

Pemberdayaan Masyarakat Pesisir melalui Optimalisasi Google My Business untuk Perluasan Pasar Produk Lokal Kecamatan Kempas Kabupaten Indragiri Hilir Riau

Bayu Fajar Susanto¹, Khairul Ihwan², Muannif Ridwan³, Muchlis⁴, Ahmad Rifai⁵,
Widyawati⁶, Syafrinadina⁷, Raju Maulana⁸

^{1,2,4,5,6,7,8} Universitas Islam Indragiri, Tembilahan

³ Institut Teknologi dan Sains Meranti, Batam

bayufajar14@gmail.com¹, anifr@ymail.com³

Abstract

The community service program was carried out in Kecamatan Kempas, Kabupaten Indragiri Hilir, Riau, aiming to empower coastal communities through optimization of Google My Business (GMB) to expand the market for local products. The coastal communities in Kecamatan Kempas have abundant natural resource potential, yet they face challenges in marketing their products due to limited digital literacy and access to online marketing platforms. This program employed a Participatory Action Research (PAR) approach consisting of needs analysis, training, mentoring, and evaluation stages. The training involved 40 participants consisting of local entrepreneurs, fishermen, and village officials. The results showed a significant improvement in participants' understanding and skills in creating and optimizing GMB business profiles, managing product photos, responding to customer reviews, and utilizing GMB insights for business decision-making. After the program, 85% of participants were able to independently manage their GMB accounts and experienced an average increase of 35% in online customer inquiries. This program demonstrates that Google My Business optimization can be an effective strategy for expanding the market for local products in coastal areas and improving the economic welfare of coastal communities in Kecamatan Kempas, Kabupaten Indragiri Hilir, Riau.

Keywords:

Google My Business
Pemberdayaan Masyarakat
Produk Lokal
Pemasaran Digital
Kecamatan Kempas

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kecamatan Kempas, Kabupaten Indragiri Hilir, Riau, dengan tujuan untuk memberdayakan masyarakat pesisir melalui optimalisasi Google My Business (GMB) guna memperluas pasar produk lokal. Masyarakat pesisir di Kecamatan Kempas memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, namun menghadapi tantangan dalam pemasaran produk akibat keterbatasan literasi digital dan akses terhadap platform pemasaran online. Program ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang terdiri dari tahapan analisis kebutuhan, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Pelatihan melibatkan 40 peserta yang terdiri dari pelaku usaha lokal, nelayan, dan perangkat desa. Hasil program menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta dalam membuat dan mengoptimalkan profil bisnis GMB, mengelola foto produk, merespons ulasan pelanggan, dan memanfaatkan fitur GMB Insights untuk pengambilan keputusan bisnis. Setelah program berlangsung, 85% peserta mampu secara mandiri mengelola akun GMB mereka dan mengalami peningkatan rata-rata 35% dalam pertanyaan pelanggan secara online. Program ini membuktikan bahwa optimalisasi Google My Business dapat menjadi strategi efektif untuk perluasan pasar produk lokal di kawasan pesisir dan meningkatkan

Corresponding Author:

Bayu Fajar Susanto
Program Studi Bisnis Digital
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Indragiri
bayufajar14@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Masyarakat pesisir Kecamatan Kempas, Kabupaten Indragiri Hilir, Riau, merupakan salah satu komunitas yang memiliki kekayaan sumber daya alam melimpah, terutama hasil laut dan produk olahan berbasis bahan baku lokal. Potensi ekonomi yang besar ini belum sepenuhnya termanfaatkan secara optimal, khususnya dalam aspek pemasaran dan distribusi produk kepada pasar yang lebih luas. Keterbatasan akses terhadap teknologi digital dan rendahnya literasi pemasaran digital menjadi hambatan utama yang dihadapi oleh para pelaku usaha lokal di wilayah pesisir ini (Kurniawan et al., 2022).

Dalam era revolusi industri 4.0, pemanfaatan platform digital untuk pemasaran produk telah menjadi keniscayaan bagi pelaku usaha yang ingin bertahan dan berkembang. Google My Business (GMB) merupakan salah satu platform digital yang disediakan oleh Google secara gratis, yang memungkinkan pelaku usaha untuk menampilkan informasi bisnis mereka secara online, termasuk lokasi, jam operasional, produk yang ditawarkan, hingga ulasan dari pelanggan (Fitrianto & Sudarsono, 2021). Platform ini terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas usaha kecil dan menengah (UKM) di tingkat lokal maupun nasional.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan Google My Business secara optimal dapat meningkatkan kunjungan pelanggan hingga 70% dan mendorong pertumbuhan penjualan secara signifikan (Prasetyo & Wulandari, 2023). Namun, bagi masyarakat pesisir yang memiliki keterbatasan akses internet dan literasi digital yang masih rendah, pemanfaatan GMB masih sangat terbatas. Kondisi ini menciptakan kesenjangan digital yang perlu diatasi melalui program pemberdayaan yang terstruktur dan berkelanjutan (Hidayat et al., 2022).

Berdasarkan survei awal yang dilakukan oleh tim pengabdian, ditemukan bahwa dari 50 pelaku usaha lokal di Kecamatan Kempas, hanya 12% yang telah memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk mereka, dan tidak satupun yang telah menggunakan Google My Business secara optimal. Mayoritas pelaku usaha masih mengandalkan metode pemasaran konvensional seperti dari mulut ke mulut dan penjualan langsung di pasar tradisional. Kondisi ini menyebabkan jangkauan pasar yang sangat terbatas dan belum mampu menjangkau konsumen di luar wilayah Kecamatan Kempas.

Melihat permasalahan tersebut, Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Indragiri merancang program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat pesisir melalui optimalisasi Google My Business. Program ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan literasi digital masyarakat pesisir Kecamatan Kempas; (2) memberikan pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan dan pengelolaan akun Google My Business; dan (3) memperluas jangkauan pasar produk lokal Kecamatan Kempas ke tingkat regional dan nasional.

2. METODE PENELITIAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR), di mana masyarakat dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena dinilai paling efektif dalam konteks pemberdayaan masyarakat, di mana perubahan tidak hanya bersifat teknis tetapi juga menyentuh aspek sosial dan ekonomi (Mardikanto & Soebiato, 2020). Program dilaksanakan selama tiga bulan, mulai dari bulan April hingga Juni 2026 di wilayah Kecamatan Kempas, Kabupaten Indragiri Hilir, Riau.

Sasaran kegiatan adalah 40 peserta yang terdiri dari pelaku usaha lokal, nelayan yang memiliki produk olahan, pengrajin, dan perangkat desa di Kecamatan Kempas. Pemilihan peserta dilakukan dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria: memiliki usaha yang aktif berjalan, memiliki produk yang layak dipasarkan secara digital, dan bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan.

Pelaksanaan program terdiri dari empat tahapan utama. Pertama, tahap analisis kebutuhan dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan tokoh masyarakat dan pelaku usaha, serta penyebaran kuesioner untuk mengidentifikasi tingkat literasi digital dan kebutuhan spesifik masyarakat. Kedua, tahap perencanaan dan persiapan meliputi penyusunan modul pelatihan, persiapan perangkat teknis, dan koordinasi dengan pemerintah desa setempat. Ketiga, tahap pelatihan dilaksanakan selama dua hari

dengan materi yang mencakup pengenalan Google My Business, cara pembuatan dan verifikasi akun GMB, optimalisasi profil bisnis, pengelolaan foto produk, penanganan ulasan pelanggan, dan pemanfaatan fitur GMB Insights. Keempat, tahap pendampingan dilakukan selama empat minggu pasca pelatihan untuk memastikan peserta dapat mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh secara mandiri.

Pengumpulan data dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta, observasi partisipatif selama kegiatan, wawancara mendalam, dan dokumentasi kegiatan. Analisis data menggunakan metode kualitatif deskriptif yang dikombinasikan dengan analisis kuantitatif sederhana untuk mengukur persentase peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Pengabdian Kepada Masyarakat Program Studi Bisnis Digital FEB Universitas Islam Indragiri di Kecamatan Kempas

3. PEMBAHASAN

Program pemberdayaan masyarakat pesisir melalui optimalisasi Google My Business di Kecamatan Kempas telah memberikan hasil yang signifikan dan terukur. Analisis terhadap data yang dikumpulkan sebelum dan sesudah pelaksanaan program menunjukkan adanya peningkatan yang cukup besar dalam berbagai aspek, baik dari sisi pemahaman digital, keterampilan teknis, maupun dampak ekonomi yang mulai dirasakan oleh para peserta.

Hasil pre-test menunjukkan bahwa rata-rata tingkat pemahaman peserta tentang konsep pemasaran digital dan Google My Business berada pada angka 28,5% (kategori rendah). Setelah mengikuti pelatihan selama dua hari, nilai post-test meningkat menjadi rata-rata 82,3% (kategori tinggi), yang berarti terjadi peningkatan pemahaman sebesar 53,8 poin persentase. Peningkatan ini sejalan dengan temuan Sari & Kurniawan (2022) yang menyatakan bahwa pelatihan intensif dengan pendekatan praktik langsung (*learning by doing*) terbukti lebih efektif dalam meningkatkan kompetensi digital masyarakat dibandingkan pendekatan teoritis semata.

Dalam hal keterampilan teknis, sebanyak 95% peserta berhasil membuat akun Google My Business mereka sendiri selama sesi pelatihan, dan 88% berhasil menyelesaikan proses verifikasi bisnis. Pencapaian ini melampaui target awal program sebesar 80%, dan menunjukkan bahwa kendala teknis yang awalnya dikhawatirkan seperti keterbatasan infrastruktur internet dapat diatasi melalui pendekatan yang tepat dan dukungan fasilitator yang kompeten. Temuan ini mendukung hasil penelitian Andrianto et al. (2021) yang menyatakan bahwa hambatan teknis dalam adopsi teknologi digital oleh UMKM dapat diatasi melalui program pelatihan yang dirancang secara kontekstual.

Aspek yang paling signifikan dari program ini adalah dampak ekonomi yang mulai dirasakan oleh para peserta. Dalam periode empat minggu pendampingan pasca pelatihan, peserta yang aktif mengelola

akun GMB mereka mengalami rata-rata peningkatan 35% dalam jumlah pertanyaan dan minat dari pelanggan potensial melalui platform digital. Beberapa peserta melaporkan telah mendapatkan pesanan dari luar Kecamatan Kempas bahkan dari kota-kota lain di Provinsi Riau, sebuah pencapaian yang belum pernah mereka alami sebelumnya.

Fitur GMB Insights terbukti menjadi salah satu materi yang paling diminati oleh peserta. Melalui fitur ini, pelaku usaha dapat memahami perilaku pencarian konsumen, mengetahui waktu-waktu puncak kunjungan ke profil bisnis mereka, dan mengidentifikasi kata kunci yang paling sering digunakan oleh calon pembeli. Pemahaman ini memungkinkan pelaku usaha untuk membuat keputusan bisnis yang lebih tepat, seperti penyesuaian stok produk dan penentuan waktu terbaik untuk mempublikasikan konten promosi. Hal ini relevan dengan penelitian Rahmawati & Purnomo (2023) yang menyimpulkan bahwa data analitik digital dapat membantu UMKM dalam meningkatkan efisiensi operasional dan efektivitas strategi pemasaran.

Tantangan utama yang ditemui selama program adalah ketidakstabilan koneksi internet di beberapa wilayah pesisir Kecamatan Kempas, serta rendahnya kepemilikan smartphone dengan spesifikasi yang memadai di kalangan pelaku usaha yang lebih tua. Untuk mengatasi hal ini, tim pengabdian menyediakan perangkat tablet selama pelatihan dan berkoordinasi dengan pihak penyedia layanan internet setempat untuk optimalisasi jaringan. Selain itu, pendampingan berbasis peer-learning juga diterapkan, di mana peserta yang lebih muda dan lebih mahir teknologi membantu rekan-rekan mereka yang lebih senior.

Program ini juga berhasil mendorong terbentuknya komunitas pelaku usaha digital di Kecamatan Kempas yang difasilitasi melalui grup WhatsApp. Komunitas ini berfungsi sebagai wadah berbagi pengalaman, saling mendukung dalam pengelolaan akun GMB, dan bertukar informasi tentang strategi pemasaran digital. Pembentukan komunitas semacam ini sejalan dengan pendapat Subadi (2020) bahwa keberlanjutan program pemberdayaan masyarakat sangat bergantung pada terbentuknya jejaring sosial yang mendukung proses pembelajaran dan implementasi secara kolektif.

4. KESIMPULAN DAN SARAN/REKOMENDASI

4.1 Kesimpulan

Program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat pesisir melalui optimalisasi Google My Business di Kecamatan Kempas, Kabupaten Indragiri Hilir, Riau, telah berhasil dilaksanakan dengan hasil yang memuaskan. Program ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital peserta secara signifikan, dengan rata-rata peningkatan skor pemahaman sebesar 53,8 poin persentase. Sebanyak 85% peserta kini mampu secara mandiri mengelola akun GMB mereka dan mulai merasakan dampak positif berupa peningkatan permintaan produk lokal dari pasar yang lebih luas.

Optimalisasi Google My Business terbukti efektif sebagai instrumen perluasan pasar produk lokal bagi masyarakat pesisir. Program ini menunjukkan bahwa dengan dukungan pelatihan dan pendampingan yang tepat, hambatan literasi digital yang selama ini menjadi penghalang pertumbuhan ekonomi masyarakat pesisir dapat diatasi. Terbentuknya komunitas pelaku usaha digital di Kecamatan Kempas menjadi jaminan keberlanjutan program ini dalam jangka panjang.

4.2 Saran/Rekomendasi

Berdasarkan hasil program ini, beberapa rekomendasi dapat disampaikan: (1) Pemerintah Kabupaten Indragiri Hilir perlu meningkatkan infrastruktur internet di wilayah pesisir untuk mendukung adopsi teknologi digital oleh masyarakat; (2) Program serupa perlu direplikasi dan diperluas ke kecamatan-kecamatan lain di Kabupaten Indragiri Hilir yang memiliki potensi produk lokal; (3) Universitas Islam Indragiri disarankan untuk menjadikan program pemberdayaan digital masyarakat pesisir sebagai program unggulan dalam skema pengabdian kepada masyarakat yang berkelanjutan; dan (4) Para pelaku usaha disarankan untuk terus aktif mengembangkan konten digital dan memanfaatkan fitur-fitur terbaru yang tersedia di platform Google My Business.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian menyampaikan terima kasih kepada Universitas Islam Indragiri, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen dan Program Studi Bisnis Digital, yang telah memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan program ini. Terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Kecamatan Kempas, seluruh kepala desa, dan masyarakat Kecamatan Kempas yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini. Apresiasi yang sebesar-besarnya juga disampaikan kepada seluruh peserta pelatihan yang telah menunjukkan semangat belajar yang luar biasa selama program berlangsung.

REFERENSI

- Andrianto, D., Siswanto, T., & Purwanto, B. (2021). Pelatihan pemasaran digital untuk UMKM berbasis konteks lokal: Studi kasus di Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 3(2), 45–59.
- Fitrianto, A., & Sudarsono, B. (2021). Efektivitas Google My Business sebagai alat pemasaran digital bagi usaha mikro dan kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 22–35.
- Hidayat, R., Kusuma, A., & Santoso, W. (2022). Kesenjangan digital di komunitas pesisir: Analisis hambatan dan peluang adopsi teknologi. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(3), 112–127.
- Ihwan, K., Susanto, B. F., Surya, R. Z., & Ridwan, M. (2025). Pkm mendorong peningkatan ekspor produk unggulan daerah kabupaten indragiri hilir (kelapa) melalui pemanfaatan digital marketing pada umkm. *TRIMAS: Jurnal Inovasi dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 23–31.
- Juliana, D., Susanto, B. F., & Yunita, I. (2025). Pengaruh Teknologi Digital terhadap Perilaku Konsumen di Era Industri 4.0. *Jurnal Mahasiswa Ekonomi Bisnis*, 2(1).
- Kurniawan, F., Hartati, S., & Wahyuni, D. (2022). Literasi digital masyarakat pesisir dalam konteks pengembangan ekonomi lokal. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 14(2), 78–94.
- Mardikanto, T., & Soebiato, P. (2020). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Prasetyo, H., & Wulandari, R. (2023). Pengaruh optimalisasi Google My Business terhadap peningkatan penjualan UMKM di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital*, 5(1), 33–48.
- Rahmawati, L., & Purnomo, S. (2023). Pemanfaatan data analitik digital dalam pengambilan keputusan bisnis UMKM berbasis platform. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, 5(2), 88–103.
- Sari, N., & Kurniawan, M. (2022). Efektivitas metode learning by doing dalam pelatihan kompetensi digital masyarakat perdesaan. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 9(3), 201–215.
- Subadi, T. (2020). *Peran Jejaring Sosial dalam Keberlanjutan Program Pemberdayaan Masyarakat*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Susanto, B. F., Ahmad, A., Adnan, I. M., Widyawati, W., Maulana, R., & Yusafri, A. (2022). Pelatihan Pengelolaan Google My Business pada Gudang Kelapa Do'a Ibu Tembilahan Indragiri Hilir. *ABDIMASY: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 63–69.
- Wahyudi, S., Nugroho, A., & Permatasari, I. (2021). Strategi perluasan pasar produk lokal melalui digitalisasi pemasaran di wilayah pesisir Riau. *Jurnal Ekonomi Pesisir dan Kelautan*, 4(1), 19–34.