

OPTIMALISASI PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL MELALUI INTEGRASI SOSIAL MEDIA DAN PEMETAAN LOKASI MENGGUNAKAN GOOGLE MAPS: UPAYA MENINGKATKAN *VISIBILITAS* DAN *AKSESIBILITAS* PRODUK LOKAL GERABAH PAYUK SARI DI ERA DIGITAL

Ni Putu Ayu Sintya Saraswati^{1,*}, Ni Luh Ayu Candra Dewi²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: sintyasaraswati@unmas.ac.id

ABSTRAK

Laporan ini menyajikan hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada optimalisasi pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk lokal Gerabah Payuk Sari di era digital. Kegiatan ini dilakukan melalui integrasi media sosial dan pemetaan lokasi menggunakan Google Maps. Tujuan utama dari program ini adalah untuk membantu pengrajin gerabah Payuk Sari dalam memperluas jangkauan pasar mereka dengan memanfaatkan platform digital. Melalui pelatihan dan pendampingan, tim pengabdian berhasil mengajarkan teknik pemasaran digital, penggunaan media sosial yang efektif, serta cara memanfaatkan Google Maps untuk menampilkan lokasi usaha secara akurat dan menarik. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam jumlah kunjungan ke lokasi dan interaksi di media sosial, yang berujung pada peningkatan penjualan produk gerabah lokal. Optimalisasi teknologi digital terbukti menjadi strategi yang efektif dalam mengatasi tantangan pemasaran di era digital bagi usaha kecil dan menengah.

Kata Kunci: Teknologi Digital, Media Sosial, Google Maps, Visibilitas, Aksesibilitas, Produk Lokal, Gerabah Payuk Sari.

ANALISIS SITUASI

Indonesia memiliki kekayaan budaya yang tercermin dalam berbagai produk kerajinan tangan, salah satunya adalah gerabah. Produk gerabah yang dihasilkan oleh UMKM di berbagai daerah memiliki nilai seni dan keunikan tersendiri, yang seharusnya mampu menarik perhatian pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Namun, meskipun memiliki potensi besar, UMKM gerabah di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan dan perkembangan mereka.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM gerabah adalah rendahnya visibilitas produk mereka di pasar yang lebih luas. Produk-produk ini sering kali hanya dikenal dalam lingkup lokal atau komunitas setempat, dan sulit untuk menjangkau konsumen di luar daerah. Hal ini diperburuk oleh minimnya pengetahuan dan kemampuan para pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Di era digital saat ini, teknologi internet dan digitalisasi telah membuka peluang besar bagi berbagai jenis usaha untuk mempromosikan dan

menjual produk mereka secara global. Namun, banyak pelaku UMKM, khususnya di daerah pedesaan, masih menghadapi kendala dalam mengadopsi teknologi ini.

Digital marketing menjadi salah satu media yang sering digunakan oleh pelaku usaha karena kemampuan baru konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi, beberapa perusahaan sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional dan beralih ke pemasaran modern. digital marketing memungkinkan komunikasi dan transaksi dapat dilakukan real time dan bisa di akses ke seluruh dunia, seseorang juga dapat melihat berbagai barang melalui internet, sebagian besar informasi mengenai berbagai produk sudah tersedia di internet, kemudahan dalam pemesanan dan kemampuan konsumen dalam membandingkan satu produk dengan produk lainnya (Kotler & Keller, 2008). Selain itu, digital marketing bersifat real time sehingga pengusaha dapat langsung memperhatikan minat dan feedback dari pasar yang dituju, serta dapat memutuskan strategi penyesuaian terkait konten iklan untuk hasil yang lebih baik dengan lebih cepat (Hendriadi et al., 2019).

Kurangnya penguasaan teknologi digital menjadi masalah krusial bagi UMKM gerabah. Penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran, misalnya, belum dimanfaatkan secara optimal oleh sebagian besar UMKM. Padahal, media sosial memiliki potensi besar untuk meningkatkan visibilitas produk secara signifikan melalui promosi yang efektif dan jangkauan yang luas. Selain itu, platform digital seperti Google Maps juga menawarkan peluang untuk meningkatkan aksesibilitas produk gerabah. Dengan memetakan lokasi UMKM dan menampilkan produk mereka secara online, konsumen dapat dengan mudah menemukan dan mengunjungi tempat produksi atau showroom, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan.

Namun, tantangan tidak hanya berhenti pada kurangnya pemahaman tentang penggunaan media sosial dan platform digital. Aksesibilitas ke teknologi itu sendiri juga sering kali menjadi kendala, terutama di daerah pedesaan yang mungkin masih terbatas infrastruktur internetnya. Hal ini menyebabkan kesenjangan digital antara UMKM di kota besar dan UMKM di daerah pedesaan, yang pada akhirnya berdampak pada kemampuan bersaing di pasar.

Dengan melihat permasalahan ini, diperlukan upaya yang terintegrasi untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk gerabah melalui pemanfaatan teknologi digital. Integrasi media sosial dan pemetaan lokasi menggunakan Google Maps dapat menjadi solusi yang efektif. Melalui penggunaan media sosial, UMKM dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan mempromosikan produk mereka secara lebih efektif. Sementara itu, pemetaan lokasi melalui Google Maps dapat membantu meningkatkan aksesibilitas produk, sehingga calon konsumen dapat dengan mudah menemukan dan membeli produk gerabah.

Upaya ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga untuk memberdayakan UMKM gerabah agar dapat lebih mandiri dan berdaya saing di era digital. Dengan demikian, keberhasilan dalam mengintegrasikan teknologi digital ke dalam strategi pemasaran UMKM gerabah diharapkan dapat memberikan dampak

positif yang berkelanjutan, baik bagi pertumbuhan ekonomilokal maupun bagi pelestarian budaya tradisional Indonesia melalui produk kerajinan tangan.

Salah satu pengrajin gerabah yang Masih bertahan hingga saat ini adalah gerabah Payuk Sari , yang berlokasi di Banjar Basang Tamiang, Desa Kapal. Gerabah ini telah menjadi bagian dari warisan budaya lokal dan berkontribusi dalam mempertahankan tradisi pembuatan gerabah di tengah arus modernisasi. Produk-produk yang dihasilkan oleh Gerabah Payuk Sari tidak hanya memiliki nilai fungsional, tetapi juga memiliki nilai artistik yang tinggi, yang mencerminkan kearifan lokal dan keunikan budaya setempat.

Namun, seperti banyak UMKM lainnya, Gerabah Payuk Sari juga menghadapi tantangan dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk mereka di era digital ini. Meskipun memiliki produk yang berkualitas dan unik, tanpa strategi pemasaran yang tepat, gerabah ini mungkin akan sulit bersaing dengan produk-produk lain yang sudah lebih dahulu dikenal di pasar luas. Dalam konteks ini, pemanfaatan teknologi digital, seperti media sosial dan Google Maps, menjadi sangat relevan dan penting.

Dengan memanfaatkan media sosial, Gerabah Payuk Sari dapat memperkenalkan produk mereka ke audiens yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada masyarakat lokal, tetapi juga bisa menjangkau konsumen dari berbagai daerah, bahkan hingga ke luar negeri. Media sosial juga memungkinkan interaksi langsung antara produsen dan konsumen, yang bisa meningkatkan kepercayaan konsumen dan loyalitas terhadap produk.

Selain itu, pemetaan lokasi melalui Google Maps akan sangat membantu dalam meningkatkan aksesibilitas Gerabah Payuk Sari. Calon konsumen yang tertarik dengan produk mereka dapat dengan mudah menemukan lokasi pengrajin ini dan berkunjung langsung ke tempat produksinya. Hal ini tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga memberikan pengalaman langsung kepada konsumen dalam melihat proses pembuatan gerabah secara tradisional, yang bisa menjadi daya tarik tersendiri.

Integrasi strategi digital ini diharapkan dapat menjadi langkah strategis bagi Gerabah Payuk Sari untuk tetap bertahan dan berkembang di era digital, sambil tetap menjaga dan melestarikan tradisi pembuatan gerabah yang telah diwariskan secara turun-temurun.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, ditemukan permasalahan pada usaha Gerabah Payuk Sari di Banjar Basang Tamiang, Desa Kapal, yaitu rendahnya visibilitas dan aksesibilitas produk gerabah lokal di pasar yang lebih luas. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman dan pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam integrasi media sosial dan pemetaan lokasi menggunakan Google Maps, sebagai sarana promosi dan pemasaran. Akibatnya, Gerabah Payuk Sari mengalami kesulitan dalam menjangkau konsumen baru dan meningkatkan penjualan, terutama di era digital saat ini. Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis untuk

memanfaatkan teknologi digital melalui integrasi media sosial dan Google Maps guna meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk lokal Gerabah Payuk Sari, serta membangkitkan kembali perekonomian di Banjar Basang Tamiang, Desa Kapal.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan hasil dari observasi pada Kerajinan Gerabah Payuk Sari ada beberapa solusi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk Gerabah Payuk Sari melalui pemanfaatan teknologi digital

1. Memberikan pelatihan kepada pengrajin Gerabah Payuk Sari mengenai cara menggunakan platform media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk mempromosikan produk mereka. Materi pelatihan dapat mencakup pembuatan konten menarik, strategi penggunaan hashtag, dan cara berinteraksi dengan calon konsumen.
2. Melakukan sosialisasi kepada para pengrajin gerabah apa saja manfaat yang didapat dengan menggunakan media sosial agar dapat meningkatkan penjualan produk gerabah.
3. Membuat akun sosial media kepada para pelaku usaha kerajinan gerabah berupa pembuatan website resmi, seperti instagram dan tiktok
4. Mendaftarkan lokasi Gerabah Payuk Sari di Google Maps dengan informasi yang lengkap, seperti alamat, jam operasional, foto produk, dan ulasan pelanggan. Ini akan memudahkan calon konsumen untuk menemukan lokasi mereka.
5. Mengadakan sesi pemotretan produk gerabah dan membuat konten promosi yang menarik untuk diunggah di media sosial dan membuat video promosi yang menampilkan proses pembuatan gerabah dan manfaat produk serta mendistribusikannya melalui platform video seperti instagram dan tiktok

METODE PELAKSANAAN

Adapun Metode pelaksanaan program Pengabdian Masyarakat Tentang Pemanfaatan Teknologi Digital Melalui Integrasi Sosial Media dan Pemetaan Lokasi Menggunakan Google Maps yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pemasaran dan pendapatan pada usaha kerajinan Gerabah Payuk Sari adalah sebagai berikut :

1. Kegiatan Melakukan Observasi ke Tempat UMKM Kerajinan Gerabah
Salah satu strategi utama yang harus dilakukan adalah dengan melakukan survei ke tempat pelaku usaha kerajinan gerabah untuk mengetahui sejauh mana para pelaku kerajinan gerabah melakukan pemasaran produknya. Kegiatan survei ini dilakukan dengan mengunjungi target lokasi yang terpilih yaitu Payuk Sari Gerabah Bali.
2. Melaksanakan Kegiatan Sosialisasi kepada seluruh para karyawan dan pemilik Gerabah Payuk Sari

Memberikan penyuluhan dan arahan kepada para pelaku usaha kerajinan gerabah mengenai manfaat dari sosial media sebagai sarana promosi untuk memasarkan produk kerajinan gerabah sehingga mampu memasarkan produknya dengan tepat. Kegiatan ini berlangsung dengan mengunjungi lokasi pelaku usaha kerajinan gerabah dengan memberikan arahan dan penjelasan, selanjutnya menanyakan kepada para pelaku usaha bagaimana pendapat mereka tentang sosial media sebagai sarana promosi produk mereka. pingin dan memberi arahan pada karyawan tentang pentingnya pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pemasaran upaya meningkatkan nilai penjualan.

3. Melaksanakan Kegiatan pembuatan akun media sosial kepada para pelaku usaha kerajinan gerabah

Melakukan kegiatan pembuatan akun sosial media adalah memudahkan para pelaku usaha pengrajin gerabah untuk memasarkan produknya sehingga mereka akan dengan cepat menadaptkan konsumen dengan melakukan promosi melalui media sosial yang ada. Kegiatan ini berlangsung dengan membuat akun sosial media baik berupa, instagram, dan website masing – masing diberikan kepada para pelaku UMKM kerajinan gerabah untuk dapat memasarkan produknya. Serta menjelaskan kegunaan daripada akun tersebut. akun instagram untuk mempromosikan produknya adalah dengan mengunggah setiap hasil produk ke dalam postingan instagram baik dalam insastory maupun home page instagram. Selain itu pada akun kita bisa memberikan alamat usaha , nama pemilik usaha , no telepon usaha dan lain sebagainya yang berkaitan dengan usaha kerajinan gerabah.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Ketercapaian Kegiatan

Setelah dijalankannya program kerja pada Usaha Kerajinan Gerabah di Banjar Basang Tamiang Kapal, maka dapat dilihat peningkatan – peningkatan yang dialami, berikut adalah realisasi pencapaian program:

- 1) Observasi ke tempat sasaran UMKM

Melakukan observasi ke tempat sasaran UMKM Kerajinan Gerabah di Gerabah Payuk Sari untuk mengetahui sejauh mana para pengrajin melakukan promosi produknya. Realisasi 100%.

- 2) Melakukan Sosialisasi Kepada Pengrajin Gerabah

Melakukan sosialisasi kepada pengrajin gerabah tentang pentingnya media sosial sebagai sarana promosi yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk gerabah. Realisasi 100%.

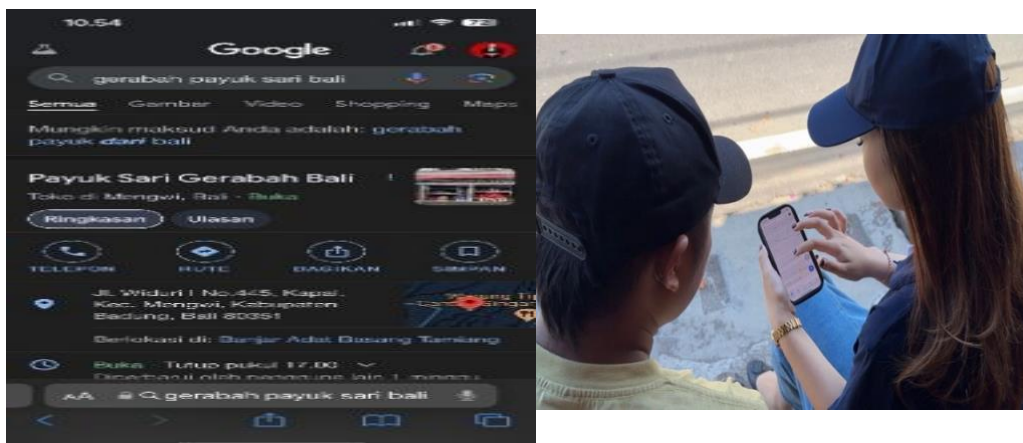
3) Pembuatan dan optimasi Akun instagram usaha

Pembuatan akun sosial media untuk para usaha pengrajin gerabah seperti pembuatan akun Instagram. Realisasi 100%.



4) Pemetaan lokasi usaha menggunakan google maps

Mendaftarkan lokasi usaha Gerabah Payuk Sari di Google Maps agar lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan. Realisasi 100%.



5) Pembuatan Konten Promosi dan Fotografi Produk

Mengadakan sesi pemotretan produk gerabah dan membuat konten promosi yang menarik untuk diunggah di media sosial dan membuat video promosi yang menampilkan proses pembuatan gerabah dan manfaat produk serta mendistribusikannya melalui platform video seperti instagram dan tiktok. Realisasi 100%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan judul Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Digital melalui Integrasi Sosial Media dan Pemetaan Lokasi menggunakan Google Maps: Upaya Meningkatkan Visibilitas dan Aksesibilitas Produk Lokal Gerabah Payuk Sari di Era Digital pada UMKM Gerabah Payuk Sari berjalan dengan lancar sesuai dengan apa yang direncanakan dalam program kerja Pengabdian

Masyarakat. Adapun kesimpulan dari pelaksanaan program kerja Pengabdian Masyarakat ini yaitu:

Optimalisasi pemanfaatan teknologi digital melalui integrasi media sosial dan pemetaan lokasi menggunakan Google Maps secara signifikan meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk lokal Gerabah Payuk Sari. Penggunaan media sosial telah memperluas jangkauan pemasaran, memungkinkan produk dikenal lebih luas dan diakses oleh lebih banyak calon pelanggan. Sementara itu, integrasi Google Maps memudahkan pelanggan menemukan lokasi gerabah, yang meningkatkan kunjungan langsung dan penjualan. Selain dampak positif terhadap bisnis, program ini juga berhasil memberdayakan masyarakat lokal dengan keterampilan digital baru, yang penting untuk keberlanjutan usaha di era digital.

Dari pemaparan program yang ada dapat disimpulkan bahwa program Pengabdian Masyarakat di Usaha Kerajinan Gerabah telah berjalan dengan baik, kegiatan yang dilakukan yaitu kegiatan dalam cara memasarkan produk dengan memanfaatkan media sosial yang ada untuk meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19 ini. Program kerja yang dijalankan oleh mahasiswa merupakan program kerja yang telah disusun direncanakan terlebih dahulu sebelum pelaksanaan atau perwujudan pengabdian masyarakat.

Adapun hasil dari kegiatan ini adalah adanya peningkatan penjualan dan peningkatan kemampuan para pengerajin gerabah dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan produk. Keberhasilan ini ditingkatkan tidak hanya karena adanya pelatihan tetapi juga adanya minat dari dalam diri para pengerajin untuk menjadi para pengusaha yang memiliki kualitas kerja yang baik.

Saran yang dapat penulis sampaikan kepada owner maupun seluruh karyawan UMKM Gerabah Payuk Sari Bali yaitu Gerabah Payuk Sari sebaiknya mengembangkan dan memperbarui konten media sosial secara konsisten dengan fokus pada kualitas dan narasi yang kuat. Konten seperti video proses pembuatan gerabah, cerita di balik produk, serta informasi budaya yang terkait, akan memperkuat citra merek dan menarik perhatian audiens yang lebih luas. Dengan demikian, produk gerabah dapat

lebih dikenal, menciptakan loyalitas pelanggan, dan mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA*, 4(2), 120-125.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2008). *Marketing strategy*. London Business Forum, <https://www.youtube.com/atch>.