

**ANALISIS PEMANFAATAN GOOGLE MAPS
(GOOGLE MY BUSINESS) SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DIGITAL DALAM MENINGKATAN
PENJUALAN USAHA TERNAK BIBIT LELE DI
“AL KAFF” DESA.PUNGPUNGAN KEC.KALITIDU
KAB.BOJONEGORO**

SKRIPSI



**Di ajukan sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan**

**Oleh:
Ahmad Rokib
NIM 21210045**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN
SOSIAL IKIP PGRI BOJONEGORO
TAHUN 2025**

**ANALISIS PEMANFAATAN GOOGLE MAPS
(GOOGLE MY BUSINESS) SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DIGITAL DALAM MENINGKATAN
PENJUALAN USAHA TERNAK BIBIT LELE DI
“AL KAFF” DESA.PUNGPUNGAN KEC.KALITIDU
KAB.BOJONEGORO**

Skripsi

Di ajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan

Oleh:

Ahmad Rokib

NIM 21210045

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN
SOSIAL IKIP PGRI BOJONEGORO
TAHUN 2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

Proposal Penelitian dengan Judul Analisis Pemanfaatan Google maps
Sebagai Media Promosi Digital Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha
Ternak Bibit Lele Di AL Kaff Desa.Pumpungan,Kec.Kalitidu
Kab.Bojonegoro disusun oleh :

Nama : Ahmad Rokib

NIM : 21210045

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Untuk disetujui oleh dosen pembimbing skripsi dan diajukan sebagai bagian
dari syarat kelulusan Pendidikan Ekonomi

Bojonegoro, 14 February 2025

Pembimbing I,



Ayis Crusma Fradani, M.Pd

NIDN. 0729048802

Pembimbing II,



Dr.Ahmad Kholiqul Amin,S.Pd., M.Pd.

NIDN. 0727088801

HALAMAN PENGESAHAN

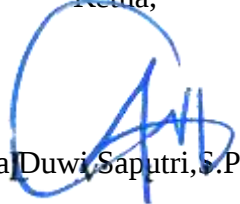
Skripsi dengan judul Analisis Pemanfaatan Google Maps (Google My Business) Sebagai Media Promosi Digital Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Ternak Bibit Lele Di “Al Kaff” Di Desa.Pungpungan Kec.Kalitidu Kab.Bojonegoro disusun oleh :

Nama : Ahmad Rokib
NIM : 21210045
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Telah dipertahankan dalam sidang skripsi pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro pada hari Selasa, 08 Juli 2025.

Bojonegoro, Selasa, 08 Juli 2025

Ketua,



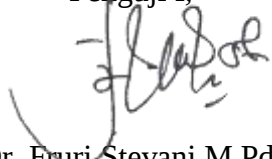
Dr. Ernia Duwi Saputri, S.Pd, M.H.
NIDN.0707019001

Sekretaris



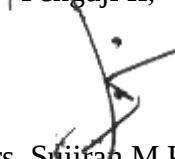
Nur Rohman M.Pd.
NIDN.0713078301

Penguji I,



Dr. Fruri Stevani, M.Pd.
NIDN.0723048902

Penguji II,



Drs. Sujiran, M.Pd.
NIDN.0002106302

Rektor

(Dr. Junarti, Mpd)
NIDN.0014016501

MOTO

"Melangkah tenang, berpikir tajam, tumbuh tanpa sorotan—karena yang kokoh tak butuh tepuk tangan."

"Diam bukan berarti lemah, tapi cara cerdas menata langkah."

"Tidak tergesa, tidak tergoda—karena tujuan besar butuh kepala dingin dan hati yang kuat."

"Berpijak di realita, menatap langit tanpa kehilangan arah."

"Ketika yang lain berlari untuk dilihat, aku memilih tumbuh untuk bertahan."

"Tak perlu ribut soal mimpi, cukup buktikan lewat pencapaian yang sunyi."

PERSEMBAHAN

Ayah dan Ibu tercinta

Yang selalu menjadi pelita dalam setiap langkahku. Terima kasih atas doa yang tak pernah putus, kasih sayang yang tak terukur, dan pengorbanan yang tak terucap. Dari kalian, aku belajar tentang arti sabar, tekun, dan ketulusan yang sejati.

"Dari peluh dan doa kalian, aku tumbuh — seperti benih yang kuat karena akarnya mencintai tanah tempatnya berpijak. "

Bapak Dosen Pembimbing I dan II

Terima kasih atas bimbingan, arahan, dan kesabaran yang luar biasa dalam mendampingi proses panjang ini. Setiap koreksi dan masukan dari Bapak/Ibu bukan hanya memperkaya tulisanku, tapi juga membentuk cara berpikirku menjadi lebih matang dan sistematis.

"Ilmu yang Bapak berikan adalah cahaya yang tak hanya menerangi skripsi ini, tetapi juga jalan panjang kehidupan ke depan. "

Bapak Qosim

Terima kasih atas waktu dan pengetahuan yang telah Bapak bagikan. Wawancara dengan Bapak membuka banyak wawasan baru dan menjadi bagian penting dari penelitian ini.

"Dari kata dan cerita Bapak, aku menyusun makna — menjadi butir-butir pemahaman yang hidup dalam karya ini. "

Riski Ariyanto (Informan-2)

Terima kasih atas keterbukaan dan informasi yang begitu berharga. Sumbangsihmu sangat berarti dalam memperdalam data dan memperkaya analisis dalam skripsi ini.

"Seperti mozaik, setiap potongan data yang kau beri menjadi warna yang memperjelas lukisan keseluruhan. "

Riyan Yulianto (Informan-3)

Terima kasih atas kerjasamanya yang tulus. Perjalanan penyusunan skripsi ini menjadi lebih bermakna berkat pengalaman dan sudut pandang yang Riyan bagikan.

"Kisah dan pandanganmu menyulam dimensi baru dalam riset ini—menjadikannya bukan sekadar tulisan, tapi cerminan nyata kehidupan. "

Dan yang terakhir,

Untuk diriku sendiri

Terima kasih karena tidak menyerah, meski kadang ingin berhenti. Terima kasih telah bertahan melewati malam-malam panjang, rasa cemas, dan lelah yang datang tanpa aba-aba. Semoga perjuangan ini menjadi pijakan untuk langkah yang lebih besar dan lebih berani di masa depan.

"Langit pernah gelap, langkah pernah goyah—tapi lihatlah, kamu tetap berdiri, dengan cahaya dari dalam diri. "

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Rokib
NIM : 21210045
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : FPIPS (Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)

Demi menjunjung tinggi integritas akademik, dengan tulus dan tanpa ada paksaan dari pihak manapun, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

Analisis Pemanfaatan Google Maps (Google My Business) Sebagai Media Promosi Digital Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Ternak Bibit Lele Di "Al Kaff" Di Desa.Pungpungan Kec.Kalitidu Kab.Bojonegoro

Merupakan hasil karyaasli saya sendiri dan semua sumber informasi yang digunakan telah saya cantumkan dengan jelas dalam daftar referensi berdasarkan kode etik ilmiah. Saya menyadari bahwa apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan terkait dengan keaslian karya ini, saya secara pribadi bersedia menerima konsekuensi sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap menanggung sanksi hukum

Bojonegoro, Selasa, 08 Juli 2025


METERAI TEMPEL
BFAMX357096469

Ahmad Rokib

NIM : 21210045

ABSTRAK

Rokib, Ahmad. (2025). “Analisis Pemanfaatan Google Maps (Google My Business) Sebagai Media Promosi Digital Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Ternak Bibit Lele Di Al Kaff Desa.Pungpungan Kec.Kalitidu Kab.Bojonegoro”. Skripsi. Program Studi Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ilmu Pengetahuan Sosial. IKIP PGRI Bojonegoro. Pembimbing (I) Ayis Crusma Fradani, M.Pd, Pembimbing (II) Dr.Ahmad Kholiqul Amin,S.Pd.,M.Pd

Kata Kunci: Google Maps, promosi digital, UMKM, bibit lele, pemasaran

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan Google Maps (Google My Business) sebagai media promosi digital dalam meningkatkan penjualan usaha ternak bibit lele di “Istana Bibit Lele Al Kaff”, Desa Pungpungan, Kecamatan Kalitidu, Kabupaten Bojonegoro. Latar belakang penelitian didasarkan pada kebutuhan UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital agar mampu bersaing dan memperluas jangkauan pasar. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha dan pelanggan, observasi langsung di lokasi, serta dokumentasi digital. Analisis data dilakukan secara induktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah usaha terdaftar di Google Maps sejak tahun 2019, terjadi peningkatan signifikan pada jumlah pelanggan baru, terutama dari luar desa dan luar daerah. Fitur-fitur seperti lokasi, foto, ulasan pelanggan, dan informasi kontak di Google Maps terbukti efektif dalam membangun kepercayaan dan memudahkan konsumen menemukan lokasi usaha. Penjualan bibit lele meningkat secara stabil setiap bulan, dengan perputaran stok yang lebih cepat dibandingkan sebelum memanfaatkan promosi digital. Selain itu, usaha juga mulai menjalin kerja sama dengan toko lain dan memperluas jaringan distribusi.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Google Maps merupakan media promosi digital yang efektif, murah, dan relevan bagi UMKM, khususnya di sektor perikanan pedesaan. Pemanfaatan platform ini tidak hanya meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas usaha, tetapi juga membangun reputasi dan kepercayaan konsumen melalui ulasan dan testimoni pelanggan. Penelitian ini merekomendasikan agar pelaku UMKM lebih aktif mengelola profil bisnis digital dan memanfaatkan fitur-fitur Google Maps secara optimal untuk mendukung pertumbuhan usaha di era digital.

ABSTRACT

Rokib, Ahmad. (2025). *"Analysis of the Utilization of Google Maps (Google My Business) as a Digital Promotion Medium to Increase Sales of Catfish Seed Farming Business at Al Kaff, Pungpungan Village, Kalitidu District, Bojonegoro Regency."* Undergraduate Thesis. Economics Education Study Program, Faculty of Social Sciences, IKIP PGRI Bojonegoro. Supervisor (I): Ayis Crusma Fradani, M.Pd., Supervisor (II): Dr. Ahmad Kholiquil Amin, S.Pd., M.Pd.

Keywords: Google Maps, digital promotion, MSMEs, catfish seed, marketing

This study aims to analyze the use of Google Maps (Google My Business) as a digital promotion medium to increase sales of catfish seed businesses at "Istana Bibit Lele Al Kaff", Pungpungan Village, Kalitidu District, Bojonegoro Regency. The background of the research is based on the need for MSMEs to adapt to digital technology developments in order to compete and expand market reach. The research method used is qualitative with a phenomenological approach. Data were collected through in-depth interviews with business owners and customers, direct observation at the location, and digital documentation. Data analysis was carried out inductively through data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results showed that after the business was registered on Google Maps since 2019, there was a significant increase in the number of new customers, especially from outside the village and region. Features such as location, photos, customer reviews, and contact information on Google Maps proved effective in building trust and making it easier for consumers to find the business location. Catfish seed sales increased steadily every month, with faster stock turnover compared to before utilizing digital promotion. In addition, the business also began to establish cooperation with other stores and expand its distribution network.

This study concludes that Google Maps is an effective, affordable, and relevant digital promotion medium for MSMEs, especially in the rural fisheries sector. Utilizing this platform not only increases business visibility and accessibility but also builds reputation and consumer trust through customer reviews and testimonials. The study recommends that MSME actors be more active in managing digital business profiles and optimizing Google Maps features to support business growth in the digital era.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dengan judul " Analisis Pemanfaatan Google maps Sebagai Media Promosi Digital Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Ternak Lele Di Istana Bibit Lele Desa.Pumpungan, Kec.Kalitidu Kab.Bojonegoro". Penelitian ini disusun sebagai bagian dari upaya untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi serta memberikan kontribusi dalam meningkatkan kualitas pendidikan.

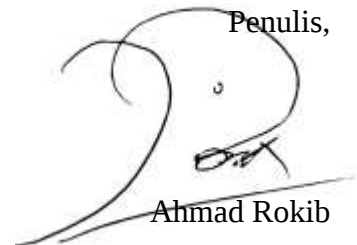
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana penggunaan *google maps* dapat memberikan pengaruh terhadap hasil penjualan. Promosi adalah elemen krusial dalam strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan membangun hubungan dengan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pelaku UMKM, khususnya dalam memilih dan menggunakan media promosi yang efektif guna meningkatkan eksistensi bisnis secara online.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini, terutama kepada pihak istana bibit lele.

Ayah dan ibu, serta seluruh pihak yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi selama proses penyusunan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi dunia bisnis dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Bojonegoro, 14 February 2025

Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'R' followed by a smaller, more complex mark that appears to be 'ok' or similar initials.

Ahmad Rokib

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
Rektor.....	iv
MOTO	v
PERNYATAAN KEASLIAN.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABLE.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	6
C. TUJUAN PENELITIAN.....	7
D. MANFAAT PENELITIAN	7
1. Manfaat teoritis	7
2. Manfaat praktis.....	8
E. Definisi Operasional.....	10
BAB II.....	13
KAJIAN PUSTAKA,KAJIAN TEORITIS DAN KERANGKA	13
BERFIKIR.....	13

A.	KAJIAN PUSTAKA.....	13
B.	KAJIAN TEORITIS	18
1.	GOOGLE	18
2.	GOOGLE MAPS	23
3.	PROMOSI.....	33
5.	PENINGKATAN	41
6.	PENJUALAN.....	43
7.	TERNAK LELE.....	47
8.	KERANGKA BERFIKIR	48
	BAB III.....	52
	METODE PENELITIAN.....	52
A.	PENDEKATAN PENELITIAN	52
B.	TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN.....	53
C.	DATA DAN SUMBER DATA PENELITIAN.....	54
1.	Data Primer	54
2.	Data Sekunder	54
D.	TEKNIK PENGUMPULAN DATA	55
1.	Wawancara.....	55
2.	Observasi.....	56
3.	Dokumentasi	58
E.	TEKNIK ANALISIS DATA	58
1.	Reduksi Data	59
2.	Penyajian Data	59
3.	Penarikan Kesimpulan / Verifikasi	60
F.	TEKNIK VALIDASI DATA.....	60
1.	Triangulasi Waktu.....	61

2.	Triangulasi Teknik	61
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
A.	HASIL PENELITIAN	63
1.	Kondisi Usaha Sebelum Dan Sesudah Promosi Dengan Google maps 63	
B.	Hasil Observasi Lapangan.....	67
j.	Pemanfaatan Fitur Google maps.....	93
5.	Testimoni Konsumen	103
	Pembanding: Usaha yang Belum Menggunakan Google maps.....	105
C.	Pembahasan	109
1.	Google maps sebagai Media Promosi Digital UMKM	109
6.	Tantangan dan Kebutuhan Dukungan Digital.....	116
11.	Implikasi Bagi Pengembangan UMKM.....	123
	BAB V.....	130
	PENUTUP	130
A.	Kesimpulan	130
B.	Saran	132
	DAFTAR PUSTAKA	134
	LAMPIRAN.....	139

DAFTAR TABLE

<i>Table 1 jurnal "upaya peningkatan penjualan pada UMKM dusun 3 pamanukan melalui pendaftaran lokasi usaha di google maps"</i>	<i>14</i>
<i>Table 2 jurnal "upaya peningkatan bisnis dengan digital branding pembuatan lokasi UMKM melalui aplikasi google maps di desa sinarjaya"</i>	<i>15</i>
<i>Table 3 jurnal "aplikasi google maps sebagai upaya pengembangan UMKM di desa tugu utara"</i>	<i>15</i>
<i>Table 4 jurnal "pemasangan titik gooogle maps dan sepanduk sebagai alat promosi dalam perluasan jaringan penjualan UMKM di rt. 17 kelurahan karang joang"</i>	<i>16</i>
<i>Table 5 jurnal analisis pemanfaatan google maps sebagai sarana promosi terhadap penjualan usaha UMKM di nagari koto padang</i>	<i>17</i>

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 2 .1 tangkapan layar halaman pendaftaran usaha</i>	<i>30</i>
<i>Gambar 2 .2 pemilihan kategori bisnis.....</i>	<i>30</i>
<i>Gambar 2 .3 penambahan lokasi bisnis.....</i>	<i>31</i>
<i>Gambar 2 .4 pendaftaran nomor kontak.....</i>	<i>32</i>
<i>Gambar 2 .5 penambahan jam kerja.....</i>	<i>32</i>
<i>Gambar 2. 6 verifikasi bisnis</i>	<i>33</i>
<i>Gambar 2. 7 profil bisnis.....</i>	<i>33</i>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Observasi	i
Lampiran 2 Hasil Observasi	141
Lampiran 3 Lembar Wawancara Pemilik Usaha	143
Lampiran 4 Lembar Wawancara Pelanggan	152
Lampiran 5 Lembar Wawancara Pelanggan	155
Lampiran 6 DOKUMENTASI PENELITIAN.....	168
Lampiran 7 Surat Ijin Penelitian	174
Lampiran 8 Surat Selesai Penelitian	175

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan dan kemajuan teknologi yang semakin meningkat menuntut UMKM untuk siap beradaptasi dengan cepat. Para pemangku kepentingan UMKM perlu memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin pesat semaksimal mungkin. Karena teknologi kini memberikan kontribusi yang sangat besar dalam mempermudah dan mempercepat pekerjaan masyarakat, serta masyarakat semakin bergantung pada teknologi saat ini (Irawan, 2019). Tentu saja, pesatnya perkembangan teknologi akan berdampak pada banyak industri, salah satunya adalah pemasaran. Industri ini mengalami pergeseran dari pemasaran konvensional, ke pemasaran digital (Dwijayanti & Pramesti, 2021)

Dalam era digital ini, pelaku UMKM harus proaktif dalam mengantisipasi perubahan yang terjadi. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan promosi melalui media sosial. Media sosial kini menjadi sumber utama kebutuhan masyarakat dan memainkan peran penting dalam dunia bisnis, terutama dalam bidang pemasaran serta sebagai saluran penyebaran informasi yang cepat. Mayasari dkk. (2022) menegaskan bahwa "penggunaan media sosial oleh UMKM tidak hanya membantu mereka menjangkau lebih banyak konsumen tetapi juga meningkatkan

interaksi langsung dengan pelanggan secara real-time," sehingga memberikan dampak positif pada loyalitas pelanggan

Dengan demikian, pemanfaatan teknologi digital bukan hanya sekadar pilihan, tetapi menjadi keharusan bagi UMKM untuk tetap bersaing di pasar global. Penggunaan platform digital seperti media sosial dan marketplace dapat membantu UMKM memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional mereka. Namun, tantangan seperti keterbatasan pengetahuan dan sumber daya manusia serta infrastruktur yang belum merata perlu diatasi agar UMKM dapat bertransformasi secara efektif dalam menghadapi era digital ini (Suwarni, 2023).

Wardhana (2020) menemukan bahwa keunggulan kompetitif UMKM dalam pemasaran produk dipengaruhi oleh strategi promosi digital. Salah satu aspek dari strategi yaitu ketersediaan informasi produk, dalam konteks ini, informasi yang lengkap dan akurat mengenai produk, seperti deskripsi, spesifikasi, dan ulasan pengguna, sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Ketersediaan informasi yang baik memungkinkan konsumen untuk memahami produk lebih baik, sehingga meningkatkan kepercayaan dan kepuasan mereka terhadap pembelian. Selain itu, visualisasi produk melalui gambar dan video juga berperan dalam menarik perhatian konsumen dan membantu mereka dalam proses pengambilan keputusan.

Sehingga, agar usaha tetap berlangsung maka perlu membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dan memuaskan antar pihak terutama konsumen (Saleh & Said, 2019). Hubungan jangka panjang yang

terjalin dapat dipelihara dengan memberikan kepuasan kepada konsumen maupun pelanggan. Hal ini dapat melalui sistem promosi yang up to date dan mengikuti perkembangan zaman Komunikasi pemasaran dianggap perlu dan sangat penting karena dapat meningkatkan hasil produk yang terjual (Rahmaniar dkk, 2021).

Pemasaran dapat dikatakan berhasil apabila mampu mempertahankan konsumen tersebut, dengan menjaga kualitas dan juga memberikan kepuasan kepada konsumen (Dellia Mila Vernia dkk, 2020). Produsen harus mampu membangun hubungan yang kuat dengan cara memberikan promosi ataupun meningkatkan kualitas produk terhadap konsumen yang diharapkan nantinya akan menjadi pelanggan (Panuju, 2019).

Di era digital saat ini, upaya pemasaran online tidak hanya terfokus pada penggunaan media sosial saja, namun juga dapat menggunakan platform google yaitu google maps. Google maps adalah layanan informasi peta yang dikembangkan oleh google (Harahap & Hidayatullah, 2019). Google maps memberikan informasi berupa visual peta jalan satelit dengan foto terkini. Selain itu, penggunaan google maps tidak hanya sekedar alat pemetaan, tetapi juga dapat digunakan sebagai alat promosi yang ampuh untuk memperkenalkan bisnis UMKM Anda ke seluruh komunitas.

Melalui layanan Google Business Profile, pelaku usaha dapat mencantumkan berbagai informasi penting, seperti: Alamat dan lokasi usaha secara akurat, Jam operasional, Foto produk atau tempat usaha, Nomor telepon dan tautan ke media sosial atau marketplace, Ulasan (review) dari pelanggan,

Fitur pesan langsung (chat), serta Statistik pengunjung dan interaksi pelanggan. Fitur-fitur tersebut tidak hanya meningkatkan visibilitas usaha di pencarian Google dan Maps, tetapi juga membangun kepercayaan pelanggan melalui interaksi dan testimoni. Bisnis yang muncul dalam hasil pencarian lokal dengan ulasan yang baik cenderung lebih dipercaya dan dipilih oleh konsumen, bahkan sebelum mereka mengunjungi tempat usaha secara langsung.

UMKM memiliki potensi yang signifikan dalam meningkatkan kondisi perekonomian sebagian besar masyarakat dan memberikan pendapatan bagi masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan mereka sendiri. Dengan memanfaatkan konsep pemasaran digital yang berteknologi maju, UMKM dapat mencapai kekuatan ekonomi (Andriani dll., 2022). Maka dari itu, untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi UMKM yang berkembang, diperlukan teknologi informasi untuk pemasaran produk. Maka, adanya aplikasi Google Maps untuk memudahkan para UMKM melakukan pemetaan melalui smartphone mereka.

Oleh karena itu, UMKM patut didukung dengan keterangan yang valid dan mendapat tinjauan khusus untuk mendapatkan jaringan pasar yang luas akibatnya mereka dapat berkembang dan menjadi kompetitif (Srijani, 2020). Salah satu aplikasi yang terbukti sangat bermanfaat dan memiliki peran penting dalam dunia bisnis adalah Google maps. Para pelaku UMKM juga menyadari bahwa pengaplikasian Google Maps dapat menjadi solusi yang tepat untuk memudahkan proses penjemputan dan pengiriman barang oleh konsumen. Google maps merupakan aplikasi pemetaan online yang disiapkan oleh Google secara gratis (M Syaiful Amri MSA Abdul Wahab, 2019).

Dalam beberapa tahun terakhir, pemanfaatan media digital seperti Google Maps (Google My Business) semakin banyak diadopsi oleh pelaku UMKM di bidang perikanan, termasuk usaha budidaya bibit lele. Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung menyoroiti efektivitas media sosial seperti Instagram atau Facebook dalam promosi, sementara kajian komprehensif mengenai dampak spesifik Google Maps untuk pengembangan jaringan pemasaran dan peningkatan penjualan pada UMKM perikanan desa masih sangat terbatas. Selain itu, belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji kendala, strategi pengelolaan, dan optimalisasi fitur Google My Business dalam konteks usaha mikro di wilayah pedesaan yang memiliki karakteristik dan tantangan berbeda dengan UMKM perkotaan, khususnya terkait dengan edukasi konsumen, kepercayaan pasar luar daerah, serta pengelolaan reputasi bisnis secara daring.

Peternakan ikan lele yang berada di sebuah desa di Kecamatan Kalitidu, Kabupaten Bojonegoro, Provinsi Jawa Timur, merupakan usaha kecil menengah yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga. Dengan fokus pada budidaya bibit ikan lele, usaha ini memberikan sumber pendapatan tambahan yang signifikan bagi keluarga. Melalui kegiatan ini, kebutuhan ekonomi sehari-hari dapat terpenuhi, serta memberikan peluang untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan anggota keluarga.

Namun, usaha kecil yang sudah beberapa kali menjual hasil peternakannya ini mengalami berbagai permasalahan yang memang sering dihadapi UMKM seperti permasalahan yang sudah diuraikan sebelumnya. Kendala serius yang dihadapi oleh usaha ini adalah kurangnya inovasi dalam promosi dan distribusi.

Padahal inovasi sangat diperlukan dalam bisnis, untuk menciptakan daya saing, sehingga produk dapat bersaing dan bertahan (Sriyanto dll., 2020).

Permasalahan di atas perlu dicari solusinya karena diketahui di desa lain, juga menjalankan usaha serupa yang menyebabkan usaha ini memiliki pesaing. Persaingan tentu tidak bisa dilepaskan dari dunia usaha sehingga produk harus mempunyai daya saing dan juga harus mampu beradaptasi dengan perubahan-perubahan yang terjadi (Oktaviandi, 2020).

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan analisis tentang pemanfaatan google maps sebagai media pemasaran digital yang sama dengan platform media pemasaran lainnya. Selain itu google maps dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas usaha, memungkinkan konsumen untuk dengan mudah menemukan lokasi dan informasi terkait produk yang ditawarkan. Dalam era digital saat ini, di mana teknologi semakin mendominasi cara orang berbelanja, pemanfaatan platform digital seperti google maps menjadi sangat penting untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi potensi peningkatan penjualan yang dapat dicapai melalui strategi promosi berbasis lokasi, yang terbukti efektif dalam berbagai sektor. Dengan memahami bagaimana google maps dapat dimanfaatkan secara optimal, diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan memperluas jangkauan pasar.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “sejauh mana penggunaan google maps berkontribusi

dalam peningkatan jumlah penjualan produk UMKM berupa bibit lele yang di kelola oleh Al Kaff di Desa Pumpungan Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro”

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di jabarkan diatas, maka tujuan penelitian ialah mengeksplorasi potensi peningkatan penjualan yang dapat dicapai melalui strategi pemasaran berbasis lokasi, yang efektif dalam berbagai sektor. Dengan memahami bagaimana google maps dapat di manfaatkan secara optimal sebagai media promosi digital UMKM.

D. MANFAAT PENELITIAN

Hasil dari penelitian ini di harapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan terhadap pemahaman tentang bagaimana teknologi informasi dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing dan keberhasilan UMKM di pasar modern. Dengan memahami manfaat ini, pelaku usaha dapat lebih termotivasi untuk mengadopsi strategi promosi digital yang inovatif dan efektif.

Selain itu visibilitas yang tinggi sangat penting untuk menarik perhatian pelanggan baru. Dengan mendaftar di Google maps, UMKM dapat muncul dalam hasil pencarian lokal, sehingga lebih mudah ditemukan oleh konsumen yang mencari produk atau layanan di area mereka. Hal ini

mendukung konsep bahwa keberadaan yang jelas di pasar digital dapat meningkatkan peluang untuk mendapatkan pelanggan.

2. Manfaat praktis

a. Pelaku UMKM

Pemanfaatan Google maps sebagai media promosi digital memberikan keuntungan signifikan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama dalam meningkatkan visibilitas usaha mereka. Dalam era digital saat ini, keberadaan online menjadi sangat penting, dan para ahli pemasaran digital menekankan bahwa dengan mendaftarkan usaha di Google maps, pelaku UMKM dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Ketika konsumen mencari produk atau layanan tertentu, mereka cenderung menggunakan peta digital untuk menemukan lokasi terdekat.

Dengan demikian, usaha ternak lele yang terdaftar di Google maps dapat muncul di hasil pencarian, meningkatkan peluang untuk menarik pelanggan baru. Selain itu, Google maps menawarkan antarmuka yang mudah digunakan, yang memungkinkan konsumen untuk dengan cepat menemukan informasi tentang lokasi usaha, seperti alamat, nomor telepon, dan jam operasional. Kemudahan akses ini sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Lebih lanjut, fitur ulasan dan rating di Google maps memungkinkan pelaku UMKM membangun reputasi positif; ulasan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan menarik lebih banyak pelanggan. Namun, tantangan tetap ada, terutama terkait kurangnya

pengetahuan dan keterampilan digital di kalangan sebagian besar pelaku UMKM. Tanpa pemahaman yang baik tentang cara mendaftar dan mengelola profil mereka di Google maps, banyak usaha kecil mungkin kehilangan peluang untuk memanfaatkan alat ini secara efektif.

b. Pelaku Usaha Ternak Lele

Dengan semakin berkembangnya teknologi dan penggunaan internet, banyak pelaku usaha yang mencari cara untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk mereka. Melalui penelitian ini, pelaku usaha dapat memahami bagaimana Google maps dapat digunakan untuk mempromosikan lokasi usaha mereka, sehingga memudahkan konsumen menemukan produk yang mereka tawarkan.

Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan strategi konkret dalam memanfaatkan fitur-fitur Google maps, seperti penandaan lokasi, ulasan pelanggan, dan informasi kontak, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan kepercayaan konsumen. Dengan demikian, pelaku usaha ternak lele tidak hanya dapat meningkatkan penjualan tetapi juga membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan melalui interaksi yang lebih mudah dan transparan.

3. Akademisi

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi penting dalam kajian promosi digital, khususnya dalam konteks usaha kecil dan menengah (UMKM). Dengan menganalisis bagaimana Google maps dapat digunakan untuk meningkatkan visibilitas produk, penelitian ini dapat membuka diskusi

lebih lanjut mengenai integrasi teknologi informasi dalam strategi pemasaran. Selain itu, temuan-temuan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut yang mengeksplorasi alat digital lainnya dan dampaknya terhadap pertumbuhan usaha di sektor pertanian dan peternakan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkaya literatur akademik, tetapi juga memberikan wawasan praktis yang dapat diterapkan oleh mahasiswa dan peneliti di bidang yang sama.

4. Peneliti

Melalui penelitian ini, peneliti akan memperoleh pemahaman mendalam mengenai bagaimana teknologi digital, khususnya platform seperti Google maps, dapat meningkatkan visibilitas usaha dan menarik lebih banyak pelanggan. Dengan menganalisis cara-cara efektif dalam memanfaatkan Google maps, Peneliti dapat mengidentifikasi praktik terbaik yang bisa diterapkan oleh pelaku usaha lain di sektor yang sama.

E. Definisi Operasional

1. Google maps

Pemanfaatan Google maps dalam konteks usaha ternak lele berfungsi sebagai alat strategis untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk. Dengan mendaftarkan lokasi usaha di Google maps, pemilik usaha dapat memastikan bahwa konsumen potensial dapat dengan mudah menemukan lokasi fisik mereka.

Selain itu, Google maps memungkinkan pemilik usaha untuk menambahkan informasi penting seperti jam operasional, nomor kontak, dan deskripsi produk yang ditawarkan. Fitur ini tidak hanya membantu dalam menarik perhatian konsumen lokal, tetapi juga memudahkan mereka dalam merencanakan kunjungan. Melalui penggunaan Google maps, usaha ternak lele dapat memanfaatkan teknologi geolokasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan pada akhirnya mendorong peningkatan penjualan. Dengan demikian, Google maps berperan penting dalam strategi promosi digital yang efektif bagi pelaku usaha di sektor ini.

2. Media Promosi Digital

Dalam konteks penelitian ini, "media promosi digital" merujuk pada strategi pemasaran yang menggunakan teknologi internet dan aplikasi berbasis web atau mobile untuk mempromosikan produk usaha ternak lele.

3. Hasil Penjualan

Hasil penjualan merupakan indikator kunci dalam menilai efektivitas pemanfaatan Google maps sebagai media promosi digital untuk usaha ternak lele. Dalam konteks ini, hasil penjualan dapat diukur dengan membandingkan data penjualan sebelum dan sesudah penerapan strategi promosi yang melibatkan Google maps. Peningkatan penjualan dapat terjadi melalui beberapa mekanisme, seperti peningkatan visibilitas usaha di pencarian lokal, kemudahan akses informasi bagi konsumen, serta kemampuan untuk menarik

perhatian pelanggan baru yang sebelumnya tidak mengetahui keberadaan usaha,tersebut.