

STRATEGI DALAM PENGEMBANGAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TOKO CEMPAKA UDENG BALI MELALUI PENGELOLAAN GOOGLE MAPS DAN SISTEM ULASAN DIGITAL

**Nengah Landra^{1,*}, I Gede Pande Septiawan², Ida Ayu Sintha Agustina³, I
Nyoman Sender⁴**

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

^{3,4}Mahasiswa Program Doktor, Universitas Maharaswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

Email: nengahlandra@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pesatnya transformasi digital telah mengubah pola perilaku konsumen yang kini mengandalkan platform berbasis lokasi seperti Google Maps sebagai rujukan utama sebelum melakukan transaksi. Toko Cempaka Udeng Bali, sebuah UMKM busana adat Bali yang berdiri sejak 2015, menghadapi kendala rendahnya visibilitas digital dan kurangnya kepercayaan konsumen akibat pengelolaan akun Google Maps yang belum optimal. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas dan kredibilitas toko melalui tiga program utama: optimalisasi profil bisnis, implementasi strategi Review for Reward, dan pelatihan manajemen ulasan pelanggan. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, pelatihan langsung (on the job training), serta pendampingan teknis kepada pemilik dan staf toko. Hasil kegiatan menunjukkan keberhasilan realisasi program sebesar 100%, di mana profil toko kini terverifikasi dengan informasi yang akurat dan estetik. Strategi Review for Reward berhasil meningkatkan interaksi digital secara signifikan dengan perolehan 30-40 ulasan baru dalam waktu satu bulan, yang sekaligus memperkuat social proof bagi calon pelanggan. Selain itu, staf toko kini memiliki kemampuan profesional dalam menanggapi ulasan positif maupun negatif secara solutif. Secara keseluruhan, program ini telah membangun ekosistem pemasaran digital yang mandiri dan kompetitif bagi Toko Cempaka Udeng Bali di era modern.

Kata Kunci : google maps, kepercayaan konsumen, umkm, digitalisasi pemasaran, review for reward.

LATAR BELAKANG

Pengabdian masyarakat identik dengan Perguruan Tinggi, karena Perguruan Tinggi senantiasa mengamalkan Tri Dharma yang salah satunya adanya pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan secara sistematis dan terjun langsung pada masyarakat yang dinilai membutuhkan sebagai upaya membangun serta mengembangkan sumber daya manusia di lingkungan masyarakat (Riduwan, 2016). Pengabdian kepada masyarakat merupakan kegiatan yang dapat menjadi wahana penerapan ilmu pengetahuan dan hasil-hasil penelitian dalam upaya memberikan sumbangan dalam pemecahan masalah yang ada di masyarakat (Anwas, 2011). Di dalam pengabdian masyarakat ini, terdapat empat program yakni program kemanusiaan, program membangun desa, program kewirausahaan, dan program

kampus mengajar. Yang masing-masing bertujuan untuk memajukan kepentingan bersama.

Kegiatan ini akan berfokus pada program kewirausahaan atau UKM, hal ini karena hadirnya UMKM akan menjadi salah satu kontribusi masyarakat dalam perkembangan dan kemajuan perekonomian. UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) adalah suatu usaha perdagangan yang dikelola oleh orang-perorangan atau berbentuk badan usaha yang kegiatan usahanya pada lingkup kecil atau juga mikro (Riyanto, dkk, 2021).

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial sebagai tulang punggung perekonomian nasional. Selain menciptakan lapangan kerja, UMKM juga menjadi penggerak ekonomi lokal yang tahan banting terhadap fluktuasi ekonomi global. Namun, dalam perkembangannya, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi kendala dalam memperluas jangkauan pasarnya.

Pesatnya transformasi digital saat ini, membuat pola perilaku konsumen bergeser secara signifikan. Kehadiran teknologi informasi menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya fokus pada kualitas produk, tetapi juga pada strategi pemasaran yang kreatif. Banyak pelaku usaha lokal yang memiliki produk unggulan dengan potensi tinggi, namun terbatas pada teknik pemasaran konvensional yang mengandalkan interaksi tatap muka atau promosi dari mulut ke mulut saja. Selain itu membangun kepercayaan konsumen saat ini menjadi hal yang sangat penting dalam suatu usaha oleh pelaku usaha khususnya UMKM.

Melalui kegiatan Pengabdian kepada masyarakat, mahasiswa berupaya memberikan kontribusi nyata dalam bentuk pendampingan studi pemasaran bagi pelaku UMKM. Fokus utama dari program ini adalah melakukan pengembangan strategi promosi, serta digitalisasi usaha guna meningkatkan daya saing dan kepercayaan konsumen. Dengan adanya program pendampingan ini, diharapkan pelaku usaha lokal mampu mengoptimalkan perangkat digital untuk memperkuat brand awareness dan membangun sistem pemasaran yang lebih berkelanjutan, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di wilayah tersebut.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan dengan pemilik usaha, beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Toko Cempaka Udeng Bali dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Dalam menjalankan usahanya pemilik dan karyawan Toko Cempaka Udeng Bali masih belum mengoptimalkan pengelolaan platform Google Maps.
2. Kurangnya perhatian pemilik dan karyawan Toko Cempaka Udeng Bali terhadap sistem ulasan pelanggan pada platform Google Maps, hal tersebut mengakibatkan kepercayaan konsumen terhadap produk dan pelayanan yang ditawarkan menjadi berkurang.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diidentifikasi serta hasil observasi pada Toko Cempaka Udeng Bali, beberapa solusi yang dapat diusulkan dan diimplementasikan dalam program Pengabdian Masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Memberikan sosialisasi kepada pemilik dan karyawan Toko Cempaka Udeng Bali Tentang tata cara mengoptimalkan dan memanfaatkan platform Google Maps untuk mengembangkan usaha
2. Memberikan masukan kepada pemilik toko terhadap program Review for Reward, yang bisa mendorong konsumen untuk memberikan ulasan secara sukarela.
3. Memberikan pelatihan kepada pemilik dan karyawan Toko Cempaka Udeng Bali tentang ulasan dan manajemen komplain menanggapi ulasan pelanggan pada platform Google Maps, untuk membangun kembali kepercayaan konsumen terhadap produk dan pelayanan yang ditawarkan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program Pengabdian Masyarakat ini dilakukan melalui beberapa tahapan kegiatan sebagai berikut:

1. Metode Pelatihan

Metode pelatihan diterapkan untuk meningkatkan keterampilan dan pemahaman dalam mengarahkan konsumen agar mau memberikan ulasan dalam Google Maps. Dalam bentuk pelatihan, karyawan bisa On the Job Training belajar langsung pada saat melayani pembeli, dengan mengarahkan konsumen untuk scan QR Code untuk memberikan ulasan dan selanjutnya jika sudah mengisi ulasan bisa memberikan gift produk dari Cempaka Udeng Bali sebagai Reward. Dan memberikan pelatihan bagaimana membalas ulasan baik ulasan positif maupun negatif. Dengan tujuan untuk memaksimalkan karyawan lebih terampil dalam pengelolaan akun Google Maps

2. Metode Pendampingan

Metode pendampingan diterapkan untuk memastikan bahwa karyawan bekerja sesuai standar secara konsisten. Dalam bentuk pendampingan, kami dan Owner bisa koreksi langsung saat kerja dan memberikan bimbingan untuk karyawan agar pekerjaan lebih rapi dan berjalan dengan baik.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program kerja di Toko Cempaka Udeng Bali berfokus pada penguatan aspek digital melalui akun Google Maps. Berdasarkan hasil pelaksanaan yang telah dipaparkan, berikut adalah analisis dan pembahasan dampak dari program yaitu:

Optimalisasi Identitas Digital dan Aksesibilitas. Tahap awal program yang berfokus pada perbaikan data profil Google Maps (alamat, jam operasional, kontak, dan foto produk) berhasil mengubah citra toko menjadi lebih profesional. Secara

teoritis, kelengkapan informasi dan visual produk yang menarik di Google Maps berfungsi sebagai digital storefront (etalase digital). Dengan informasi yang 100% akurat, hambatan aksesibilitas bagi calon konsumen dari luar wilayah dapat teratasi. Konsumen tidak lagi merasa ragu mengenai keberadaan fisik toko maupun ketersediaan produk Udeng Bali yang ditawarkan, sehingga menciptakan efisiensi dalam pencarian lokasi bagi pelanggan baru.

Strategi Review for Reward. Keberhasilan mendapatkan 30 hingga 40 ulasan baru dalam waktu satu bulan melalui program Review for Reward merupakan pencapaian signifikan. Dalam perilaku konsumen digital, ulasan dan rating berfungsi sebagai social proof (bukti sosial) yang sangat kuat. Pemberian apresiasi berupa selendang, tote bag, atau aksesoris pucuk bukan sekadar pemberian hadiah, melainkan strategi untuk membangun loyalitas dan keterlibatan emosional antara konsumen dengan Cempaka Udeng Bali. Lonjakan jumlah ulasan positif ini secara otomatis meningkatkan peringkat toko dalam mesin pencarian Google, sehingga toko lebih sering muncul saat orang mencari kata kunci terkait atribut budaya Bali di area tersebut.

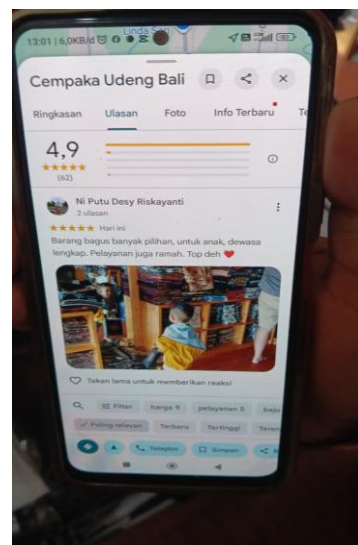
Manajemen Komunikasi dan Hubungan Pelanggan. Pelatihan pengelolaan ulasan (membalas komentar positif dan negatif) memberikan dampak pada peningkatan standar pelayanan toko. Dengan merespons ulasan secara personal (menyebut nama pelanggan), toko berhasil menciptakan kedekatan psikologis yang membuat pelanggan merasa dihargai. Di sisi lain, kemampuan dalam menangani ulasan negatif secara bijak dan solutif menunjukkan profesionalisme toko dalam menerima masukan. Hal ini penting untuk menjaga reputasi jangka panjang; ulasan negatif yang ditangani dengan baik seringkali justru meningkatkan kepercayaan calon konsumen lain karena melihat komitmen toko terhadap perbaikan kualitas pelayanan.

Secara keseluruhan, integrasi antara profil yang optimal, ulasan yang melimpah, dan komunikasi yang interaktif telah menciptakan ekosistem pemasaran digital yang mandiri bagi Toko Cempaka Udeng Bali. Peningkatan kepercayaan konsumen (consumer trust) melalui platform digital ini menjadi fondasi kuat bagi peningkatan penjualan. Melalui program ini, Cempaka Udeng Bali tidak hanya memiliki lokasi di peta fisik, tetapi juga memiliki reputasi yang kuat di peta persaingan digital, yang sangat krusial untuk keberlanjutan usaha di era modern.

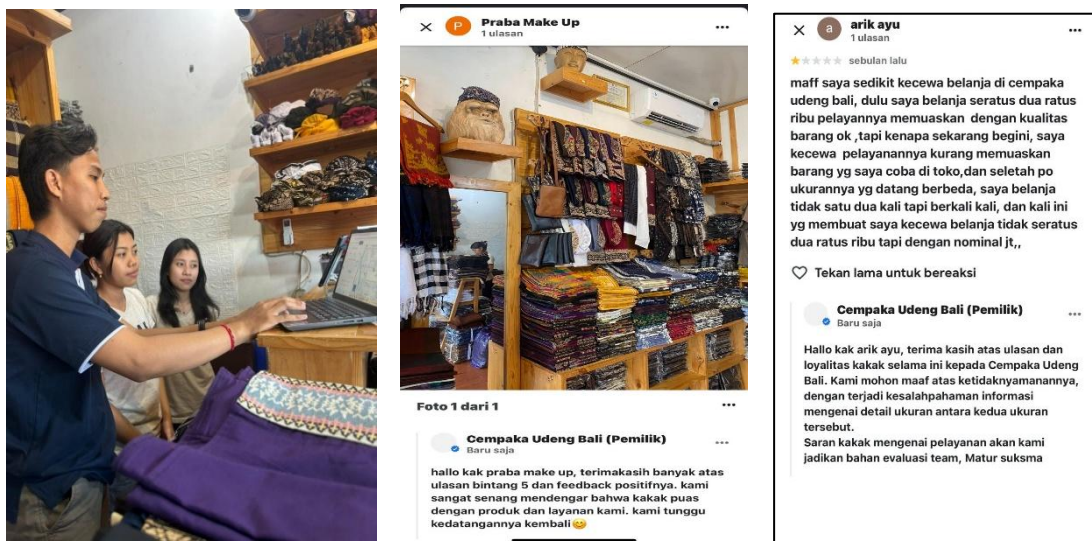
DOKUMENTASI KEGIATAN:



Gambar 1 : proses optimalisasi akun google maps bersama pemilik dan staf serta serah terima QR code google maps



Gambar 2 : program Review for Reward



Gambar 3 : Edukasi dan pelatihan membalas ulasan pada Google Maps

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Toko Cempaka Udeng Bali, dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu, Program kerja utama dalam mengoptimalkan akun Google Maps telah berhasil direalisasikan 100% dengan melengkapi informasi vital seperti alamat spesifik, jam operasional, kontak, serta foto produk yang estetik. Hal ini secara signifikan meningkatkan aksesibilitas dan profesionalisme toko di mata calon konsumen.

Implementasi program ini terbukti efektif dalam membangun social proof (bukti sosial), di mana dalam kurun waktu sekitar satu bulan, Toko Cempaka Udeng Bali berhasil memperoleh 30-40 ulasan terbaru dari pelanggan. Pemberian hadiah seperti selendang atau tote bag tidak hanya meningkatkan jumlah ulasan, tetapi juga membangun loyalitas konsumen.

Penguatan Manajemen Pelayanan Pelatihan pengelolaan ulasan telah meningkatkan keterampilan staf dalam menangani respon pelanggan secara profesional. Dengan merespons ulasan positif secara personal dan menanggapi ulasan negatif secara solutif, toko dapat membangun kedekatan psikologis dengan pelanggan sekaligus menjaga reputasi bisnis jangka panjang.

Integrasi antara optimalisasi profil dan sistem ulasan digital telah membentuk ekosistem pemasaran yang mandiri, yang menjadi fondasi kuat bagi peningkatan kepercayaan konsumen dan potensi penjualan di era digital.

Untuk memastikan keberlanjutan hasil program ini, berikut adalah beberapa rekomendasi yang diusulkan:

- **Pemeliharaan Rutin Konten:** Pihak mitra diharapkan secara konsisten melakukan pembaruan (update) informasi dan menambah foto produk secara berkala agar profil toko tetap relevan dan menarik bagi pengguna Google Maps.

- Konsistensi Respon: Disarankan bagi pemilik dan staf toko untuk terus mempraktikkan manajemen komunikasi yang telah dipelajari dengan membalas setiap ulasan masuk, guna mempertahankan tingkat kepercayaan konsumen yang telah terbangun.
- Pengembangan Media Sosial Lain: Mengingat Toko Cempaka Udeng Bali sudah memiliki akun Facebook, Instagram, dan TikTok, integrasi konten antara Google Maps dan media sosial tersebut perlu ditingkatkan untuk menciptakan branding yang lebih luas dan beragam.
- Monitoring Insights secara Berkala: Pemilik toko sebaiknya memantau fitur Insights pada Google Business untuk melihat data kunjungan dan kata kunci pencarian, sebagai bahan evaluasi dalam menyusun strategi pemasaran di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwas, O. M. (2011). Pengabdian kepada masyarakat dalam perspektif pendidikan. Jakarta: Kencana.
- Riduan. (2016). Pengabdian kepada masyarakat sebagai implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi.