

Pemanfaatan Google My Business Untuk Peningkatan Digital Skill Pengelolaan Pariwisata Pada Geopark Youth Forum (GYF) Badan Pengelola Geopark Bayah Dome

Tb Ai Munandar, Dwipa Handayani dan Tyastuti Sri Lestari

Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
Email : tb.aimunandar@dsnubharajaya.ac.id, dwipa.handayani@dsn.ubharajaya.ac.id,
tyas@ubharajaya.ac.id

<p>Histori Makalah</p> <p>Diterima Editor : <i>19 Maret 2023</i></p> <p>Direvisi Pemakalah : <i>23 Maret 2023</i></p> <p>Diterima Publikasi : <i>29 Maret 2023</i></p>	<p>ABSTRAKSI</p> <p>Geopark Youth Forum (GYF) merupakan komunitas yang dibentuk di bawah pembinaan dan pengawasan Badan Pengelola Geopark Bayah Dome, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Tugas utamanya adalah membantu Badan Pengelola untuk melakukan edukasi dan promosi kawasan wisata Geopark Bayah Dome serta pengelolaan wisata geosite yang dimilikinya. Kemampuan penggunaan teknologi digital memang sudah dimiliki oleh anggota GYF, namun optimalisasi teknologi digital tersebut untuk menatakelola sektor pariwisata masih belum memadai. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan digital skill bagi anggota GYF agar mampu mempromosikan, mengelola dan memasarkan kawasan wisata Geopark Bayah Dome, khususnya menggunakan platform Google My Business (GMB). Harapannya adalah, dengan kemampuan digital yang memadai mampu menciptakan peluang usaha pada sektor pariwisata sehingga mampu meningkatkan perekonomian wilayah berkelanjutan. Kegiatan pengabdian diawali dengan tahap identifikasi permasalahan, diskusi dengan mitra untuk penyusunan program kerja, pelaksanaan serta evaluasi. Hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat memperlihatkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman tentang fungsi, manfaat serta penggunaan Google My Business untuk keperluan pengelolaan usaha pada sektor pariwisata. Hasil pre-test kemampuan peserta pelatihan memperlihatkan sebanyak 10% tidak mengetahui fungsi dan manfaat Google My Business, sedangkan sebanyak 21.1% menyatakan belum mengetahui cara pendaftaran platform GMB untuk kebutuhan pengelolaan usaha. Hasil post-test setelah pelatihan memperlihatkan semua peserta telah memahami fungsi, manfaat dan cara mendaftarkan usaha melalui platform GMB.</p> <p>Kata Kunci: geopark, komunitas, teknologi digital, digital skill, google my business</p> <p>ABSTRACT - dalam bahasa inggris</p> <p>Geopark Youth Forum (GYF) is a group that was put together by Badan Pengelola (BP) Geopark Bayah Dome in Lebak Regency, Banten Province. Its main job is to help the BP educate people about the Bayah Dome Geopark tourist area, get the word out about it, and run its geosite tourism. GYF members already know how to use digital technology, but they aren't making the most of it to manage the tourism sector. The goal of this community service project is to teach GYF members how to use the Google My Business (GMB) platform to promote, manage, and market the Geopark Bayah Dome tourist area. The hope is that, with adequate digital capabilities, it will be able to create business opportunities in the tourism sector so as to be able to improve the regional economy in a sustainable manner. Community service activities start with figuring out what the problem is. Then, partners are brought in to talk about how to make work programs. The results of putting community service into place show that more people in the tourism industry</p>
---	---

now know how Google My Business works, what its benefits are, and how to use it for business management. The results of the pre-test of the abilities of the training participants showed that as much as 10% did not know the functions and benefits of Google My Business, while 21.1% stated that they did not know how to register the GMB platform for business management needs. Post-test results after the training showed that all participants understood the functions, benefits, and how to register a business through the GMB platform.

Keywords: geopark, community, digital technology, digital skills, google my business

Penulis Korespondensi

Tb Ai Munandar ~ Universitas Bhayangkara Jakarta Raya ~ tb.aimunandar@dsn.uhharajaya.ac.id

This is an open access article under the [CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license



PENDAHULUAN

Geopark Bayah Dome merupakan salah satu warisan budaya yang dimiliki oleh Kabupaten Lebak Provinsi Banten. Geopark atau taman bumi ini ditetapkan berdasarkan Keputusan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Republik Indonesia Nomor 164.K/HK.02/MEM.G/2022. Sebanyak 32 situs warisan geologi dimiliki oleh Geopark Bayah Dome yang tersebar di 14 kecamatan berbeda. Untuk menunjang pengelolaan terhadap Geopark ini, maka pada tahun 2022 juga dibentuk Badan Pengelolaan Geopark (BP Geopark) yang bertugas untuk melakukan inventarisasi, pengelolaan dan pengolah geopark sehingga dapat diberdayakan untuk mendukung peningkatan perekonomian masyarakat berkelanjutan. Untuk menjalankan fungsinya, BP Geopark tidak berjalan sendirian, ada kumpulan anak muda yang tergabung dalam *Geopark Youth Forum* (GYF) turut juga membantu mewujudkan pengelolaan geopark.

Geopark Youth Forum saat ini berfokus pada kegiatan edukasi serta promosi Geopark Bayah Dome kepada masyarakat luas, baik lokal, nasional dan bahkan internasional. Dalam menunjang pekerjaannya, GYF sudah memanfaatkan teknologi informasi serta berbagai media sosial untuk menunjang tugasnya membantu BP Geopark. Namun demikian, penggunaan media sosial dan

perangkat teknologi informasi masih belum tertata dengan rapih dan belum optimal untuk kebutuhan edukasi dan promosi wisata, khususnya terkait geosite yang ada di Geopark Bayah Dome. Beberapa media sosial yang digunakan tersebar tanpa terkelola dan terinventarisir dengan baik.

Sebagian besar dari anggota GYF memang sering menggunakan perangkat digital dalam keseharian serta untuk menunjang kegiatan Geopark, namun masih banyak yang belum memahami kemampuan-kemampuan khusus yang diperlukan untuk menunjang kegiatan pengembangan pariwisata daerah, terutama dalam mempromosikan geoheritage yang ada di Geopark Bayah Dome, menyusun paket wisata, serta menata kelola home stay di sekitar geosite. Hasil diskusi saat observasi awal, sebagian besar anggota GYF masih memiliki mindset bahwa untuk melakukan promosi dan pengelolaan usaha wisata harus memiliki website yang berbayar sehingga dirasa sulit untuk direalisasikan. Padahal banyak teknologi digital yang dapat dimanfaatkan untuk menunjang kegiatan promosi dan pengelolaan wisata daerah tanpa harus berbayar, salah satunya adalah *Google My Business* (GMB). *Google My Business* merupakan platform yang dimiliki oleh aplikasi mesin pencari Google yang difokuskan pada pengelolaan usaha baik skala kecil, menengah maupun besar. Dengan platform ini,

koneksi antara pengelola wisata dengan calon wisatawan potensial dapat dilakukan secara realtime.

penggunaan platform digital untuk mendukung pariwisata saat ini sedang marak digunakan, bahkan KEMENPAREKRAF melalui laman resminya menyatakan bahwa teknologi digital dapat digunakan sebagai salah satu strategi untuk menggaet wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Dengan menggunakan teknologi digital, bukan saja fokus pada memperkenalkan wisata, namun juga menyebarkan informasi keindahan lokasi wisata sampai mengelola wisata untuk membantu wisatawan melakukan pemesanan kebutuhan saat berwisata (KEMENPAREKRAF, 2021). Untuk dapat menyelaraskan harapan kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif tersebut, tentunya kemampuan digital dari anggota GYF harus terus diasah agar dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan peningkatan pengelolaan pariwisata berbasis digital.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini ditujukan untuk menjawab permasalahan anggota GYF terhadap kesulitan dalam menyelesaikan pengelolaan pariwisata daerah. Diharapkan kegiatan yang dilaksanakan mampu meningkatkan digital skill anggota GYF untuk membantuk BP Geopark dalam melakukan pengelolaan geosite serta edukasi kepada masyarakat. Harapan jangka panjang, kemampuan digital yang ditransfer kepada anggota GYF mampu meningkatkan kunjungan wisata ke Geopark Bayah Dome sehingga mendukung perekonomian wilayah melalui sektor pariwisata.

TINJAUAN PUSTAKA

Google My Business (GMB) merupakan perangkat gratis yang memungkinkan pemilik perusahaan mendaftarkan usahanya sehingga akan muncul pada peta dan pencarian mesin pencari Google. Informasi yang dapat ditambahkan seperti nama usaha, lokasi, jam operasional, melakukan monitoring dan membalas review yang diberikan pelanggan,

menambahkan foto-foto lokasi usaha, jenis usaha, produk dan lainnya (Frost, 2022).

Pemanfaatan GMB telah banyak dilakukan untuk menunjang kegiatan para pelaku usaha mulai dari UMKM sampai dengan perusahaan besar. Beberapa penelitian terkait pemanfaatan platform ini juga telah banyak dilakukan. Pemanfaatan GMB mampu menjadi sarana pemasaran sehingga konsumen lebih mudah untuk menemukan usaha para usahawan. Jangkauan pemasaran menjadi lebih luas sehingga mampu mendorong peningkatan penjualan produk yang ditawarkan pemilik usaha melalui *digital marketing* berbasis GMB (Yuliani dan Novita, 2022; Rohmah, dan Hera, 2022; Husain dkk, 2022; Thoyyibah dkk, 2022; Yuliasitini dkk, 2021; Sri, 2020; Saputro dkk, 2020). Dengan memanfaatkan GMB, pelaku usaha tidak perlu memikirkan biaya promosi yang cenderung mahal, sehingga dengan platform ini mampu menurunkan biaya operasional serta fleksibel dalam penggunaannya. Tidak harus diakses melalui perangkat laptop atau komputer, namun cukup menggunakan handphone (Aristejo, 2020). Pemanfaatan GMB tidak hanya untuk pelaku usaha konsumtif, namun juga telah mulai banyak digunakan untuk kebutuhan promosi dan pengelolaan pariwisata (Khairani dkk, 2021; Suryawan dan Udayana, 2020; Nirmala dkk, 2020; Manu dan Fallo, 2019; Maryono, 2019).

METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Metode yang tepat untuk pelaksanaan PKM sangat mendukung keberhasilan kegiatan yang dilaksanakan. Ada banyak sekali metode yang dapat digunakan, namun pada kegiatan pengabdian ini ada tiga metode yang dipilih yaitu mnetoring, resources sharing dan workshop. Pemilihan ketiga metode lebih disebabkan karena kondisi dan karakteristik peserta kegiatan yang pada dasarnya hanya membutuhkan penguatan dan peningkatan kapasitas kemampuan digital untuk mendukung akitifitas di GYF Geopark Bayah Dome. Peserta hanya membutuhkan mentor yang pas untuk berbagi

Munandar dkk.,Pemanfataan Google My Business Untuk Peningkatan Skill... Jurnal Dharmabakti Nagri, Vol. 1 No. 2, April – Juli 2023 : 80 – 90

pengalaman dan diskusi berdasarkan kasus nyata di lapangan. Dengan demikian penyampaian materi-materi tertentu hanya sebatas untuk hal-hal yang kurang dipahami, dan itupun dibantu dengan sedikit mini workshop untuk memperkuat penjelasan. Selain mini workshop, resources sharing juga menjadi bagian penting dari metode yang digunakan pada kegiatan PKM ini.

1. *Mentoring*. Kegiatan yang lebih fokus pada berbagi pengalaman dari pemateri sesuai dengan kasus sejenis yang dialami para peserta pelatihan (Ibiz Coach, 2018; Pranata, 2016). Kegiatan mentoring memiliki kelebihan antara lain, lebih banyak memberikan motivasi positif bagi peserta pelatihan, saling memberikan *feedback* sehingga dapat membuka khasanah pengetahuan dan pemahaman yang lebih mendalam.
2. *Resources Sharing*. Pendekatan ini merupakan yang paling sering dilakukan beberapa narasumber. Biasanya narasumber menyebarkan sumber-sumber pembelajaran yang dapat dipelajari secara mandiri, kemudian didiskusikan bersama. Penyebaran sumber pembelajaran dapat melalui email, whatsapp, blog pribadi, google drive atau media lain yang sejenis.
3. *Workshop*. Aktifitas bertemunya sekumpulan orang dengan minat, keahlian serta profesi tertentu dengan tujuan membahas permasalahan tertentu. Pada kegiatan workshop biasanya juga digabung dengan pelatihan untuk materi tertentu untuk peserta yang hadir. Kegiatan ini biasanya memberikan luaran berupa wawasan baru dengan manfaat tertentu kepada peserta pelatihan sesuai dengan bidangnya.

Pada kegiatan pengabdian ini, ketiga pendekatan digunakan dan saling bersinergi. Mentoring dilakukan untuk menyampaikan materi sambil berdiskusi dengan peserta, kemudian feedback terhadap materi berupa permasalahan diselesaikan dengan diskusi dan penyampaian berbagai sumber serta melalui kegiatan workshop untuk hal-hal yang bersifat teknis.

TAHAP PERSIAPAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Kegiatan pengabdian masyarakat ini secara umum terdiri atas tiga tahapan utama. Tahap pertama merupakan persiapan pelaksanaan kegiatan, kedua pembekalan terhadap tim pengabdian dan mitra yang terlibat, sedangkan tahap terakhir adalah pelaksanaan kegiatan. Adapun penjelasan untuk setiap tahapan adalah sebagai berikut :

1. Persiapan dan Perencanaan Kegiatan

Persiapan diawali dengan pemilihan serta identifikasi masalah pokok yang dihadapi mitra. Pada tahap persiapan ini, tim pengabdian masyarakat melakukan observasi dan berdiskusi dengan mitra untuk menggali lebih dalam permasalahan serta mengusulkan bentuk kegiatan serta alternatif pemecahan masalah. Secara umum, kegiatan yang dilakukan pada tahap persiapan dan perencanaan adalah :

- a. Observasi dan diskusi dengan mitra
- b. Mengidentifikasi permasalahan pokok dan menyusun alternatif pemecahannya.
- c. Menyusun program kerja kegiatan untuk didiskusikan dengan tim dan mitra
- d. Menyusun matrik program kerja terhadap waktu pelaksanaan kegiatan
- e. Melakukan pembagian tugas antar tim pelaksana kegiatan
- f. Menentukan time line penyelesaian tugas masing-masing hasil pembagian antar tim.
- g. Observasi lanjutan sekaligus diskusi dengan mitra terkait program kerja pengabdian masyarakat.
- h. Menyusun instrumen kegiatan PKM berupa penyusunan kuesioner pre dan post-test, daftar hadir kegiatan baik tim maupun peserta, template power point materi untuk narasumber, disain poster kegiatan, pembuatan surat pemberitahuan kepada mitra dan calon peserta, pembuatan link pendaftaran melalui google form serta persiapan lainnya.
- i. Rapat-rapat persiapan baik yang dilakukan secara daring maupun luring.
- j. Pengurusan ijin lokasi pelaksanaan PKM

- k. Survey lokasi pelaksanaan PKM yang berada di Kecamatan Bayah, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten.
- l. Kordinasi antara tim pelaksana PKM, mitra dengan peserta
- m. Pendataan jumlah peserta yang mengikuti kegiatan, serta
- n. Mengidentifikasi ketersediaan infrastruktur, terutama jaringan internet sebagai salah satu faktor penting dalam kegiatan peningkatan skill digital.

2. Pembekalan tim PKM dan mitra

Kegiatan PKM ini diikuti oleh lima perguruan tinggi swasta, dengan komposisi empat perguruan tinggi swasta dari LLDIKTI Wilayah IV dan satu perguruan tinggi swasta dari LLDIKTI Wilayah III. Oleh karenanya, kegiatan pembekalan sangat diperlukan agar setiap tim yang tergabung memiliki perspektif sama terhadap tujuan dan target PKM. Pada tahap pembekalan ini disampaikan beberapa hal terkait tata tertib, aturan, etika dan tanggung jawab yang harus dijaga selama pelaksanaan pengabdian berlangsung.

Pengecekan tugas-tugas yang sudah dibagikan pada tahap sebelumnya juga merupakan bagian dari kegiatan ini. Pembekalan dilakukan secara daring karena alasan jarak dan tempat yang berbeda antar tim PKM dari beberapa perguruan tinggi. Pengecekan kesiapan material, ketersediaan infrastruktur, pengurusan lokasi PKM. dokumen pendukung seperti kuseioner, berita acara, daftar kehadiran, surat-surat administrasi yang dibutuhkan menjadi pembahasan kegiatan pembekalan. Selain itu, laporan awal terkait ketersediaan dan jumlah peserta kegiatan juga dibahas pada tahap pembekalan.

3. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Pelaksanaan kegiatan dilakukan setelah semua persiapan selesai. Sebelum terjun ke lapangan untuk melaksanakan pengabdian, tim melakukan pengecekan akhir persiapan untuk memastikan semua peralatan, perlengkapan dan dokumen

yang dibutuhkan telah siap serta tersedia. Adapun kegiatan yang dilakukan pada tahap pelaksanaan sebagai berikut :

- a. Keberangkatan ke lokasi pengabdian pada hari pelaksanaan. Adapun lokasi pengabdian ada di Kecamatan Bayah, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten.
- b. Melaksanakan kegiatan pengabdian sesi pertama dengan materi sebagai berikut :
 - 1) Penguatan Pemahaman Geopark, penastatusan nasional dan UNESCO bagi anggota GYF
 - 2) Digital skill untuk memajukan pariwisata daerah dengan memanfaatkan Google My Business bagi pelaku usaha disekitar geosite Geopark Bayah Dome.
 - 3) Optimalisasi Google Map untuk pemetaan geosite dan akomodasi wisata
 - 4) Gambar dan Video Editing Berbasis Smartphone Untuk Promosi Geowisata
- c. Diskusi dan pertanyaan dari peserta pengabdian terkait permasalahan yang dihadapi dan materi dari narasumber.
- d. Istirahat, sholat dan makan
- e. Kegiatan pengabdian masyarakat sesi kedua dengan materi sebagai berikut :
 - 1) Penguatan Jejaring Travel Menggunakan Platform digital
 - 2) Membangun Bisnis Daring Untuk Wisata Geopark
 - 3) Menggerakkan Perekonomian Masyarakat Melalui Sektor Pariwisata, dan
 - 4) Materi penguatan bahasa Inggris dengan materi "English for Tourism".
- f. Diskusi dan pertanyaan dari peserta pengabdian terkait permasalahan yang dihadapi dan materi dari narasumber.
- g. Kegiatan penutup.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dibuka secara resmi oleh Direktur Badan Pengelola Geopark Bayah Dome dengan dihadiri sebanyak 25 peserta pelatihan dari Geopark Youth Forum (GYF). Gambar 1 memperlihatkan pembukaan kegiatan PKM dari Mitra dan Perwakilan

Munandar dkk.,Pemanfaatan Google My Business Untuk Peningkatan Skill... Jurnal Dharmabakti Nagri, Vol. 1 No. 2, April – Juli 2023 : 80 – 90

Kecamatan Bayah, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten.

Gambar 1.

Pembukaan Kegiatan PKM oleh Mitra dan Perwakilan Kecamatan Bayah



Pada sesi pertama ini disampaikan 4 materi pelatihan salah satunya adalah optimalisasi Google My Business untuk mendukung pengelolaan pariwisata, khususnya disekitar Geopark Bayah Dome. Sebelum penyajian materi, peserta diminta untuk mengisi kuesioner pre test dengan tujuan mengetahui kemampuan awal serta pemahaman peserta sebelum pelatihan dimulai. Kuesioner disusun menggunakan platform Google Form sehingga tim PKM cukup mengirimkan link kuesioner melalui Whatsapp Group (WAG) peserta pelatihan.

Ada tiga pertanyaan yang menjadi fokus kuesioner pre-test. Pertama terkait dengan pengetahuan dasar peserta tentang GMB, kedua berkaitan dengan pengetahuan peserta tentang fungsi dan manfaat GMB dan terakhir berupa pertanyaan untuk menggali informasi kemungkinan peserta pelatihan pernah menggunakan GMB untuk kegiatan usaha. Hasil penyebaran kuesioner pre-test memperlihatkan bahwa sebanyak 89.4% pernah mendengar Google My Business (GMB), sebanyak 5.3% menjawab tidak, sisanya 5.3% menjawab mungkin. Untuk pertanyaan kedua terkait fungsi dan manfaat, sebanyak 10.5% menyatakan tidak tahu, sementara 89.5% mengetahui fungsi dan manfaat dari GMB. Pada kuesioner pre-test

ketiga, mayoritas peserta belum pernah menggunakan GMB untuk kepentingan pengelolaan usaha. Hal ini terlihat dari prosentase peserta yang menjawab tidak sebanyak 78.9% sedangkan sisanya 21.1% menjawab pernah menggunakan GMB untuk mendaftarkan usaha atau tempat tertentu ke dalam Google My Business.

Hasil pre-test terhadap peserta memperlihatkan bahwa pengetahuan tentang GMB sebenarnya sudah dimiliki oleh anggota GYF. Namun untuk optimalisasi pemanfaatannya pada kebutuhan pengelolaan sektor pariwisata masih perlu dimaksimalkan. Hasil pre-test ini juga tentu saja membantu tim PKM sebab pengenalan GMB lebih mudah dan fokus pada membangun semangat anggota GYF untuk memperkenalkan potensi pariwisata beserta akomodasi yang ada menggunakan platform GMB.

Tahapan pelatihan dibagi ke dalam tiga sesi. Sesi pertama merupakan penyampaian materi dengan durasi 15 menit. Hal ini berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pre-test yang memperlihatkan bahwa sebagian besar peserta memiliki pengetahuan dasar tentang GMB. Sehingga penyampaian materi lebih membahas point-point tertentu, khususnya pengelolaan potensi sektor wisata ke dalam GMB. Sesi kedua mempraktekan pendaftaran dan penggunaan GMB untuk kebutuhan pengelolaan bisnis wisata. Kegiatan sesi kedua menghabiskan waktu sebanyak 30 menit. Pada sesi terakhir diisi dengan diskusi dan sharing pengalaman antara narasumber dengan anggota GYF. Gambar 2 memperlihatkan suasana pelatihan yang dilakukan. Sedangkan Gambar 3 merupakan suasana peserta saat mengikuti pelatihan.

Pada lima belas menit terakhir ada beberapa pertanyaan yang disampaikan peserta pelatihan terutama terkait pengelolaan bisnis wisata secara daring. Seperti pengelolaan wisata untuk yang masih belum terjamah, pengelolaan jasa transportasi serta pemasaran yang efektif. Untuk pertanyaan pertama, narasumber selain menyampaikan platform GMB, juga memberikan rekomendasi lain, misalnya menggunakan blog (meskipun kurang disarankan karena sifatnya

Munandar dkk., Pemanfaatan Google My Business Untuk Peningkatan Skill... Jurnal Dharmabakti Nagri, Vol. 1 No. 2, April – Juli 2023 : 80 – 90

kurang formal), bisa juga menggunakan media sosial seperti instagram, facebook dan aplikasi lainnya yang memang mendukung untuk pemasaran digital. Lebih disarankan memiliki platform tersendiri misalnya domain khusus produk wisata jika memiliki permodalan yang memadai. Untuk potensi wisata baru yang memang belum terjamah, maka sangat penting untuk mulai memasarkannya di media sosial, misalnya menyajikan foto atau video yang memiliki daya tarik bagi pengunjung disertai dengan narasi memadai sehingga membuat calon wisatawan menjadi tertarik untuk berkunjung. Khusus untuk potensi wisata baru dan belum dikenal, memang membutuhkan usaha yang lebih maksimal dari tim pengelola melalui promosi secara terus menerus menggunakan berbagai media yang tersedia di dunia maya.

Pertanyaan ketiga berupa pengelolaan jasa transportasi, narasumber berbagi pengalaman ketika berwisata ke beberapa daerah seperti Yogyakarta dan Bali. Di Yogyakarta banyak komunitas anak muda yang menjadi ojek wisata dengan menawarkan harga bersaing dengan travel agent yang mapan. Dengan bermodalkan motor, anak muda tersebut mempromosikan jasanya diberbagai media sosial. Cara ini termasuk efektif karena para wisatawan menjadi lebih tertarik sebab selain mendapatkan sarana transportasi yang memadai, juga lebih cepat dan lebih bisa menikmati tempat wisata meski letaknya dipelosok sekalipun. Selain ojek wisata yang bersifat personal, untuk lebih mempertimbangkan kenyamanan dan keamanan, bisa saja setiap ojek wisata personal membentuk group sehingga lebih terkoordinir. Dengan demikian tingkat kepercayaan calon wisatawan pun semakin baik. Dengan cara seperti ini, permasalahan sarana transportasi di tempat wisata dapat diatasi meskipun lokasinya cukup jauh dari pusat kota.

Setelah sesi diskusi selesai, materi ditutup dengan game menggunakan aplikasi Kahoot! untuk mengingatkan peserta terkait materi yang disajikan. Game yang disajikan berupa kuis dimana peserta diminta menjawab pertanyaan

menggunakan perangkat mobil masing-masing. Interaksi peserta pelatihan semakin hangat saat menjawab beberapa pertanyaan jebakan yang disediakan narasumber melalui platform online. Gambar 4 merupakan suasana game pada sesi terakhir penyampaian materi. Sementara Gambar 5 merupakan proses pemberian souvenir bagi peserta dengan rangking tertinggi pada saat game berlangsung.

Gambar 2. Penyampaian Materi Pelatihan oleh Narasumber



Gambar 3. Peserta (Geopark Youth Forum) Pelatihan Kegiatan PKM



Kegiatan pelatihan pada PKM ini ditutup dengan menyebarkan kuesioner post-test. Hal ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana perubahan pemahaman peserta terkait materi yang disajikan. Ada dua pertanyaan yang difokuskan pada kuesioner post-test, pertama terkait fungsi dan manfaat Google My Business, kedua terkait pengetahuan cara mendaftarkan bisnis melalui platform GMB. Hasil post-test

Munandar dkk., Pemanfaatan Google My Business Untuk Peningkatan Skill... Jurnal Dharmabakti Nagri, Vol. 1 No. 2, April – Juli 2023 : 80 – 90

memperlihatkan semua peserta sudah mengetahui fungsi dan manfaat dari Google My Business. Jika pada awal pelatihan masih ada 10.5% yang menjawab tidak mengetahui fungsi dan manfaat GMB, setelah selesai pelatihan 100% peserta pelatihan menjawab mengetahui fungsi dan manfaatnya.

Gambar 4.
Suasana Game Menggunakan Platform Kahoot! Setelah Penyajian Materi



Gambar 5.
Pemberian Souvenir Kepada Peserta Pelatihan dengan Rangkaian Tertinggi Pada Game Sesi Terakhir Pelatihan



Untuk pertanyaan kedua hasil memperlihatkan sama dengan jawaban dari pertanyaan pertama. Semua peserta (100%) menyatakan sudah mengetahui bagaimana mendaftarkan usaha atau lokasi wisata ke dalam Google My Business sehingga dapat dijadikan sebagai sarana kelola bisnis wisata disekitar Geosite yang ada. Adapun visualisasi grafis hasil pre dan post test kepada

peserta pelatihan dapat dilihat selengkapnya pada halaman Appendix Gambar 6 sampai dengan Gambar 9.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, kegiatan PKM telah berjalan dengan baik. Peserta kegiatan yang terdiri atas anggota Geopark Youth Forum (GYF) mengikuti kegiatan dari awal sampai selesai. Materi yang disajikan sangat sederhana dan mudah dipahami. Hal ini terlihat dari respon peserta melalui hasil olah data kuesioner post test yang dibandingkan dengan hasil pre-test. Terjadi peningkatan pemahaman yang cukup signifikan terkait pemanfaatan platform Google My Business (GMB) untuk pengelolaan usaha, khususnya sektor pariwisata.

Prosentase pemahaman terkait fungsi dan manfaat platform GMB menjadi 100% setelah pelatihan selesai dilaksanakan. Hal yang sama juga berlaku untuk pemahaman terkait proses pendaftaran usaha/jasa yang akan dipasarkan melalui GMB. Sebelum pelatihan pemahaman proses pendaftaran GMB sebesar 78.9%, setelah mengikuti pelatihan sisa peserta sebesar 21.1% sudah menyatakan paham. Kegiatan PKM ini merupakan tahap awal dari beberapa program yang akan dilaksanakan berikutnya, khususnya untuk pengembangan dan peningkatan kapasitas masyarakat di sekitar kawasan wisata Geopark Bayah Dome. Dengan demikian, masyarakat dan GYF pada khususnya mampu menciptakan peluang bisnis baru untuk mewujudkan perekonomian kreatif berkelanjutan.

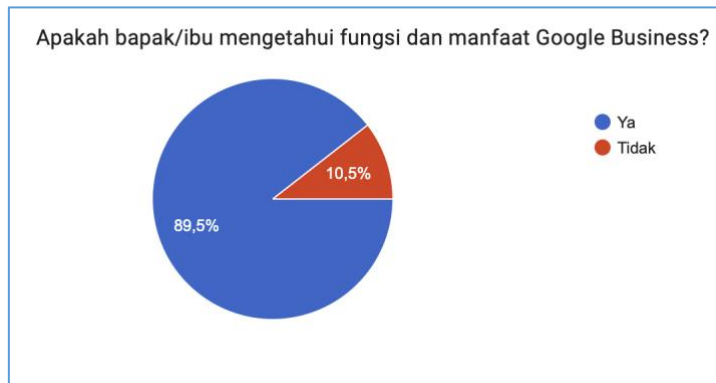
UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada semua tim yang terlibat dalam kegiatan PKM ini, terutama kepada Tim Jejaring Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (JPPM) Banten, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya beserta mitra Badan Pengelola Geopark Bayah Dome. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada tim dosen dari beberapa perguruan tinggi yang terlibat dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Kolaborasi seperti Universitas Serang Raya, Universitas Muhammadiyah Tangerang, STTIKOM Insan Unggul Banten,

STKIP La Tansa Mashiro dan STIE La Tansa
Mashiro Rangkasbitung

Appendix

Hasil Pre-Test



Gambar 6. Grafik Jawaban Responden Tentang Fungsi dan Manfaat GMB



Gambar 7. Grafik Jawaban Responden Tentang Kemungkinan Menggunakan GMB Untuk Pengelolaan Usaha Hasil Post-Test Terhadap Peserta Pelatihan



Gambar 8. Grafik Responden Tentang Fungsi dan Manfaat GMB Setelah Pelatihan

Munandar dkk.,Pemanfaatan Google My Business Untuk Peningkatan Skill... Jurnal Dharmabakti Nagri, Vol. 1 No. 2, April – Juli 2023 : 80 – 90



Gambar 9. Grafik Responden Tentang Pengetahuan Mendaftarkan Usaha Ke dalam GMB Setelah Pelatihan

DAFTAR PUSTAKA

- Aristejo, 2020, Penggunaan dan Manfaat Google Bisnisku untuk Usaha Kecil dan Menengah, *Jurnal Sistem Informasi STMIK Antar Bangsa*, Vol. 9, No. 1, hal. 32 - 39
- Frost, A, 2022, *The Ultimate Guide to Google My Business*, akses tanggal : 13 Januari 2023, dapat diakses pada : <https://blog.hubspot.com/marketing/google-my-business>
- Husain, T.K., Thamsi, A.B., dan Amran, F.D., 2020, Implementasi Google My Business sebagai Media Digital Marketing, *Jurnal ABDIRA*, Vol 2, No. 1, hal. 88 - 94, DOI : <https://doi.org/10.31004/abdira.v2i1.53>
- Kemenparekraf, 2021, *Strategi Digital Tourism dalam Menggaet Wisatawan*, akses tanggal : 10 Januari 2023, dapat diakses pada : <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Strategi-Digital-Tourism-dalam-Menggaet-Wisatawan>
- Khairani, L., Santoso, P., dan Aktar, S., 2021, Penguatan Kapasitas Pengelola BUMDES Mozaik Dalam Pengembangan Pariwisata "Getek Online" Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Google My Business, *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, Vol. 5, No. 6, hal. 3301 - 3315, DOI : <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i6.5762>
- Manu, G.A., dan Fallo, D., 2019, Implementasi Google My Business (GMB) Dalam Promosi Pariwisata Di Kota Kupang dan Sekitarnya, *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)*, Vol. 2, No. 2, hal. 8 - 15.
- Maryono, 2019, Pemanfaatan Google Bisnisku Sebagai Media Promosi Wisata Dengan Menggunakan Local Search Engine Optimization (Studi Kasus : Wisata Curug Sindaro, Desa Wadasmalang, Kecamatan Karangsembung, Kabupaten Kebumen Jawa Tengah, Skripsi Teknik Informatika, Bandung : Universitas Pasundan.
- Nirmala, B.P.W., Utami, N.W., dan Paramihta, A.A.I.I., 2020, Digitalisasi Desa dan Potensi Wisata Di Desa Kerta, Kabupaten Gianyar Menuju Pariwisata 4.0, *Jurnal Karya Abdi*, Volume 4, Nomor 3, hal. 350 - 355
- Rohmah, A. N., dan Hera, H., 2022, Pemanfaatan Google My Business Sebagai Media Digital Marketing Pada Bukuan Fried Chicken, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, Vol. 1, No. 3, hal. 37-42, DOI : <https://doi.org/10.54099/jpma.v1i3.237>
- Saputro, P.D., Ulya, F., dan Mustaqim, 2020, Pengenalan Google My Business untuk Pemanfaatan Digital Marketing pada Era E-commerce & Media Sosial, *Jurnal Pengabdian Barelang*, Vol. 2, No. 1, hal. 20 - 24, DOI : <http://dx.doi.org/10.33884/jpb.v2i01.1625>.
- Sri, D., 2020, Pemanfaatan Google My Business Pada Wanita Pengusaha UMKM di Kota Palembang, *Jurnal Pengabdian Community*, Vol. 2, No. 1, hal. 22 - 27
- Suryawan, I.G.T., dan Udayana, I.P.A.E.D., 2020, Pelatihan Pengelolaan Website, Media Sosial, dan Google my Business di Kintamani Edelweiss Park, *WIDY ABHAKTI JURNAL ILMIAH POPULER*, Vol. 2, No. 2, hal. 93-99
- Thoyyibah, Haryono, W., dan Hardi, T., 2022, Pelatihan dan Pemanfaatan Fitur Google Business

Munandar dkk., Pemanfaatan Google My Business Untuk Peningkatan Skill... *Jurnal Dharmabakti Nagri*, Vol. 1 No. 2, April - Juli 2023 : 80 - 90

Untuk Promosi Lokasi Usaha dan Menaikan Target Pemasaran Produk UMKM Warga Desa Dangdang, Kec. Cisauk Kab. Tangerang, *Jurnal Pengabdian Masyarakat INTIMAS*, Vol. 2, No. 2, hal. 38 - 45

Yuliani, N., dan Novita, D., 2022, Pemanfaatan Google Bisnisku Sebagai Upaya Meningkatkan Rangking Bisnis Lokal (Studi Kasus: UMKM Gresik, Jawa Timur), *Jurnal IKRAITH-ABDIMAS*, No 1 Vol 5, hal. 146 - 157

Yulastini, N.K.S., Cahayani, N.L.P., Parwati, N.P.Y., dan Liska, L.D., 2021, Digital Marketing "Google Bisnisku" Pada UMKM Untuk Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan Produk Pada Masa Pandemi COVID-19, *Jurnal PKM Widya Mahadi*, Vol. 2, No. 1, hal. 103 - 109, DOI: 10.5281/zenodo.5759239

Munandar dkk., Pemanfaatan Google My Business Untuk Peningkatan Skill... Jurnal Dharmabakti Nagri, Vol. 1 No. 2, April – Juli 2023 : 80 – 90