

**Pemasangan dan Pendampingan Google Bisnis (Google Lokasi) pada Biro Umroh
Al Hijrah Tour sebagai Sarana Pemasaran dan Peningkatan Eksistensi
Perusahaan di Dunia Maya**

¹Muhammad Wahyuddin, ²Dewita Puspawati, ³Novel Idris Abas
^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
mw391@ums.ac.id

Abstract

Even though it is not as intense as business players in the United States, business people in Indonesia have started to use information technology media to increase company branding, market products, increase the company's existence, and introduce their new products. However, not all business people in Indonesia are willing to use information technology to support their marketing activities. Travel Agencies for Umrah business people tend to feel that they don't need to use information technology as a means of supporting marketing activities because they feel offline marketing is good enough so that they don't need information technology to support marketing activities. This community service activity program is to increase awareness of the use of information technology by providing education, information, and training on how to use good and correct information technology and directly helping to apply information technology in supporting marketing activities. The technology we use is the tools provided by Google companies, namely Google business and Google location.

Key Word: google business; Travel Agencies for Umrah; marketing; existence.

1. Pendahuluan

Teknologi Informasi memegang peranan penting dalam peradaban manusia, salah satunya sebagai alat untuk membangun sebuah bisnis (Xiao, 2010; Pan, dkk., 2007). Sudah menjadi rahasia umum bahwa di tahun 1994, teknologi informasi menjadi pemeran utama ketika Zeff Bezos mendirikan perusahaan e-commerce terbesar bernama Amazon. Hal yang sama terjadi di tahun 1998 dimana teknologi informasi membawa Larry Page dan Sergey Brin menjadi miliarder muda dengan membangun perusahaan teknologi informasi bernama Google. Selain memegang peranan penting sebagai alat untuk membangun sebuah bisnis, peran teknologi informasi telah berkembang sebagai alat bantu pemilik usaha dan pebisnis untuk mengembangkan bisnisnya.

Perkembangan teknologi informasi telah digunakan dengan baik oleh banyak pebisnis di Amerika Serikat untuk menunjang kebutuhan aktivitas bisnis, khususnya aktivitas yang berkaitan erat dengan bidang pemasaran. Meskipun teknologi terlihat sederhana, mereka sadar bahwa dengan menggunakan teknologi informasi dengan baik dan benar, perusahaan bisa meningkatkan keuntungannya hingga 67%.

Meskipun tidak sebanyak di Amerika Serikat, pebisnis di Indonesia sudah mulai menggunakan media teknologi informasi untuk meningkatkan branding perusahaan, memasarkan produk, meningkatkan eksistensi perusahaan, hingga memperkenalkan

produk baru melalui teknologi informasi. Namun, tidak semua pebisnis di Indonesia mau menggunakan teknologi informasi sebagai penunjang aktivitas pemasarannya (Masitah, 2015). Masih banyak para pebisnis, seperti pemilik biro umroh yang merasa tidak perlu menjadikan teknologi informasi sebagai sarana penunjang aktivitas pemasaran, terutama pebisnis yang merasa pemasaran offline sudah cukup baik sehingga tidak memerlukan teknologi informasi sebagai penunjang aktivitas pemasaran (Awwali, 2019; Hidayah, dkk., 2015). Alasan umum lainnya adalah merasa gaptek dan tidak memiliki sumber daya manusia yang berbakat dalam memanfaatkan teknologi informasi di sektor bisnis ataupun kurangnya informasi dan pendidikan tentang bagaimana menggunakan teknologi informasi dengan baik dan benar dalam menunjang aktivitas pemasaran.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan di atas, maka kami berinisiatif membantu pebisnis yang belum mau menggunakan teknologi informasi dalam menunjang aktivitas pemasaran usahanya. Langkah yang kami lakukan adalah dengan memberikan edukasi, informasi, dan pelatihan bagaimana menggunakan teknologi informasi yang baik dan benar. Bahkan, kami juga akan membantu para pelaku bisnis tersebut secara langsung untuk mengaplikasikan teknologi informasi dalam menunjang aktivitas pemasaran. Teknologi yang kami gunakan adalah tools yang diberikan oleh perusahaan Google yaitu Google bisnis dan Google lokasi. Sebagai awalan, tidak semua fasilitas yang terdapat di dua tools tersebut akan kami gunakan. Google bisnis akan kami gunakan untuk melakukan pencarian kata kunci tertarget sehingga berdampak pada pemetaan pasar (Sigala, 2009). Google lokasi akan kami manfaatkan untuk meningkatkan eksistensi perusahaan dan kepercayaan konsumen untuk melakukan tindakan yang mengarah pada transaksi jual beli.

Keluaran dari program ini dibagi menjadi dua tipe. Keluaran tipe pertama adalah dua video edukasi bagi pemilik usaha tentang betapa penting dan menguntungkan jika bisa memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana penunjang aktivitas pemasaran perusahaan serta cara bagaimana menggunakannya. Keluaran tipe kedua adalah instalasi dan perawatan dari sistem yang telah kami buat. Kegiatan pendampingan ini mempunyai tujuan, yaitu memberikan edukasi, informasi, dan pelatihan bagaimana menggunakan teknologi informasi yang baik dan benar; memberikan pelatihan dan instalasi pencarian kata kunci tertarget dengan menggunakan alat google bisnis; serta memberikan pelatihan dan instalasi google lokasi.

2. Metode

Lokasi pendampingan mencakup satu biro umroh dan satu agen biro umroh, yaitu Al Hijrah Tour dan Al Hijrah Tour terletak di Jalan Ahmad Yani No. 361, Pabelan, Kartasura (sebelah Barat Transmart Pabelan). Al Hijrah Tour memiliki 5 orang karyawan yang terdiri atas 1 orang direktur perusahaan, 1 orang supervisor, 1 orang karyawan bagian administrasi dan akuntansi, dan 2 orang karyawan bagian marketing. Biro ini telah melakukan usaha umroh selama 4 bulan.

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan kepada biro umroh bertujuan untuk memberikan wawasan kepada pemilik usaha tentang pentingnya teknologi informasi sebagai salah satu aktivitas pemasaran yang bisa meningkatkan omset perusahaan, melatih karyawan dan melakukan instalasi google bisnis dan google lokasi. Kegiatan pengabdian ini akan disesuaikan dengan kondisi yang terjadi di lokasi pengabdian. Adapun kegiatan pengabdian kepada kedua biro umroh ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Masalah Prioritas dan Program yang akan Dilakukan

Masalah Prioritas	Program Kegiatan
Pemilik bisnis terkait, masih merasa tidak perlu menjadikan teknologi informasi sebagai sarana penunjang aktivitas pemasaran.	Memberikan edukasi, informasi, dan pelatihan bagaimana menggunakan teknologi informasi yang baik dan benar.
Pemilik bisnis tidak tahu bagaimana cara menggunakan alat google bisnis untuk menemukan kata kunci target.	Memberikan pelatihan dan instalasi pencarian kata kunci tertarget dengan menggunakan alat google bisnis.
Pemilik bisnis tidak tahu bagaimana menggunakan alat google lokasi untuk meningkatkan ek-sistensi perusahaan dan kepercayaan pelanggan.	Memberikan pelatihan dan instalasi alat google lokasi.

Instalasi alat google bisnis digunakan untuk mencari kata kunci tertarget dan memetakan demografi dan posisi pasar. Sedangkan instalasi google lokasi digunakan untuk meningkatkan eksistensi perusahaan dan kepercayaan konsumen sehingga konsumen melakukan tindakan yang mengarah pada transaksi jual beli.

3. Hasil dan Pembahasan

Program pengabdian masyarakat ini telah dilakukan oleh tim pengusul pada tanggal 1 dan 2 Oktober 2019. Berikut beberapa hasil yang dapat kami laporkan diantaranya, yaitu edukasi google bisnis kepada Al Hijrah Tour, pelatihan google bisnis kepada karyawan Al Hijrah Tour dan optimisasi google bisnis,

3.1. Edukasi Google Bisnis kepada Al Hijrah Tour

Kegiatan ini dilakukan karena kurangnya pengetahuan dari pihak Al Hijrah Tour tentang pentingnya Google Bisnis sebagai alat untuk memaksimalkan kinerja pemasaran perusahaan. Kegiatan dilakukan pada tanggal 1 Oktober 2018 di Kantor Al Hijrah Tour Surakarta yang dimulai pada pukul 09.00 hingga pukul 10.00. Diskusi menjadi metode yang digunakan dalam melakukan edukasi kepada pihak Al Hijrah Tour.

Materi yang didiskusikan meliputi apa itu google bisnis, fitur pada google bisnis, siapa saja penggunanya, dan kira-kira apa saja yang dibutuhkan agar bisa menggunakan google bisnis. Materi didapatkan dari beberapa sumber di internet maupun ebook. Edukasi diakhiri dengan kesepakatan tentang apa saja yang akan ditampilkan di google bisnis terkait dengan profil perusahaan dan sebagainya. Kegiatan berjalan lancar tanpa kendala apapun.

3.2. Pelatihan Google Bisnis kepada Karyawan Al Hijrah Tour

Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 1 Oktober 2018. Pada sesi ini kegiatan yang dilakukan adalah pelatihan cara instalasi google bisnis kepada direktur Al Hijrah Tour. Kegiatan meliputi pencarian kata kunci, rekapitulasi kata kunci, upload kata kunci, pelengkapan profil perusahaan, dan upload foto perusahaan. Kegiatan ini berjalan lancar tanpa ada kendala apapun.

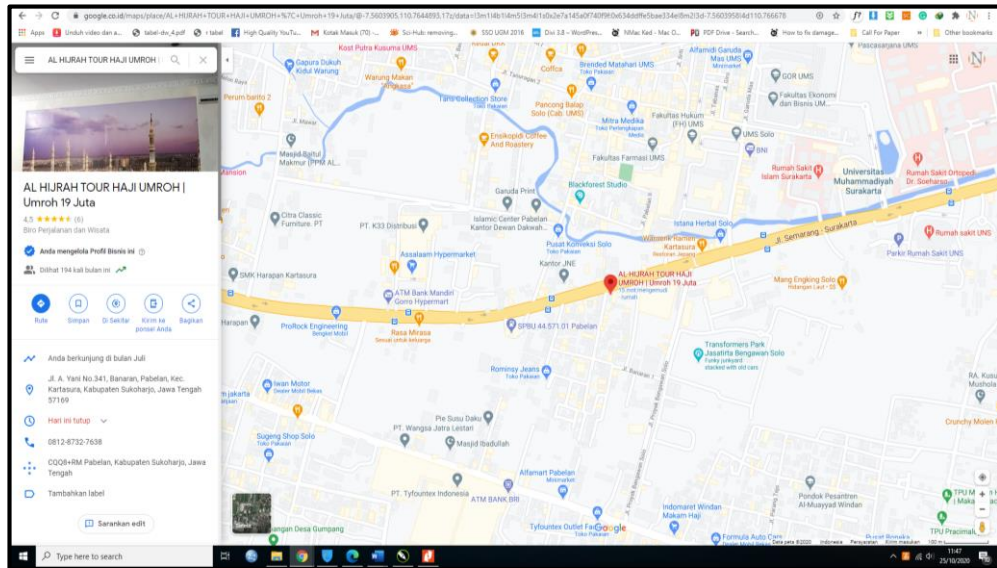
Gambar 1. Edukasi Google Bisnis kepada Al Hijrah Tour



Gambar 2. Pelatihan Google Bisnis



Gambar 3. Hasil Pembuatan Google Location



3.3. Optimisasi Google Bisnis

Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 2 Oktober 2018. Pada sesi ini kegiatan yang dilakukan adalah pelatihan cara optimasi google bisnis kepada direktur Al Hijrah Tour. Kegiatan meliputi bagaimana cara agar data yang telah diolah sebelumnya bisa menjadi top nomor 1 di google. Cara yang dilakukan adalah melakukan submit website dan menganalisa kebutuhan dari customer. Selanjutnya adalah mencocokkan hasil dengan hasil analisa konsumen. Kegiatan ini berjalan lancar tanpa ada kendala apapun. Selanjutnya dilain waktu pihak Al Hijrah tour juga menginginkan adanya teknik marketing lainnya.

Gambar 4. Diskusi Optimisasi Google Bisnis



4. Kesimpulan

Seluruh program kegiatan pengabdian masyarakat telah dilaksanakan dengan baik. Kegiatan yang meliputi edukasi penggunaan google bisnis sampai dengan optimisasi google bisnis dilaksanakan selama 2 hari, yaitu 1- 2 Oktober 2019. Hasil dari pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat membantu Al Hijrah dalam meningkatkan strategi pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi yang telah tersedia saat ini.

Referensi

- Awwali, J. M., Rahmi, D., & Noviani, N. (2019). *Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Usaha Travel Umroh di Kota Bandung*.
- Hidayah, N. A., Utami, M. C., & Suhendar, A. T. (2015). Rancang Bangun Sistem Informasi Pelayanan Haji dan Umroh Berbasis Web (Studi Kasus: KBIH Al-Karimiyah Depok). *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*, 8(2).
- Masitah, D. (2015). Dinamika Bisnis Travel Umroh Se Kota Pasuruan Di Era Globalisasi. *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 2(2), 242-261.
- Pan, B., Crotts, J. C., & Muller, B. (2007, December). *Developing Web-based Tourist Information Tools Using Google Map*. In ENTER (pp. 503-512).
- Sigala, M., & Marinidis, D. (2009, July). Exploring The Transformation of Tourism Firms' Operations and Business Models Through the Use of Web Map Services. *In European and Mediterranean Conference on Information Systems* (pp. 1-13).
- Xiao, P. X. W. (2010). Digital Campus Map Publishing Based on Google Map API [J]. *Journal of Geomatics*, 1, 013.