

## Optimalisasi Aplikasi Google Maps sebagai Alternatif Media Promosi pada UMKM di *Shelter* Taman Sriwedari

Salman Faris Insani, Yoppi Syahril, Ardian Prima Putra

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Veteran Bangun Nusantara  
Email: faris.uvbn@gmail.com

### Article Info

Submitted : 3 August 2021  
Revised : 3 September 2021  
Accepted : 24 January 2022  
Published : 30 January 2022

**Keywords:** MSME, *Shelter*,  
Sriwedari, Google Maps

### Abstract

*The Surakarta City Government built the Taman Sriwedari Culinary Shelter to accommodate MSMEs due to the relocation. Most of these MSMEs had to start from scratch because of the loss of customers and the low interest of visitors because most people did not know about the shelter's existence. The main problem for partners is limited knowledge in marketing and promotion. This service aims to transfer science and technology to MSMEs by implementing mentoring activities in marketing and advertising. The solution to the problem is to optimize information technology based on Google Maps as an alternative media for promoting MSMEs at the Taman Sriwedari culinary shelter. Using this technology, it is hoped that the location of MSME partners will be easier to reach and increasingly known by the public. The method carried out is divided into five stages: initial socialization of the benefits of the google maps application as an alternative media promotion, counseling and training on the practice of making, optimizing, and managing google maps accounts, addresses on google maps, sharing locations from google maps, and adding photos & reports. Social media on google maps. To identify an increase in the knowledge of MSME partners regarding the material presented, a pretest and posttest were carried out. After the training was held, the impact was that MSME partners experienced increased knowledge according to the target. The evaluation results at each activity stage showed that the post-teste increased 25% compared to the pretest score. In addition, the outcome of this activity is the ownership of a Google Maps account that has been optimized for each participant. Based on the indicators that have been measured, it can be concluded that this training & mentoring activity is categorized as successful. The expected follow-up in the future is that partners can optimize the use of the Google Maps application as an alternative media for promotion independently and sustainably. The hope is that the location of their MSMEs will be more easily accessible and known by the wider community. Partners are also advised not to hesitate to actively discuss with the Univet Bantara Community Service Team if they encounter obstacles.*

**Kata kunci:** UMKM, Shelter, Sriwedari, Google Maps

## Abstrak

*Shelter* kuliner Taman Sriwedari dibangun oleh Pemkot Surakarta untuk memwadhahi UMKM dampak relokasi. Sebagian besar UMKM tersebut harus memulai dari nol lantaran kehilangan pelanggan serta rendahnya animo pengunjung karena sebagian besar masyarakat belum mengetahui keberadaan *shelter* tersebut. Adapun masalah utama mitra adalah keterbatasan pengetahuan dalam pemasaran maupun promosi. Tujuan pengabdian ini adalah untuk melakukan transfer iptek kepada UMKM melalui pelaksanaan kegiatan pendampingan di bidang pemasaran dan promosi. Solusi permasalahan difokuskan melalui optimalisasi teknologi informasi berbasis Google Maps, sebagai alternatif media promosi pada UMKM di *shelter* kuliner Taman Sriwedari. Melalui pemanfaatan teknologi tersebut, harapannya lokasi mitra UMKM lebih mudah dijangkau dan makin dikenal oleh masyarakat. Metode yang dilaksanakan terbagi dalam lima tahapan: sosialisasi awal mengenai manfaat aplikasi Google Maps sebagai alternatif media promosi, penyuluhan dan pelatihan praktik pembuatan, pengoptimalan, & pengelolaan akun Google Maps, alamat di Google Maps, *sharing* lokasi dari Google Maps, serta menambahkan foto & akun media sosial pada Google Maps. Untuk mengidentifikasi adanya peningkatan pengetahuan mitra UMKM terhadap materi yang disampaikan, dilakukan *pretest* dan *posttest*. Dampak setelah diadakan pelatihan adalah mitra UMKM mengalami peningkatan pengetahuan sesuai yang ditargetkan, di mana hasil evaluasi pada masing-masing tahapan kegiatan skor *posttest* mengalami peningkatan  $\geq 25\%$  dibandingkan skor *pretest*. Di samping itu, luaran dari kegiatan ini adalah kepemilikan akun Google Maps yang telah dioptimalisasi pada masing-masing peserta. Berdasarkan indikator yang telah diukur, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan & pendampingan ini dikategorikan berhasil. Tindak lanjut yang diharapkan di masa mendatang adalah mitra dapat mengoptimalkan pemanfaatan aplikasi Google Maps sebagai alternatif media promosi secara mandiri dan berkelanjutan. Harapannya, lokasi UMKM mereka semakin mudah dijangkau dan dikenal oleh masyarakat luas. Mitra juga disarankan tidak ragu untuk aktif berdiskusi dengan Tim Pengabdian Masyarakat Univet Bantara apabila menemui hambatan.

## 1. PENDAHULUAN

*Shelter* kuliner di taman sriwedari merupakan salah satu diantara 25 *shelter* kuliner binaan Pemkot Surakarta. *Shelter* ini berlokasi di belakang Taman Sriwedari dan berjarak sekitar 1 km dari Solo Grand Mall (Rahayu *et al.*, 2018). *Shelter* kuliner di Taman Sriwedari ditempati oleh UMKM gerobak kuning yang semula mangkal di kawasan *city walk* Jalan Slamet Riyadi. Pemilihan nama *shelter* Taman Sriwedari oleh walikota Solo saat itu (FX Hadi Rudyatmo) dengan alasan nama Taman Sriwedari sudah

dikenal masyarakat luas, sehingga memudahkan promosi (Sudjatmiko, 2016). Pembangunan *shelter* berukuran 2,5 x 3 meter untuk masing-masing pedagang ini sepenuhnya dibiayai *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari PT. Bank Tabungan Negara (Sunaryo, 2016).

*Shelter* Kuliner Taman Sriwedari merupakan solusi yang diberikan oleh pemerintah Kota Surakarta dalam memwadhahi UMKM dampak relokasi. Adanya relokasi ini, bertujuan untuk menata dan mengatur kawasan yang ditempati UMKM. Tujuan lainnya

adalah untuk mengembalikan fungsi publik yang selama ini kurang maksimal karena digunakan sebagai tempat berdagang oleh UMKM. Kondisi tersebut menimbulkan permasalahan baru bagi UMKM dampak relokasi yang kini berjualan di *shelter* kuliner Taman Sriwedari. Sebagian besar dari mereka harus memulai dari nol lantaran kehilangan pelanggan serta rendahnya animo pengunjung lantaran sebagian besar masyarakat belum mengetahui keberadaan *shelter* tersebut. Akibatnya, tidak semua UMKM memperoleh omzet yang tinggi dari hasil penjualan yang didapat setiap harinya.

Berdasarkan hasil *focus group discussion* yang dilakukan oleh Tim PKM Universitas Veteran Bangun Nusantara dengan mitra UMKM di *shelter* kuliner Taman Sriwedari, diperoleh informasi bahwa saat ini terdapat dua belas UMKM yang masih mengalami keterbatasan dalam hal pengetahuan pemasaran dan strategi promosi, khususnya yang berbasis teknologi digital. Temuan ini sejalan dengan hasil studi yang dilakukan oleh Prameswari *et al.*, (2019) yang mengidentifikasi bahwa salah satu kendala yang dialami oleh UMKM di lokasi tersebut berkaitan dengan keterbatasan pengetahuan dalam hal pemasaran maupun promosi. Kondisi ini menciptakan kesejangan, mengingat pemanfaatan teknologi digital di bidang pemasaran dan promosi merupakan salah satu aspek penting untuk meningkatkan kinerja

bisnis (Hanifawati & Listyaningrum, 2021; Popa *et al.*, 2018) & bertahan dalam situasi krisis (Bouwman *et al.*, 2019).

Saat ini, media promosi digital yang digunakan oleh UMKM di *shelter* kuliner Taman Sriwedari relatif terbatas, dan belum terintegrasi dengan teknologi Google Maps (lihat tabel 1). Mereka mengaku masih merasa awam dengan teknologi tersebut. Kondisi ini membuka peluang bagi tim PKM untuk memberikan pendampingan melalui optimalisasi teknologi informasi berbasis google maps, sebagai solusi alternatif media promosi pada UMKM di *shelter* kuliner Taman Sriwedari.

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi berbasis Google Maps sebagai solusi alternatif media promosi pada UMKM di *shelter* kuliner taman sriwedari. Google Maps merupakan produk Google yang dapat menampilkan titik lokasi berbasis peta (Hardiyanto *et al.*, 2020) small and medium enterprises (MSMEs. Teknologi ini dikembangkan oleh Danish brother yaitu Lars dan Jens Rasmussen sebagai solusi pemetaan, kemudian perusahaan ini diakuisisi oleh Google pada tahun 2004 (Raharjo, 2020). Saat ini, google maps merupakan aplikasi peta digital yang paling populer dan dibekali fitur yang berlimpah, diantaranya: menyetel, mengedit, menemukan, dan memasang pin pada rute

Tabel 1 Data Mitra Pengabdian UMKM *Shelter* Kuliner Taman Sriwedari

No.	Nama	Nama Usaha	Media Promosi	Penggunaan Google Maps
1.	Yatno	Mie Ayam Wonogiri "Mas Yatno"	-	-
2.	Sarjono	Wedangan "Harno"	-	-
3.	Yulianti	Warung Makan Lotek & Gado-Gado	WA	-
4.	Dini	<i>Fresh Juice</i>	WA	-
5.	Sonokarto	Mia Ayam & Bakso	-	-
6.	Bimo	Warung Makan "Yu Genthong"	WA, IG	-
7.	Dwi	Warung "Mbok Erna"	WA, IG	-
8.	Nurdiansyah	Bebek Goreng "Bu Eny"	-	-
9.	Marsana	Siomay Ikan	WA, FB	-
10.	Ranti	Soto "Bu Ranti"	-	-
11.	Karin	Soto kwali "Rel Bengkong"	-	-
12.	Erna	Gado-Gado	-	-

Sumber: data primer diolah, 2021

ke alamat rumah atau kantor (Google, 2021). Aplikasi ini membutuhkan koneksi internet agar dapat berjalan optimal serta dapat dijadikan referensi untuk menemukan lokasi tertentu, sehingga memudahkan dalam perjalanan menuju tempat yang diinginkan (Zilfi, 2020).

Fitur utama Google Maps adalah menampilkan jalur-jalur yang dapat digunakan untuk menuju suatu lokasi. Proses pencarian rute dimulai dengan memasukkan titik awal dan titik lokasi yang dicari. Proses ini akan menampilkan peta lokasi dan rute menuju lokasi. Program pencarian rute ini menggunakan aplikasi yang disediakan oleh Google Maps. Program untuk menampilkan hasil rute perjalanan menggunakan dua Google API (*Application Programming Interface*), yaitu arah layanan API dan arah tampilan API. Kedua API tersebut berguna untuk mengetahui arah atau rute antara dua titik koordinat atau lebih. Dengan memanfaatkan API ini, kita dapat menggambar garis rute atau yang sering disebut dengan *polyline*. Selain rutanya, kita juga mendapatkan informasi berupa jarak, perkiraan waktu tiba hingga langkah-langkah jalan yang harus kita lalui (Hardiyanto *et al.*, 2020).

Aplikasi Google Maps memiliki tampilan yang mudah digunakan. Desain antar mukanya sederhana dan praktis sehingga mudah dimengerti oleh pengguna awam (Pane *et al.*, 2020). Hal ini mendasari alasan pemilihan teknologi yang berbasis *Geographic Information System* ini sebagai alternatif media promosi bagi UMKM di *shelter* kuliner taman sriwedari. Harapannya, lokasi UMKM tersebut lebih mudah dijangkau dan dikenal oleh masyarakat. Di samping itu, teknologi ini dapat diakses dengan mudah melalui perangkat *smartphone* android (Pakaya *et al.*, 2020) Kecil dan Menengah Kabupaten Gorontalo sebagai unit pelaksana tugas daerah yang memiliki tugas untuk melakukan pembinaan dan pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah di Kabupaten Gorontalo. Dalam melaksanakan tugas tersebut melakukan berbagai kegiatan salah satunya adalah melakukan pendataan usaha mikro, kecil dan menengah serta mensosialisasikan ke masyarakat. Dalam artikel ini, permasalahan yang timbul adalah belum tersedianya sistem informasi

yang memadai kepada masyarakat tentang usaha mikro, kecil dan menengah sehingga masyarakat mengalami kesulitan mengetahui lokasi dari usaha kecil dan menengah. Tujuan dari artikel ini adalah merancang sistem informasi geografis untuk menentukan lokasi usaha mikro, kecil dan menengah berbasis android yang dapat diakses oleh masyarakat sehingga dapat memudahkan masyarakat mengetahui lokasi dari usaha mikro, kecil dan menengah yang ada di Kabupaten Gorontalo dan dapat diakses oleh masyarakat yang membutuhkan layanan informasi secara global. Artikel ini menggunakan metode *Research and Development* atau yang dikenal dengan metode penelitian dan pengembangan. Hasil pengujian dengan menggunakan test case membuktikan bahwa pengembangan sistem informasi geografis untuk menentukan lokasi usaha mikro, kecil dan menengah berbasis android ini lebih efektif dan efisien dengan pengujian yaitu V (G. Hal ini sesuai dengan kondisi mitra saat ini, karena mereka sudah memiliki *smartphone* android yang terkoneksi jaringan internet.

Berdasarkan analisis situasi yang telah dijabarkan, masalah yang teridentifikasi pada keduabelas mitra UMKM di *shelter* kuliner taman sriwedari yang telah diwawancarai adalah mitra belum memiliki pengetahuan mendalam mengenai optimalisasi aplikasi Google Maps sebagai solusi alternatif media promosi. Hal ini dikarenakan mereka masih awam dengan teknologi tersebut. Untuk itu, solusi yang ditawarkan oleh Tim PKM Universitas Veteran Bangun Nusantara adalah melalui pelatihan dan pendampingan optimalisasi aplikasi Google Maps menggunakan media *smartphone* android. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mitra pengabdian mengenai pengoptimalan teknologi tersebut sebagai alternatif media promosi. Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan secara bertahap dengan rincian kegiatan sebagaimana dijelaskan pada bagian metode, hasil kegiatan, dan pembahasan. Adapun manfaat yang telah dirasakan oleh mitra dari program ini berupa kepemilikan akun Google Maps yang telah dioptimalisasi sebagai solusi alternatif media promosi mitra UMKM di *shelter* kuliner Taman Sriwedari.

## 2. METODE

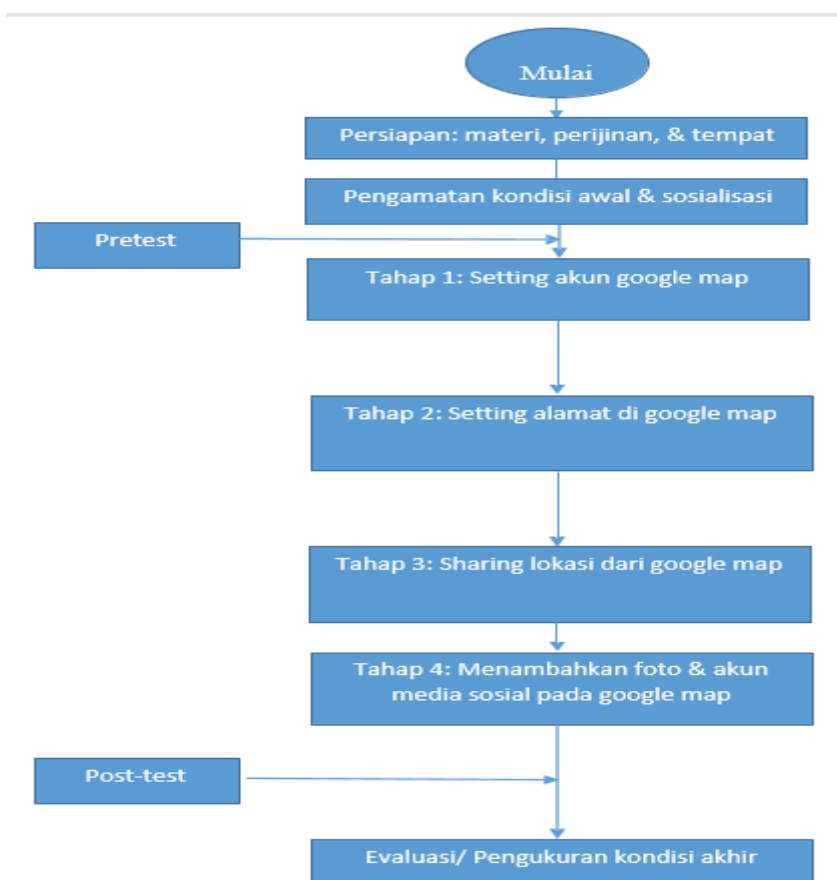
Untuk menjawab permasalahan yang ada pada mitra UMKM, Tim PKM Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo menjalin kerjasama dengan pemilik UMKM di *shelter* kuliner Taman Sriwedari untuk memecahkan masalah yang dihadapi. Adapun solusi pemecahan masalah yang ditawarkan untuk digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini meliputi langkah-langkah dalam diagram alir sebagaimana dapat dilihat pada Gambar 1.

Secara lebih detail, metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini berdasarkan gambar 1 di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Sosialisasi awal mengenai manfaat aplikasi Google Maps sebagai alternatif media promosi, kegiatan ini dilaksanakan dengan cara memberikan gambaran umum kepada mitra UMKM di *shelter* kuliner Taman Sriwedari terkait dengan konsep, manfaat, serta tahapan dalam pemanfaatan aplikasi Google Maps sebagai alternatif media promosi. Tujuan dari kegiatan ini adalah

mitra pengabdian memiliki pengetahuan dasar tentang konsep, manfaat, serta tahapan dalam pemanfaatan aplikasi Google Maps sebagai alternatif media promosi.

- b. Setting akun Google Maps, tahapan ini merupakan langkah awal dalam penggunaan aplikasi Google Maps. Kegiatan dilakukan dengan cara memberikan penyuluhan dan praktik cara login ke akun Google, diikuti dengan cara menambahkan akun lain, dan dilanjutkan dengan tutorial menghapus akun Google di aplikasi Google Maps menggunakan *smartphone* android yang terkoneksi jaringan internet. Tujuan dari kegiatan ini adalah mitra UMKM memperoleh gambaran langsung terkait dengan cara *login* ke akun Google, menambahkan akun lain, serta menghapus akun Google di aplikasi Google Maps menggunakan *smartphone* android yang terkoneksi jaringan internet.
- c. *Setting* alamat di Google Maps, tahapan ini dilakukan dengan cara memberikan



Gambar 1 Diagram Alir Solusi yang Ditawarkan



- penyuluhan dan praktik cara menyetel alamat lokasi UMKM, diikuti dengan cara mengubah alamat lokasi UMKM, dilanjutkan dengan tutorial menghapus alamat lokasi UMKM dan memasang pin pada rute ke lokasi UMKM, serta diakhiri dengan memilih ikon favorit untuk lokasi UMKM di aplikasi Google Maps menggunakan *smartphone* android yang terkoneksi jaringan internet. Tujuan dari kegiatan ini adalah mitra UMKM memperoleh gambaran langsung terkait dengan cara menyetel alamat lokasi UMKM, mengubah alamat lokasi UMKM, menghapus alamat lokasi UMKM, memasang pin pada rute ke lokasi UMKM, serta memilih ikon favorit untuk lokasi UMKM di aplikasi Google Maps menggunakan *smartphone* android yang terkoneksi jaringan internet.
- d. *Sharing* lokasi dari Google Maps, tahapan ini dilakukan dengan cara memberikan penyuluhan dan praktik cara membagikan peta atau lokasi UMKM di aplikasi Google Maps menggunakan *smartphone* android yang terkoneksi jaringan internet. Tujuan dari kegiatan ini adalah mitra UMKM memperoleh gambaran langsung terkait dengan cara membagikan peta atau lokasi UMKM di aplikasi Google Maps menggunakan *smartphone* android yang terkoneksi jaringan internet.
  - e. Menambahkan foto & akun media sosial pada Google Maps, tahapan ini dilakukan dengan cara menambahkan foto di aplikasi Google Maps menggunakan *smartphone* android yang terkoneksi jaringan internet, kemudian dilanjutkan dengan melakukan sinkronisasi akun media sosial yang dimiliki oleh UMKM seperti Instagram, Facebook, dan sebagainya. Tujuan dari kegiatan ini adalah mitra UMKM memperoleh gambaran langsung terkait dengan cara menambahkan foto di aplikasi Google Maps menggunakan *smartphone* android yang terkoneksi jaringan internet, serta tutorial melakukan sinkronisasi akun media sosial yang dimiliki dengan aplikasi Google Maps.

Referensi yang digunakan sebagai acuan dalam perancangan diagram alir di atas mengacu

pada laman pusat bantuan maps yang terdapat di website resmi Google. Kelima kegiatan tersebut diharapkan dapat terlaksana dengan baik dalam jangka waktu lima bulan (Februari 2021-Juni 2021). Masing-masing tahapan dalam kegiatan tersebut memiliki durasi waktu  $\pm 1 \times 90$  menit. Kegiatan ini diharapkan dapat diikuti oleh 12 orang peserta, yang mewakili keseluruhan dari mitra UMKM di *shelter* kuliner Taman Sriwedari yang belum mampu melakukan optimalisasi teknologi informasi berbasis Google Maps sebagai alternatif media promosi. Pelaksanaan pelatihan dilakukan dalam bentuk tutorial dan praktik langsung, dimana peserta menjalankan praktek sesuai instruksi. Apabila terdapat kendala, peserta dapat menanyakan langsung kepada pemateri. Teknik ini dikenal sebagai metode *active learning*. Pemilihan metode ini menurut berpotensi mendorong peserta untuk berani mengungkapkan pikiran, keinginan, dan hal-hal lain yang mungkin tidak diketahui sehingga membuat suasana pelatihan lebih interaktif (Sukirman *et al.*, 2019).

Evaluasi terhadap keberhasilan metode pelaksanaan kegiatan pelatihan, diketahui dari adanya peningkatan pengetahuan dan kemampuan peserta mitra terhadap teori dan praktek yang telah diberikan. Evaluasi dilaksanakan pada masing-masing tahapan, mulai dari tahap pra-kegiatan dilanjutkan dengan tahap 1 sampai dengan tahap 4. Kegiatan ini meliputi dua langkah. *Langkah pertama*, sebelum setiap tahapan dilaksanakan kegiatannya, diadakan tes pendahuluan pada masing-masing tahapan untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman awal dari peserta mitra terhadap bahan materi yang akan disampaikan (*pretest*). *Tahap kedua*, diadakan test atau evaluasi tertulis setelah pelaksanaan kegiatan di masing-masing tahapan selesai (*posttest*). Evaluasi terhadap indikator keberhasilan masing-masing tahapan kegiatan, bila skor *posttest* mengalami peningkatan  $\geq 25$  % dari pada skor *pretest*. Pengisian kuesioner dilakukan secara tertulis dengan membagikan lembar *pretest* dan *posttest* secara langsung kepada keseluruhan peserta. Skala interval yang digunakan dalam kuesioner tersebut adalah 1 sampai dengan 10. Nilai 1 menyatakan sangat tidak mengetahui sedangkan nilai 10 mewakili pernyataan sangat mengetahui. Metode evaluasi ini diadopsi dari

kegiatan pengabdian masyarakat yang telah terlaksana sebelumnya (Insani et al., 2020). Indikator keberhasilan pada masing-masing tahapan kegiatan disajikan dalam kuesioner *pretest* dan *posttest* pada tabel 2.

Tahap evaluasi merupakan bagian akhir sebelum penarikan kesimpulan. Tahap ini dilaksanakan untuk mengetahui sejauh mana kegiatan dapat bermanfaat, sehingga dapat digunakan sebagai pedoman untuk pelaksanaan kegiatan sejenis berikutnya. Setelah dilakukan evaluasi, tindakan selanjutnya adalah mengidentifikasi adanya kekurangan dan kelebihan dari kegiatan pendampingan yang telah dilaksanakan. Apabila terdapat kekurangan bisa diperbaiki dan apabila terdapat kelebihan bisa diadopsi untuk kegiatan berikutnya Hal itu dapat diidentifikasi dari

lembar kuesioner *pretest* dan *posttest* yang dibagikan dan diisi secara langsung oleh semua peserta di awal dan akhir kegiatan. Selanjutnya, hasil kuesioner *pretest* dan *posttest* dalam tahap evaluasi diolah dan disajikan dalam bentuk grafik dengan menggunakan software Microsoft Excel. Hasil tersebut dilengkapi dengan uraian secara deskriptif. Dengan demikian, kesimpulan yang dibuat menjadi lebih mudah disampaikan guna memberikan rekomendasi pelaksanaan berikutnya.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan desain kegiatan yang dirancang dalam lima tahapan, keseluruhan kegiatan PKM dilaksanakan dalam jangka waktu lima bulan (Februari 2021 - Juni 2021). Lokasi

Tabel 2 Kuesioner *Pretest* dan *Posttest*

Tahapan	Kode	Pernyataan
Sosialisasi manfaat aplikasi Google Maps	SM1	Saya mengetahui mengenai konsep dasar dalam aplikasi Google Maps sebagai alternatif media promosi.
	SM1	Saya mengetahui mengenai manfaat aplikasi Google Maps sebagai alternatif media promosi.
	SM1	Saya mengetahui mengenai tahapan dalam pemanfaatan aplikasi Google Maps sebagai alternatif media promosi.
Setting akun aplikasi Google Maps	SA1	Saya mengetahui mengenai cara <i>login</i> ke akun Google di aplikasi Google Maps.
	SA2	Saya mengetahui mengenai cara menambahkan akun lain di aplikasi Google Maps.
	SA3	Saya mengetahui mengenai cara menghapus akun google di aplikasi Google Maps.
Setting alamat di Google Maps	SAL1	Saya mengetahui mengenai cara menyetel alamat lokasi UMKM di aplikasi Google Maps.
	SAL2	Saya mengetahui mengenai cara mengubah alamat lokasi UMKM di aplikasi Google Maps.
	SAL3	Saya mengetahui mengenai cara menghapus alamat lokasi UMKM di aplikasi Google Maps.
	SAL4	SSaya mengetahui mengenai cara memasang pin pada rute ke lokasi UMKM di aplikasi Google Maps.
	SAL5	Saya mengetahui mengenai cara memilih ikon favorit untuk lokasi UMKM di aplikasi Google Maps.
Sharing lokasi dari Google Maps	SL	Saya mengetahui mengenai cara membagikan peta atau lokasi UMKM di aplikasi Google Maps.
Menambahkan foto & akun media sosial pada Google Maps	MF1	Saya mengetahui mengenai cara menambahkan foto di aplikasi Google Maps.
	MF2	Saya mengetahui mengenai cara menghubungkan akun media sosial dengan aplikasi Google Maps.

yang disepakati oleh pihak tim pengabdian masyarakat dengan mitra UMKM untuk pelaksanaan kegiatan adalah di lokasi shelter kuliner Taman Sriwedari. Kegiatan dilaksanakan di pagi hari pada saat lokasi *shelter* relatif sepi, sehingga tidak mengganggu aktivitas mitra untuk berjualan atau melayani pengunjung di lapak mereka. Media belajar yang digunakan dalam kegiatan ini adalah *smartphone* android yang terkoneksi jaringan internet yang dimiliki oleh masing-masing Tim PKM maupun mitra pengabdian. Selama pelatihan, Tim PKM mengunjungi lapak mereka satu per satu untuk memberikan pelatihan secara intensif (Gambar 2). Hal ini disebabkan mengingat situasi pandemi, keseluruhan mitra tidak bisa dikumpulkan di

satu tempat untuk mengikuti kegiatan pelatihan secara bersamaan.

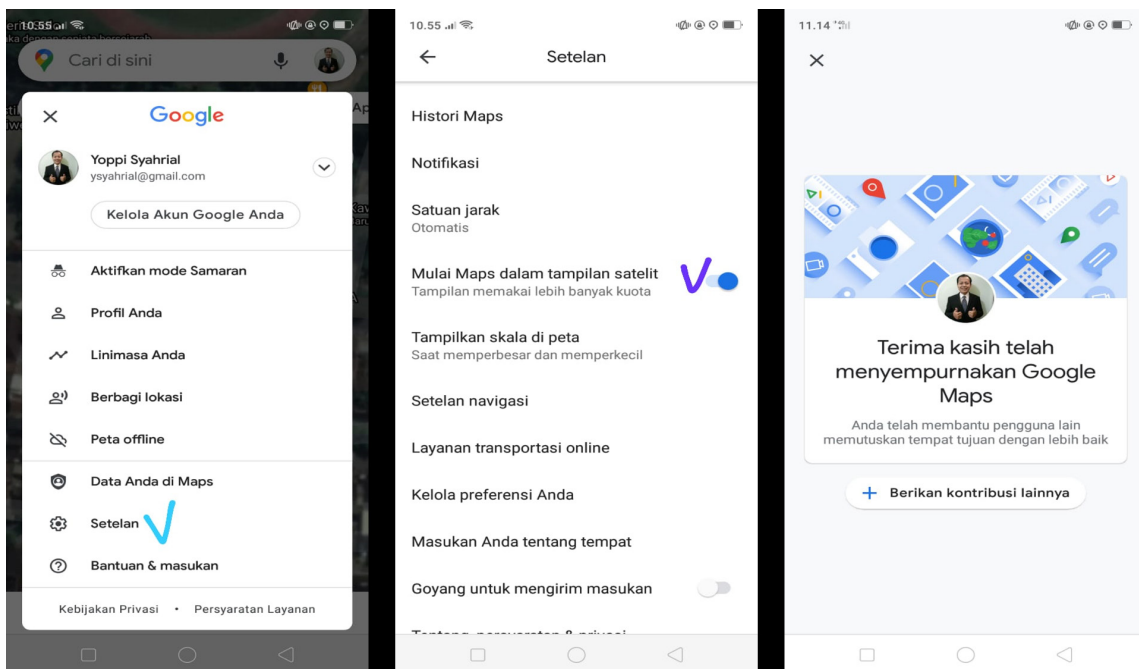
Keseluruhan kegiatan diikuti oleh 12 orang peserta, dengan memperhatikan protokol kesehatan yang ketat.

### Sosialisasi Manfaat Aplikasi Google Maps

Kegiatan pertama adalah sosialisasi awal mengenai manfaat aplikasi Google Maps sebagai alternatif media promosi. Kegiatan ini diselenggarakan pada tanggal 26 Februari 2021. Pelaksanaannya dengan cara memberikan gambaran umum kepada mitra UMKM terkait dengan konsep, manfaat, serta tahapan dalam pengoptimalan aplikasi Google Maps sebagai alternatif media promosi. Gambar 3



Gambar 2 Tim PKM Mengunjungi Masing-Masing Lapak untuk Memberikan Pelatihan Intensif



Gambar 3 Gambaran Umum kepada Mitra Terkait Tahapan Pengoptimalan Aplikasi Google Maps



menunjukkan *screenshot* dari *smartphone* yang digunakan sebagai media pembelajaran untuk mengenalkan mitra kepada tahapan pengoptimalan aplikasi Google Maps.

**Pengisian Kuesioner *Pretest***

Setelah tahap sosialisasi dilaksanakan, kuesioner *pretest* dibagikan kepada masing-masing 12 peserta secara langsung. Hasil kuesioner *pretest* disajikan pada tabel 3. Sebanyak 12 peserta mengisi kuesioner berdasarkan pertanyaan yang tersaji pada tabel 2 dengan rentang skor jawaban 1-10. Terlihat bahwa tidak ada satu pun responden yang menjawab dengan nilai mendekati 10. Nilai tertinggi hanya 7, yaitu pada pertanyaan pertama dan kedua sebanyak 3 orang. Hal ini berarti bahwa pengetahuan peserta tentang praktik optimalisasi aplikasi Google Maps sebagai media promosi relatif minim. Artinya, sebagian besar peserta masih memiliki pengetahuan yang terbatas terkait dengan tahapan dalam pengoptimalan aplikasi Google Maps sebagai alternatif media promosi yang terdiri dari setting akun Google Maps, setting alamat di Google Maps, sharing lokasi dari Google Maps, serta menambahkan foto & akun media sosial pada Google Maps.

**Setting Akun Google Maps**

Setelah tahap sosialisasi dan *pretest*, kegiatan berikutnya adalah *setting* akun Google

Maps. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 2 maret 2021. Di tahap ini, Tim Pengabdian Masyarakat memberikan penyuluhan dan praktik cara login ke akun Google, diikuti dengan cara menambahkan akun lain, dan dilanjutkan dengan tutorial menghapus akun Google di aplikasi Google Maps menggunakan *smartphone* android yang terkoneksi jaringan internet. Dampaknya, mitra UMKM memperoleh gambaran langsung terkait keseluruhan materi yang diajarkan oleh Tim Pengabdian Masyarakat. Hasil dari tahapan ini berupa kepemilikan akun Google di aplikasi Google Maps untuk masing-masing peserta.

**Setting Alamat di Google Maps**

Tahapan ketiga yaitu setting alamat di Google Maps. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 8 april 2021. Dalam tahapan ini, Tim Pengabdian Masyarakat mengajarkan cara menyetel alamat lokasi UMKM, diikuti dengan mengubah alamat lokasi UMKM, dilanjutkan dengan tutorial menghapus alamat lokasi UMKM dan memasang pin pada rute ke lokasi UMKM. Kegiatan di tahapan ini diakhiri dengan memilih ikon favorit untuk lokasi UMKM di aplikasi Google Maps menggunakan *smartphone* android yang terkoneksi jaringan internet. Selama kegiatan, mitra mempraktekkan langsung instruksi yang diajarkan dengan menggunakan *smartphone* mereka masing-masing. Hasil dari kegiatan ini adalah mitra UMKM memperoleh pengetahuan

Tabel 3 Respon peserta sebelum pelatihan (*pretest*)

Responden (R)	Pertanyaan														
	SM1	SM2	SM3	SA1	SA2	SA3	SAL1	SAL2	SAL3	SAL4	SAL5	SL	MF1	MF2	
R1	6	7	4	5	5	6	3	3	3	3	3	1	3	3	
R2	5	6	3	4	3	5	2	2	2	2	2	2	2	2	
R3	5	6	3	4	3	5	2	2	2	2	2	1	2	2	
R4	5	6	2	3	2	4	1	1	1	1	1	2	2	2	
R5	6	6	4	5	5	6	3	3	3	3	3	3	2	2	
R6	5	6	2	4	2	5	2	2	2	2	2	3	2	2	
R7	6	6	4	5	5	6	2	2	2	2	2	1	4	3	
R8	5	6	3	3	3	5	2	2	2	2	2	1	2	2	
R9	6	7	3	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	
R10	5	6	2	3	2	4	1	1	1	1	1	2	2	2	
R11	7	6	4	5	3	4	3	1	2	1	1	3	3	2	
R12	6	6	5	5	4	6	2	2	3	3	1	3	3	3	

dan ketrampilan langsung terkait dengan materi yang diajarkan.

### Sharing Lokasi dari Google Maps

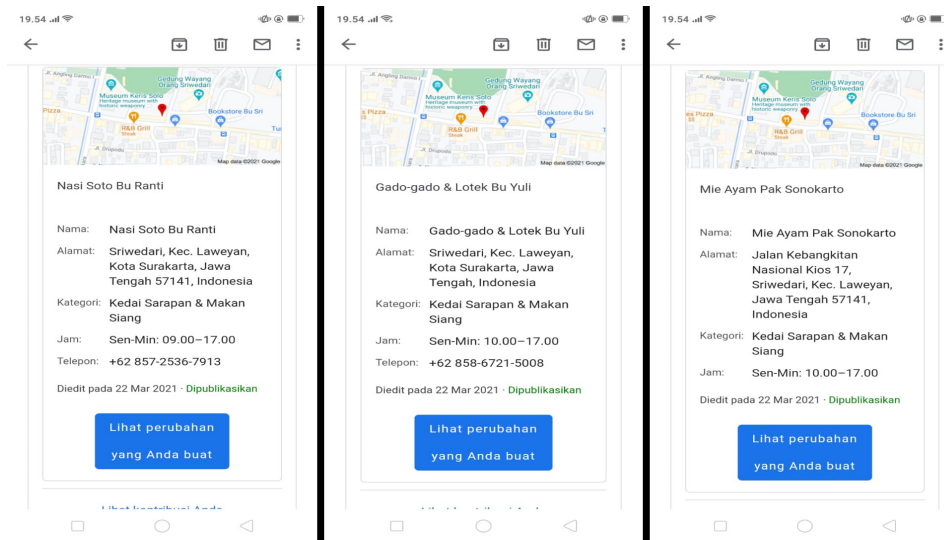
Tahapan keempat adalah *sharing* lokasi dari Google Maps. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 12 Mei 2021. Dalam pelaksanaan tahapan ini, mitra didedukasi mengenai cara membagikan peta atau lokasi UMKM di aplikasi Google Maps menggunakan smartphone android yang terkoneksi jaringan internet. Hasilnya, mitra UMKM memperoleh gambaran langsung terkait dengan cara membagikan peta atau lokasi UMKM di aplikasi Google Maps menggunakan *smartphone* android yang terkoneksi jaringan internet.

### Menambahkan Foto & Akun Media Sosial pada Google Maps

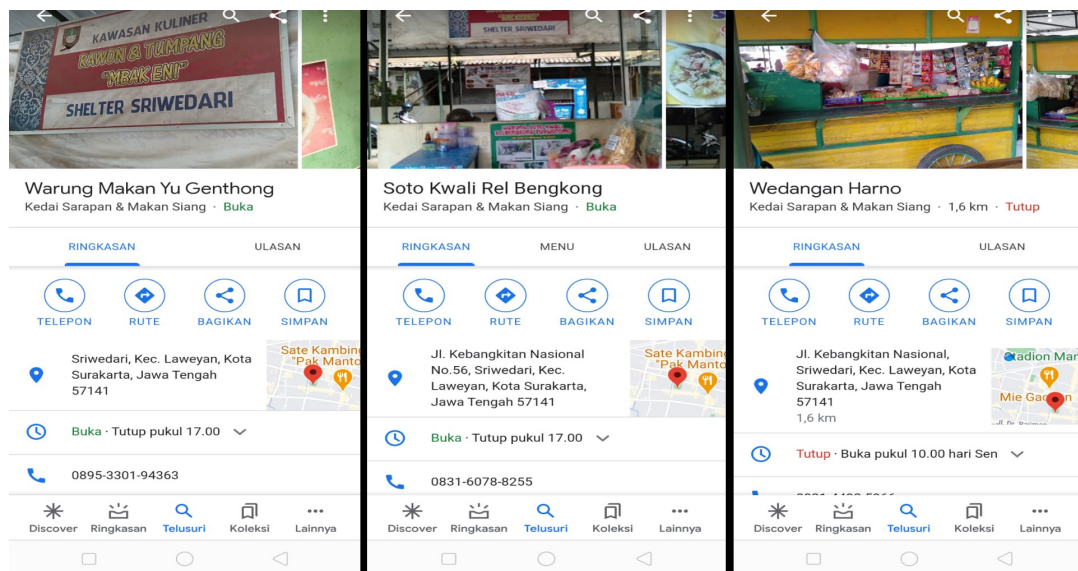
Tahapan terakhir adalah Menambahkan foto & akun media sosial pada Google Maps yang dilaksanakan pada tanggal 10 Juni 2021. Gambar 4 dan 5 menunjukkan sampel akun Google Maps dari beberapa peserta sebelum dan sesudah ditambahkan foto.

### Pengisian Kuesioner *Posttest*

Setelah seluruh kegiatan selesai terlaksana, peserta diwajibkan mengisi kuesioner sama seperti dengan pertanyaan sebelum mengikuti pelatihan, yaitu seperti yang disajikan pada tabel 2. Adapun hasil kuesioner *posttest* disajikan pada tabel 4.



Gambar 4 Sampel Akun Google Maps dari Beberapa Peserta **Sebelum** Ditambahkan Foto



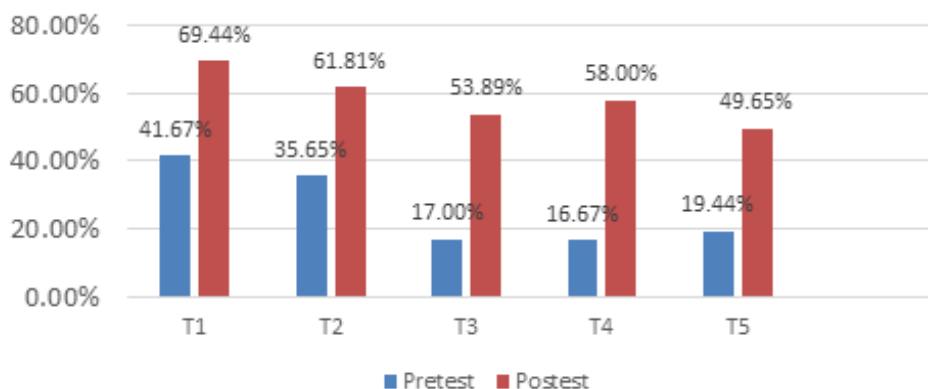
Gambar 5 Sampel Akun Google Maps dari Beberapa Peserta **Sesudah** Ditambahkan Foto

Tabel 4 Respon Peserta Sesudah Pelatihan (*Posttest*)

Responden (R)	Pertanyaan													
	SM1	SM2	SM3	SA1	SA2	SA3	SAL1	SAL2	SAL3	SAL4	SAL5	SL	MF1	MF2
R1	9	9	8	8	8	9	7	7	7	7	7	8	9	9
R2	9	9	7	7	6	8	6	6	6	6	6	7	8	8
R3	9	9	7	7	6	8	6	6	6	6	6	7	6	6
R4	9	9	7	6	6	7	6	6	6	6	6	7	6	6
R5	9	9	8	8	8	9	7	7	7	7	7	8	7	5
R6	9	9	7	7	6	8	6	6	6	6	6	6	6	5
R7	9	9	8	8	8	9	6	6	6	6	6	7	5	5
R8	9	9	7	7	7	8	6	6	6	6	6	6	5	5
R9	9	9	7	8	8	8	7	7	7	7	7	7	5	5
R10	9	9	7	6	6	7	6	6	6	6	6	8	7	6
R11	9	8	7	8	7	7	7	8	8	7	6	6	5	4
R12	8	8	7	8	8	7	8	7	8	7	7	7	5	5

Perbandingan hasil tanggapan peserta antara sebelum dan sesudah kegiatan yang diolah dalam persentase tersaji dalam bentuk diagram batang pada gambar 4. Diperoleh nilai rata-rata sebesar 41,67% sebelum mengikuti kegiatan dan sesudah mengikuti kegiatan naik menjadi 69,44% pada tahapan pertama (T1), nilai rata-rata sebesar 35,65% sebelum mengikuti kegiatan dan sesudah mengikuti kegiatan naik menjadi 61,81% pada tahapan kedua (T2), nilai rata-rata sebesar 17% sebelum mengikuti kegiatan dan sesudah mengikuti kegiatan naik menjadi 53,89% pada tahapan ketiga (T3), nilai rata-rata sebesar 16,67% sebelum mengikuti kegiatan dan sesudah mengikuti kegiatan naik menjadi 58% pada tahapan keempat (T4), serta nilai rata-rata sebesar 19,44% sebelum mengikuti

kegiatan dan sesudah mengikuti kegiatan naik menjadi 49,65% pada tahapan terakhir (T5). Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa pada masing-masing tahapan kegiatan skor *posttest* mengalami peningkatan  $\geq 25\%$  dari pada skor *pretest*. Hasil ini menunjukkan mitra UMKM mengalami peningkatan pengetahuan dan ketrampilan sesuai yang diharapkan. Berdasarkan indikator yang telah diukur, dapat disimpulkan bahwa kegiatan penyuluhan dan pelatihan praktik pembuatan, pengoptimalan, & pengelolaan aplikasi Google Maps menggunakan media belajar *smartphone* android yang terkoneksi jaringan internet untuk mitra UMKM di shelter kuliner Taman Sriwedari dinyatakan berhasil.



Gambar 6 Persentase Tanggapan Peserta **sebelum** Kegiatan (*Pretest*) dan **Sesudah** Kegiatan (*Posttest*)

#### 4. SIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pelatihan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini telah berjalan baik dan sesuai dengan rancangan kegiatan yang telah dirumuskan. Keberhasilan dari kegiatan ini dibuktikan dari tercapainya indikator peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta pelatihan mengenai optimalisasi aplikasi Google Maps sebagai alternatif media promosi sebesar  $\geq 25\%$  melalui perbandingan tahap *pretest* dan *posttest*. Dapat disimpulkan bahwa mitra UMKM di *shelter* kuliner Taman Sriwedari telah mengalami peningkatan pengetahuan dalam hal pembuatan, pengoptimalan, dan pengelolaan aplikasi Google Maps sebagai alternatif media promosi.

Saran untuk mendukung keberlanjutan kegiatan ini di masa mendatang adalah: pertama, pihak pedagang di *shelter* kuliner Taman Sriwedari selaku mitra UMKM dianjurkan untuk mengoptimalkan pemanfaatan aplikasi Google

Maps sebagai alternatif media promosi secara mandiri dan berkelanjutan. Harapannya, lokasi UMKM mereka semakin mudah dijangkau dan dikenal oleh masyarakat luas. Terakhir, pihak pedagang di *shelter* kuliner Taman Sriwedari disarankan untuk aktif berdiskusi dengan Tim Pengabdian Masyarakat Univet Bantara apabila menemui hambatan dalam pengoptimalan aplikasi Google Maps sebagai alternatif media promosi di masa mendatang.

#### 5. PERSANTUNAN

Program pengabdian masyarakat ini bisa terlaksana berkat dukungan dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Veteran Bangun Nusantara, dan Himpunan Pedagang di *Shelter* Kuliner Taman Sriwedari Kota Surakarta yang memiliki kontribusi besar terhadap pengabdian ini.

#### REFERENSI

- Bouwman, H., Nikou, S., & Reuver, M. De. (2019). *Digitalization, Business Models, and SMEs: How do Business Model Innovation Practices Improve Performance of Digitalizing SMEs? Telecommunications Policy*.101828. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2019.101828>
- Google. (2021). *Cara Menggunakan Google Maps*. Support.Google.Com. <https://support.google.com/maps/answer/144349?hl=id>
- Hanifawati, T., & Listyaningrum, R. S. (2021). Peningkatan Kinerja UMKM Selama Pandemi *Covid-19* melalui Penerapan Inovasi Produk dan Pemasaran Online. *24*(3).
- Hardiyanto, D., Sholeh, M., & Rachmawati, R. Y. (2020). Optimization of information Technology Utilization Based on Geographic Information System As A Marketing Media For Micro, Small, and Medium Enterprises to Improve Competitiveness in Bantul Regency, Indonesia. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, *807*(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/807/1/012010>
- Insani, S. F., Ariyani, W. W., & Cahyaningrum, B. N. (2020). Pendampingan Pelaksanaan Survei Kepuasan Pelanggan pada *Coffee Shop*. *Jurnal Warta LPM*, *23*(2), 94–104.
- Pakaya, M. R., Musa, O., Karim, J., & Abdussamad, S. (2020). SIG Lokasi UMKM Berbasis Android. *Jambura Journal of Electrical and Electronics Engineering*, *2*(2), 52–59. <https://doi.org/10.37905/jjee.v2i2.6014>
- Pane, S. F., Yanuari, A., & Dharma, I. M. Y. (2020). Pengajuan Perubahan Peta di Google Maps. *Jurnal Merpati*, *2*(1), 1–4.
- Popa, S., Soto-acosta, P., & Perez-gonzalez, D. (2018). An Investigation of the Effect of Electronic Business on the Financial Performance of Spanish Manufacturing SMEs. *Technological Forecasting and Social Change*, *136*, 355–362. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.08.012>



- Prameswari, N. S., Widagdo, P. B., & Sugiarto, E. (2019). Perluasan Jaringan Pemasaran melalui Kemitraan dengan *Marketplace* bagi PKL Dampak Relokasi Pemkot Surakarta. *Citra Dirga: Jurnal Desain Komunikasi Visual Dan Intermedia*, 01(2), 1–8.
- Raharjo, E. H. B. (2020). Analisis Lokasi Penjualan Berbasis Data Geografis Menggunakan Perangkat Lunak Google Map API Studi Kasus PT. Johnson Home Hygiene Product. *Jurnal Ilmiah ILKOMINFO - Ilmu Komputer & Informatika*, 3(1), 21–28. <https://doi.org/10.47324/ilkominfo.v3i1.56>
- Rahayu, M. J., Buchori, I., & Widjajanti, R. (2018). Study of Locations' Characteristics for STABILIZATION OF STREET VENDORS in Surakarta City. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science PAPER*, 106, 1–6. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/106/1/012063>
- Sudjatmiko, T. (2016). *Soal Nama, PKL dan Walikota Belum Sepakat*. Krjogja.Com. <https://www.krjogja.com/berita-lokal/jateng/solo/soal-nama-pkl-dan-walikota-belum-sepakat/>
- Sukirman, Miftakhul, M., Putra, R., & Kusumawati, A. J. (2019). Optimalisasi Penggunaan Aplikasi Cloud Computing Sebagai Sarana Pengelolaan Kuesioner bagi Guru Muhammadiyah. *Jurnal Warta Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat*, 22(2), 120–128.
- Sunaryo, A. (2016). *Pemkot Solo pindahkan puluhan PKL ke selter Sriwedari*. Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/peristiwa/pemkot-solo-pindahkan-puluhan-pkl-ke-selter-sriwedari.html>
- Zilfi, R. (2020). Implementasi Google Maps Api Untuk Lokasi UMKM di Kabupaten Sidoarjo Berbasis Android. *Ubiquitous: Computers and Its Applications Journal*, 3, 53–58. <https://doi.org/10.51804/ucaiaj.v3i1.53-58>