meningkatkan kesadaran akan manfaat teknologi digital dalam bisnis, sehingga diharapkan dengan mengatasi masalah yang diidentifikasi, UMKM di Kelurahan Kencana akan berkembang lebih baik dan memberikan kontribusi yang lebih besar pada pertumbuhan ekonomi lokal serta kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan, sambil siap menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang era digital yang semakin maju.

1.3. Tujuan dan Ruang Lingkup

1.3.1 Tujuan

Tujuan penulis meliputi berbagai aspek yang difokuskan pada pemanfaatan kemajuan teknologi dan literasi digital untuk meningkatkan keberlanjutan dan kelangsungan potensi UMKM di Kelurahan Kencana, Kota Bogor. Hal ini mencakup serangkaian tujuan yang bertujuan untuk mengatasi permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, dengan mempertimbangkan konteks dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM di wilayah tersebut.

Salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh penulis adalah untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman para pelaku UMKM di Kelurahan Kencana tentang manfaat teknologi digital dan pentingnya literasi digital dalam menjalankan bisnis mereka. Hal ini dilakukan melalui penyelenggaraan program pelatihan dan *workshop* dengan pemberian pemahaman yang mendalam tentang konsep literasi digital, termasuk kemampuan untuk mengakses, mengevaluasi, menggunakan, serta menciptakan informasi secara efektif menggunakan teknologi digital.

Selain upaya meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang teknologi digital dan literasi digital, penulis juga memiliki tujuan untuk secara aktif membantu UMKM di Kelurahan Kencana untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan mereka dalam mengadopsi serta mengoptimalkan penggunaan teknologi digital dalam berbagai aspek operasional bisnis. Pendekatan ini mencakup penyediaan pelatihan yang terarah dan mendalam untuk memfasilitasi transfer pengetahuan dan sumber daya, serta bimbingan praktis yang memungkinkan para pelaku UMKM untuk memahami secara menyeluruh konsep-konsep dasar teknologi digital, menguasai alat-alat dan *platform* yang relevan, serta menerapkan solusi digital yang tepat dalam kegiatan sehari-hari mereka.

Tujuan penulis juga mencakup peningkatan reputasi bisnis dan visibilitas *online* bagi UMKM di Kelurahan Kencana, karena kurangnya pemanfaatan digitalisasi dalam operasi bisnis mereka. Hal ini memperhatikan bahwa banyak UMKM di wilayah tersebut belum sepenuhnya memanfaatkan potensi teknologi digital untuk meningkatkan kehadiran mereka di pasar *online*, sehingga membatasi aksesibilitas dan daya tarik bisnis mereka bagi konsumen yang semakin terhubung secara digital. Oleh karena itu, tujuan penulis adalah untuk membantu UMKM di Kelurahan Kencana untuk memperbaiki reputasi dan visibilitas *online* mereka melalui strategi pemasaran digital yang efektif. Ini mencakup penggunaan *platform* digital seperti *Google Business* untuk meningkatkan kehadiran *online* mereka juga mencakup pembentukan citra merek yang kuat dan konsisten bagi UMKM di Kelurahan Kencana melalui *platform* digital. Ini melibatkan pengembangan interaksi aktif dengan pelanggan melalui media sosial, serta peningkatan interaksi *online* yang positif dan membangun hubungan dengan konsumen.

Maka dari itu, tujuan penulis mencakup meningkatkan literasi dan pemanfaatan teknologi digital serta menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis UMKM di Kelurahan Kencana dalam era

digital yang kompleks. Berikut poin-poin tujuan dari penulis berdasarkan permasalahan yang sudah diuraikan:

1. Peningkatan pemahaman dan kemampuan literasi digital UMKM Kelurahan Kencana karena kurangnya dukungan pelatihan.
2. Peningkatan keterampilan pelaku UMKM Kelurahan Kencana dalam mengadopsi teknologi karena kurangnya dukungan pendampingan/bimbingan.
3. Peningkatan reputasi bisnis dan visibilitas *online* UMKM Kelurahan Kencana karena kurangnya pemanfaatan digitalisasi dalam usaha bisnis mereka.

1.3.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup merujuk pada batasan atau cakupan aktivitas, topik, atau wilayah tertentu yang menjadi fokus dari suatu penelitian, proyek, atau inisiatif. Pada konteks ini, ruang lingkup yang ditetapkan oleh penulis adalah pelaku UMKM yang beroperasi di Kelurahan Kencana. Ini mencakup berbagai jenis usaha dari skala kecil hingga menengah, seperti usaha kuliner, jasa, produksi barang, pertanian, dan kerajinan lokal.

Penulis mempertimbangkan keragaman dan kompleksitas UMKM yang ada di Kelurahan Kencana dalam menetapkan ruang lingkup ini. Ini mencakup usaha-usaha yang berbeda dalam hal jenis produk atau layanan yang ditawarkan, skala operasional, model bisnis, dan tantangan yang dihadapi. Penelitian atau inisiatif yang dilakukan akan mencakup berbagai segmen UMKM dalam upaya untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang kondisi dan kebutuhan mereka. Selain itu, ruang lingkup ini juga memperhitungkan keterkaitan UMKM dengan ekosistem bisnis lokal, termasuk hubungan dengan konsumen lokal, pasar dan persaingan, serta regulasi dan kebijakan yang berlaku di tingkat lokal. Hal ini memungkinkan penelitian atau inisiatif yang dilakukan untuk menggambarkan peran dan kontribusi UMKM dalam pembangunan ekonomi lokal, serta untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan yang ada dalam konteks lingkungan bisnis lokal mereka. Memahami dan memperhitungkan berbagai aspek dalam ruang lingkup ini, diharapkan bahwa penelitian atau inisiatif yang dilakukan akan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman dan pengembangan UMKM di Kelurahan Kencana, serta untuk merumuskan strategi dan kebijakan yang lebih efektif dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka.

BAB II SOLUSI PERMASALAHAN

2.1 Masalah

Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa pengetahuan dan penguasaan teknologi, khususnya dalam literasi digital, yang dimiliki oleh pelaku UMKM di Kelurahan Kencana, masih tergolong rendah. Keterbatasan keterampilan literasi digital di kalangan UMKM Kelurahan Kencana merupakan tantangan yang signifikan dalam mengoptimalkan potensi penuh teknologi digital. Beberapa keterbatasan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kelurahan Kencana termasuk kurangnya pemahaman dasar tentang teknologi; mereka belum sepenuhnya memahami cara menggunakan perangkat lunak atau *platform online* secara efektif untuk keperluan bisnis mereka. Kendati begitu, rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku UMKM Kelurahan Kencana tidak hanya disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dasar tentang teknologi, tetapi juga oleh keterbatasan akses terhadap pelatihan formal maupun informal dalam literasi digital. Pelatihan semacam itu masih belum banyak tersedia atau tidak mudah diakses bagi UMKM di Kelurahan Kencana. Kondisi ini dapat menghambat upaya para pelaku UMKM dalam meningkatkan keterampilan mereka dalam mengadopsi teknologi digital untuk kepentingan bisnis mereka.

Tantangan yang dihadapi dalam meningkatkan keterampilan pelaku UMKM di Kelurahan Kencana dalam mengadopsi teknologi sangatlah beragam. Salah satu tantangan utamanya adalah kurangnya pengetahuan dasar tentang teknologi. Banyak pelaku UMKM memiliki pengetahuan yang terbatas dalam hal ini, termasuk pemahaman yang kurang tentang cara menggunakan perangkat keras dan perangkat lunak tertentu yang diperlukan untuk menjalankan bisnis mereka. Misalnya, beberapa di antara mereka mungkin tidak memahami cara menggunakan perangkat lunak akuntansi atau perangkat lunak manajemen inventaris untuk mengelola operasi bisnis mereka dengan efektif. Selain itu, ada juga kekurangan dalam keterampilan digital yang diperlukan untuk mengelola operasi bisnis secara *online*. Ini termasuk kemampuan untuk menggunakan *platform e-commerce*, manajemen toko *online*, atau kemampuan dalam pemasaran digital. Tidak semua pelaku UMKM memiliki keterampilan ini dengan baik, dan hal ini dapat menghambat kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dan tuntutan pasar yang semakin digital.

Rendahnya reputasi bisnis dan visibilitas *online* dari UMKM di Kelurahan Kencana disebabkan oleh kurangnya pemanfaatan digitalisasi dalam operasi bisnis mereka, dan ini menjadi masalah serius yang mempengaruhi pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka. Dampak dari ketiadaan kehadiran yang kuat di *platform online* adalah terkait dengan reputasi bisnis UMKM yang mungkin rendah di mata pelanggan potensial. Pada era digital saat ini, pelanggan cenderung mencari informasi secara *online* sebelum membuat keputusan pembelian, dan ketiadaan kehadiran *online*

yang signifikan dapat menyebabkan UMKM terlihat kurang profesional atau kurang dapat diandalkan. Selain itu, kurangnya visibilitas *online* juga membatasi jangkauan pasar UMKM Kelurahan Kencana. Tanpa adopsi teknologi digital, UMKM hanya mampu menjangkau pelanggan yang terbatas secara geografis atau melalui metode tradisional seperti mulut ke mulut. Hal ini menghambat potensi pertumbuhan bisnis dan membatasi pendapatan mereka. Tanpa memanfaatkan digitalisasi, UMKM mungkin akan kesulitan memperluas bisnis mereka ke pasar yang lebih luas atau mengembangkan produk dan layanan baru, yang pada gilirannya dapat menghambat inovasi dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan. Penting bagi UMKM di Kelurahan Kencana untuk meningkatkan kehadiran dan visibilitas *online* mereka serta memanfaatkan teknologi digital dengan lebih baik agar dapat bersaing secara efektif dan memaksimalkan potensi pertumbuhan bisnis mereka di era digital saat ini.

Oleh karena itu, perlu adanya langkah-langkah konkret untuk mengatasi tantangan tersebut guna meningkatkan literasi digital dan keterampilan teknologi di kalangan pelaku UMKM di Kelurahan Kencana, seperti penyediaan program pelatihan literasi digital yang mudah diakses dan disesuaikan dengan kebutuhan pelaku UMKM di Kelurahan Kencana. Pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka dan memberikan pemahaman yang mendalam tentang teknologi yang relevan untuk bisnis mereka dapat membantu mengurangi kesenjangan dalam keterampilan dan pengetahuan digital di antara pelaku UMKM. Ini akan memungkinkan mereka untuk lebih efektif mengelola operasi bisnis mereka dan bersaing dalam pasar yang semakin digital dan kompetitif.

2.2 Rencana Aksi dan Solusi

Rencana aksi dan solusi untuk mengatasi permasalahan yang telah diuraikan adalah melalui penyelenggaraan serangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan yang difokuskan pada pemanfaatan *platform Google Business*. Pendekatan ini akan mencakup transfer ilmu melalui sesi *sharing/transferring knowledge* yang bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang fitur-fitur dan manfaat yang ditawarkan oleh *Google Business*, serta melalui pendampingan langsung dengan pendekatan *demonstration and practice* untuk memfasilitasi penerapan langsung dari konsep-konsep yang dipelajari dalam konteks bisnis UMKM di Kelurahan Kencana, Kota Bogor.

Saat pelaksanaan, pelatihan akan dirancang secara sistematis dan terstruktur, meliputi materi-materi yang mencakup pengenalan tentang berbagai fitur dan alat yang disediakan oleh *Google Business*, optimalisasi profil bisnis dan manajemen reputasi *online*. Selain itu, akan diselenggarakan sesi praktik yang berfokus pada aplikasi langsung dari konsep-konsep tersebut dalam operasi sehari-hari dari berbagai jenis UMKM di Kelurahan Kencana. Selama sesi *sharing/transferring knowledge*, peserta akan diberikan kesempatan untuk berbagi pengalaman dan *best practice* dengan sesama peserta. Sementara itu, dalam sesi *demonstration and practice* peserta akan

dipandu untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang mereka pelajari dengan bimbingan langsung dari pemateri.

Maka dari itu, rencana aksi ini bertujuan untuk mencapai indikator keberhasilan yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan dari UMKM di Kelurahan Kencana, Kota Bogor, dalam upaya meningkatkan kapasitas SDM mereka melalui optimalisasi literasi digital. Melalui pemanfaatan layanan *Google Business* sebagai kerangka kerja, diharapkan bahwa UMKM akan dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing mereka di era digital yang semakin kompleks.

Tabel 2.1 Paparan Rencana Aksi Solusi dan Indikator Capaian

No.	Masalah	Rencana Aksi dan Solusi	Indikator Capaian
1.	Keterbatasan kemampuan literasi digital pelaku UMKM Kelurahan Kencana	Transfer ilmu atau <i>sharing knowledge</i> melalui pelatihan <i>Google Business</i>	Peningkatan kemampuan SDM Kencana dalam pengoptimalan literasi digital dan bertambahnya aktivitas masyarakat Kencana melalui pelatihan <i>Google Business</i> , dengan terbentuknya akun <i>Google Business</i> pelaku UMKM
2.	Keterbatasan keterampilan pelaku UMKM Kelurahan Kencana dalam mengadopsi teknologi	Bimbingan adopsi teknologi melalui pendampingan <i>Google Business</i>	Peningkatan keterampilan SDM Kencana dalam mengadopsi teknologi melalui pendampingan <i>Google Business</i> dalam memanfaatkan fitur-fitur <i>Google Business</i> , dengan mengisi setiap fitur (foto, deskripsi, kategori, dan atribut) pada akun <i>Google Business</i> pelaku UMKM Kelurahan Kencana
3.	Rendahnya reputasi bisnis dan visibilitas <i>online</i> UMKM Kelurahan Kencana	<i>Demonstration and practice</i> mengenai fitur-fitur pada <i>Google Business</i>	Peningkatan reputasi bisnis dan visibilitas <i>online</i> bisnis UMKM Kelurahan Kencana dengan adanya penilaian berupa <i>review</i> (ulasan positif) atau <i>rating</i> bintang pada akun <i>Google Business</i> yang sudah dibuat pelaku UMKM Kelurahan Kencana

2.3 Target Luaran

Rencana target luaran dari penyelenggaraan pelatihan dan pendampingan yang dipusatkan pada peningkatan kapasitas SDM dengan fokus khusus pada optimalisasi literasi digital bagi UMKM di Kelurahan Kencana, Kota Bogor, dirancang dengan tujuan yang jelas dan komprehensif. Salah satu tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan digital dari pelaku usaha UMKM di wilayah tersebut.

Melalui pemberian pelatihan yang komprehensif tentang penggunaan teknologi digital, terutama pada *platform Google Business*, yang mencakup aspek-aspek seperti pembuatan dan pengelolaan profil bisnis yang efektif, diharapkan bahwa pelatihan ini akan membekali mereka dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi digital dalam mengelola operasi sehari-hari mereka, meningkatkan efisiensi proses bisnis, dan mengurangi biaya serta waktu yang terlibat dalam berbagai aktivitas bisnis.

Selain itu, dengan memanfaatkan fitur-fitur dan alat-alat yang ditawarkan oleh *Google Business*, UMKM di Kelurahan Kencana diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar mereka secara signifikan. Ini meliputi kemampuan untuk meningkatkan visibilitas *online* mereka melalui peningkatan peringkat pencarian, pembuatan konten yang menarik untuk menarik perhatian calon pelanggan, serta memanfaatkan fitur-fitur seperti *Google Maps* untuk meningkatkan keterjangkauan geografis dari bisnis mereka, sehingga diharapkan bahwa pelatihan ini akan membuka pintu bagi UMKM di Kelurahan Kencana untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam, serta meningkatkan kesempatan untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka di era digital yang semakin berkembang.

Selanjutnya, melalui penerapan solusi digital yang telah dioptimalkan, UMKM di Kelurahan Kencana memiliki peluang untuk secara signifikan memperkuat posisi mereka di pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan yang ada, menarik minat pelanggan baru yang semakin terhubung secara digital, memperluas aksesibilitas dan keterjangkauan melalui *platform online*, sehingga UMKM ini dapat menjadi lebih kompetitif dan relevan dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah.

Rencana target luaran tersebut terlampir dalam Tabel 2.2

Tabel 2.2 Rencana Target Luaran

No.	Jenis Luaran	Indikator Capaian
1.	<i>Transferred knowledge</i> melalui Pelatihan <i>Google Business</i>	Mampu memberikan pemahaman dan pengetahuan terkait <i>Google Business</i> dengan terselenggaranya pelatihan <i>Google Business</i> dengan metode <i>sharing knowledge</i> , sehingga terciptanya peningkatan kemampuan SDM Kencana dalam pengoptimalan literasi digital dan bertambahnya aktivitas masyarakat Kencana melalui pelatihan tersebut.

No.	Jenis Luaran	Indikator Capaian
2.	Bimbingan adopsi teknologi melalui Pendampingan <i>Google Business</i>	Mampu memberikan pendampingan terkait <i>Google Business</i> , sehingga dapat meningkatkan kompetensi, keterampilan dan kapabilitas pelaku UMKM Kelurahan Kencana dalam mengadopsi teknologi informasi ke dalam operasional bisnis yaitu penggunaan <i>platform Google Business</i> .
3.	<i>Demonstration and practice</i>	Mampu mendemonstrasikan dan mempraktikkan pembuatan dan pemanfaatan akun <i>Google Business</i> sehingga dapat meningkatkan reputasi bisnis dan visibilitas <i>online</i> guna memperluas jangkauan pelanggan potensial.
4.	Akun <i>Google Business</i>	Menjadi <i>platform/layanan</i> digital bagi pelaku UMKM Kelurahan Kencana guna globalisasi bisnis dan digitalisasi UMKM dengan: <ul style="list-style-type: none"> a. Terbentuknya akun <i>Google Business</i> pelaku UMKM Kelurahan Kencana dan mampu memanfaatkan fitur-fitur <i>Google Business</i> b. Mengisi setiap fitur (foto, deskripsi, kategori, dan atribut) pada akun <i>Google Business</i> pelaku UMKM Kelurahan Kencana c. Adanya penilaian berupa <i>review/ulasan</i> positif atau <i>rating</i> bintang akun <i>Google Business</i> yang sudah dibuat pelaku UMKM Kelurahan Kencana
5.	Konten Pelatihan <i>Google Business</i>	Menyediakan materi <i>Google Business</i> yang mudah diakses secara <i>online</i> , seperti video tutorial, PPT, atau infografis yang menjelaskan konsep-konsep dasar <i>Google Business</i> .
6.	<i>E-Book</i> Panduan <i>Google Business</i>	Menyediakan materi <i>Google Business</i> bentuk hardfile yang menjelaskan tutorial/panduan membuat akun dan mengoperasikan <i>Google Business</i> .

BAB III METODA PELAKSANAAN

3.1 Bentuk Langkah

Upaya dan bentuk langkah dalam peningkatan kapasitas SDM melalui optimalisasi literasi digital bagi UMKM di Kelurahan Kencana, Kota Bogor, dengan menggunakan layanan *Google Business*, penataan dasar yang cermat menjadi kunci dalam merencanakan setiap langkah kegiatan. Langkah-langkah perencanaan ini akan membantu memastikan bahwa setiap kegiatan yang dilakukan memiliki arah yang jelas, tujuan yang dapat dicapai, dan dukungan yang memadai untuk mencapai hasil yang diinginkan. Bentuk langkah melakukan pelatihan dan pendampingan *Google Business* tersebut meliputi:



Gambar 3.1 Bentuk Langkah Pelaksanaan

1. *Pra Event*

Sebelum pelaksanaan suatu acara, terdapat serangkaian langkah yang perlu dilakukan untuk memastikan kelancaran dan kesuksesannya. *Pra event* terdiri dari tiga tahap utama yang meliputi koordinasi, survei dan pendataan kebutuhan, serta sosialisasi. Tahap koordinasi bertujuan untuk menyelaraskan semua persiapan dan mengatur kerja sama antara berbagai pihak terkait acara. Selanjutnya, tahap survei dan pendataan kebutuhan dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi peserta serta menyesuaikan acara sesuai dengan itu. Terakhir, tahap sosialisasi berfungsi sebagai upaya untuk mengkomunikasikan informasi terkait acara kepada masyarakat atau peserta potensial, sehingga memastikan partisipasi yang maksimal dan kesadaran yang tinggi terhadap acara yang akan diadakan. Guna melakukan semua tahap ini secara komprehensif dan sistematis, diharapkan acara yang akan dilaksanakan dapat berjalan dengan lancar dan memenuhi ekspektasi semua pihak yang terlibat.

2. *Main Event*

Main Event, yang merupakan tahap utama dalam suatu rangkaian acara, memerlukan perencanaan dan pelaksanaan yang matang untuk mencapai tujuan

yang diinginkan. Proses ini terdiri dari tiga langkah penting yang harus dilalui secara sistematis dan terstruktur. Pertama, adalah desain program pelatihan yang mengharuskan tim penyelenggara untuk merancang rangkaian kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan pelatihan. Ini melibatkan identifikasi topik, pengaturan waktu, dan penentuan metode pengajaran yang efektif sesuai dengan sasaran yang ingin dicapai. Langkah kedua adalah penyesuaian materi, di mana konten pelatihan direvisi dan disesuaikan dengan kebutuhan dan tingkat pemahaman peserta. Hal ini melibatkan evaluasi ulang terhadap materi yang ada serta penambahan atau pengurangan informasi sesuai dengan perkembangan terbaru dalam bidang yang bersangkutan. Terakhir, tahap penyelenggaraan pelatihan merupakan pelaksanaan dari program yang telah dirancang dan disesuaikan sebelumnya. Ini mencakup pengaturan ruang, penyampaian materi, serta pengelolaan logistik dan kehadiran peserta.

3. *Pasca Event*

Pasca Event merupakan tahap penting setelah pelaksanaan suatu acara yang memerlukan perhatian khusus untuk mengevaluasi dampak serta efektivitas acara tersebut. Terdiri dari dua bentuk langkah utama, yakni monitoring dan evaluasi serta umpan balik, tahap ini bertujuan untuk menilai sejauh mana tujuan acara tercapai, memperbaiki kekurangan, serta memperoleh masukan yang berharga untuk meningkatkan kualitas acara di masa mendatang. Langkah pertama, monitoring, melibatkan pengamatan secara sistematis terhadap berbagai aspek yang terkait dengan pelaksanaan acara, mulai dari kehadiran peserta, keterlaksanaan agenda, hingga respon peserta terhadap materi yang disampaikan. Selain itu, evaluasi dilakukan untuk menilai kesuksesan acara berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya, seperti tujuan yang ingin dicapai, tingkat kepuasan peserta, serta dampak positif yang dihasilkan. Kemudian, umpan balik dari peserta maupun pihak terkait lainnya akan dikumpulkan dan dianalisis secara komprehensif. Umpan balik ini berfungsi sebagai informasi yang berharga untuk memahami persepsi peserta terhadap acara, serta untuk mengevaluasi keberhasilan dan kekurangan yang perlu diperbaiki di masa mendatang.

3.2 Tahapan

Tahapan metode pelaksanaan merupakan serangkaian langkah yang diatur secara sistematis dari awal hingga akhir kegiatan, dirancang sebagai upaya konkret untuk menyelesaikan berbagai tantangan yang dihadapi oleh Kelurahan Kencana. Fokusnya adalah pada peningkatan kapasitas SDM melalui optimalisasi literasi digital bagi para pelaku UMKM di Kelurahan Kencana. Tahapan ini terbagi menjadi delapan langkah yang secara ringkas dikategorikan menjadi tiga bagian utama: *Pra Event*, *Main Event*, dan *Pasca Event* (terlampir pada Gambar 3.2).



Gambar 3.2 Tahapan Implementasi

1. Tahap Koordinasi



Gambar 3.3 Tahap Koordinasi dengan Pihak Kelurahan Kencana

Penulis telah menjalankan serangkaian koordinasi yang intensif dengan pihak Kelurahan Kencana untuk merumuskan strategi perijinan yang efektif dan merencanakan pelaksanaan yang terperinci terkait dengan sosialisasi literasi digital dan pendampingan UMKM. Tahap awal koordinasi ini menandai titik tolak dalam proses perencanaan dan eksekusi suatu kegiatan atau program, di mana semua pihak yang terlibat secara aktif berpartisipasi dalam merumuskan strategi serta menetapkan jadwal kegiatan yang tepat. Pada tahap ini, terjadi dialog yang mendalam dan berkelanjutan antara penulis, pihak Kelurahan Kencana, dan pihak-pihak terkait lainnya untuk memastikan keselarasan dalam pemahaman terhadap visi, misi, dan fokus dari program yang akan dijalankan. Koordinasi yang dilakukan mencakup pengaturan pertemuan yang berkala, proses negosiasi yang cermat, serta pengambilan keputusan bersama untuk mencapai kesepakatan yang komprehensif sebelum memasuki tahap-tahap berikutnya dalam implementasi program tersebut.

2. Tahap Survei dan Pendataan Kebutuhan



Gambar 3.4 Tahap Survei dan Pendataan Kebutuhan

Penulis telah melakukan serangkaian survei mendalam, baik melalui observasi langsung maupun wawancara mendalam dengan sejumlah pelaku UMKM, dengan tujuan memperoleh pemahaman yang holistik mengenai tingkat literasi digital yang mereka miliki serta kebutuhan pelatihan yang spesifik yang mereka perlukan. Tahap Survey dan Pendataan Kebutuhan ini merupakan langkah krusial dalam proses perencanaan, di mana terjadi pengumpulan informasi dan data secara menyeluruh terkait dengan situasi dan kebutuhan yang relevan dengan tujuan utama dari kegiatan atau program yang akan dilaksanakan. Pada tahap ini, penulis telah mengimplementasikan survei dan penelitian lapangan yang melibatkan berbagai aspek, seperti menganalisis kondisi mitra atau objek, menggali profil target audiens secara mendalam, mengidentifikasi hambatan yang dihadapi, serta mengidentifikasi

peluang yang tersedia. Data-data yang berhasil dikumpulkan tersebut kemudian melalui proses analisis yang cermat untuk mengidentifikasi kebutuhan utama dan prioritas, serta merumuskan strategi dan rencana tindak lanjut yang sesuai dengan konteksnya. Pendataan kebutuhan ini memiliki signifikansi penting, karena memastikan bahwa program yang akan dijalankan dapat memberikan solusi yang efektif dan relevan bagi pihak yang terlibat, sehingga memberikan dampak positif yang maksimal dalam peningkatan literasi digital dan pemberdayaan UMKM secara keseluruhan.

3. Tahap Sosialisasi



Gambar 3.5 Tahap Sosialisasi

Penulis telah melaksanakan serangkaian kegiatan sosialisasi yang komprehensif dan terperinci, dengan tujuan memberikan pemahaman yang mendalam serta pengenalan secara luas tentang program pemberdayaan dan peningkatan kapasitas SDM bagi pelaku UMKM di Kelurahan Kencana Kota Bogor. Tahap Sosialisasi ini menjadi landasan awal yang sangat penting dalam proses implementasi proyek atau program, di mana informasi tentang tujuan, manfaat, dan proses pelaksanaannya disampaikan kepada berbagai pihak yang terlibat atau terpengaruh oleh keberlangsungannya. Pada tahap ini, penulis telah berupaya maksimal untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang esensi serta signifikansi program kepada para pemangku kepentingan, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Upaya sosialisasi dilakukan melalui beragam metode, mulai dari pertemuan publik yang melibatkan *forum group discussion*, hingga kampanye informasi yang mengedepankan pendekatan partisipatif. Sasaran dari tahap ini tidak hanya sekadar membangun dukungan, namun juga keterlibatan yang luas dari berbagai pihak terkait, sehingga mendorong partisipasi aktif dalam seluruh proses pelaksanaan program demi mencapai kesuksesan yang lebih besar dan dampak yang lebih berkelanjutan dalam peningkatan kapasitas dan kesejahteraan para pelaku UMKM di wilayah tersebut.

4. Tahap Desain Program Pelatihan

Berdasarkan hasil pendataan yang teliti dan mendalam, penulis telah merancang sebuah program pelatihan yang komprehensif, meliputi konsep dasar tentang literasi digital *Google Business*, strategi pemanfaatan *Google Business*, eksplorasi fitur-fitur *Google Business* yang relevan, teknik pembuatan profil bisnis yang menarik di *platform* tersebut, serta penerapan strategi pemasaran *online* yang efektif. Tahap Desain Program Pelatihan ini merupakan tahapan krusial dalam proses penyusunan rencana yang terperinci untuk pelaksanaan pelatihan yang tidak hanya efektif, namun juga efisien. Pada tahap ini, terjadi identifikasi yang cermat terhadap pemilihan metode pembelajaran yang sesuai, materi yang relevan, dan penyusunan kurikulum atau rencana pembelajaran yang mencakup topik dan materi yang akan disampaikan secara mendalam dan terstruktur. Selain itu, strategi pelatihan juga dirancang sedemikian rupa agar dapat menarik minat peserta, mudah dipahami, serta sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka.

Selain aspek materi dan metode, tahap desain program pelatihan juga mencakup perencanaan logistik yang matang. Hal ini meliputi penentuan jadwal pelatihan yang sesuai, pemilihan lokasi yang strategis, penyediaan fasilitas yang mendukung, serta alokasi sumber daya lain yang diperlukan agar pelaksanaan program dapat berjalan dengan lancar. Tidak hanya itu, perancangan pengembangan evaluasi juga menjadi bagian penting dalam tahap ini. Evaluasi yang dirancang meliputi penggunaan beragam alat evaluasi, seperti tes pengetahuan, observasi, atau kuesioner, untuk mengukur pencapaian tujuan pelatihan dengan akurat.

Secara keseluruhan, tujuan dari tahap desain program pelatihan adalah untuk memastikan bahwa pelatihan yang diselenggarakan dapat mencapai hasil yang diinginkan dengan efektif dan efisien, sehingga program ini dapat memenuhi kebutuhan dan harapan peserta, serta memberikan dampak yang signifikan dalam peningkatan literasi digital dan pemberdayaan pelaku UMKM di Kelurahan Kencana Kota Bogor.

5. Tahap Penyesuaian Materi

Penulis menyesuaikan materi pelatihan dengan tingkat pemahaman dan kebutuhan peserta dan menyertakan latihan praktis untuk memperkuat pemahaman mereka. Tahap Penyesuaian Materi adalah proses mengadaptasi dan menyesuaikan materi pelatihan agar sesuai dengan kebutuhan, karakteristik, dan konteks peserta serta tujuan pelatihan yang telah ditetapkan. Hal yang dilakukan dalam penyesuaian materi merupakan kegiatan rinci dari penetapan desain program pelatihan, yaitu:

- a. Penyesuaian Konten: Menyesuaikan konten atau materi pelatihan agar sesuai dengan tingkat pemahaman dan kebutuhan peserta. Hal ini dapat meliputi penyederhanaan bahasa, penambahan contoh kasus yang relevan, atau pengurangan materi yang tidak sesuai.
- b. Pemilihan Metode Pembelajaran: Memilih metode pembelajaran yang paling cocok dengan karakteristik peserta dan materi yang disampaikan. Misalnya, jika

peserta memiliki latar belakang yang beragam, metode pembelajaran yang interaktif seperti diskusi kelompok atau studi kasus mungkin lebih efektif.

- c. Penggunaan Media dan Teknologi: Menggunakan media dan teknologi yang sesuai untuk mendukung penyampaian materi pelatihan. Hal ini dapat mencakup penggunaan presentasi *slide* atau video untuk memperjelas konsep dan memperkuat pemahaman peserta.
- d. Uji Coba dan Revisi: Mengujicobakan materi pelatihan pada sejumlah peserta atau tim internal untuk mengevaluasi efektivitasnya. Berdasarkan umpan balik dari uji coba tersebut, melakukan revisi atau penyesuaian yang diperlukan agar materi lebih tepat sasaran.

6. Tahap Penyelenggaraan Pelatihan dan Pendampingan

Tahap Penyelenggaraan Pelatihan dan Pendampingan adalah saat dimana program pelatihan atau pendampingan yang telah direncanakan dan disiapkan secara matang akhirnya dilaksanakan dengan penuh dedikasi dan perhatian terhadap kebutuhan peserta. Pada tahap ini, berbagai kegiatan dilakukan untuk memastikan bahwa pelatihan berjalan lancar dan efektif, termasuk:

- a. Persiapan Fasilitas: Menyediakan fasilitas pelatihan yang sesuai dengan jumlah dan kebutuhan peserta, seperti ruang kelas, peralatan presentasi, dan akses internet yang stabil.
- b. Persiapan Instruktur: Memastikan bahwa instruktur atau pembimbing pelatihan memiliki pemahaman yang mendalam tentang materi yang akan disampaikan dan mampu mengkomunikasikannya dengan jelas dan menarik.
- c. Pendampingan Pelatihan Peserta: Memberikan bimbingan dan dukungan kepada peserta selama proses pembelajaran untuk memastikan bahwa mereka dapat mengikuti pelatihan dengan baik dan mengatasi hambatan atau kesulitan yang mungkin timbul.
- d. Pendekatan Interaktif: Mengadopsi pendekatan pembelajaran yang interaktif dan partisipatif, seperti diskusi kelompok, studi kasus, atau simulasi dan praktik, untuk meningkatkan keterlibatan dan pemahaman peserta.
- e. Pemantauan dan Evaluasi: Melakukan pemantauan secara terus-menerus terhadap proses pembelajaran untuk memastikan bahwa tujuan pelatihan tercapai dan memberikan umpan balik yang konstruktif kepada peserta dan instruktur.
- f. Fleksibilitas dan Penyesuaian: Bersikap fleksibel dan responsif terhadap perubahan atau tantangan yang muncul selama proses pelatihan, serta melakukan penyesuaian sesuai kebutuhan untuk memastikan kesuksesan keseluruhan program.

Sesi pelatihan dan pendampingan dilakukan secara berkala dan interaktif dengan melakukan transfer ilmu dan praktik untuk memastikan bahwa implementasi literasi digital pada UMKM dapat terealisasi dengan baik, sehingga tujuan dari kegiatan ini dapat tercapai dan dapat membantu pengembangan UMKM Kelurahan Kencana. Pelatihan dan Pendampingan *Google Business* yang dilakukan penulis

meliputi Konsep Dasar *Google Business*, Manfaat *Google Business*, Tutorial Membuat dan Mendaftar Akun *Google Business* serta Fitur *Google Business*.

Tahap ini merupakan titik fokus dari seluruh perencanaan dan persiapan yang telah dilakukan sebelumnya, dan menjadi momen krusial dalam memastikan bahwa peserta memperoleh manfaat yang maksimal dari program pelatihan atau pendampingan. Melalui penyelenggaraan yang baik, diharapkan peserta dapat memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan wawasan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

7. Tahap Monitoring

Di dalam tahap monitoring, penulis mengimplementasikan sebuah proses yang terstruktur dan terperinci dalam melakukan pengawasan serta pemantauan secara berkala terhadap pelaksanaan suatu kegiatan atau program. Hal ini dilakukan dengan tujuan utama untuk memastikan bahwa setiap tahapan yang telah direncanakan sebelumnya dapat berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dengan teliti. Selama tahap ini, penulis secara aktif terlibat dalam melakukan pemantauan terhadap sejumlah indikator kinerja yang telah ditetapkan sebelumnya, serta mengevaluasi pencapaian tujuan yang telah diidentifikasi.

Proses monitoring ini melibatkan beragam aktivitas, termasuk pengumpulan data secara sistematis, analisis mendalam terhadap informasi yang diperoleh, serta pelaksanaan tindak lanjut yang diperlukan untuk memperbaiki atau meningkatkan kualitas pelaksanaan program jika diperlukan. Penulis secara cermat meninjau hasil-hasil yang telah terkumpul, membandingkannya dengan target yang telah ditetapkan, dan mengidentifikasi area-area di mana perbaikan atau penyesuaian mungkin diperlukan.

Tujuan utama dari tahap monitoring adalah untuk memastikan bahwa program yang sedang berjalan dapat memberikan dampak yang maksimal sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Melalui proses ini, penulis berusaha untuk menjamin bahwa program berjalan dengan efektif dan efisien, serta sesuai dengan visi yang telah dirancang, sehingga dapat memberikan manfaat yang signifikan sesuai dengan harapan yang telah diharapkan sejak awal, sehingga tahap monitoring menjadi kunci penting dalam siklus pelaksanaan suatu program, yang memastikan bahwa setiap langkah yang diambil dapat berkontribusi secara positif terhadap pencapaian tujuan akhir.

8. Tahap Evaluasi dan Umpan Balik

Penulis menjalankan serangkaian evaluasi yang berkala dan mendalam terhadap efektivitas program pelatihan yang diselenggarakan, dengan tujuan untuk mengidentifikasi setiap kekurangan dan kendala yang dialami oleh para pelaku UMKM selama proses pelatihan berlangsung. Selain itu, penulis juga aktif memberikan tindak lanjut untuk menyelesaikan kendala-kendala yang dihadapi, baik

secara individu maupun dalam skala lebih luas, demi memastikan bahwa pelatihan dapat berjalan dengan lebih lancar dan efisien di masa mendatang.

Selama tahap Evaluasi dan Umpan Balik ini, penulis melibatkan peserta pelatihan secara aktif untuk memberikan masukan dan umpan balik tentang pengalaman mereka selama mengikuti program. Hal ini dilakukan dengan maksud untuk memastikan bahwa kebutuhan serta harapan peserta terpenuhi dengan baik, dan materi pelatihan dapat disesuaikan secara tepat sesuai dengan kebutuhan yang aktual.

Tahap Evaluasi dan Umpan Balik bukan hanya sekadar proses evaluasi pasca-pelatihan, melainkan juga merupakan kesempatan penting untuk melakukan refleksi yang mendalam terhadap proses pelaksanaan program secara keseluruhan. Melakukan evaluasi yang cermat dan mendetail serta menerima umpan balik yang konstruktif dari peserta, program pelatihan atau pendampingan akan terus berkembang dan meningkatkan kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga manfaat yang diberikan oleh program tersebut bagi peserta dan organisasi secara keseluruhan dapat lebih optimal dan signifikan.

3.3 Partisipasi Objek/Mitra

Partisipasi aktif dan berkelanjutan dari objek atau mitra dalam pelatihan dan pendampingan *Google Business* ini memiliki potensi besar untuk memberikan dampak yang signifikan bagi kesuksesan program secara keseluruhan. Melalui keterlibatan mereka, tidak hanya peserta pelatihan yang akan mendapatkan manfaat yang berarti, tetapi juga akan tercipta sinergi yang kuat antara pelaku usaha kecil dan mitra pendukungnya. Oleh karena itu, partisipasi ini tidak hanya memperkaya pengalaman dan pengetahuan peserta, tetapi juga memperkuat jaringan kerja sama yang saling mendukung antara pelaku usaha dan berbagai pihak terkait, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada pertumbuhan dan kesuksesan bisnis secara keseluruhan.

Berikut adalah beberapa peran kunci yang dapat dimainkan oleh objek atau mitra selama pelaksanaan pelatihan dan pendampingan:

1. Memberikan Dukungan Teknis yang Komprehensif: Objek atau mitra memiliki peran penting dalam menyediakan dukungan teknis yang diperlukan selama pelatihan dan pendampingan. Hal ini termasuk penyediaan tempat yang sesuai, fasilitas, dan infrastruktur lainnya yang mendukung jalannya kegiatan pelatihan dengan lancar. Dukungan teknis ini menjadi landasan utama bagi kesuksesan pelaksanaan program.
2. Berperan dalam Proses Evaluasi dan Umpan Balik: Objek atau mitra juga berkontribusi dalam evaluasi dan umpan balik terhadap program pelatihan. Mereka tidak hanya menjadi peserta aktif dalam pelatihan, tetapi juga memberikan pandangan yang berharga tentang efektivitas pelatihan, area-area yang perlu diperbaiki, serta saran-saran konstruktif untuk meningkatkan manfaat bagi peserta secara keseluruhan.

3. Membagikan Pengalaman dan Studi Kasus yang Inspiratif: Para objek atau mitra yang telah berhasil menggunakan *Google Business* memiliki kesempatan untuk membagikan pengalaman dan studi kasus mereka kepada peserta pelatihan lainnya. Melalui berbagi pengalaman langsung tentang bagaimana mereka menerapkan *Google Business* dalam konteks bisnis nyata, mereka memberikan inspirasi dan contoh konkret tentang potensi aplikasi *platform* tersebut dalam meningkatkan kinerja bisnis.
4. Menyediakan Dukungan Pasca-Pelatihan yang Berkelanjutan: Objek atau mitra juga dapat memainkan peran penting dalam menyediakan dukungan pasca-pelatihan kepada peserta. Ini bisa berupa konsultasi langsung, penyediaan sumber daya tambahan, atau bantuan teknis jika peserta menghadapi tantangan atau pertanyaan setelah pelatihan selesai. Dukungan pasca-pelatihan ini membantu memastikan bahwa peserta dapat menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang mereka peroleh secara efektif dalam praktik bisnis mereka sehari-hari.

Melalui partisipasi yang aktif dan beragam dari objek atau mitra, program pelatihan dan pendampingan *Google Business* memiliki potensi untuk memberikan dampak yang lebih luas dan berkelanjutan bagi para peserta, serta mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis UMKM secara keseluruhan. Dari partisipasi objek atau mitra dalam pelatihan *Google Business*, peserta akan mendapatkan manfaat tambahan berupa panduan praktis, dukungan langsung, dan wawasan yang mendalam tentang penggunaan *platform Google Business*. Ini dapat membantu meningkatkan efektivitas pelatihan dan memberikan nilai tambah bagi peserta dalam menerapkan keterampilan baru dalam bisnis mereka.

3.4 Evaluasi Pelaksanaan Program

Evaluasi pelaksanaan program pelatihan dan pendampingan *Google Business* merupakan tahap yang krusial dalam siklus program, dimana dilakukan penilaian menyeluruh terhadap tingkat efektivitasnya guna memastikan bahwa program ini dapat terus berkembang menjadi layanan digital yang berkelanjutan bagi pelaku UMKM di Kelurahan Kencana. Pelaksanaan program ini direncanakan untuk berlangsung selama rentang waktu satu bulan, dengan pemantauan dan evaluasi yang dilakukan secara rutin setiap minggu guna memastikan pencapaian hasil yang maksimal.

Dalam kerangka waktu yang telah ditetapkan, pentingnya pelaksanaan program yang berkelanjutan menjadi fokus utama. Hal ini bertujuan agar pelaku UMKM di Kelurahan Kencana dapat menguasai dan mengoperasikan layanan *Google Business* secara optimal setelah mengikuti program ini, sehingga evaluasi yang dilakukan tidak hanya sebatas pada pencapaian tujuan dalam jangka pendek, tetapi juga pada kemampuan peserta untuk mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dalam jangka panjang.

Tahap evaluasi pelaksanaan program ini melibatkan sejumlah kegiatan yang dirancang untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang keberhasilan

program dan memberikan umpan balik yang bermanfaat. Evaluasi yang dirancang meliputi penggunaan beragam alat evaluasi, seperti tes pengetahuan, observasi, atau kuesioner, untuk mengukur pencapaian tujuan pelatihan dengan akurat. Evaluasi pelaksanaan program adalah fase penting setelah penyelenggaraan pelatihan atau pendampingan selesai, dimana dilakukan penilaian terhadap keseluruhan program untuk mengevaluasi keberhasilannya serta mendapatkan umpan balik dari peserta. Pada tahap ini, dilakukan beberapa kegiatan, antara lain:

1. Pengumpulan Data: Mengumpulkan data terkait dengan berbagai aspek pelaksanaan program, termasuk pemenuhan tujuan, partisipasi peserta, kualitas materi dan penyampaian, serta efektivitas metode pembelajaran yang digunakan.
2. Analisis Hasil: Menganalisis data yang telah dikumpulkan untuk mengevaluasi pencapaian tujuan program, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, serta mengevaluasi dampak yang telah dicapai.
3. Umpan Balik dari Peserta: Meminta umpan balik dari peserta mengenai pengalaman mereka selama pelatihan atau pendampingan, termasuk kepuasan mereka terhadap materi, metode pembelajaran, fasilitas, dan dukungan yang diberikan.
4. Evaluasi Keseluruhan: Menilai keseluruhan efektivitas program pelatihan atau pendampingan berdasarkan data dan umpan balik yang diperoleh, serta membuat rekomendasi untuk perbaikan atau pengembangan di masa mendatang.
5. Penyusunan Laporan Evaluasi: Menyusun laporan evaluasi yang berisi temuan, analisis, rekomendasi, serta langkah-langkah tindak lanjut yang perlu diambil untuk meningkatkan program di masa depan.

BAB IV

HASIL DAN CAPAIAN

4.1 Pelaksanaan Kegiatan

4.1.1. Profil Bumisa

Bumisa (Badan Usaha Milik Masyarakat) merupakan sebuah kelompok atau paguyuban yang terdiri dari sejumlah pelaku UMKM yang beroperasi di wilayah Kelurahan Kencana, Tanah Sareal, Kota Bogor. Sasaran utama dari Bumisa meliputi segmen masyarakat yang terdiri dari para pelaku UMKM yang sedang mengalami proses perkembangan bisnis. Para pelaku UMKM yang menjadi fokus sasaran Bumisa adalah mereka yang menghadapi kesulitan dalam memasarkan produk atau layanan yang mereka tawarkan. Hal ini bisa mencakup para pemilik usaha mikro yang baru memulai bisnis mereka dan masih memerlukan bantuan dalam memahami pasar dan strategi pemasaran, serta pelaku UMKM yang telah beroperasi namun menghadapi tantangan dalam mencapai visibilitas yang memadai untuk produk atau layanan mereka di pasar. Bumisa memberikan dukungan dan bimbingan yang spesifik sesuai dengan kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam memasarkan produk atau layanan mereka. Melalui pendekatan ini, diharapkan Bumisa dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam membantu pelaku UMKM meraih kesuksesan dalam mengembangkan dan memasarkan produk atau layanan mereka di pasar lokal maupun regional.

Para anggota Bumisa berasal dari berbagai sektor usaha dan bidang industri yang ada di Kelurahan Kencana, dan mereka berkumpul dalam kelompok ini untuk saling bertukar informasi, berbagi pengalaman, dan mendukung satu sama lain dalam mengatasi tantangan serta memanfaatkan peluang yang ada di pasar digital saat ini. Kelompok atau paguyuban ini dibentuk dengan tujuan utama sebagai sarana bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan dan meningkatkan usaha mereka, terutama dalam konteks digitalisasi dan penggunaan teknologi informasi. Selain itu, Bumisa juga bertujuan untuk menjadi wadah bagi kolaborasi dan kerjasama antar-pelaku UMKM, serta sebagai *platform* untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan pendidikan, pelatihan, dan sosialisasi terkait dengan pengembangan bisnis dan teknologi digital. Oleh karena itu, Bumisa menjadi salah satu entitas yang memainkan peran penting dalam memperkuat ekosistem UMKM di Kelurahan Kencana dan mendorong pertumbuhan serta inovasi di tingkat lokal.

Langkah awal pembentukan kelompok atau paguyuban Bumisa ini merupakan inisiatif yang dimulai sebagai bagian dari serangkaian upaya strategis untuk meningkatkan kapasitas teknologi di kalangan pelaku UMKM di wilayah Kelurahan Kencana. Bumisa hadir dengan memberikan kontribusi yang positif dalam mengembangkan potensi bisnis para pelaku UMKM di lingkungan Kelurahan Kencana. Melalui pertemuan, kolaborasi, dan berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh Bumisa, para pelaku UMKM memiliki kesempatan untuk belajar, berbagi

pengalaman, dan mendapatkan bimbingan serta dorongan dari para profesional yang terlibat di dalamnya. Bumisa tidak hanya berperan sebagai wadah untuk memperluas jaringan dan meningkatkan pengetahuan bisnis, tetapi juga sebagai sumber inspirasi dan dukungan yang berkelanjutan bagi pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis UMKM di Kelurahan Kencana. Selain itu, pembentukan Bumisa juga diarahkan untuk menjadi *platform* yang memfasilitasi dan mendorong kolaborasi serta pertukaran pengetahuan antar SDM di Kelurahan Kencana yang masih belum memiliki kompetensi yang memadai terkait dengan digitalisasi. Langkah ini diambil dengan tujuan untuk memberikan dukungan yang lebih konkret dan terstruktur bagi para pelaku UMKM dalam menghadapi transformasi digital yang sedang berlangsung. Melalui kegiatan dan program yang diselenggarakan oleh Bumisa, diharapkan para anggotanya dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing usaha mereka di era digital ini. Langkah ini menjadi fondasi yang kokoh dalam membangun ekosistem bisnis yang lebih tangguh dan inovatif di Kelurahan Kencana, serta sebagai langkah strategis dalam mempersiapkan pelaku UMKM menghadapi tantangan dan peluang yang muncul dalam transformasi digital yang sedang berlangsung.

4.1.2. Penyelenggaraan Pelatihan dan Pendampingan

Penyelenggaraan Pelatihan dan Pendampingan Literasi Digital *Google Business* dilaksanakan melalui serangkaian tahapan yang terstruktur dan komprehensif. Tahapannya mencakup pengenalan konsep dasar *Google Business*, penjelasan manfaatnya, tutorial, dan praktik pembuatan serta pendaftaran akun *Google Business*. Selain itu, juga dijelaskan fitur-fitur yang disediakan oleh *platform* ini. Proses pelatihan ini dibagi menjadi dua sesi yang diadakan pada tanggal 10 Maret 2024 untuk sesi pertama dan 24 Maret 2024 untuk sesi kedua. Pada setiap tahapan, peserta akan dibimbing secara mendalam untuk memahami dan menguasai penggunaan *Google Business* guna meningkatkan kehadiran *online* bisnis mereka.



Gambar 4.1 Pelatihan dan Pendampingan *Google Business* Sesi 1



Gambar 4.2 Pelatihan dan Pendampingan *Google Business* Sesi 2

Sebelum pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, telah dilakukan tahap desain program pelatihan yang melibatkan perencanaan matang terkait dengan penyusunan materi serta penyesuaian terhadap kebutuhan dan tingkat pemahaman peserta. Tahap ini melibatkan analisis mendalam terhadap profil peserta, identifikasi tujuan pelatihan, serta penentuan strategi pengajaran yang paling efektif dan relevan.

Pertama, peserta diperkenalkan dengan konsep dasar *Google Business*, termasuk pemahaman tentang bagaimana *platform* ini dapat digunakan untuk meningkatkan kehadiran bisnis *online*, meningkatkan visibilitas, serta memperluas jangkauan pasar. Selain itu, mereka juga diberikan penjelasan mendalam mengenai manfaat dari penggunaan *Google Business* dalam konteks bisnis modern saat ini.

Kedua, pelatihan difokuskan pada tutorial dan praktik langsung dalam membuat serta mendaftar akun *Google Business*, yang melibatkan langkah-langkah teknis dan prosedural yang harus diikuti oleh para peserta. Mereka diajak untuk melakukan praktik langsung guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan keterampilan praktis dalam mengelola dan memanfaatkan *platform* ini untuk keperluan bisnis mereka.

Terakhir, diberikan penjelasan tentang berbagai fitur yang disediakan oleh *Google Business*. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh kepada peserta tentang potensi dan kemungkinan yang dapat mereka manfaatkan melalui penggunaan *platform* ini.

Melalui penyelenggaraan yang terstruktur dan komprehensif ini, harapannya adalah bahwa para peserta akan mampu mendapatkan pemahaman yang mendalam serta keterampilan yang memadai dalam memanfaatkan seluruh potensi yang dimiliki oleh *Google Business* untuk keperluan pengembangan dan manajemen bisnis secara *online*. Sehingga peserta diharapkan dapat menguasai berbagai aspek yang relevan, termasuk namun tidak terbatas pada: strategi pemasaran *online* yang efektif, pengelolaan konten, analisis data bisnis, interaksi dengan pelanggan, serta optimalisasi kehadiran dan visibilitas *online* bisnis mereka.

Lebih jauh lagi, harapannya adalah bahwa melalui pemahaman dan keterampilan yang diperoleh selama pelatihan dan pendampingan, peserta akan mampu mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang-peluang baru yang muncul di ranah digital. Mereka diharapkan dapat mengembangkan strategi-strategi inovatif dalam memanfaatkan berbagai fitur dan alat yang disediakan oleh *Google Business* untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis mereka.

Selain itu, melalui pemahaman yang mendalam tentang *platform Google Business*, peserta diharapkan mampu mengenali tantangan dalam mengelola bisnis *online* melalui pemahaman *platform Google Business*, sehingga mereka lebih siap mengatasi kendala yang muncul, merumuskan strategi adaptif, dan meningkatkan kapasitas SDM pelaku UMKM Kelurahan Kencana. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing mereka dalam bisnis *online*, sehingga menjadi pelaku yang lebih sukses dalam era digital yang terus berkembang.

Adapun pelatihan dan pendampingan *Google Business* tersebut terlaksana dengan baik melalui langkah-langkah berikut:

1. Pengenalan Konsep Dasar *Google Business*

Penulis secara rinci menguraikan konsep fundamental dari *Google Business* yang mencakup serangkaian fitur dan fungsi yang dirancang dengan tujuan utama untuk memberdayakan bisnis lokal dalam memperkuat keberadaan mereka secara *online* serta menjalin koneksi yang lebih erat dengan calon pelanggan. *Google Business* merupakan sebuah layanan gratis yang disediakan oleh *Google*, yang tidak hanya mudah digunakan oleh para pelaku bisnis dan organisasi, tetapi juga memberikan kemudahan dalam mengelola kehadiran *online* mereka, baik itu melalui hasil pencarian maupun *Google Maps*. Melalui proses verifikasi dan pengeditan informasi bisnis, para pelaku usaha dapat secara signifikan meningkatkan kemungkinan untuk ditemukan oleh pelanggan, khususnya bagi mereka yang beroperasi dalam skala UMKM. Langkah-langkah ini tidak hanya memudahkan pelanggan dalam menemukan bisnis yang relevan dengan kebutuhan mereka, tetapi juga memberikan jaminan akan keakuratan dan kelengkapan informasi yang disajikan, seiring dengan proses verifikasi yang dilakukan oleh *Google*.

Google Business tidak hanya berfungsi sebagai sebuah alat bantu dalam meningkatkan visibilitas bisnis di ranah *online*, tetapi juga menjadi bagian dari inisiatif *Google* dalam mendukung pertumbuhan dan keberlangsungan para pelaku usaha lokal melalui penyediaan akses yang lebih mudah terhadap informasi yang akurat dan terverifikasi. Ini menciptakan lingkungan yang lebih inklusif dan berdaya bagi para pelaku UMKM dalam pemanfaatan teknologi digital untuk keberhasilan bisnis mereka.

2. Penjelasan Manfaat *Google Business*

Penulis secara rinci menjelaskan bahwa *Google Business* bukan sekadar alat, melainkan aset yang tak ternilai bagi bisnis lokal dalam mengoptimalkan visibilitas *online*, menjalin koneksi dengan pelanggan, dan memperluas jangkauan bisnis mereka. Guna mengidentifikasi manfaatnya yang luas, penulis memperinci berbagai keuntungan yang ditawarkan *Google Business* sebagai berikut:

- a. Penampilan di Penelusuran *Google*: Melalui profil *Google Business* yang terverifikasi, bisnis dapat menjamin penampilan mereka dalam hasil penelusuran *Google* saat orang mencari informasi tentang bisnis lokal di wilayah mereka.
- b. Kontrol Informasi Bisnis: Bisnis memiliki kendali penuh atas informasi kunci mereka seperti alamat, nomor telepon, jam operasional, dan deskripsi bisnis, yang akan ditampilkan dalam hasil penelusuran *Google*, memastikan keakuratan dan konsistensi informasi.
- c. Pemetaan Lokasi Bisnis: Lokasi bisnis yang tercantum dalam *Google Business* akan terlihat jelas di *Google Maps*, memudahkan pelanggan untuk menemukan dan mengunjungi tempat fisik bisnis.

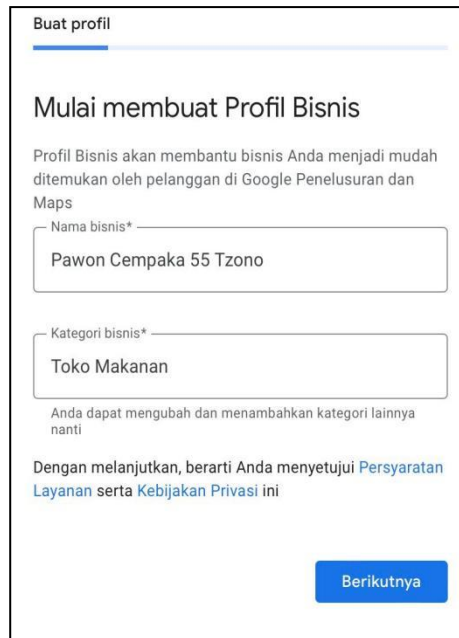
- d. Interaksi dengan Pelanggan: Profil *Google Business* memungkinkan pelanggan untuk meninggalkan ulasan, memberikan peringkat, dan mengajukan pertanyaan langsung kepada bisnis. Hal ini menciptakan kesempatan bagi bisnis untuk berinteraksi dengan pelanggan, merespons ulasan, dan meningkatkan layanan pelanggan mereka.
- e. Pengukuran Kinerja: *Google Business* menyediakan analisis yang mendalam tentang seberapa sering profil bisnis dilihat, di mana pengguna melihat informasi bisnis, dan bagaimana pelanggan menemukan bisnis tersebut. Ini memberikan wawasan berharga kepada bisnis untuk memahami efektivitas kehadiran *online* mereka dan mengidentifikasi area untuk perbaikan.
- f. Posting Konten: Bisnis dapat secara langsung memposting update, promosi, acara, atau berita terbaru ke profil *Google Business* mereka, yang akan ditampilkan dalam hasil penelusuran dan di *Google Maps*, memperkuat engagement dengan pelanggan.
- g. Promosi dan Iklan: Integrasi *Google Business* dengan layanan iklan *Google* lainnya seperti *Google Ads* dan *Google Maps* memungkinkan bisnis untuk memperluas jangkauan promosi mereka dan menargetkan pelanggan potensial yang relevan dengan lebih efektif.
- h. Gratis dan Mudah Digunakan: *Google Business* adalah layanan gratis dan sangat mudah digunakan. Bisnis dapat dengan cepat membuat profil mereka sendiri dan mengelola informasi bisnis mereka tanpa biaya tambahan atau kesulitan teknis yang berarti.

3. Penjelasan Tutorial dan Praktik Membuat dan Mendaftar Akun *Google Business*

Untuk dapat memanfaatkan *Google Business*, persyaratan utamanya adalah memiliki bisnis yang sudah beroperasi, baik itu berupa bisnis fisik maupun *online*, serta memiliki akun *Google* yang aktif. Setelah memenuhi syarat tersebut, pelaku usaha dapat melakukan proses pendaftaran di *platform Google Business* secara gratis. Pendaftaran dan penggunaan dasar *Google Business* tidak dikenakan biaya apapun bagi pengguna. Namun demikian, *Google* juga menyediakan fitur tambahan yang dapat memberikan nilai tambah bagi bisnis, seperti fitur promosi yang lebih canggih atau akses ke data analisis yang lebih mendalam, dan fitur-fitur ini mungkin memerlukan biaya tambahan yang bersifat opsional dan dapat dipilih sesuai dengan kebutuhan dan anggaran bisnis masing-masing. Jadi, meskipun penggunaan dasar *Google Business* gratis, namun pelaku usaha memiliki fleksibilitas untuk memilih untuk mengaktifkan fitur-fitur tambahan yang sesuai dengan strategi pemasaran dan kebutuhan bisnis mereka. Berikut cara daftar akun *Google Business*:

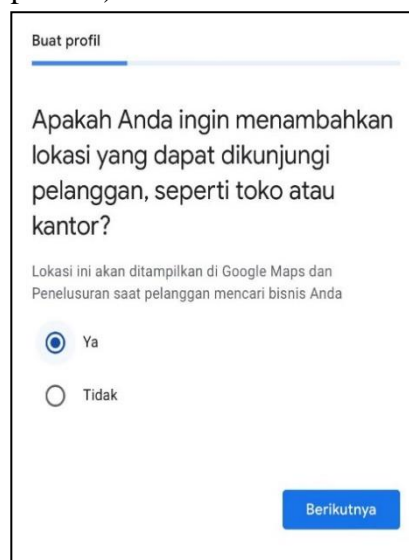
- a. Mengunjungi profil akun menggunakan browser di laptop atau PC buka situs resmi *Google Business* di <https://www.google.com/business/>. Di sudut kanan atas klik *login* dan masuk menggunakan akun *Google*. Setelah *login*, masukkan nama bisnis.

- b. Membuat profil bisnis, dengan mengikuti alur/langkah sebagai berikut:
- 1) Masukkan nama bisnis dan kategori bisnis. Tulis nama bisnis yang sesuai dengan masing-masing pelaku usaha, kemudian pilih kategori bisnis yang sesuai juga, lalu klik “Berikutnya”.



Gambar 4.3 Langkah Membuat Profil Bisnis

- 2) Masukkan alamat bisnis. Klik “Ya” untuk menambahkan lokasi bisnis yang dapat dikunjungi, kemudian masukkan alamat detail bisnis, setelah itu sesuaikan alamat yang ada di *Google Maps*, kemudian klik “Berikutnya”. Setelahnya, akan muncul pertanyaan mengenai penyediaan kunjungan atau pengantaran ke rumah dan kantor, klik “Ya/Tidak” (opsional).




Di mana lokasi Anda?

Tarik dan perbesar/perkecil peta serta posisikan penanda ke lokasi persis tempat bisnis Anda berada.

Buat profil

Apa Anda menyediakan pengantaran atau kunjungan ke rumah dan kantor?

Misalnya, jika menyediakan layanan datang ke rumah atau pengantaran ke pelanggan, Anda dapat memberi tahu pelanggan lokasi yang termasuk area layanan bisnis Anda

Ya

Tidak

Berikutnya

Gambar 4.4 Langkah Memasukkan Alamat Bisnis

- 3) Masukkan kontak bisnis. Untuk melengkapi informasi bisnis di *Google Business*, pertama-tama, lampirkan secara rinci detail kontak yang ingin ditampilkan kepada pelanggan, yaitu nomor telepon. Selanjutnya, memasukkan situs *web* yang dimiliki oleh bisnis (opsional). Setelah itu, lanjutkan dengan mengklik tombol "Berikutnya". Selanjutnya, akan diminta untuk menyediakan informasi terbaru tentang bisnis Anda. Pastikan mengklik opsi "Ya" untuk memberikan informasi yang paling akurat dan relevan kepada pelanggan yang mencari bisnis di *Google*. Melakukan langkah-langkah tersebut dapat meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan pelanggan dalam berinteraksi dengan bisnis Anda secara *online*.

Buat profil

Detail kontak apa yang ingin Anda tampilkan kepada pelanggan?

Bantu pelanggan menghubungi Anda dengan menyertakan info ini di listingan Anda

Nomor telepon

Situs web (opsional)

Lewati **Berikutnya**

Buat profil

Dapatkan info terbaru tentang bisnis Anda

Ingin menerima pemberitahuan, notifikasi, atau tips tentang cara mengelola bisnis Anda di Google?

Ya

Tidak

Berikutnya

Gambar 4.5 Langkah Memasukkan Kontak Bisnis

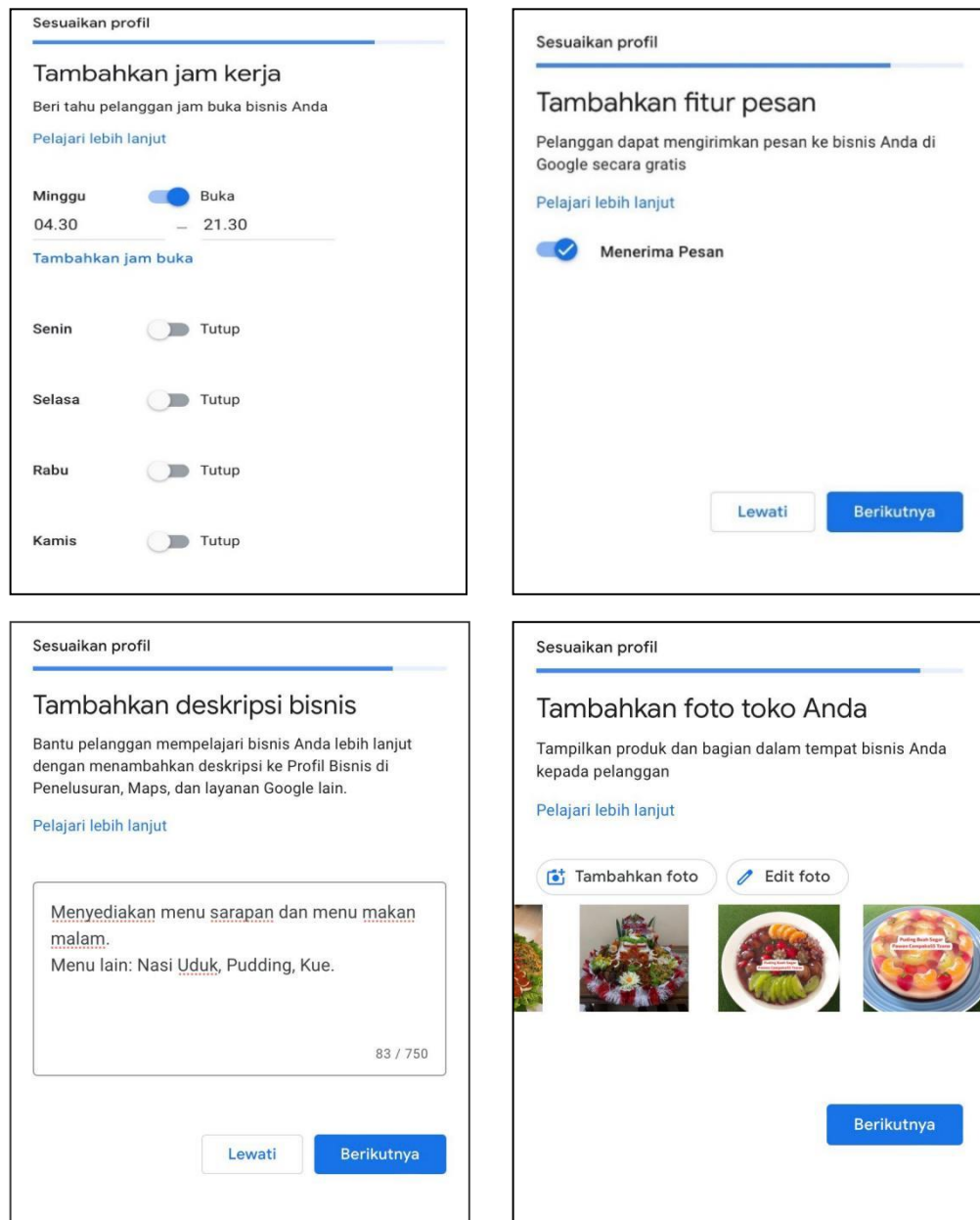
- c. Melakukan verifikasi. Verifikasi pada *Google Business* adalah proses yang penting untuk memastikan bahwa informasi bisnis yang terdaftar di *platform Google Business* benar dan valid. Untuk melakukan verifikasi, pemilik bisnis biasanya akan menerima sebuah surat atau kartu pos yang dikirim langsung oleh *Google* ke alamat bisnis yang terdaftar. Surat tersebut berisi kode verifikasi yang harus dimasukkan ke dalam akun *Google Business* untuk menyelesaikan proses verifikasi. Selain surat, *Google* juga menyediakan beberapa opsi verifikasi alternatif, seperti verifikasi melalui telepon atau email, tergantung pada ketersediaan dan kebijakan *Google* di wilayah tersebut. Verifikasi pada *Google Business* adalah langkah krusial untuk meningkatkan visibilitas dan kemungkinan muncul di hasil penelusuran lokal yang relevan.

The image displays three sequential screenshots of the Google Business verification process:

- Top Left Screenshot:** Titled "Verifikasi", it asks the user to "Pilih cara verifikasi" (Choose a verification method). It explains that Google needs to verify the user manages the business. Three options are available: "Kode via ponsel" (selected), "Kode via email", and "Video bisnis". A "Berikutnya" (Next) button is at the bottom right.
- Top Right Screenshot:** Titled "Verifikasi", it instructs the user to "Dapatkan kode verifikasi yang dikirim ke ponsel Anda" (Get a verification code sent to your phone). It shows the phone number "0852-1262-4058" and a language dropdown menu set to "Indon...". Under "Dapatkan kode melalui:" (Get code via:), "SMS" is selected. A "Berikutnya" (Next) button is at the bottom right.
- Bottom Center Screenshot:** Titled "Verifikasi", it confirms "Listingan Anda sudah terverifikasi" (Your listing is verified). It notes that the user can now "membalas ulasan, mengaktifkan chat, dan lainnya" (reply to reviews, activate chat, and others). A "Berikutnya" (Next) button is at the bottom right.

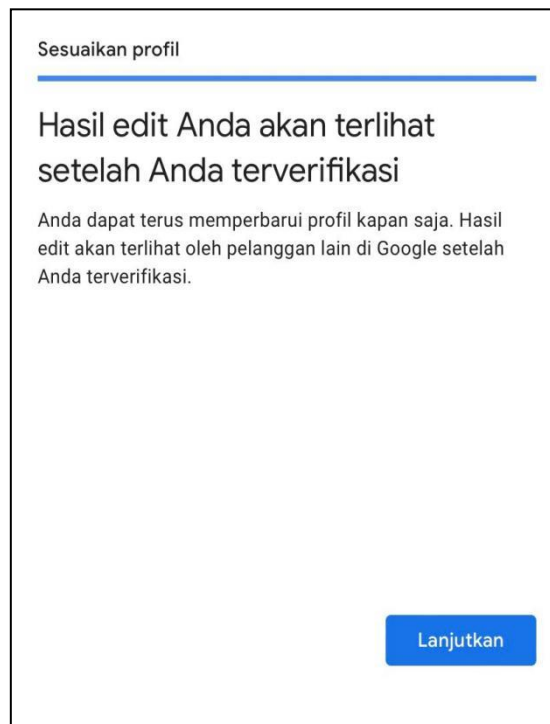
Gambar 4.6 Langkah Verifikasi Akun

- d. Menyesuaikan profil. Untuk menyempurnakan profil bisnis, kita perlu melakukan beberapa langkah tambahan. Pertama, tambahkan informasi tentang jam kerja bisnis. Selanjutnya, menambahkan fitur pesan yang memungkinkan pelanggan untuk memudahkan komunikasi antara bisnis dan pelanggan. Selain itu, menambahkan deskripsi bisnis yang detail dan informatif, menjelaskan lebih lanjut tentang visi dan misi bisnis, serta menyoroti produk atau layanan unggulan yang ditawarkan. Terakhir, tambahkan foto-foto bisnis yang relevan untuk memberikan gambaran yang lengkap dan menarik tentang bisnis kepada pelanggan potensial. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik dan kepercayaan pelanggan terhadap bisnis di *platform Google Business*.



Gambar 4.7 Langkah Menyesuaikan Profil Bisnis

- e. Akun *Google Business* terverifikasi. Setelah proses verifikasi selesai, pemilik bisnis akan mendapatkan akses penuh untuk mengelola dan memperbarui informasi bisnis melalui akun *Google Business*. Selain mengedit informasi dasar seperti alamat, nomor telepon, dan jam kerja, dapat juga memasukkan informasi tambahan yang relevan dan menarik, seperti deskripsi bisnis yang lebih mendalam, ulasan pelanggan, foto-foto bisnis yang menarik, serta promo atau penawaran khusus. Pelaku usaha/pemilik bisnis dapat memperkuat profil bisnis di *Google Business* dan meningkatkan keterlibatan pelanggan serta potensi pertumbuhan bisnis secara *online* dengan memanfaatkan fitur-fitur ini secara maksimal.

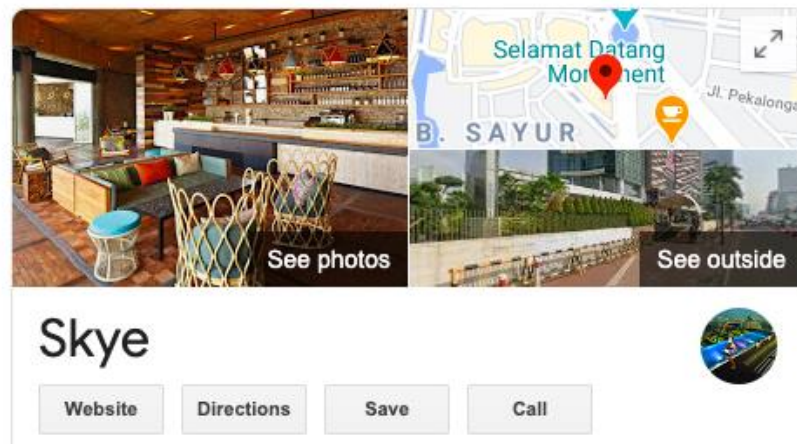


Gambar 4.8 Akun *Google Business* Terverifikasi

4. Penjelasan Fitur *Google Business*

Penulis menjelaskan bahwa *Google Business* bukan hanya berguna bagi pemilik usaha, tetapi juga bagi calon pelanggan. Ketika usaha bisnis terdaftar, informasi mengenai bisnis offline pelaku UMKM bisa pelanggan temukan dengan mudah. Berikut ini adalah fitur *Google Business*:

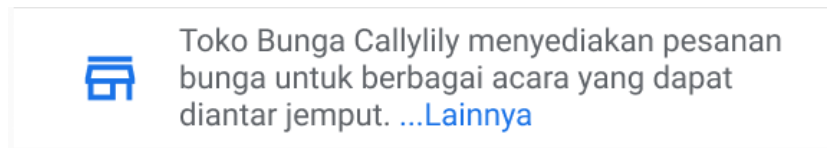
a. Foto



Gambar 4.9 Fitur Foto

Salah satu fitur utama yang disediakan oleh *Google Business* adalah kemampuan untuk mengunggah berbagai jenis foto yang meliputi logo bisnis, gambar toko, produk, menu, serta foto-foto lain yang relevan dengan bisnis tersebut. Adanya fitur ini membuat bisnis memiliki kesempatan untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap dan menarik tentang identitas mereka kepada pelanggan potensial. Misalnya, dengan mengunggah foto logo bisnis, bisnis dapat memperkuat brand recognition mereka, sementara foto toko dapat memberikan gambaran tentang suasana dan lokasi fisik bisnis kepada pelanggan yang mencari informasi lebih lanjut. Selain itu, dengan menampilkan foto produk atau menu, bisnis dapat memberikan gambaran yang jelas tentang produk atau layanan yang mereka tawarkan, sehingga memungkinkan pelanggan untuk membuat keputusan pembelian yang lebih informasional. Fitur foto pada *Google Business* tidak hanya membantu dalam meningkatkan pengenalan bisnis oleh pelanggan, tetapi juga memudahkan pengalaman pelanggan yang ingin mengunjungi atau bertransaksi dengan bisnis tersebut.

b. Deskripsi dan Kategori



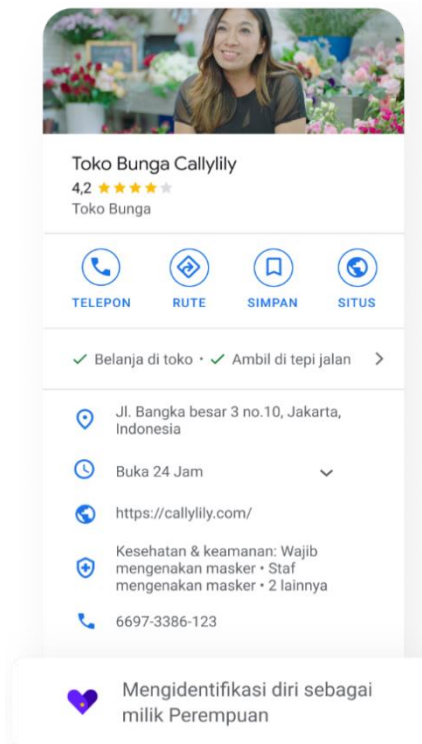
Gambar 4.10 Fitur Deskripsi dan Kategori

Fitur selanjutnya yang tersedia dalam *Google Business* adalah fitur deskripsi dan kategori bisnis. Fitur ini memiliki peran penting dalam membantu tidak hanya calon pelanggan tetapi juga mesin pencari seperti *Google* untuk memahami dengan jelas dalam bidang apa bisnis tersebut bergerak dan apa yang mereka tawarkan kepada pelanggan. Bisnis memiliki kesempatan untuk memberikan penjelasan yang mendalam tentang identitas mereka, visi, misi, serta nilai-nilai yang mereka pegang teguh dengan menggunakan fitur deskripsi, bisnis memiliki kesempatan untuk memberikan penjelasan yang mendalam tentang identitas mereka, visi, misi, serta nilai-nilai yang mereka pegang teguh. Deskripsi yang terperinci ini tidak hanya membantu memperkuat citra merek dan visibilitas *online* bisnis, tetapi juga memungkinkan calon pelanggan untuk memahami lebih baik tentang apa yang dapat mereka harapkan dari bisnis tersebut.

Sementara itu, fitur kategori memungkinkan bisnis untuk menentukan bidang atau industri mana yang mereka operasikan, sehingga memungkinkan *Google* dan calon pelanggan untuk menempatkan bisnis tersebut dengan lebih tepat dalam klasifikasi yang sesuai. Fitur ini memudahkan proses pencarian bagi pelanggan yang mencari produk atau layanan spesifik, serta membantu *Google* dalam menyajikan hasil pencarian yang relevan dan akurat kepada pengguna.

Secara keseluruhan, fitur deskripsi dan kategori dalam *Google Business* tidak hanya memberikan informasi yang lebih lengkap dan akurat tentang bisnis kepada pelanggan, tetapi juga memperkuat optimisasi mesin pencari dan meningkatkan kesempatan bisnis untuk ditemukan secara *online* oleh khalayak yang tepat.

c. Atribut



Gambar 4.11 Fitur Atribut

Atribut merupakan salah satu fitur terpenting dalam *Google Business* yang memainkan peran penting dalam memberikan informasi yang lebih lengkap dan relevan kepada pelanggan potensial. Bisnis dapat memudahkan pelanggan dalam memperoleh pengetahuan yang dibutuhkan sebelum mengunjungi atau berinteraksi dengan bisnis tersebut dengan melengkapi atribut yang tersedia, seperti jam operasional, kontak, fasilitas khusus, dan informasi penting lainnya.

Melalui atribut, bisnis memiliki kesempatan untuk menyediakan informasi yang spesifik dan relevan, seperti jam operasional yang dapat membantu pelanggan untuk merencanakan kunjungan mereka dengan lebih baik. Selain itu, atribut juga memungkinkan bisnis untuk menyoroti fasilitas khusus atau layanan tambahan yang mereka tawarkan, seperti aksesibilitas bagi penyandang disabilitas, fasilitas parkir, atau layanan pengiriman. Hal ini tidak hanya memberikan nilai tambah bagi pelanggan, tetapi juga memperkuat citra positif bisnis dalam mata konsumen. Memahami pentingnya atribut dalam *Google Business*, bisnis dapat memastikan bahwa informasi yang mereka sampaikan kepada pelanggan secara *online* adalah akurat, lengkap, dan relevan. Ini tidak hanya meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan, tetapi juga membantu dalam memperkuat kehadiran dan reputasi bisnis di ranah digital. Oleh karena itu, memanfaatkan fitur atribut dengan baik merupakan langkah yang penting dalam upaya meningkatkan visibilitas dan keterlibatan pelanggan dalam ekosistem *Google Business*.

d. Ulasan

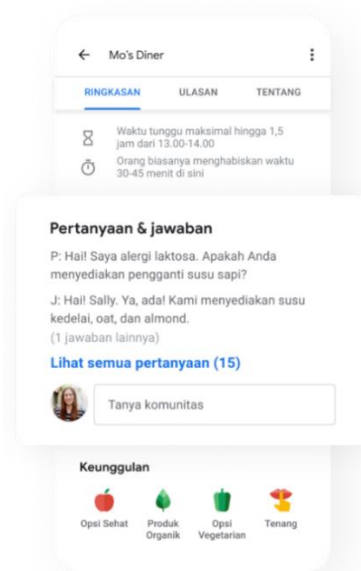


Gambar 4.12 Fitur Ulasan

Fitur keempat yang disediakan oleh *Google Business* adalah fitur ulasan atau *review*, yang memiliki peran penting dalam memberikan wawasan mendalam kepada calon pelanggan tentang pengalaman yang dimiliki oleh pelanggan sebelumnya dengan bisnis pelaku usaha. Fitur ini memungkinkan pelanggan untuk memberikan penilaian dan ulasan tentang berbagai aspek bisnis, termasuk pelayanan, kualitas produk atau layanan, kemudahan akses lokasi, serta berbagai faktor lain yang relevan. Setiap ulasan yang diberikan oleh pelanggan memiliki potensi untuk memberikan informasi berharga bagi calon pelanggan yang sedang mencari informasi tentang bisnis pelaku usaha. Ulasan ini tidak hanya memberikan gambaran tentang kualitas layanan atau produk yang ditawarkan, tetapi juga mencerminkan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan terhadap pengalaman mereka dengan bisnis kita. Sebagai hasilnya, ulasan ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian calon pelanggan dan membentuk citra bisnis pelaku usaha di mata publik.

Selain itu, fitur ulasan juga memberikan kesempatan bagi bisnis untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, merespons ulasan, dan memberikan tanggapan atas masukan atau keluhan yang disampaikan. Hal ini menciptakan hubungan yang lebih erat antara bisnis dan pelanggan, serta membuka kesempatan untuk meningkatkan layanan pelanggan berdasarkan umpan balik yang diberikan. Fitur ulasan dalam *Google Business* bukan hanya sekadar alat untuk menilai kualitas bisnis, tetapi juga merupakan sarana komunikasi yang penting antara bisnis dan pelanggan. Guna memahami dan merespons ulasan dengan bijak, pelaku usaha dapat memanfaatkan fitur ini sebagai alat untuk membangun kepercayaan, meningkatkan reputasi, dan meningkatkan keterlibatan pelanggan dalam ekosistem bisnis.

e. Tanya Jawab

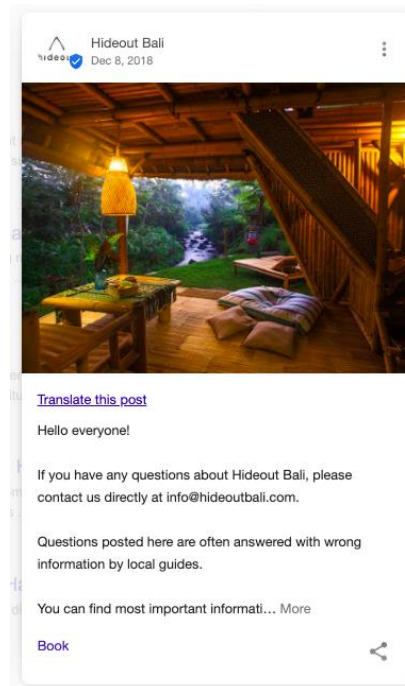


Gambar 4.13 Fitur Tanya Jawab

Selain menjadi *platform* untuk memberikan ulasan, fitur tanya jawab di *Google Business* menjadi sebuah saluran tambahan yang sangat berharga bagi pelanggan untuk mendapatkan informasi tambahan yang mungkin tidak tersedia di bagian lain dari profil bisnis. Pada fitur tanya jawab ini, pelanggan memiliki kesempatan untuk mengajukan pertanyaan yang spesifik mengenai bisnis, yang bisa meliputi detail-detail khusus tentang produk atau layanan, kebijakan bisnis, prosedur pemesanan, waktu operasional, atau hal-hal lain yang mungkin menjadi pertimbangan penting bagi mereka.

Pentingnya fitur tanya jawab ini terletak pada kemampuannya untuk memberikan jawaban langsung dan terperinci atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh calon pelanggan, memungkinkan mereka untuk mengambil keputusan yang lebih terinformasi mengenai hubungan dengan bisnis. Selain itu, kesempatan untuk melihat pertanyaan dan jawaban yang diposting dalam fitur ini tidak terbatas hanya pada pelanggan yang mengajukan pertanyaan tersebut, tetapi juga dapat dilihat oleh siapa pun yang mengunjungi profil bisnis. Hal ini menciptakan transparansi yang lebih besar dalam interaksi antara bisnis dan pelanggan, serta memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk memperoleh informasi tambahan yang mungkin relevan dengan kebutuhan atau minat mereka.

Dalam memanfaatkan fitur tanya jawab, pelaku usaha/pemilik bisnis dapat memperkuat keterlibatan pelanggan, meningkatkan kepercayaan, dan membuka jalur komunikasi yang lebih efektif antara bisnis dan konsumen. Selain itu, penggunaan fitur ini juga dapat membantu pelaku usaha untuk menjelaskan detail-detail penting tentang bisnis secara lebih terperinci sehingga memungkinkan pelaku usaha untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif kepada pelanggan tentang apa yang mereka harapkan ketika berinteraksi dengan bisnis yang pelaku usaha miliki.

f. *Post*Gambar 4.14 Fitur *Post*

Jika memiliki konten promosi yang ingin disebarakan lebih luas, pelaku usaha dapat memanfaatkan fitur *Post* yang tersedia di *Google Business*. Fitur ini memberikan kesempatan bagi bisnis untuk membagikan berbagai jenis konten promosi, informasi terbaru, atau bahkan konten-konten yang relevan dengan cara yang serupa dengan *platform* media sosial. Guna memanfaatkan penggunaan fitur *Post* di *Google Business*, pelaku usaha dapat mengunggah gambar, video, atau teks yang menarik untuk menyoroti penawaran spesial, diskon, acara mendatang, atau informasi lain yang mungkin menarik bagi pelanggan. Konten yang dibagikan melalui fitur ini akan ditampilkan langsung di hasil penelusuran dan di *Google Maps*, sehingga memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan visibilitas bisnis secara *online*.

Selain itu, fitur *Post* juga memungkinkan pelaku usaha untuk menambahkan tautan langsung ke situs web atau halaman produk tertentu, sehingga memudahkan pelanggan untuk melakukan tindakan lanjutan, seperti pembelian atau reservasi, sehingga fitur ini tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mempromosikan bisnis, tetapi juga sebagai sarana untuk mendorong interaksi dan keterlibatan lebih lanjut dari pelanggan. Guna memanfaatkan fitur *Post* secara efektif, pelaku dapat menciptakan kampanye promosi yang lebih terarah dan menarik bagi pelanggan, sehingga membantu meningkatkan kesadaran merek, menghasilkan lalu lintas ke situs web, dan akhirnya meningkatkan penjualan atau konversi. Fitur ini memberikan kesempatan yang berharga bagi bisnis untuk tetap relevan dan terhubung dengan pelanggan mereka melalui *platform* yang sering digunakan seperti *Google Business*.

g. *Google Business Insights*Gambar 4.15 Fitur *Insight*

Fitur terakhir yang ditawarkan oleh *Google Business*, yang dapat memberikan manfaat besar bagi pelaku usaha sebagai pemilik bisnis, adalah *Google Business Insights*. Berbeda dengan fitur-fitur sebelumnya yang dirancang untuk dilihat dan memberikan informasi kepada pelanggan, *Google Business Insights* dirancang khusus untuk memberikan wawasan dan data analitik kepada pemilik bisnis. Melalui *Google Business Insights*, pelaku usaha memiliki akses eksklusif untuk data dan statistik yang menggambarkan kinerja profil bisnis secara *online*. Ini termasuk informasi seperti berapa kali profil bisnis dilihat, dari mana orang-orang mengakses profil bisnis (misalnya, melalui hasil pencarian *Google* atau *Google Maps*), serta berbagai metrik lainnya yang relevan dengan kehadiran *online* bisnis pelaku usaha.

Data dan wawasan yang diberikan oleh *Google Business Insights* sangat berharga untuk kebutuhan pemasaran digital. Melalui pemahaman pola-pola dan tren-tren dalam data ini, pelaku usaha dapat membuat keputusan yang lebih cerdas dan strategis dalam upaya pemasaran. Misalnya, pelaku usaha dapat menggunakan informasi ini untuk menyesuaikan strategi pencarian dan optimasi lokasi, atau mengidentifikasi daerah-daerah yang membutuhkan peningkatan visibilitas. Selain itu, data dari *Google Business Insights* juga dapat membantu pelaku usaha memahami perilaku dan preferensi pelanggan secara lebih baik, sehingga memungkinkan pelaku usaha untuk mengoptimalkan pengalaman pelanggan dan meningkatkan keterlibatan mereka dengan bisnis.

4.2 Hasil Kegiatan dan Capaian

4.2.1. Hasil Indikator Capaian/Keberhasilan

Penyelenggaraan pelatihan dan pendampingan yang dipusatkan pada peningkatan kapasitas SDM dengan fokus khusus pada optimalisasi literasi digital bagi UMKM di Kelurahan Kencana, Kota Bogor, tentang penggunaan teknologi digital, terutama pada *platform Google Business*, yang mencakup aspek-aspek seperti pembuatan dan pengelolaan profil bisnis yang efektif telah dilaksanakan.

Pelaksanaan program dilakukan dalam dua sesi terpisah, dengan total 17 peserta yang mewakili berbagai jenis kategori usaha yang berbeda, sehingga mencakup keragaman dalam sektor bisnis. Setiap sesi dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam dan praktis tentang pemanfaatan *Google Business* sebagai alat untuk meningkatkan kehadiran dan kinerja bisnis *online*.

Pada setiap pelaksanaan, peserta diajak untuk memahami konsep dasar literasi digital dan bagaimana hal tersebut dapat diaplikasikan dalam konteks bisnis mereka masing-masing. Mereka dibimbing secara langkah demi langkah dalam proses membuat dan mengelola profil bisnis di *Google Business*, termasuk pemahaman tentang bagaimana menggunakan berbagai fitur yang disediakan *platform* ini untuk meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan pelanggan potensial. Selain pembelajaran langsung, program juga memberikan kesempatan bagi peserta untuk berkolaborasi dan berbagi pengalaman dengan sesama peserta dan fasilitator. Diskusi dan pertukaran informasi antar peserta membantu dalam memperdalam pemahaman tentang tantangan dan peluang yang dihadapi dalam menggunakan teknologi digital untuk keperluan bisnis.

Melalui pendekatan yang holistik dan berorientasi pada praktik, diharapkan peserta dapat meningkatkan keterampilan dan pemahaman mereka tentang literasi digital, sehingga dapat mengoptimalkan potensi bisnis mereka dalam lingkungan digital yang semakin kompleks dan dinamis dan dapat memberikan dampak yang signifikan dalam memperkuat ekosistem UMKM di Kelurahan Kencana, Kota Bogor, serta membantu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Tabel 4.1 Data Pelaku UMKM Kelurahan Kencana

No.	Nama	Jenis Usaha
1	Cucu	Bakso Tasik
2	Dewi Astuti	Sambal dan Nasi Bakar
3	Endang	Jasa
4	Eva Lusiawati	Lauk Matang
5	Helmi Warni	<i>Reseller</i> Pakaian
6	Lely Liliany	<i>Laundry</i>
7	Lina	<i>Black Garlic</i> dan Minuman
8	Mia Karmila	Minyak Wangi/ <i>Parfume</i>
9	Neni R.	Kue Bahan, Galon Air, Kredit Barang
10	Nunik Indriyani	Sembako
11	Priani	Kue Basah
12	Rena	Kedai Sarapan dan Makan Siang
13	Reni	Tahu Bakso
14	Sri Utami	Sambal dan Wingko
15	Suparti	Taso Eco
16	Tri	Nasi Uduk, Puding, Menu Sarapan dan Makan Malam
17	Yetty	Kerajinan Rajut

Penyelenggaraan pelatihan dan pendampingan ini menghasilkan indikator capaian sebagai berikut:

a. *Transferred knowledge* melalui Pelatihan *Google Business*

Kegiatan sharing dan transfer knowledge ini mampu memberikan pemahaman dan pengetahuan terkait *Google Business* dengan terselenggaranya pelatihan *Google Business* dengan metode sharing knowledge, sehingga terciptanya peningkatan kemampuan SDM Kencana dalam pengoptimalan literasi digital dan bertambahnya aktivitas masyarakat Kencana melalui pelatihan tersebut.

b. Bimbingan adopsi teknologi melalui Pendampingan *Google Business*

Pendampingan yang merupakan bagian dari pelatihan ini mampu memberikan bimbingan terkait adopsi teknologi, sehingga dapat meningkatkan kompetensi, keterampilan dan kapabilitas pelaku UMKM Kelurahan Kencana dalam mengadopsi teknologi informasi ke dalam operasional bisnis yaitu penggunaan *platform Google Business*.

c. *Demonstration and practice* (Akun *Google Business*)

Pelatihan dan pendampingan mampu mendemonstrasikan dan mempraktikkan pembuatan dan pemanfaatan akun *Google Business* sehingga dapat meningkatkan reputasi bisnis dan visibilitas *online* guna memperluas jangkauan pelanggan potensial, serta menjadikan *Google Business* sebagai *platform*/layanan digital bagi pelaku UMKM Kelurahan Kencana guna globalisasi bisnis dan digitalisasi UMKM dengan:

- 1) Terbentuknya akun *Google Business* pelaku UMKM Kelurahan Kencana dan mampu memanfaatkan fitur-fitur *Google Business*.



Bakso Tasik Garasi (Bu Cucu)



Dapur Amy (Bu Sri Utami)



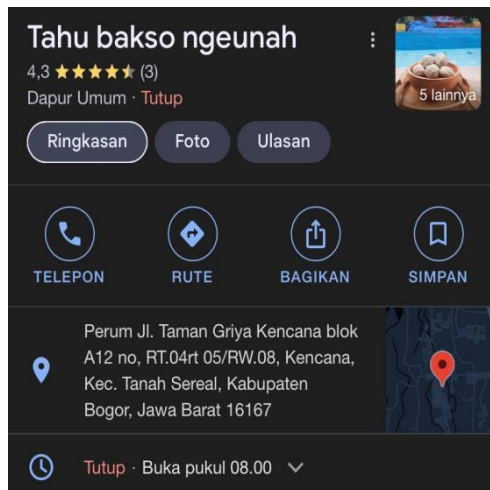
Kosuke dan Lanang (Bu Lina)



Dapur Grandma (Bu Dewi)



Rajut Yetty.co (Bu Yetty)



Kedai Mom's Flo (Bu Rena)



Tahu Bakso Ngeunah (Bu Reni)



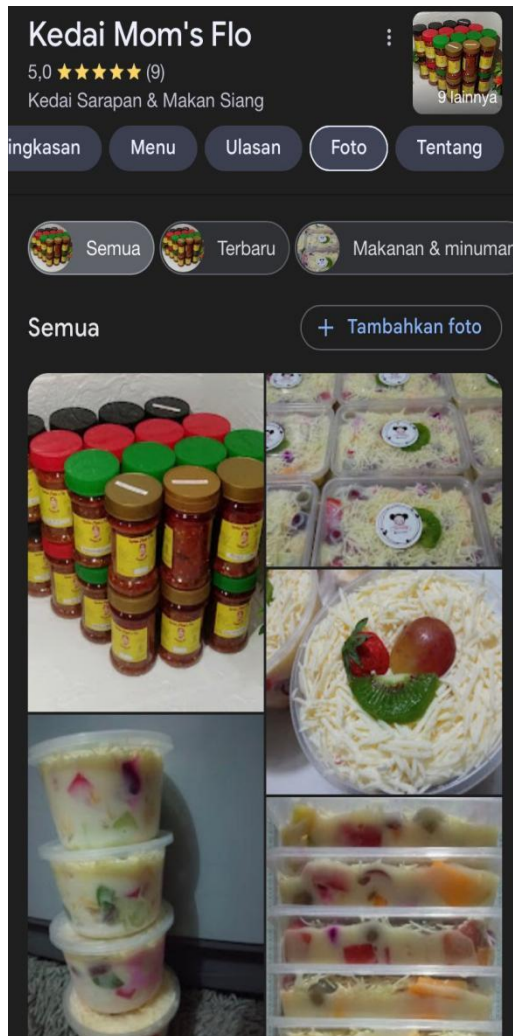
Yani's Cake (Bu Priani)



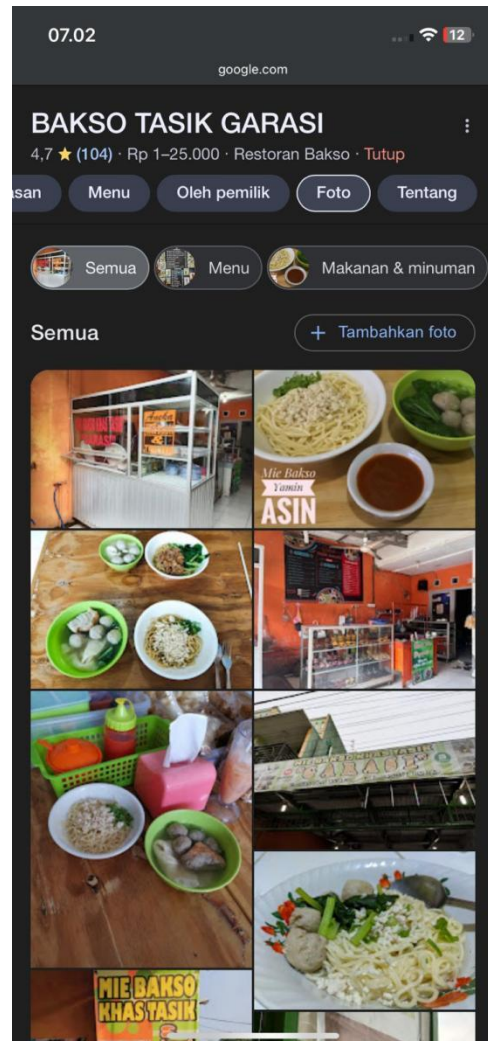
Baba Parfume (Bu Mia)

Gambar 4.16 Akun Google Business Pelaku UMKM Kelurahan Kencana

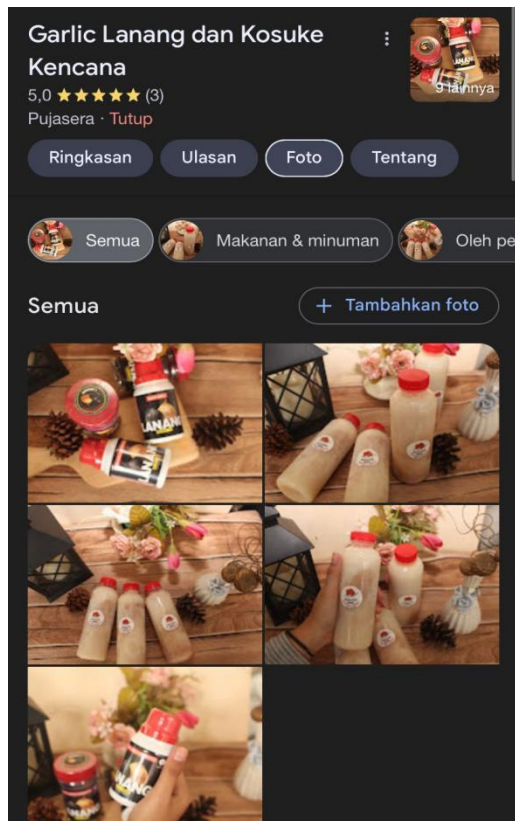
- 2) Mengisi setiap fitur (foto, deskripsi, kategori, atau atribut) pada akun *Google Business* pelaku UMKM Kelurahan Kencana.



Kedai Mom's Flo (Bu Rena)



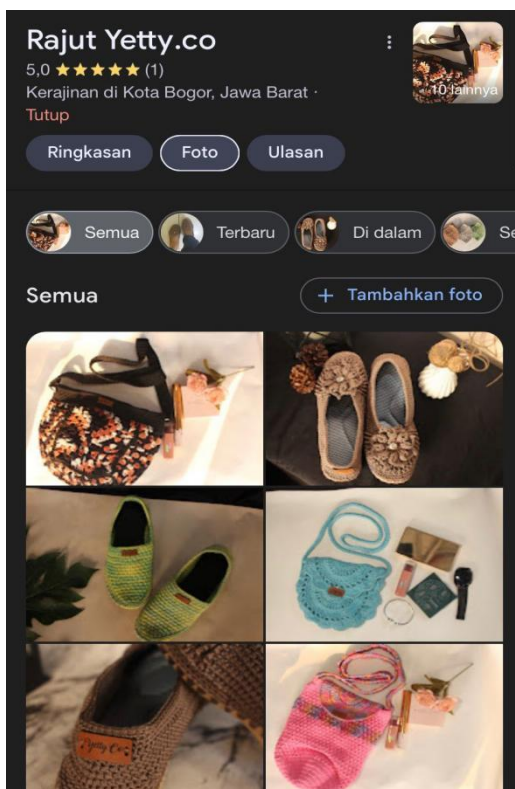
Bakso Tasik Garasi (Bu Cucu)



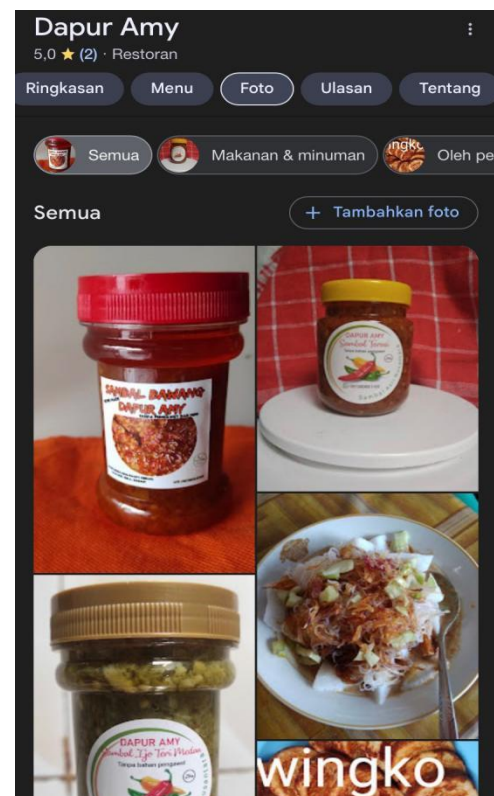
Kosuke dan Lanang (Bu Lina)



Dapur Grandma (Bu Dewi)



Rajut Yetty.co (Bu Yetty)



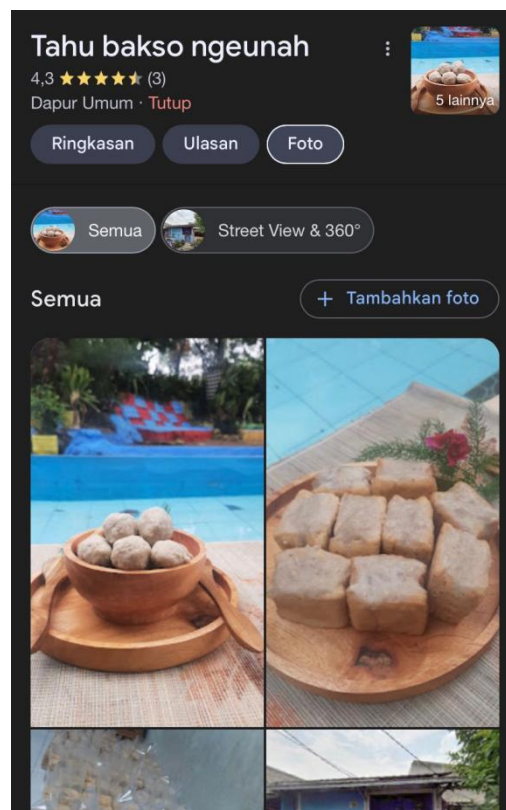
Dapur Amy (Bu Sri Utami)



Yani's Cake (Bu Priani)



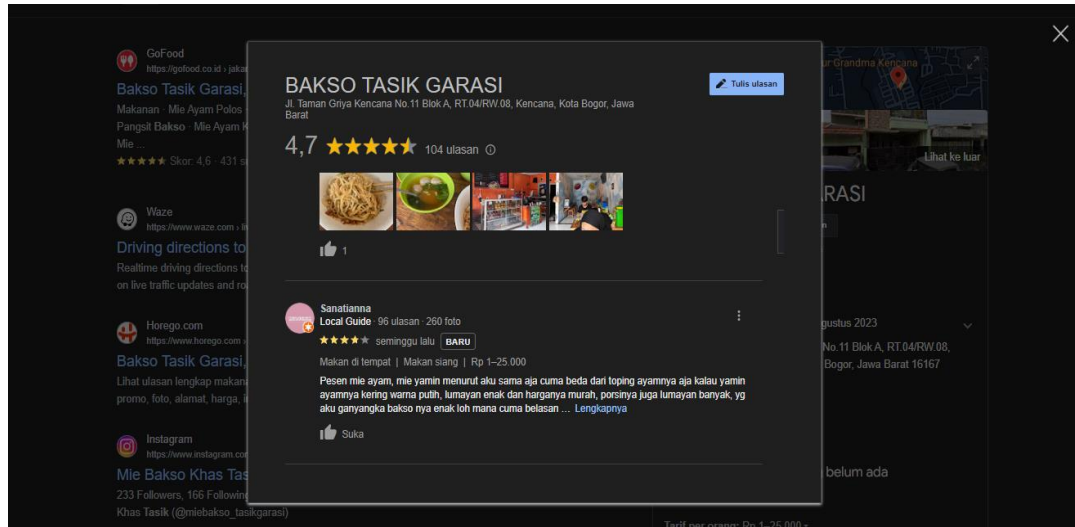
Baba Parfume (Bu Mia)



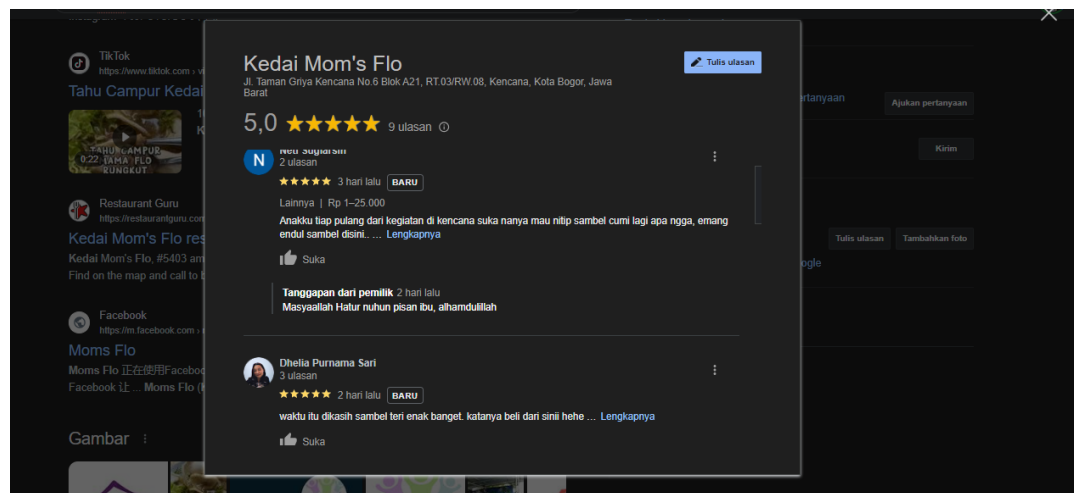
Tahu Bakso Ngeunah (Bu Reni)

Gambar 4.17 Akun *Google Business* yang Sudah Terisi Fitur

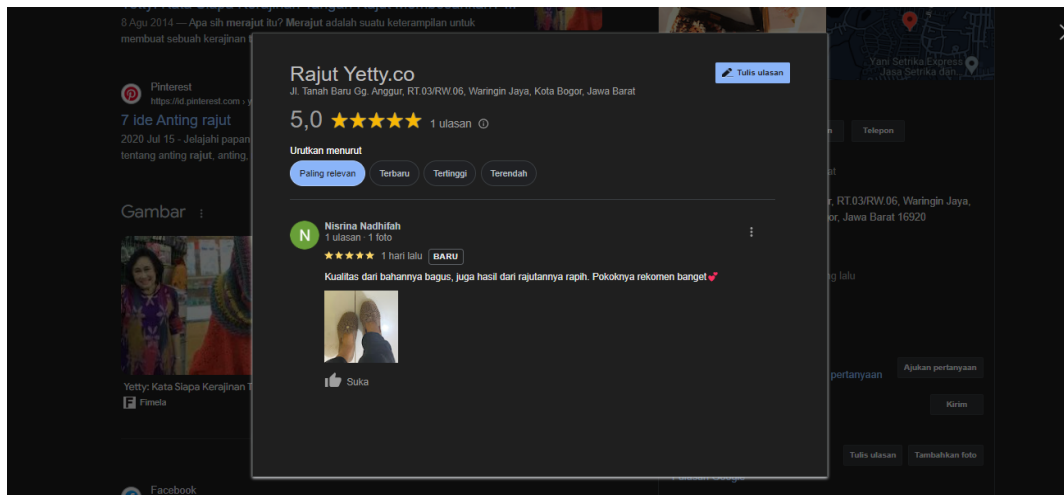
- 3) Adanya penilaian berupa *review* (ulasan positif) atau *rating* bintang pada masing-masing akun *Google Business* yang sudah dibuat pelaku UMKM Kelurahan Kencana.



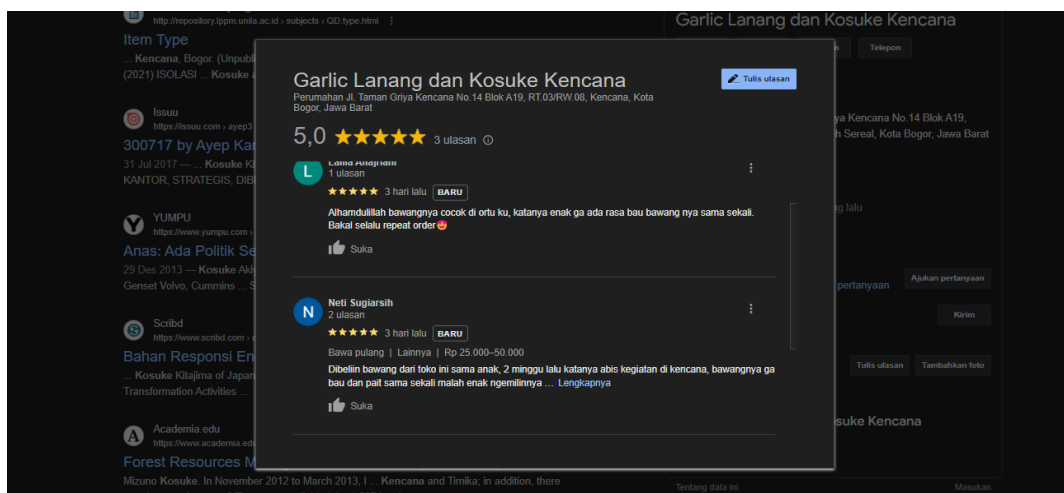
Bakso Tasik Garasi (Bu Cucu)



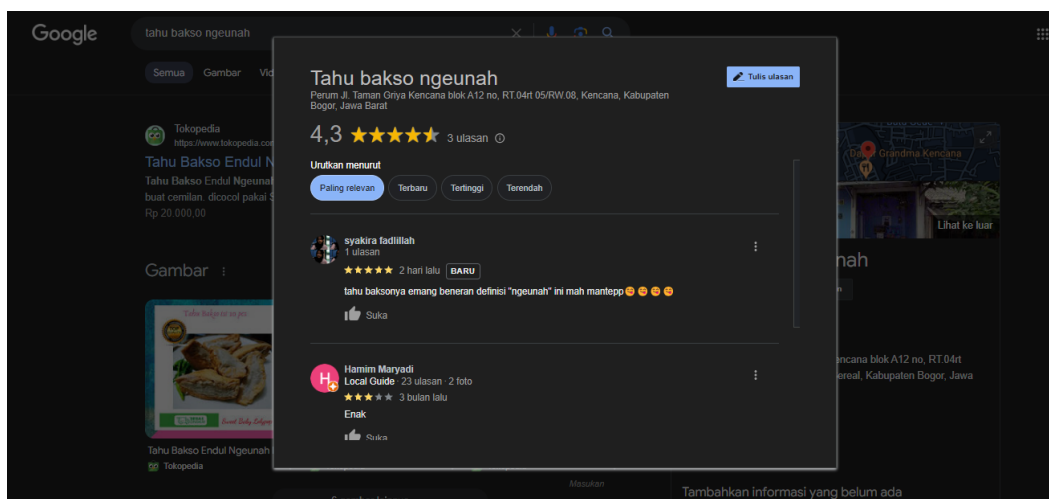
Kedai Mom's Flo (Bu Rena)



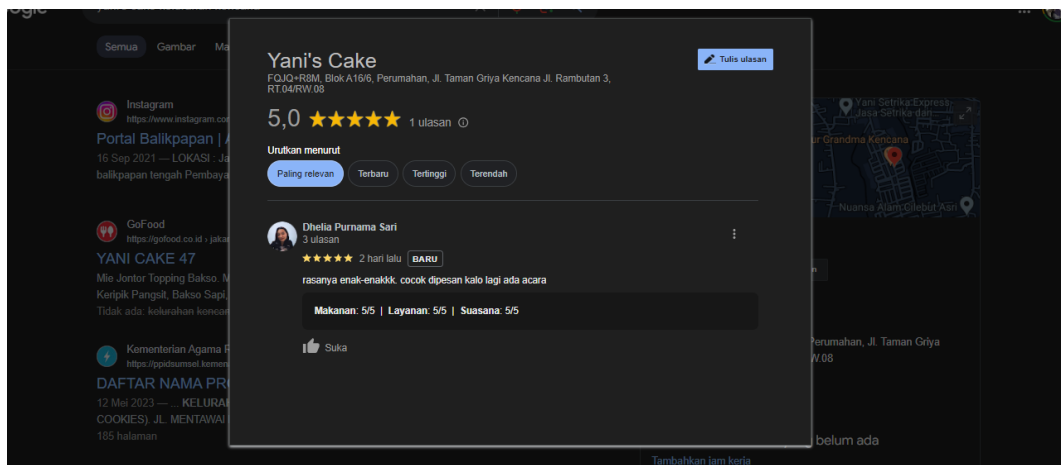
Rajut Yetty.co (Bu Yetty)



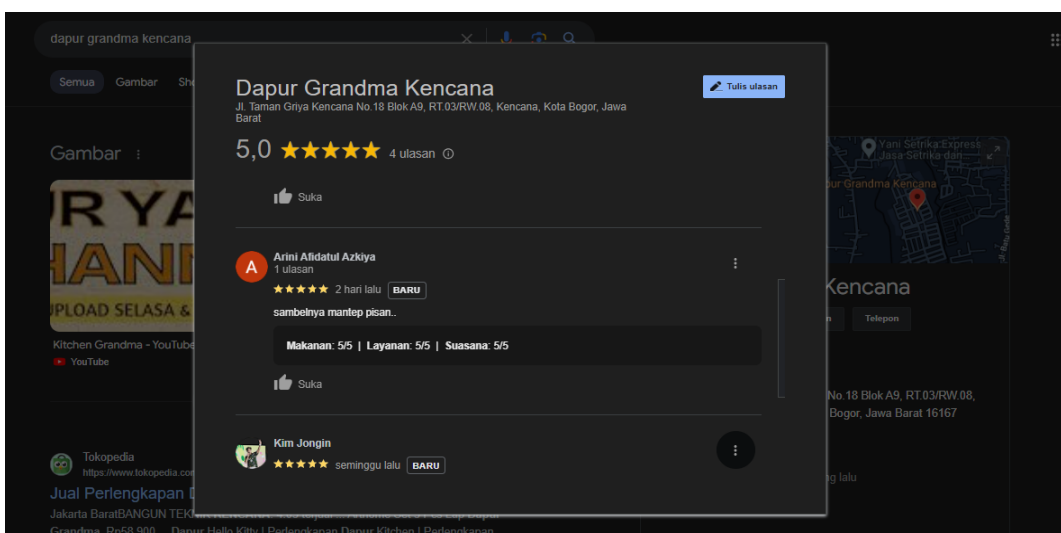
Kosuke dan Lanang (Bu Lina)



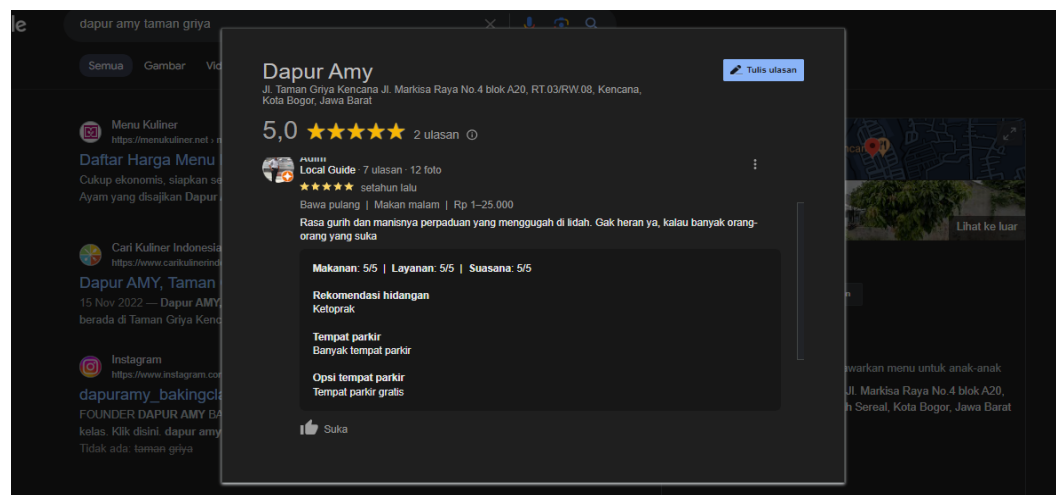
Tahu Bakso Ngeunah (Bu Reni)



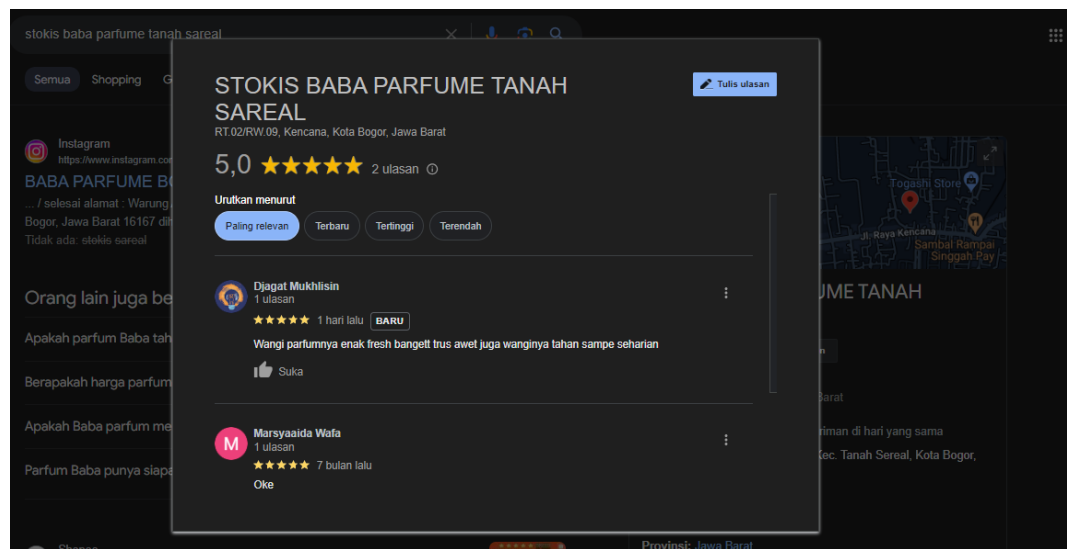
Yani's Cake (Bu Priani)



Dapur Grandma (Bu Dewi)



Dapur Amy (Bu Sri Utami)



Baba Parfume (Bu Mia)

Gambar 4.18 Akun *Google Business* yang Sudah Mendapat *Review*

4.2.2. Hasil Monitoring dan Evaluasi Kegiatan Lapangan

Berikut dibawah ini disajikan informasi penting dengan jelas dan terstruktur terkait hasil monitoring dan evaluasi pelatihan dan pendampingan *Google Business*, terlampir pada tabel 4.2

Tabel 4.2 Hasil Monitoring dan Evaluasi Pelatihan dan Pendampingan
Google Business

Kategori	Detail
Program	Pelatihan dan Pendampingan Peningkatan Kapasitas SDM untuk UMKM melalui Optimalisasi Literasi Digital via <i>Google Business</i>
Lokasi	Kelurahan Kencana, Kota Bogor
Tanggal Pelatihan dan Pendampingan	a. Sesi 1: Minggu, 10 Maret 2024 b. Sesi 2: Minggu, 24 Maret 2024
Jumlah Peserta Setiap Sesi	a. Sesi 1: 10 orang b. Sesi 2: 7 orang
Jumlah Peserta Keseluruhan	17 orang
Fasilitator	Mahasiswa
Tujuan Penelitian	a. Meningkatkan pemahaman dan kemampuan literasi digital UMKM Kelurahan Kencana karena kurangnya dukungan pelatihan. b. Meningkatkan keterampilan pelaku UMKM Kelurahan Kencana dalam mengadopsi teknologi karena kurangnya dukungan pendampingan/bimbingan. c. Meningkatkan reputasi bisnis dan visibilitas <i>online</i> UMKM Kelurahan Kencana karena kurangnya pemanfaatan digitalisasi dalam usaha bisnis mereka.
Materi Pelatihan dan Pendampingan	a. Konsep dasar <i>Google Business</i> b. Manfaat <i>Google Business</i> c. Tutorial <i>Google Business</i> d. Praktik pembuatan serta pendaftaran akun <i>Google Business</i> e. Fitur-fitur <i>Google Business</i>
Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan	a. <i>Transferred knowledge</i> melalui Pelatihan <i>Google Business</i> b. Bimbingan adopsi teknologi melalui Pendampingan <i>Google Business</i> c. <i>Demonstration and practice</i>

Kemajuan Pemahaman	Skor Rata-rata Tes Pengetahuan dan Pemahaman: a. Pretes: 69% b. Postes: 95%
Hasil Pelatihan dan Pendampingan	a. Profil Bisnis Terverifikasi dan Dioptimalkan 9 dari 17 peserta berhasil membuat akun <i>Google Business</i> , peserta mengisi setiap fitur (foto, deskripsi, kategori, dan atribut) pada akun <i>Google Business</i> , dan terdapat penilaian berupa <i>review</i> /ulasan positif atau <i>rating</i> bintang akun <i>Google Business</i> yang sudah dibuat pelaku UMKM Kelurahan Kencana. b. Tindakan Peningkatan Peningkatan nilai pretes terhadap nilai postes, memberikan indikasi positif bahwa program tersebut memberikan manfaat yang signifikan bagi para peserta dalam meningkatkan keterampilan dan kemampuan mereka dalam mengelola bisnis secara <i>online</i> menggunakan <i>Google Business</i> . c. <i>Feedback</i> Peserta Analisis data kuesioner dan evaluasi menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4.39/5 menunjukkan penilaian positif terhadap efektivitas pelatihan dan pendampingan <i>Google Business</i> .
Masalah Terdeteksi	a. Kendala Teknologi: Beberapa UMKM mengalami kesulitan dalam mengakses fitur lanjutan di <i>Google Business</i> b. Keterbatasan Waktu: Peserta menghadapi kendala waktu untuk menerapkan semua teknik yang dipelajari dalam pelatihan
Tindakan yang Diambil	a. Pelatihan Tambahan: Penjadwalan sesi tambahan untuk membahas kendala teknis b. Bantuan Berkelanjutan: Penyediaan dukungan dan pendampingan <i>online</i> juga forum diskusi untuk bantuan berkelanjutan
Rencana Selanjutnya	a. Evaluasi Lanjutan: Monitoring hasil dan perkembangan UMKM b. Umpan Balik: Pengumpulan umpan balik tambahan dari peserta untuk perbaikan program

Catatan Akhir: Program pelatihan dan pendampingan menunjukkan peningkatan signifikan dalam literasi digital dan pemanfaatan *Google Business* oleh UMKM di

Kelurahan Kencana. Diperlukan tindak lanjut untuk mengatasi kendala teknologi dan memastikan keberlanjutan penerapan teknik yang dipelajari.

Berikut dibawah ini penjelasan lebih terkait hasil monitoring dan evaluasi pelatihan dan pendampingan *Google Business*:

1. Evaluasi Program

Monitoring dan evaluasi program pelatihan dan pendampingan *Google Business* telah dilakukan untuk mengidentifikasi secara menyeluruh kekuatan dan kelemahan dalam pelaksanaan program tersebut. Proses ini melibatkan analisis mendalam terhadap berbagai aspek program guna memastikan bahwa tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai dengan optimal, serta untuk merumuskan strategi perbaikan yang dibutuhkan di masa depan.

Beberapa hasil evaluasi yang muncul dari proses monitoring dan evaluasi tersebut dapat disorot sebagai berikut:

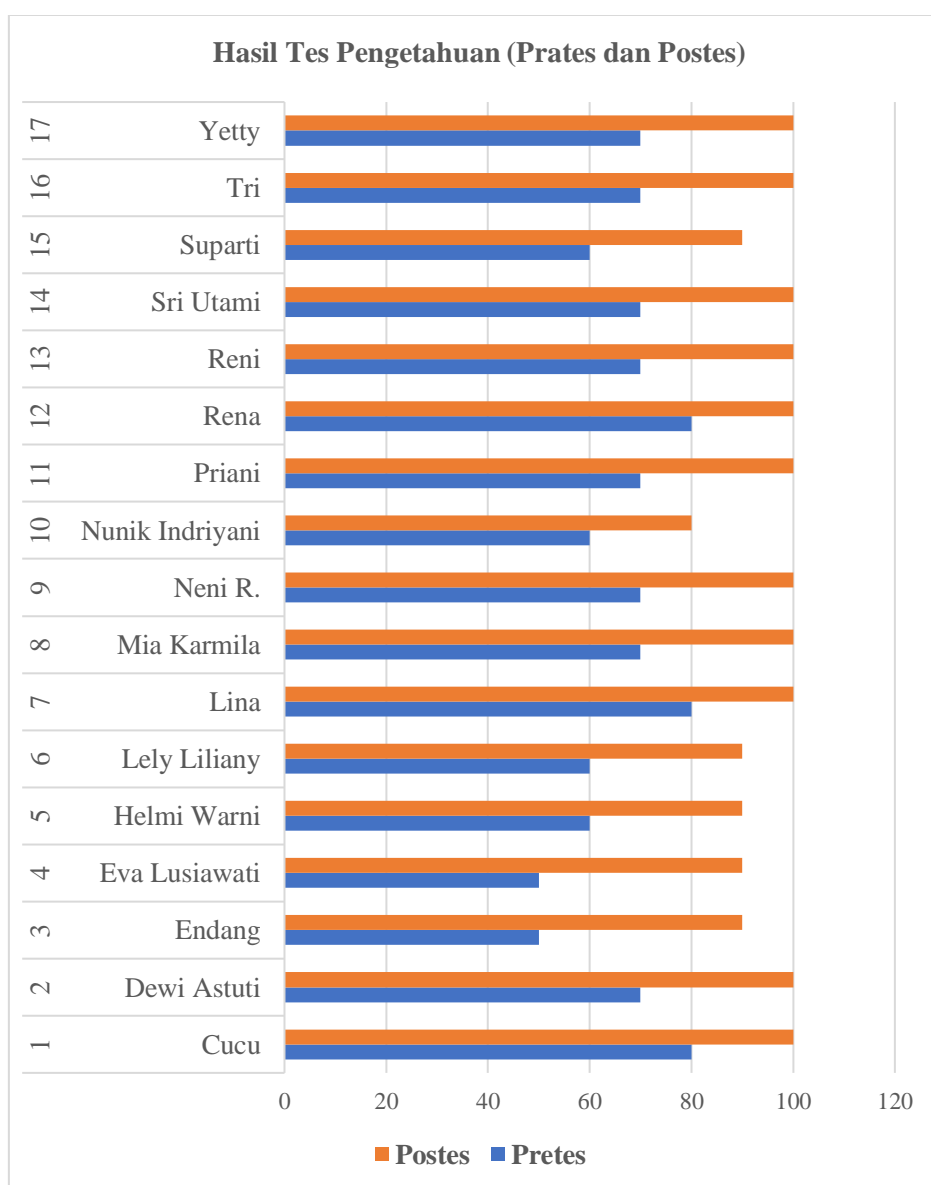
- a. Keberhasilan Pelaksanaan Program: Dengan melakukan evaluasi menyeluruh, dapat disimpulkan bahwa program pelatihan dan pendampingan *Google Business* berhasil dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Tingkat partisipasi yang memuaskan dari peserta menjadi indikator keberhasilan dalam menarik minat serta keterlibatan aktif dari mereka. Selain itu, dukungan yang diberikan oleh mitra lokal juga berperan penting dalam mendukung kelancaran pelaksanaan program.
- b. Identifikasi Area Perbaikan: Meskipun program berhasil dilaksanakan, evaluasi juga mengidentifikasi beberapa area yang perlu diperbaiki demi meningkatkan kualitas dan efektivitas pelatihan di masa mendatang. Salah satu temuan utama adalah terkait dengan penyediaan materi yang lebih terstruktur dan mendalam dalam beberapa topik tertentu. Melalui pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan, diharapkan mereka dapat mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh dengan lebih efektif dalam praktik bisnis mereka. Selain itu, peningkatan interaktivitas dalam sesi pelatihan juga menjadi fokus perbaikan, dengan tujuan untuk meningkatkan keterlibatan peserta dan memaksimalkan proses pembelajaran.

2. Prates dan Postes (Tes Pengetahuan)

Prates dan Postes, yang merupakan tes pengetahuan yang dilakukan sebelum dan setelah pelatihan serta pendampingan *Google Business*, telah dijalankan dan menghasilkan data yang memuaskan. Data tersebut menunjukkan adanya peningkatan nilai pretes terhadap nilai postes, yang mengindikasikan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman dan pengetahuan setelah mengikuti program.

Prates dilakukan sebelum pelaksanaan pelatihan dan pendampingan untuk mengukur pemahaman awal peserta tentang materi yang akan disampaikan. Sementara postes dilakukan setelah selesai program sebagai evaluasi untuk mengetahui sejauh mana peningkatan pemahaman dan pengetahuan peserta setelah mengikuti pelatihan.

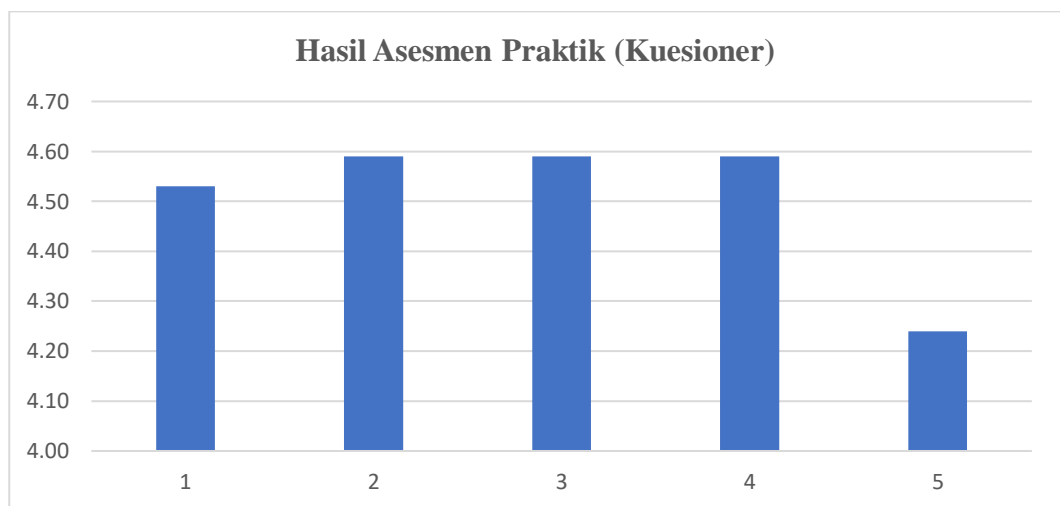
Hasil yang memuaskan dari Prates dan Postes menunjukkan efektivitas dari metode pengajaran yang diterapkan dalam pelatihan dan pendampingan *Google Business*. Selain itu, hal ini juga mencerminkan tingkat keterlibatan dan dedikasi peserta dalam mengikuti program serta upaya para instruktur dalam menyampaikan materi dengan jelas dan efektif. Adanya peningkatan nilai pretes terhadap nilai postes, dapat disimpulkan bahwa program pelatihan dan pendampingan *Google Business* telah berhasil dalam meningkatkan pemahaman dan pengetahuan peserta tentang penggunaan *platform* tersebut untuk keperluan bisnis. Hal ini memberikan indikasi positif bahwa program tersebut memberikan manfaat yang signifikan bagi para peserta dalam meningkatkan keterampilan dan kemampuan mereka dalam mengelola bisnis secara *online* menggunakan *Google Business*. Terlampir hasil nilai Prates dan Postes (Tes Pengetahuan) pelaku UMKM Kelurahan Kencana pada Gambar 4.6.



Gambar 4.19 Hasil Prates dan Postes (Tes Pengetahuan)

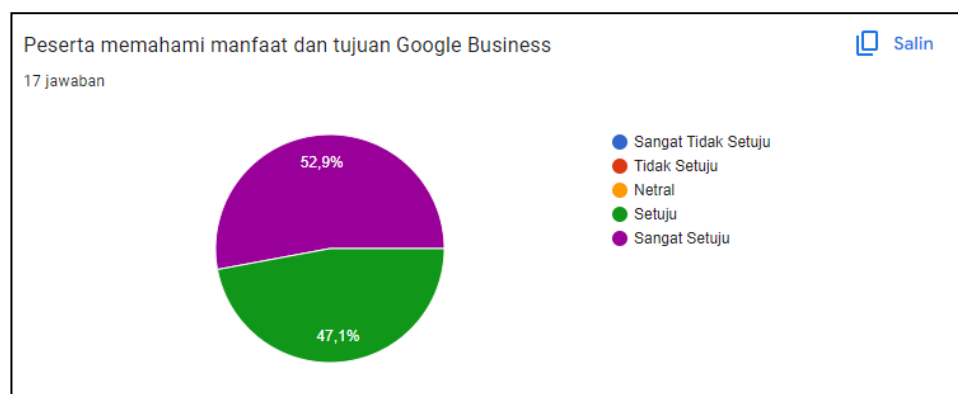
3. Asesmen Praktik (Kuesioner)

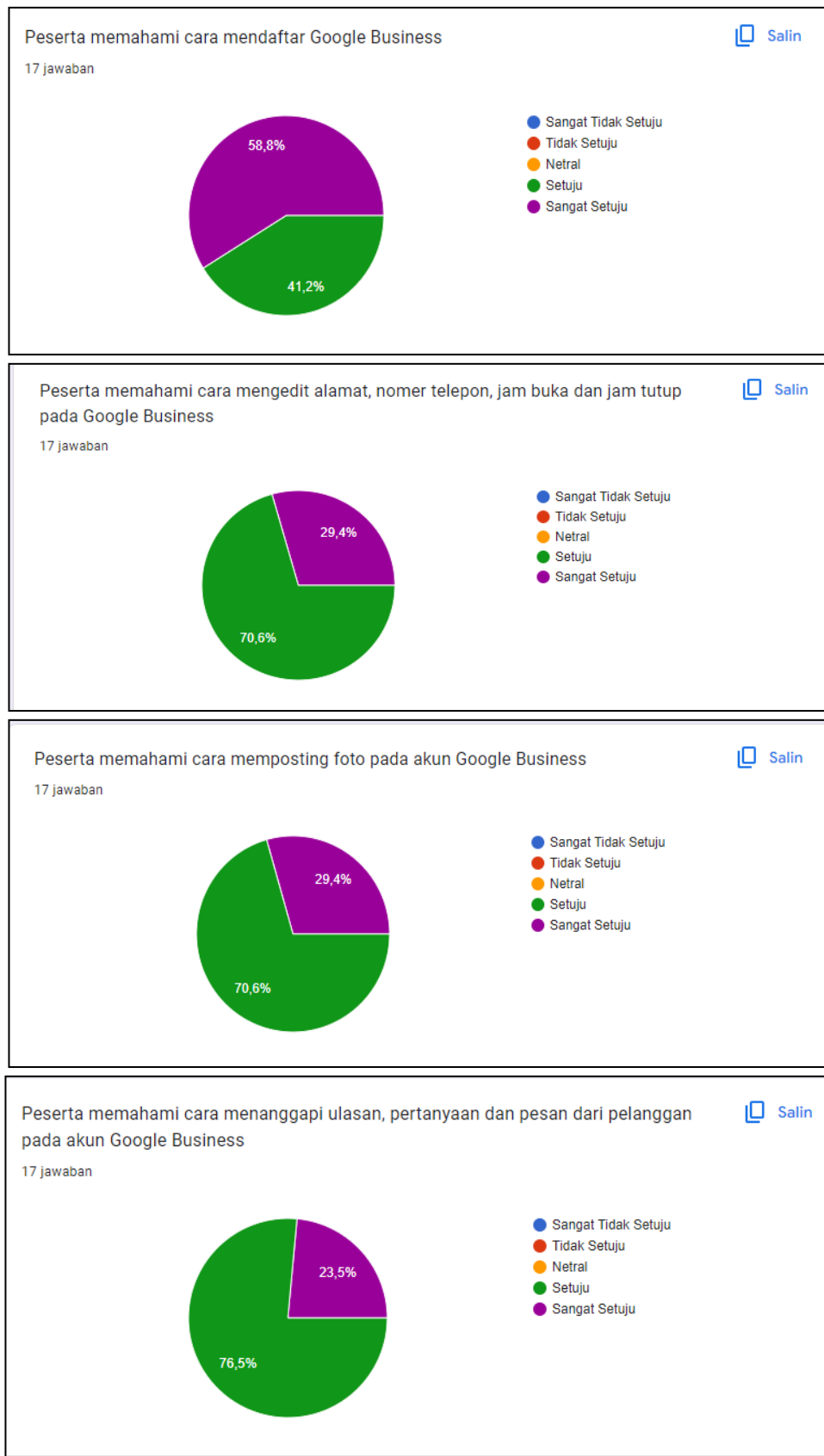
Dari hasil kuesioner yang telah disebar dan diisi oleh para pelaku UMKM di Kelurahan Kencana, ditemukan bahwa nilai rata-rata yang diperoleh adalah 4,39. Nilai ini mengindikasikan bahwa mayoritas pelaku UMKM di Kelurahan Kencana secara positif menerima konsep bahwa pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan *Google Business* dapat secara signifikan meningkatkan kapasitas SDM mereka melalui peningkatan literasi digital. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di Kelurahan Kencana memandang pelatihan dan pendampingan *Google Business* sebagai sarana yang efektif untuk mengoptimalkan potensi dan pengetahuan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kemajuan usaha mereka.



Gambar 4.20 Grafik Hasil Kuesioner

Pada rangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan yang telah dilaksanakan, terdapat lima pertanyaan yang dirancang sebagai asesmen praktik. Pada proses evaluasi tersebut, dilakukan pengumpulan data mengenai respons dan tanggapan dari para peserta. Berikut ini adalah rekapitulasi lengkap mengenai jawaban yang diberikan oleh setiap responden terhadap setiap pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner asesmen tersebut.





Gambar 4.21 Rekapitulasi Jawaban Responden

Berdasarkan data dan informasi yang terkumpul dari kuesioner serta evaluasi yang telah dilakukan, penulis dapat menyimpulkan bahwa pelatihan dan pendampingan *Google Business* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas SDM melalui optimalisasi literasi digital. Hasil dari kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM di Kelurahan Kencana sepakat bahwa pelatihan tersebut memberikan manfaat nyata dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya dalam konteks penggunaan *Google Business*.

Adanya pelatihan dan pendampingan ini, pelaku UMKM mampu meningkatkan kemampuan mereka dalam memanfaatkan *platform online* untuk mempromosikan dan mengembangkan bisnis mereka. Hal ini menciptakan kesempatan baru bagi mereka untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan daya saing usaha mereka dalam era digital yang terus berkembang.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pelatihan *Google Business* memberikan kontribusi yang berarti dalam memperkuat kapasitas SDM pelaku UMKM di Kelurahan Kencana melalui peningkatan literasi digital, yang pada gilirannya diharapkan dapat mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di wilayah tersebut.

4. Implikasi

Hasil dari penyelenggaraan pelatihan dan pendampingan literasi digital *Google Business* memiliki implikasi yang penting dalam konteks pengembangan UMKM di Kelurahan Kencana, serta memberikan kontribusi positif dalam upaya pemberdayaan ekonomi lokal secara keseluruhan. Implikasi tersebut meliputi:

a. Peningkatan Kompetensi

Setelah mengikuti program pelatihan dan pendampingan, peserta telah menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam aspek kompetensi mereka, khususnya dalam literasi digital dan pemanfaatan teknologi informasi untuk pengembangan bisnis. Pengetahuan dan keterampilan yang mereka peroleh selama program telah memperluas cakupan pemahaman mereka tentang berbagai alat dan strategi digital yang dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing bisnis mereka.

Dalam literasi digital, peserta tidak hanya memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep dasar teknologi informasi, tetapi juga mempelajari keterampilan praktis dalam menggunakan berbagai *platform* dan aplikasi digital, termasuk *Google Business*. Mereka belajar bagaimana memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia dalam *platform* ini untuk meningkatkan visibilitas *online*, menjangkau pasar yang lebih luas, serta memperkuat *branding* dan identitas bisnis mereka.

Selain itu, peserta juga mengembangkan kemampuan dalam menganalisis tren dan data pasar yang relevan dengan bisnis mereka, sehingga dapat membuat keputusan yang lebih tepat dan efektif dalam strategi pemasaran dan pengembangan produk.

Mereka belajar bagaimana menggunakan alat analisis digital untuk memahami perilaku konsumen, mengidentifikasi peluang baru, dan mengukur kinerja bisnis secara lebih akurat.

Peningkatan kompetensi ini tidak hanya terbatas pada pemahaman teoritis, tetapi juga mencakup pengalaman praktis dalam menerapkan pengetahuan yang mereka peroleh dalam konteks bisnis nyata. Peserta diberi kesempatan untuk menguji dan mengimplementasikan strategi digital yang mereka pelajari selama program, baik melalui simulasi maupun studi kasus, sehingga dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan terampil dalam menerapkan konsep-konsep tersebut dalam praktik sehari-hari mereka.

b. Jaringan Kerja

Melalui program pelatihan dan pendampingan, telah terbentuk jaringan kerja yang kuat dan kolaborasi yang erat antara para pelaku UMKM serta mitra lokal. Hal ini telah menciptakan lingkungan yang mendukung untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan pertukaran pengetahuan yang berharga di masa mendatang. Jaringan kerja yang terbentuk melalui program ini melibatkan interaksi aktif antara peserta, fasilitator, serta berbagai pemangku kepentingan lokal lainnya, seperti perwakilan dari pemerintah setempat, lembaga pendidikan, dan organisasi bisnis. Kolaborasi antara mereka tidak hanya terjadi selama sesi pelatihan, tetapi juga berlanjut dalam bentuk diskusi, pertemuan, dan kegiatan bersama setelah program selesai.

Melalui jaringan kerja ini, para peserta dapat saling berbagi pengalaman, pengetahuan, dan sumber daya, serta mendukung satu sama lain dalam mengatasi tantangan dan mengejar peluang bisnis. Mereka dapat saling memberikan inspirasi dan dukungan moral, berbagi tips dan trik praktis, serta menjalin kemitraan dan kerjasama bisnis yang saling menguntungkan. Kolaborasi dengan mitra lokal juga memberikan manfaat yang signifikan bagi pertumbuhan bisnis peserta. Guna memanfaatkan jaringan dan sumber daya lokal, peserta dapat lebih mudah mengakses pasar lokal dan menjangkau pelanggan potensial yang lebih luas. Mereka juga dapat memperoleh akses ke peluang kerjasama dengan berbagai pihak, seperti pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan komunitas bisnis lokal lainnya. Selain itu, kolaborasi dengan mitra lokal juga membuka pintu bagi pertukaran pengetahuan dan best practice antara UMKM dengan berbagai sektor dan industri. Melalui berbagi pengalaman dan pembelajaran bersama, para pelaku bisnis dapat memperluas wawasan mereka, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta mengidentifikasi peluang baru untuk inovasi dan pertumbuhan.

c. Keberlanjutan Program

Hasil dan capaian yang telah dicapai melalui program pelatihan dan pendampingan literasi digital *Google Business* memberikan landasan yang kokoh dan berkelanjutan untuk pengembangan program yang lebih luas, terstruktur, dan terukur

di masa depan. Melihat pencapaian yang telah berhasil dan evaluasi menyeluruh terhadap pelaksanaan program saat ini, terbuka peluang untuk merumuskan strategi yang lebih matang dan menyeluruh guna meningkatkan dampak positif program di masa mendatang. Melalui pemahaman yang mendalam terhadap keberhasilan dan tantangan yang dihadapi selama pelaksanaan program, dapat dirancang rencana pengembangan yang lebih terperinci dan terarah. Ini melibatkan pengidentifikasian area-area yang memerlukan peningkatan, penyesuaian metode dan materi pelatihan, serta pengembangan strategi evaluasi yang lebih efektif untuk mengukur pencapaian dan dampak program secara lebih akurat. Selain itu, hasil dan capaian program juga menjadi titik awal untuk membangun kemitraan yang lebih kokoh dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, lembaga pendidikan, organisasi non-profit, dan sektor swasta. Kolaborasi lintas sektor ini akan memperluas jangkauan program, meningkatkan aksesibilitas bagi peserta potensial, dan memperkaya konten serta sumber daya yang tersedia dalam program.

Adanya landasan yang kuat ini, program pelatihan dan pendampingan literasi digital *Google Business* dapat diperluas untuk mencakup lebih banyak peserta, termasuk mereka yang berada di wilayah-wilayah terpencil atau rentan. Selain itu, program juga dapat dikembangkan untuk menyelenggarakan sesi-sesi pelatihan yang lebih spesifik dan mendalam sesuai dengan kebutuhan dan tingkat kemahiran peserta, mulai dari tingkat dasar hingga tingkat lanjutan. Pengembangan program yang lebih berkelanjutan dan terukur juga melibatkan perencanaan yang matang terkait dengan SDM, keuangan, dan infrastruktur yang dibutuhkan. Guna mengidentifikasi dan memobilisasi sumber daya yang tepat, program dapat dijalankan dengan lebih efisien dan efektif, serta dapat memberikan dampak yang lebih besar dalam mendukung pertumbuhan dan pemberdayaan UMKM di era digital yang terus berkembang.

Demikianlah hasil dan capaian yang telah dicapai melalui penyelenggaraan program pelatihan dan pendampingan literasi digital *Google Business* yang dilakukan di Kelurahan Kencana. Evaluasi yang teliti dan mendalam, serta pengambilan pelajaran yang diperoleh dari pengalaman ini, diharapkan tidak hanya menjadi sekadar catatan, tetapi juga menjadi landasan yang kuat untuk memberikan kontribusi yang berarti dalam upaya meningkatkan kapasitas SDM dan daya saing UMKM di era digital yang terus berkembang ini.

Pengambilan pelajaran dari pengalaman ini menjadi kunci dalam meningkatkan kualitas dan efektivitas program pelatihan dan pendampingan di masa depan. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan analisis mendalam terhadap evaluasi yang telah dilakukan, mengidentifikasi pola-pola yang muncul, serta merumuskan strategi perbaikan yang konkret dan terukur, sehingga program pelatihan dan pendampingan literasi digital *Google Business* dapat terus berkembang dan memberikan dampak yang positif bagi peningkatan kapasitas SDM pelaku UMKM Kelurahan Kencana dan pengembangan UMKM serta pemberdayaan masyarakat lokal secara keseluruhan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Google Business, dengan segala kecanggihan fitur yang dimilikinya, menghadirkan kekuatan penetrasi media yang luar biasa untuk meningkatkan visibilitas *online* dan reputasi bisnis secara efektif. Ini sangat relevan dengan keadaan di Kelurahan Kencana, di mana mayoritas pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan dalam literasi digital. Potensi dan kualitas SDM menjadi faktor penting yang mempengaruhi kesuksesan bisnis. Literasi digital bukan hanya sekadar kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga pemahaman akan tren dan perkembangan terkini di dunia digital, serta kemampuan untuk memanfaatkannya secara produktif dalam konteks bisnis. Untuk meningkatkan efektivitas program pelatihan literasi digital pada penggunaan *Google Business* bagi UMKM di Kelurahan Kencana, diperlukan pengembangan konten pelatihan yang lebih mendalam dengan tutorial dan studi kasus lokal, mengintegrasikan pelatihan literasi digital dengan strategi pemasaran digital umum, pembinaan berkelanjutan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan UMKM. Selain itu, menggandeng pihak eksternal seperti digital marketer atau ahli industri lokal dapat memberikan wawasan tambahan dan dukungan dalam implementasi strategi pemasaran digital.

Pencapaian yang telah terlaksana melalui program pelatihan dan pendampingan literasi digital dengan *Google Business* menghasilkan dampak yang sangat penting bagi para pelaku UMKM di Kelurahan Kencana. Melalui proses ini, selain berhasil membentuk akun *Google Business*, mereka juga menerima penilaian positif dari pelanggan dalam bentuk *rating* bintang dan ulasan. Akun *Google Business* yang terbentuk memberikan *platform* yang lebih terstruktur dan terukur bagi para pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk dan layanan mereka kepada pelanggan potensial. Penilaian positif dalam bentuk *rating* bintang dan ulasan mengkonfirmasi kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya membantu meningkatkan kepercayaan dan reputasi bisnis secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil yang terkumpul dari analisis data kuesioner dan evaluasi, yang menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4.39 dari total skor 5, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelaku UMKM di Kelurahan Kencana memberikan penilaian positif terhadap efektivitas pelatihan *Google Business*. Mereka secara kolektif menyatakan bahwa pelatihan tersebut memberikan manfaat yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital, terutama dalam konteks penggunaan *Google Business*. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa pelatihan tersebut berhasil tidak hanya meningkatkan literasi digital para pelaku UMKM, tetapi juga memperkuat fondasi kemampuan SDM mereka, yang menjadi kunci bagi pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan adaptasi yang sukses di era digital yang terus berubah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh, ada beberapa saran yang bisa dipertimbangkan untuk lebih meningkatkan efektivitas dan dampak dari program pelatihan literasi digital dengan fokus pada penggunaan *Google Business* bagi pelaku UMKM di Kelurahan Kencana:

1. Pengembangan Konten Pelatihan yang Lebih Mendalam: Perlu dipertimbangkan untuk mengembangkan konten pelatihan yang lebih mendalam, termasuk tutorial, panduan langkah-demi-langkah, dan studi kasus yang relevan dengan bisnis lokal. Konten yang lebih spesifik dan terperinci akan membantu pelaku UMKM memahami secara lebih baik bagaimana mereka dapat mengoptimalkan penggunaan *Google Business* untuk keuntungan bisnis mereka.
2. Pendekatan yang Terpadu: Selain pelatihan literasi digital, mungkin ada manfaat dalam mengintegrasikan pendekatan yang lebih terpadu dengan pemahaman tentang strategi pemasaran digital secara umum. Ini dapat mencakup topik seperti manajemen media sosial, SEO (Search Engine Optimization), dan analisis data untuk membantu pelaku UMKM memahami konteks yang lebih luas dari penggunaan *Google Business* dalam strategi pemasaran *online* mereka.
3. Pembinaan Berkelanjutan: Program pelatihan tidak boleh berhenti setelah satu kali sesi. Perlu adanya upaya pembinaan berkelanjutan, baik dalam bentuk sesi pelatihan lanjutan, konsultasi individu, atau sumber daya *online* yang terus diperbarui. Melalui pembinaan yang berkelanjutan, pelaku UMKM akan memiliki kesempatan untuk terus memperdalam pengetahuan dan keterampilan mereka seiring dengan perubahan dalam teknologi dan tren bisnis.
4. Kolaborasi dengan Pihak Eksternal: Menggandeng pihak eksternal seperti digital marketer profesional atau ahli industri lokal dapat memberikan wawasan tambahan dan perspektif yang berharga kepada pelaku UMKM. Kolaborasi semacam ini juga dapat membuka peluang untuk pertukaran pengetahuan dan pengalaman antara pelaku UMKM dan para ahli, yang dapat memberikan dukungan tambahan dalam mengembangkan dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A., Susanto, R., Purwati, T., Hadiwiyanti, R., Sugiyanto, H., Widayanti, I. A., Reza, M., & Fadilah, I. (2023). Penerapan Google Bisnisku pada Usaha Budidaya Cacing ANC. *Krepa: Kreativitas Pada Abdimas*, 1(8), 41–46.
- Agustiena Merdekawati, Andrie Kurniawan, Henny Leidiyana, Al Ghazali, & Waryono. (2021). Pelatihan Google Bisnisku untuk Meningkatkan Pemasaran pada Karang Taruna Tunas Mandiri Desa Sukaharja. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 66–70
- Akhmad Musyadat Cholil. 2020. *150 Brand Awareness Ideas*. Penerbit QUADRANT.
- Akhmad, K. A., Purnomo, S. (2021). Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Surakarta. *Sebatik*, 25(1), 234–240.
- Amruddin. 2024. *Manajemen Strategis dalam Era Digital*. Penerbit Widina Media Utama.
- Andria F, Hartini S, Nursanti S (2021). Semi-Modern Market Competitiveness Strategy In The Era of Digital Disruption. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Monterrey, Mexico*, p3768.
- Ardiansyah, D., Tosida, ET, & Waluyo, AD (2020). Optimalisasi Penguatan Sistem Informasi Akuntansi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis Pariwisata. *Jurnal Internasional Penelitian Ilmiah dan Teknologi*.
- Arianto, B. 2020. Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 6 No. 2. 233-247.
- Arjuna, S., Zarkasih, A., Lam'ah Nasution, S., Siregar, M. R., & Munthe, R. S. (2022). Strategi Pemasaran Produk di Era Digital pada UMKM. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 159–164.
- Budiman, J., & Kunci, K. (2021). Peran UMKM dalam penyerapan Tenaga Kerja di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Integra*, 11(2), 91–98.
- Choirina, P., Tjiptady, B. C., Fadliana, A. F., Rohman, M., Wahyudi, F., & Darajat, Pangestuti P. (2022). Peningkatan Marketing UMKM dengan Pelatihan Desain Grafis Untuk Karang Taruna Desa Plandi, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(1), 8–16.
- Daniel Adi Setya Rahardjo. 2022. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik.
- Darmadi D, Suryani NL, Sari R, Guruh M, Faisal F. Pelatihan Dasar Manajemen pada Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Cicalengka Kabupaten Tangerang. *Dedikasi PKM 2021*; 3(1): 96–100.
- Deasy Purwaningtyas, Muhammad Nasihin, & Nanda Diaz Arizona. 2020. *Konsep Dasar E-Business di Era Digital*. Penerbit Graha Ilmu.

- Debbie Nathalia. 2015. *Ultimate Selling*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Edy, T. I., Yanti, L. D., Aprilyanti, R., & Janamarta, S. (2021). Analysis of the Compliance Level of Micro, Small and Medium Enterprises Taxpayers After the Implementation of Government Regulation Number 23 of 2018. *ECo-Buss*, 3(3), 103–109.
- Fadhillah, P., & Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM: Melihat Peluang Bisnis UMKM di Era Digital di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 291–298.
- Gideon S. Budiwitjaksono (2022). Pemberdayaan Masyarakat dalam Mengembangkan UMKM Melalui Digitalisasi di Kelurahan Benowo Kecamatan Pakal Kota Surabaya. *Literasi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, Volume 2, Nomor 2, hal. 615-624.
- Halim, A (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(20), 2716-2443.
- Handayani, Amelia Dwi. 2023. Digitalisasi UMKM: Peningkatan Kapasitas Melalui Program Literasi Digital. *Jurnal Signal*. Vol. 11 No. 1. 1-140.
- Ismah, et al. 2020. Pengembangan UMKM Melalui Literasi Digital pada Era 4.0 Untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha. *Journal of Community Services*. Vol. 1 No. 4. 174-181
- Ismail Solihin. 2014. *Pengantar Bisnis*. Penerbit Erlangga.
- Kasmir. 2021. *Kewirausahaan*. Penerbit Rajawali Pers.
- Kurniawan, F. D., & Fauziah, L. (2014). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Penanggulangan Kemiskinan. *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik*, 2(2), 165–176.
- Kushwaha, B. P., Singh, R. K., Varghese, N., & Singh, V. N. (2020). Integrating Social Media and Digital Media As New Elements of Integrated Marketing Communication for Creating. *Journal of Content, Community and Communication*, 10(6), 52–64.
- Made Dharmawati & D. Hajjah. 2019. *Kewirausahaan*. Penerbit PT RajaGrafindo Persada.
- Masita, Tri. et al. 2023. Pemanfaatan Media Daring bagi UMKM Desa Padaherang di Era 4.0. *WIKUACITYA; Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 2 No. 1. 109-115.
- Muzakki, M. Ihsan. et al. 2022. Pentingnya Edukasi Literasi Bagi Pelaku Usaha Mikro. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian*. Vol. 1 No. 1. 1-8.
- Permana, S. H (2017). Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Aspirasi: Jurnal Masalah Sosial*, 8 (1), 93-103.

- Prihanisetyo, A et al., (2019). Era Disruption Sebuah Tantangan atau Bencana Sebuah Telaah Literature. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Pulungan, S. A., Toiyibah, M., & Ningtias, N. A. (2024). Pelatihan Literasi Digital dalam Pengelolaan Produk UMKM Desa Klumpang Kampung. *Community Development Journal*, 5(1), 2365–2370.
- Putra, A. H. (2016). Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Artikel Jurnal Analisa Sosiologi Oktober*, 2016(2), 40–52.
- Rachmawati, M. (2020). Kontribusi sektor UMKM pada Upaya Pengentasan Kemiskinan di Indonesia. *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial, & Humaniora*, 1(7), 1–13.
- Rahdiana, N., & Sukarman. (2021). Analisis SWOT SWOT sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM Keripik Pisang di Kabupaten Karawang. *Buana Ilmu*, 6(1), 162–170.
- Ricky W. Griffin & Michael W. Pustay. 2015. *Bisnis Internasional*. Penerbit Salemba Empat.
- Riyadi, S., Susilo, D., Sufa, S., Dwi Putranto, T. (2019). Digital Marketing Strategies to Boost Tourism Economy; A Case Study Of Atalnatis Land Surabaya.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Riset Ekonomi Pembangunan*, 4(1), 137–146.
- Sianturi, R. D. (2020). Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 45–50.
- Sudrartono, T., Nugroho, H., Gusti Ayu Ari Agustini, I., Yudawisastra, H. G., Ul Maknunah, lu, Amaria, H., Lidang Witi, F., Sudirman, A., & Eka Putri Eka Purnama Sari, D. (2022). Kewirausahaan UMKM di Era Digital.
- Sulistyowati, F., & Agustina, F. K. (2021). Literasi Digital dalam Meningkatkan Kemampuan Wirausaha *Online* pada Ibu-Ibu KKPA (Komite Kesejahteraan dan Perlindungan Anak) Dusun Jodog Desa Gilangharjo Pandak Kabupaten Bantul. *SHARE: Journal of Service Learning*, 7(2), 67–72.
- Suryana & Yoga Perdana. 2020. *Bisnis Digital: Cara Mudah Bisnis di Era Industri 4.0*. Penerbit Salemba Empat.
- Tasyim, D. A., Kawung, G. M., & Siwu, H. F. (2021). Pengaruh Jumlah Unit Usaha UMKM dan PDRB terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA*, 9(3), 391–400.
- Yuliani, N., & Novita, D. (2022). Pemanfaatan Google Bisnisku sebagai Upaya Meningkatkan Rangking Bisnis Lokal (Studi Kasus: UMKM Gresik, Jawa Timur). *Jurnal IKRAITH-ABDIMAS*, 1(5), 146–157.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Amalia Salwa Salsabila
Alamat : Kp. Rawabelut, RT. 01/03, Desa Cibadak, Kecamatan
Sukaresmi, Kabupaten Cianjur
Tempat dan tanggal lahir : Cianjur, 1 Maret 2002
Agama : Islam
Pendidikan
SD : SDN 1 Cipanas
SMP : SMPN 1 Cipanas
SMA : SMAN 1 Sukaresmi
Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

Bogor, Juni 2024

Penulis,

Amalia Salwa Salsabila

LAMPIRAN

Lampiran 1. Prates dan Postes (Tes Pengetahuan)

Standar Kompetensi: Peserta dapat menjelaskan tujuan, manfaat, dan fitur *Google Business*.

Pilih dengan tanda silang jawaban yang tepat!

1. Layanan *Google* yang dapat dimanfaatkan untuk pebisnis adalah....
 - a. *Google Scholar*
 - b. *Google Business*
 - c. *Google Drive*
 - d. *Google Form*

2. Berikut ini adalah tujuan dari layanan *Google Business*.
 - a. Memudahkan konsumen menemukan informasi bisnis pengguna
 - b. Memudahkan konsumen bertransaksi dengan penjual
 - c. Memudahkan penjualan barang secara langsung
 - d. Memudahkan konsumen mengajukan komplain

3. Berikut ini adalah manfaat layanan *Google Business*, **kecuali**....
 - a. Mengelola informasi
 - b. Berinteraksi dengan pelanggan
 - c. Memperluas keberadaan
 - d. Meningkatkan pendapatan

4. Salah satu manfaat dari layanan *Google Business* adalah **pengelolaan informasi**. Berikut ini adalah manfaat konkret dari pengelolaan informasi di *Google Bisnisku*.
 - a. Konsumen dapat bertransaksi di *Google Business*
 - b. Konsumen dapat mengajukan pengembalian barang dengan mudah
 - c. Konsumen dapat menemukan lokasi bisnis hingga jam operasional
 - d. Konsumen dapat penawaran harga terbaik

5. Salah satu manfaat dari layanan *Google Business* adalah **interaksi dengan para pelanggan**. Berikut ini adalah manfaat konkret dari **kemudahan interaksi dari para pelanggan**.
 - a. Pengguna/pebisnis dapat menanggapi ulasan konsumen.
 - b. Pengguna/pebisnis dapat menggunakan fitur obrolan (*chat*) untuk berinteraksi dengan kosumen.
 - c. Pengguna/pebisnis dapat melakukan promosi kepada konsumen.
 - d. Pengguna/pebisnis dapat melakukan tawar-menawar dengan konsumen.

6. Salah satu manfaat dari layanan *Google Business* adalah **memperluas keberadaan bisnis**. Berikut ini adalah manfaat konkret dari **memperluas keberadaan bisnis**.
 - a. Pengguna/pebisnis dapat membuka cabang dengan mudah.
 - b. Pengguna/pebisnis dapat mempromosikan bisnis secara luas.
 - c. Pengguna/pebisnis dapat menganalisis cara pelanggan dalam menelusuri usaha dan domisili konsumen hingga jumlah interaksi.
 - d. Pengguna/pebisnis dapat dengan mudah terkenal.

7. Berikut ini adalah fitur yang terdapat di layanan *Google Business*, **kecuali...**
 - a. Tanya jawab
 - b. *Chat*
 - c. Ulasan
 - d. *Post*

8. Fungsi fitur **deskripsi dan kategori** adalah...
 - a. Membantu konsumen memahami bidang bisnis pengguna
 - b. Membantu konsumen memahami detail produk
 - c. Membantu konsumen mengajukan penawaran
 - d. Membantu konsumen menemukan barang

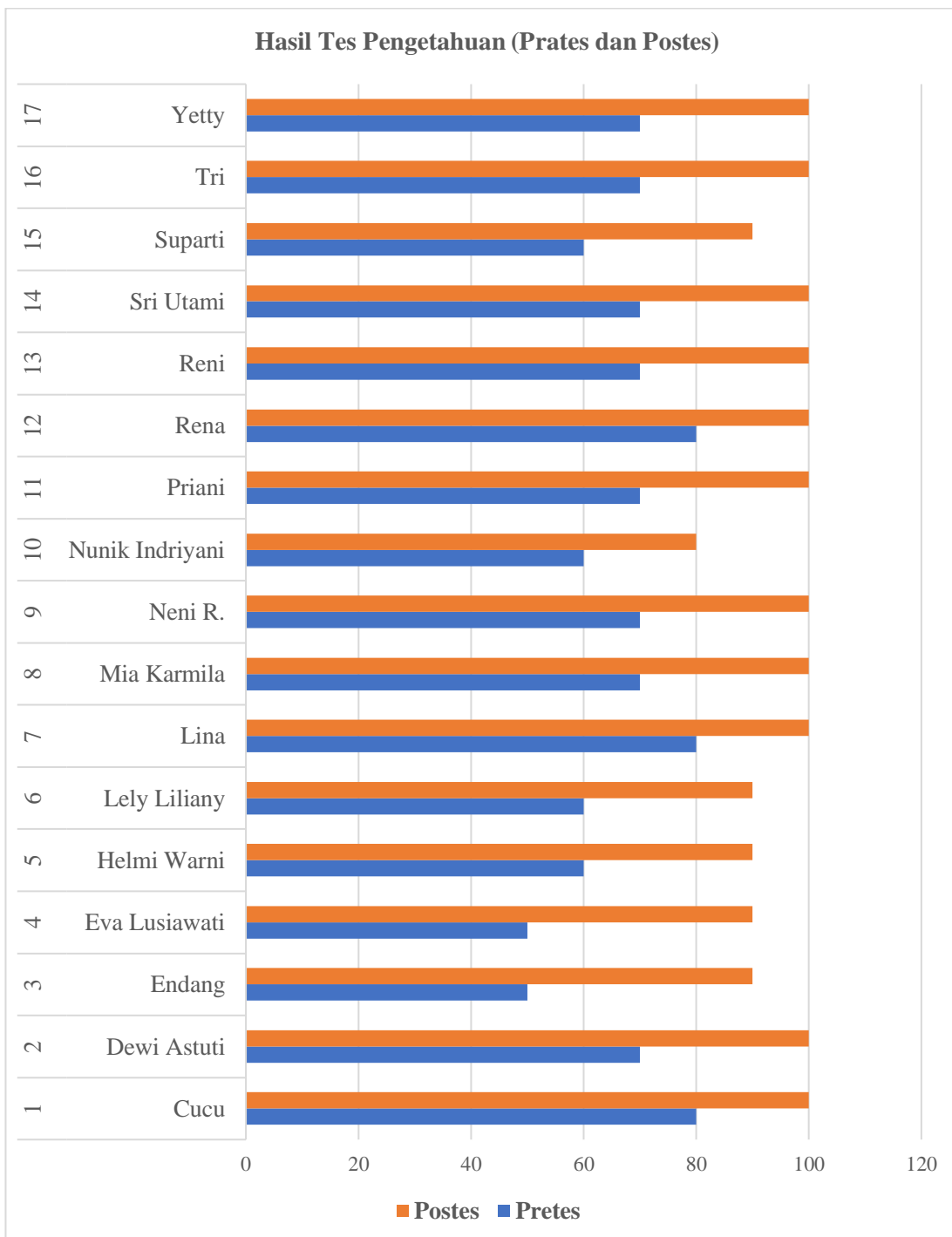
9. Fungsi fitur **atribut** adalah...
 - a. Membantu konsumen mengetahui informasi jam operasional, situs web, dan nomor kontak
 - b. Membantu konsumen mengetahui harga barang
 - c. Membantu konsumen mengetahui stok barang
 - d. Membantu konsumen menemukan barang

10. Fungsi fitur **ulasan** adalah...
 - a. Memungkinkan pelanggan menerima retur barang
 - b. Memungkinkan pengguna/pebisnis mengulas barang
 - c. Memungkinkan pengguna/pebisnis memberi keterangan produk
 - d. Memungkinkan pelanggan memberikan penilaian terhadap bisnis pengguna

Lampiran 2. Hasil Prates dan Postes (Tes Pengetahuan)**Data Nilai Prates dan Postes (Tes Pengetahuan)
Pelaku UMKM Kelurahan Kencana**

No.	Nama	Nilai	
		Prates	Postes
1	Cucu	80	100
2	Dewi Astuti	70	100
3	Endang	60	90
4	Eva Lusiawati	50	80
5	Helmi Warni	60	80
6	Lely Liliany	60	90
7	Lina	80	100
8	Mia Karmila	70	100
9	Neni R.	80	100
10	Nunik Indriyani	60	80
11	Priani	70	100
12	Rena	80	100
13	Reni	70	100
14	Sri Utami	70	100
15	Suparti	60	90
16	Tri	70	100
17	Yetty	80	100

Lampiran 3. Diagram Hasil Prates dan Postes (Tes Pengetahuan)



Lampiran 4. Asesmen Praktik (Kuesioner)

Assalamualaikum Wr. Wb.

Responden yang saya hormati, perkenalkan saya Amalia Salwa Salsabila, mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, bermaksud untuk mengajukan kuisisioner dalam rangka pengumpulan data yang selanjutnya akan dianalisis untuk kepentingan penyusunan tugas akhir. Mohon kesediaannya untuk mengisi kuisisioner ini. Atas partisipasi dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih karena sudah meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini.

Kriteria Responden: Pelaku UMKM yang beroperasi di Kelurahan Kencana, Kota Bogor.

Kuisisioner ini dibuat dalam rangka kepentingan penelitian hasil peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui optimalisasi literasi digital bagi UMKM, Kelurahan Kencana Kota Bogor.

Data diri yang dilampirkan sebagai berikut :

1. Nama
2. Jenis Kelamin
3. Usia

Responden diminta untuk memberikan pernyataan dibawah ini dengan memilih angka dari skala 1- 5.

Keterangan :

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral (Biasa saja)
4. Setuju
5. Sangat Setuju

Lampiran 5. Hasil Asesmen Praktik (Kuesioner)

Standar Kompetensi: Peserta dapat memahami manfaat dan tujuan, cara pendaftaran serta penggunaan fitur *Google Business*.

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Peserta memahami manfaat dan tujuan <i>Google Business</i>				8	9
2	Peserta memahami cara mendaftar <i>Google Business</i>				7	10
3	Peserta memahami cara mengedit alamat, nomer telepon, jam buka dan jam tutup pada <i>Google Business</i>				12	5
4	Peserta memahami cara memposting foto pada akun <i>Google Business</i>				12	5
5	Peserta memahami cara menanggapi ulasan, pertanyaan dan pesan dari pelanggan pada akun <i>Google Business</i>				13	4

Lampiran 6. Rata-rata Hasil Asesmen Praktik (Kuesioner)

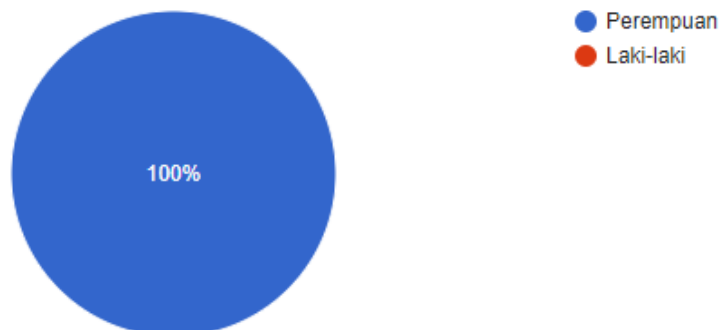
No.	Pertanyaan	Rata-rata Nilai
1	Peserta memahami manfaat dan tujuan <i>Google Business</i>	4,53
2	Peserta memahami cara mendaftar <i>Google Business</i>	4,59
3	Peserta memahami cara mengedit alamat, nomer telepon, jam buka dan jam tutup pada <i>Google Business</i>	4,29
4	Peserta memahami cara memposting foto pada akun <i>Google Business</i>	4,29
5	Peserta memahami cara menanggapi ulasan, pertanyaan dan pesan dari pelanggan pada akun <i>Google Business</i>	4,24
Total Rata-rata Nilai		4,39

Lampiran 7. Data Responden

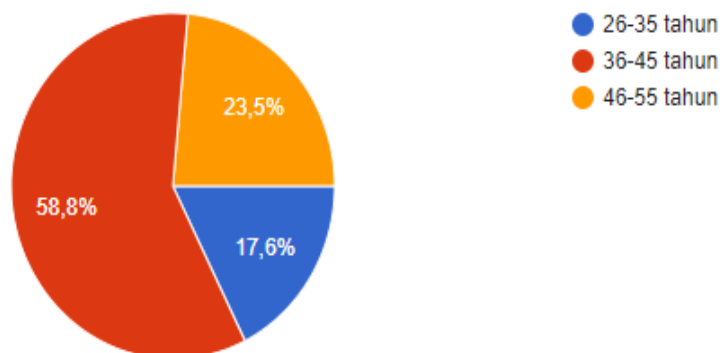
No	Nama	Jenis Kelamin	Interval Umur
1	Cucu	Perempuan	36-45 tahun
2	Dewi Astuti	Perempuan	36-45 tahun
3	Endang	Perempuan	36-45 tahun
4	Eva Lusiawati	Perempuan	26-35 tahun
5	Helmi Warni	Perempuan	36-45 tahun
6	Lely Liliany	Perempuan	36-45 tahun
7	Lina	Perempuan	46-55 tahun
8	Mia Karmila	Perempuan	26-35 tahun
9	Neni R.	Perempuan	46-55 tahun
10	Nunik Indriyani	Perempuan	46-55 tahun
11	Priani	Perempuan	36-45 tahun
12	Rena	Perempuan	36-45 tahun
13	Reni	Perempuan	26-35 tahun
14	Sri Utami	Perempuan	36-45 tahun
15	Suparti	Perempuan	36-45 tahun
16	Tri	Perempuan	36-45 tahun
17	Yetty	Perempuan	46-55 tahun

Lampiran 8. Gambaran Umum Responden

Komposisi Responden



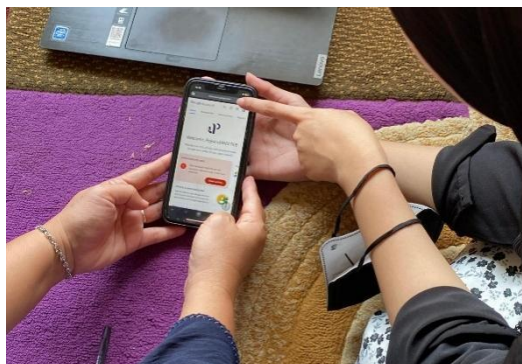
Interval Umur Responden



Lampiran 11. Dokumentasi Pelatihan dan Pendampingan *Google Business* 1



Lampiran 12. Dokumentasi Pelatihan dan Pendampingan *Google Business* 2



Lampiran 13. Luaran *E-Book* Panduan *Google Business*

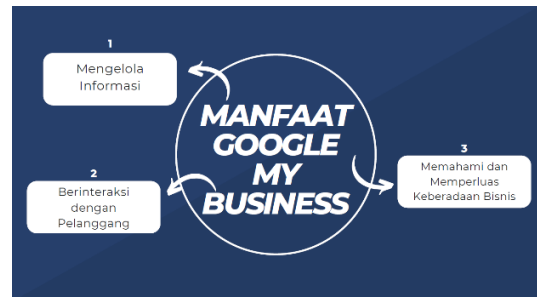


Lampiran 12. Konten Pelatihan *Google Business*



PENGERTIAN GOOGLE MY BUSINESS

Google My Business adalah fitur gratis dari Google yang mudah digunakan oleh para pebisnis maupun organisasi untuk keperluan mengelola kehadiran mereka di internet, termasuk juga di hasil pencarian dan Maps. Dengan hanya memverifikasi dan mengedit informasi bisnis/usaha, maka Anda dapat membantu pelanggan menemukan bisnis Anda dan menceritakan kisah tentang bisnis anda kepada mereka (calon pelanggan).



FITUR GOOGLE MY BUSINESS

- FOTO**
Membantu customer agar mudah mengenali bisnis Anda dan mempermudah jika pelanggan berencana datang ke toko Anda.
- Deskripsi dan Kategori**
Membantu calon customer dan juga Google memahami di bidang apa bisnis Anda bergerak dan apa yang Anda tawarkan.

Toko Bunga Callyily menyediakan pesanan bunga untuk berbagai acara yang dapat diantar jemput. ...Lainnya

CARA MEMBUAT DAN MENDAFTAR AKUN GOOGLE MY BUSINESS

Yang dibutuhkan untuk menggunakan Google Bisnisku adalah Anda hanya perlu memiliki bisnis fisik atau online, serta akun Google yang aktif. Kemudian, Anda bisa mendaftar di platform Google Bisnisku secara gratis (pendaftaran dan penggunaan dasar Google Bisnisku adalah gratis. Namun, Google juga menawarkan fitur tambahan yang mungkin memerlukan biaya).