

## Workshop Web Analytic dan Google Bisnisku Sebagai Perangkat Digital Marketing

### *Workshop of Web Analytics and Google My Business as Digital Marketing Tools*

**Amar P. Natasuwarna**

STMIK Pontianak

Jl. Merdeka No. 372, (0561) 735555/ (0561) 737777

e-mail: [a.pegirosa@gmail.com](mailto:a.pegirosa@gmail.com)

#### **Abstrak**

*Web analytics mempunyai kemampuan membantu para pelaku bisnis meningkatkan penjualan secara online. Untuk mempromosikan produknya secara online, para pelaku bisnis dapat memanfaatkan platform yang disediakan oleh Google yang disebut dengan Google Bisnisku. Sebagai bagian dari pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat, maka dilaksanakan workshop mengenai pemanfaatan web analytic dan Google Bisnisku bekerja sama dengan SMK Negeri 5 Pontianak. Peserta yang mengikuti adalah pelajar dari Jurusan Tataboga SMK Negeri 5 Pontianak berjumlah 30 orang. Workshop ini diadakan dengan maksud untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan memanfaatkan perangkat web analytics dan Google Bisnisku, sehingga para pelajar yang sudah berbisnis dapat menggunakan keterampilan ini untuk berjualan secara online. Materi web analytics dibatasi dengan hanya menggunakan dua perangkat yang paling populer digunakan pelaku bisnis yakni Ubersuggest dan Google Trends. Sedangkan pengenalan Google Bisnisku dengan langsung praktek melakukan registrasi online dan pengenalan fitur. Untuk mengetahui pencapaian pengetahuan digunakan kuesioner, di mana hasil yang diperoleh terjadi peningkatan pengetahuan pelajar terhadap istilah seperti Ubersuggest, Google Trends, dan Google Bisnisku. Dengan mempraktekan apa yang dipelajari pada workshop ini, pelajar akan menjadi terbiasa menggunakan web analytics dan Google Bisnisku, sehingga ketika pelajar menjalankan digital marketing dapat membantu meningkatkan penjualan khususnya yang berdampak dengan peningkatan trafik yang berkunjung pada halaman depan pelajar tersebut.*

**Kata kunci**—Digital Marketing, Web Analytics, Google Trends, Ubersuggest, Google Bisnisku

#### **Abstract**

*Web analytics can raise online sales. Businesspeople take advantage provided by the Google platform named Google My Business to promote their products online. As part of the implementation of Community Service, a workshop was held in collaboration with SMK Negeri 5 Pontianak on the use of web analytics and Google My Business. The participants took part were 30 students of the Culinary Art Department. This workshop was seized to increase students' knowledge and skills in using web analytics tools and Google My Business so that they who were already in business be able to utilize these skills on online selling. Web analytics - including the two most popular tools used by businesses, namely Ubersuggest and Google Trends- were introduced. During the introduction of Google My Business, students directly practiced the online registration and feature introduction. A questionnaire was used to find out the attainment of knowledge. The results showed an increase in students' knowledge in the important terms of Ubersuggest, Google Trends, and Google My Business. Moreover, students are expecting to develop their learning in using web analytics and Google My Business after practicing what has been learned in this workshop. Supposing they run digital marketing, this*

---

*knowledge is worth accelerating sales performance, as well as escalating visitor traffic of the student's fan page.*

**Keywords**—*Digital Marketing, Web Analytics, Google Trends, Ubersuggest, Google My Business*

## 1. PENDAHULUAN

Para pelajar perlu diperkenalkan dengan *digital marketing* untuk menghadapi persaingan di dalam dunia pekerjaan [1]. Pelajar SMK merupakan insan-insan muda yang dipersiapkan ketika lulus dapat langsung bekerja sesuai dengan keterampilan yang telah dipelajarinya. Pada kenyataannya, diketahui jumlah pengangguran yang terjadi pada angkatan kerja sebanyak 5,33% pada tahun 2017 [2] dan mengalami penurunan menjadi sebanyak 5,13% pada tahun 2018 [3]. Penurunan jumlah pengangguran yang tidak signifikan ini, mendorong para pelajar terutama pelajar SMK yang dipersiapkan dapat langsung bekerja untuk dapat bekerja secara mandiri sebagai pelaku bisnis. Supaya karya pelajar dapat diketahui masyarakat diperlukan media promosi. Apabila dilihat kondisi saat ini, sebahagian masyarakat sudah sudah bertransformasi dari cara belanja tradisional menuju belanja secara *online* [4]. Fenomena ini menjadi pertanda bahwa penjualan-penjualan produk atau layanan cepat atau lambat memaksa para pebisnis untuk mempromosikan barang dagangannya melalui internet. Banyak kelebihan yang diperoleh dengan melakukan kegiatan *digital marketing*. Pertama, jangkauan pemasaran secara *online* tidak terbatas, melampaui batas-batas daerah dan negara [5]. Dengan jangkauan pemasaran yang luas, potensi mendapatkan calon konsumen akan lebih banyak lagi. Sehingga, volume penjualan dapat lebih ditingkatkan. Kedua, berjualan secara online adalah lebih mudah [6]. Dengan berjualan *online*, para pebisnis pemula tidak memerlukan infrastruktur yang besar. Selain itu, para pebisnis pemula tidak perlu mengelola karyawan yang banyak. Ketiga, promosi melalui media *online* dapat langsung tertuju dengan target yang diinginkan [7]. Penggunaan *Facebook ads* dan *Instagram ads* dapat menentukan target audien yang akan membukanya seperti jenis kelamin, usia, dan pekerjaan [7]. Keempat, biaya promosi murah [8]. Biaya yang diperlukan bahkan ada yang hanya sebatas penggunaan *smartphone* yang sudah dimiliki setiap orang dan biaya pulsa. Sementara untuk penggunaan *platform* tidak perlu menggunakan biaya seperti yang disediakan oleh *Google* yakni *Google Bisnisku* [9]. Sebagai halaman depan, *Google Bisnisku* memerlukan materi tulisan dan gambar yang dapat mendatangkan trafik atau mengundang calon konsumen untuk datang. Materi yang dimaksud adalah berisikan kata kunci yang relevan dengan produk atau layanan yang ditawarkan dalam bentuk tulisan, gambar, suara, video, dan pelatihan [10]. *Google Trends* dan *Ubersuggest* adalah *web analytics* yang cukup populer digunakan untuk meningkatkan trafik [11]. Pelajar yang telah dapat menguasai *web analytics* dan *Google Bisnisku*, berarti apabila telah terjun sebagai pebisnis dapat meningkatkan penjualan yang dilakukan melalui internet. Hasil perbandingan kuesioner yang telah dilakukan sebelum dan sesudah workshop menghasilkan peningkatan wawasan pengetahuan yang cukup berarti mengenai penggunaan istilah-istilah pada *digital marketing*.

*Digital marketing* adalah suatu kegiatan yang berkaitan dengan pemasaran melalui saluran internet [12]. Pada pelaksanaan *digital marketing*, pelaku bisnis harus dapat mendatangkan trafik, sehingga peluang orang untuk berbelanja menjadi lebih besar. Perangkat web yang dapat mengetahui kata kunci untuk mendatangkan trafik disebut *web analytics*. *Web analytics* adalah prosedur untuk memperoleh kebiasaan perilaku dari pengguna internet dalam melakukan pencarian suatu website [13]. *Google Trends* dan *Ubersuggest* merupakan dua dari banyak jenis *Web Analytic*. *Google Trends* adalah kecenderungan di mana orang yang melakukan pencarian obyek tertentu dengan *Google* pada kurun waktu dan tempat tertentu [14]. Dengan demikian, ada tiga keuntungan menggunakan *Google Trends*. Pertama, *Google Trends* dapat digunakan untuk keperluan riset. Para pebisnis yang merasa kesulitan menentukan produk apa yang akan dijual, dapat memanfaatkan *Google Trends* sebagai pendukung

keputusan. *Google Trends* dapat menunjukkan produk apa yang paling banyak dicari melalui *Google* diantara beberapa produk yang ditanyakan. Kedua, *Google Trends* dapat menunjukkan waktu-waktu yang paling cocok suatu produk untuk diluncurkan. Ketiga, *Google Trends* dapat menunjukkan suatu wilayah mana yang paling banyak mencari suatu produk. Sebagai contoh, jika seseorang bermaksud mencari suatu halaman website dengan kata kunci pisang goreng, maka akan muncul grafik yang menunjukkan kecenderungan dari waktu, lokasi, dan jenis penelusuran *web*. *Google Trends* dapat membandingkan dua atau lebih produk dalam satu grafik. Sebagai contoh dibandingkan antara pisang goreng dan bakwan goreng. Pelaku bisnis dapat menentukan mana produk diantara pisang goreng dan bakwan goreng yang paling banyak dicari di internet. Selain itu, pelaku bisnis dapat mengetahui, wilayah mana yang paling banyak mencari pisang goreng dan wilayah mana yang paling banyak mencari bakwan goreng. Jenis *web analytics* selain *Google Trends* yang populer adalah *Ubersuggest* [15]. Apabila suatu kata kunci telah dituliskan, maka *Ubersuggest* dapat menyarankan kata-kata menyertai kata kunci yang dapat digunakan untuk halaman *website* [15]. *Ubersuggest* memberikan masukan kata kunci berdasarkan pencaharian yang dilakukan ketika seseorang mencari suatu obyek tertentu. Sebagai contoh, jika seseorang melakukan pencaharian atau penelusur dengan kata kunci pisang goreng, maka pelaku bisnis akan dapat mengetahui kata-kata apa yang akan menyertai kata kunci pisang goreng. Dalam hal ini, diperoleh jawaban dari *Ubersuggest* bahwa yang paling banyak menyertai kaca kunci pisang goreng adalah pisang goreng madu dan pisang goreng madu bu nanik.

*Web analytics* membantu pelaku bisnis menemukan kata kunci yang tepat untuk ditempatkan pada halaman *website* yang digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan yang ditawarkan. Penggunaan kata kunci yang tepat akan dapat mendatangkan banyak trafik, sehingga untuk pebisnis pemula seperti yang dilakukan oleh pelajar, tidak perlu harus membayar biaya iklan seperti dengan menggunakan *Facebook Ads*, *Instagram Ads*, atau *Google Ads*. Pebisnis pemula dapat memulai suatu iklan secara gratis. Selain itu, pelajar sebagai pebisnis pemula dapat menggunakan *platform Google Bisnisku* yang juga gratis [9]. *Google Bisnisku* mudah digunakan oleh orang-orang yang bermaksud mempromosikan produk atau layanannya, merek dagang, profil diri, atau organisasi sehingga dapat tampil ketika seseorang melakukan pencaharian melalui *Google Search* atau *Google Maps* [9][16]. Langkah awal menggunakan *Google Bisnisku* adalah dengan melakukan pendaftaran via aplikasi *Google Bisnisku* untuk yang menggunakan *smartphone* atau melalui *website* yang menggunakan *laptop* atau *personal computer* [12]. Aplikasi yang dapat diunduh melalui *smartphone* adalah dengan nama *Google My Business*, sementara alamat yang dapat diakses untuk *Google Bisnisku* melalui alamat internet adalah <https://business.google.com>. Berikut adalah langkah-langkah pendaftaran *Google Bisnisku* [16]. Pertama akses laman *Google Bisnisku*. Kedua, klik tambahkan lokasi. Ketiga, memasukkan nama bisnis atau profil yang akan dipromosikan. Keempat, tuliskan data alamat. Kelima, memberi tanda lokasi pada peta *Google* yang tersedia. Keenam, pilih kategori bisnis yang dimaksud. Ketujuh, memasukkan nomor telepon dan alamat situs jika memiliki. Terakhir, menunggu verifikasi bisnis yang akan dikirim oleh *Google*.

## 2. METODE PENELITIAN

Kegiatan *workshop* ini merupakan kegiatan yang baru pertama kali dilaksanakan kerja sama antara STMIK Pontianak dengan SMK Negeri 5 Pontianak. Kegiatan *workshop* ini merupakan bagian dari serangkaian kegiatan seminar dan *workshop* dengan nara sumber sebanyak tiga orang dosen dari STMIK Pontianak dan peserta dari pelajar SMK Negeri 5 Pontianak. Kegiatan seminar ini dilaksanakan pada tiga ruang belajar yang berbeda di SMK Negeri 5 Pontianak pada tanggal 24 Februari 2020. Khusus mengenai *workshop web analytics* dan *Google Bisnisku* diikuti peserta pelajar sebanyak 30 orang yang berasal dari satu kelas Tata

Boga. Waktu kegiatan dilaksanakan ketika jam sekolah. Kegiatan *workshop* ini berlangsung selama 90 menit terbagi atas lima termin. Termin pertama berupa *pre-test* dalam bentuk kuesioner selama 5 menit. Termin kedua penyampaian teori selama selama 20 menit. Termin ketiga pelaksanaan praktek selama 40 menit. Termin keempat berupa tanya jawab selama 20 menit. Termin kelima dilakukan *post-test* dengan pertanyaan yang sama selama 5 menit. Setelah acara berakhir dilanjutkan dengan foto bersama.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan *workshop web analytics* dan *Google Bisnisku* dimulai dan diakhiri dengan memberikan kuesioner. Hasil *pre-test* memperlihatkan bahwa para pelajar telah mengalami peningkatan wawasan dari sebelum dan sesudah pelaksanaan *workshop*. Gambar 1 memperlihatkan kegiatan pelaksanaan penyampaian pembukaan dan teori sebelum masuk ke dalam termin *praktek*. Disampaikan betapa pentingnya *digital marketing* untuk meningkatkan penjualan produk atau layanan. Teori dasar mengenai *digital marketing* seperti menghadirkan trafik, konversi, dan mendapatkan daftar pelanggan disampaikan secara sekilas. Batasan mengenai *digital marketing* pada *workshop* ini hanya membahas mengenai peningkatan trafik dan *platform Google* yang dapat diperoleh secara gratis. Informasi mengenai jumlah pengguna *smartphone*, internet, sosial media diungkapkan untuk menyakinkan bahwa pasar Indonesia sudah siap untuk berbelanja melalui internet. Tanggapan dari pelajar peserta *workshop* juga sepakat bahwa belanja melalui internet saat ini menjadi sesuatu yang biasa. Peserta dengan bersehat-sahatan menyebutkan nama tempat belanja yang dapat dilakukan secara *online*.



**Gambar 1.** Penyampaian Teori Sebelum Dilakukan Praktek

Berkaitan *pre-test* dan *post-test*, ada tiga pertanyaan pada kuesioner dengan tiga pilihan: A, B, atau C sebagai mana Tabel 1 berikut ini. Ketiga pertanyaan yang sama tersebut disampaikan pada saat *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur pengetahuan mereka sebelum dan sesudah dilakukan *workshop*.

**Tabel 1.** Kuesioner

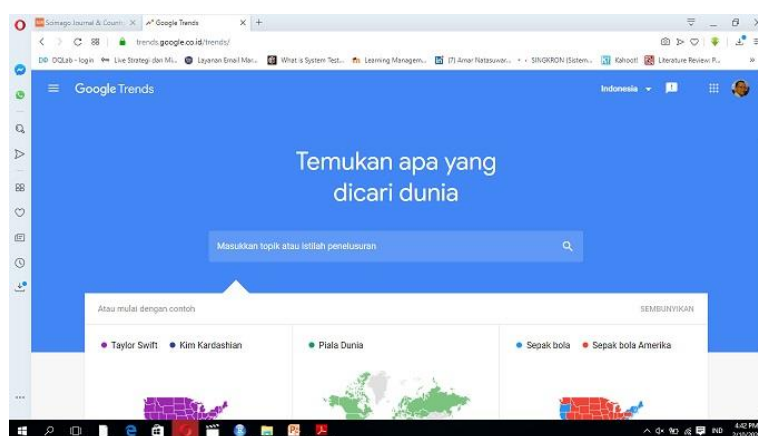
No	Pertanyaan	Pilih Jawaban
1	<i>Google Trends</i> adalah:	A. Popularitas topik berdasarkan waktu dan lokasi B. Popularitas topik berdasarkan jenis barang C. Popularitas topik berdasarkan merek dagang
2	<i>Ubersuggest</i> adalah:	A. Saran memperbaiki <i>website</i> B. <i>Website</i> tampil pada halaman pertama C. Cara menjual secara viral
3	Fitur yang disediakan <i>Google Bisnisku</i> :	A. Cara mendisain <i>website</i> untuk keperluan bisnis B. Mengajarkan bisnis <i>online</i> secara benar dan efektif C. Informasi produk/jasa, interaksi dengan konsumen

**Tabel 2.** Perbandingan Hasil Kuesioner Pre-Test dan Post-Test

No	Pertanyaan	Pre-Test (%)	Post-Test (%)
1	Google Trends adalah:	26,7	93,3
2	Ubersuggest adalah:	30,0	93,3
3	Fitur yang disediakan Google Bisnisku:	23,3	66,7

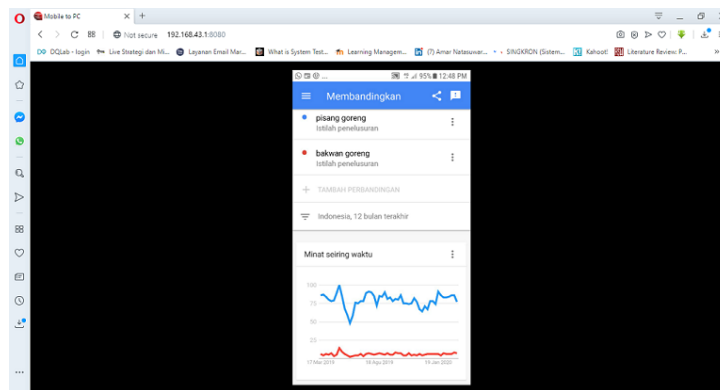
Tabel 2 menunjukkan hasil kuesioner. Hasil *pre-test* memperlihatkan minimnya pengetahuan peserta mengenai *Google Trends*, *Ubersuggest* dan *Google Bisnisku*. Setelah *workshop* mengenai *web analytics* dan *Google Bisnisku* selesai diperoleh kenaikan yang signifikan mengenai wawasan pelajar terhadap ketiga hal di atas. Dimana, terjadi peningkatan mengenai pengertian *Google Trends* dari 26,7% sebelum *workshop* menjadi 93,3% setelah *workshop*. Pengertian mengenai *Ubersuggest* juga meningkat drastis dari 30,0% menjadi 93,3%. Selain itu pengetahuan mengenai *Google Bisnisku* meningkat dari 23,3% menjadi 66,7%.

Gambar 2 di bawah ini menunjukkan tampilan muka dari *Google Trends*. Pelajar dapat menentukan topik apa yang akan diteliti dengan mengetikkan pada kotak yang disediakan. Topik dapat berisi mengenai berita, tokoh, atau produk yang ingin diteliti. Dalam hal ini, para pelajar dapat memasukkan jenis makanan apa saja yang dapat dijual. Pengguna *Google Trends* ini dapat memasukkan dua atau lebih topik untuk dibandingkan.



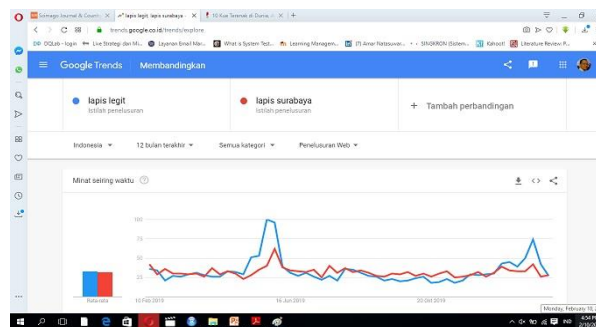
**Gambar 2.** Tampilan Muka Google Trends

Untuk mengakomodir seluruh pelajar menggunakan *smartphone* pada *workshop* ini, maka diperlukan bantuan aplikasi *Mobile to PC/TV* yang diunduh dari *play store*. Sehingga tampilan contoh-contoh via *smartphone* dapat diperlihatkan pada *LCD proyektor* melalui *laptop* yang digunakan. Supaya penyampaian materi dapat diterima dengan baik oleh para pelajar, komunikasi secara interaktif dilakukan dengan memberi contoh konkrit. Sehubungan dengan pelajar yang mengikuti *workshop* ini adalah dari kelas Tata Boga, maka contoh-contoh yang diberikan berisi mengenai seputar makanan. Gambar 3 di bawah ini penjelasan penggunaan *Google Trends* dengan memberi contoh kata kunci pisang goreng dan bakwan goreng.



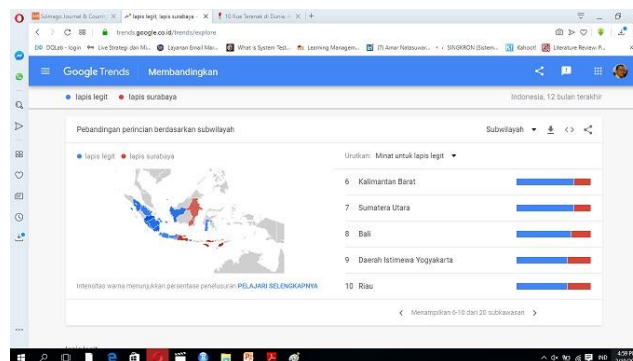
Gambar 3. Perbandingan Trend Produk Makanan

Gambar 4 menunjukkan contoh lain yang diminta oleh para pelajar untuk ditampilkan, yakni membandingkan produk lapis legit dan lapis surabaya. Pada hasil *trend* menggunakan *Google Trends*, produk makanan lapis legit ternyata sedikit lebih banyak dilakukan penelusuran oleh pengguna *Google* dibandingkan dengan lapis surabaya.



Gambar 4. Permintaan Pelajar Menampilkan Perbandingan Produk Lain

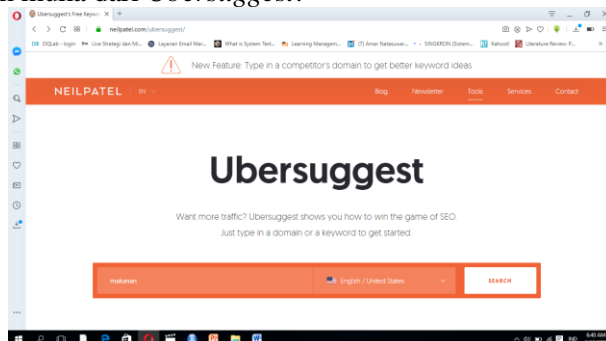
*Google Trends* dapat menunjukkan pada wilayah mana saja, suatu produk paling sering dicari pengguna internet melalui *Google*. Gambar 5 memperlihatkan perbandingan minat pada suatu wilayah terhadap produk lapis legit dan lapis surabaya di Indonesia. Sebagai contoh di sini, untuk lapis legit lebih diminati oleh orang yang berada di wilayah Kalimantan Barat, Sumatera Utara, Bali, Daerah Istimewa Yogyakarta, dan Riau.



Gambar 5. Minat Suatu Produk Berdasarkan Wilayah di Indonesia

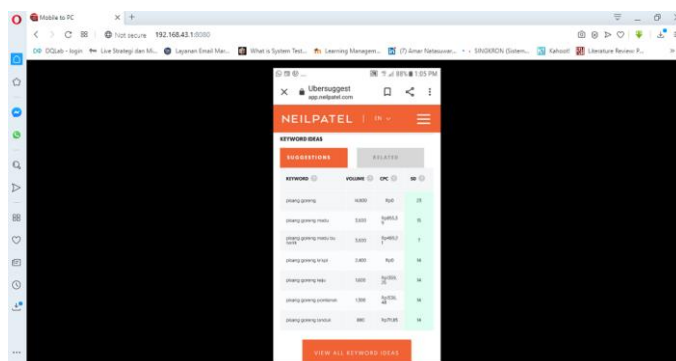
Setelah penjelasan, memberikan contoh, dan latihan bagi pelajar untuk penggunaan *Google Trends*, dilanjutkan dengan penjelasan mengenai teknik *Ubbersuggest*. Ada kemiripan

antara teknik *Google Trends* dan *UberSuggest*. Apabila *Google Trends* dapat menampilkan perbandingan kata kunci yang digunakan, sementara itu *Ubersuggest* akan mempertajam dengan memberi informasi lebih detail mengenai suatu kata kunci atau produk. Gambar 6 menunjukkan tampilan muka dari *Ubersuggest*.



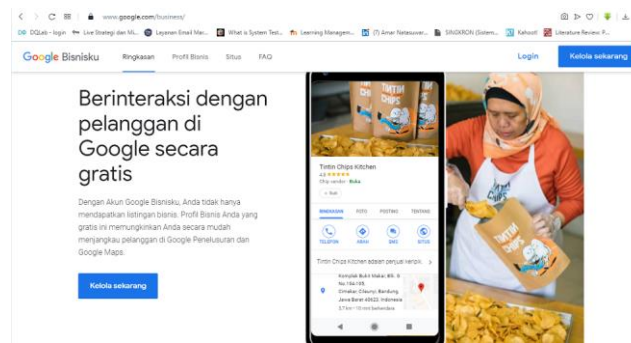
**Gambar 6.** Tampilan Muka *Ubersuggest*

Kembali kepada produk pisang dan menggunakan *smartphone*, Gambar 7 memperlihatkan bahwa kata kunci pisang goreng dengan menggunakan *Ubersuggest* dapat menampilkan berbagai produk pisang goreng seperti pisang goreng madu, pisang goreng skripsi, atau pisang goreng keju yang banyak dicari oleh orang menggunakan penelusuran *Google*. Dengan demikian, para pelajar dapat lebih detail lagi untuk memproduksi jenis pisang goreng yang laku dijual melalui internet.



**Gambar 7.** Menampilkan Berbagai Produk Pisang Goreng dengan *Ubersuggest*

Setelah kedua perangkat trend diperkenalkan, selanjutnya adalah penggunaan *Google Bisnisku*. Tahapan-tahapan yang dapat dilalui ketika melakukan pendaftaran *Google Bisnisku* adalah dengan akses laman *Google Bisnisku*, mengisi lokasi, memasukkan nama bisnis atau profil yang akan dipromosikan, menuliskan data alamat, memberi tanda lokasi pada peta *Google* yang tersedia, memilih kategori bisnis yang dimaksud, memasukkan nomor telepon dan alamat situs jika memiliki, kemudian terakhir, menunggu verifikasi bisnis yang akan dikirim oleh *Google*. Gambar 8 menunjukkan tampilan *website* halaman muka dari *Google Bisnisku* apabila membuka melalui *laptop* atau *personal computer*.



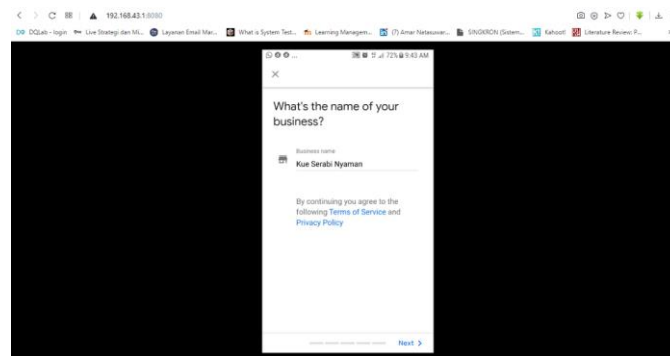
**Gambar 8.** Tampilan Muka Google Bisnisku

Sehubungan semua peserta pelajar menggunakan *smartphone*, maka tata cara melakukan pendaftaran menggunakan perangkat ini dimulai dengan melakukan instalasi melalui *Play Store* atau *AppStore*. Gambar 9 menunjukkan ikon yang dipilih untuk dilakukan instalasi.



**Gambar 9.** Instalasi Google Bisnisku

Isian pertama dari *Google Bisnisku* adalah menanyakan bisnis apa yang dijalankan. Pada contoh Gambar 9 di bawah ini isian yang dilakukan adalah Kue Serabi Nyaman. Kelanjutan dari isian ini adalah menanyakan mengenai kategori bisnis, alamat, sasaran wilayah pengguna internet yang menjadi target, nomor telepon, dan alamat website jika ada. Setelah semuanya selesai diisi, maka tahap pendaftaran selesai.



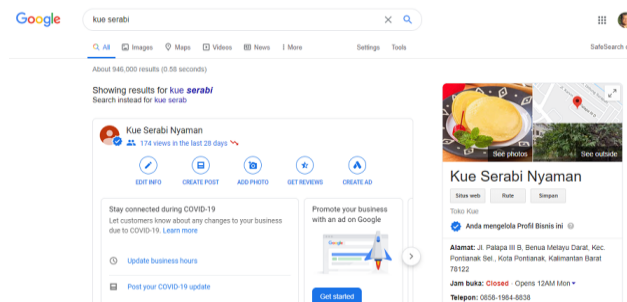
**Gambar 9.** Isian Pertama Pendaftaran Google Bisnisku

Keberadaan *Google Bisnisku* dapat membantu pelajar yang akan mengiklankan produknya di internet. Oleh sebab itu penting untuk memberikan informasi yang sebanyak-banyaknya mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan penjualan produk. Hal-hal yang berkaitan dengan penjual misalnya jam buka, menampilkan jenis-jenis produk yang dijual, gambar atau video produk yang menarik, gambar atau video lokasi penjualan, promosi-promosi yang dapat membuat calon konsumen untuk membeli, dan momen-momen yang dapat diadakan untuk menarik konsumen datang ketempat penjualan. Fitur yang termasuk baru pada *Google Bisnisku* diantaranya kemampuan untuk interaksi antara konsumen dan penjual dan konsumen dapat memberikan penilaian atas produk dan pelayanan dari penjual. Pada sistem navigasi *Google Bisnisku*, sebagai pengelola situs terdapat fitur yang membuat perangkat ini dapat dikelola oleh lebih dari satu orang. Pengelola dapat melihat orang-orang yang melakukan



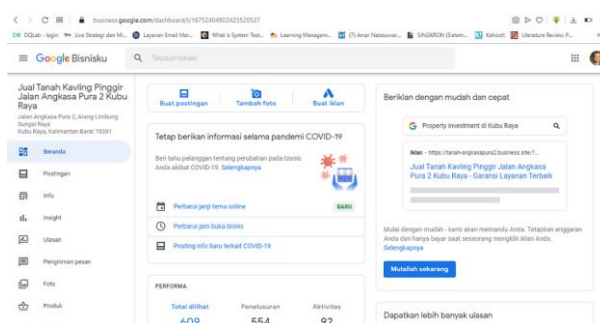
penelusuran untuk produk yang sama, orang-orang yang aktif untuk melakukan kontak yang telah disediakan penjual.

Gambar 10 menunjukkan tampilan pada *Google* ketika seseorang melakukan penelusuran suatu produk seperti kue serabi. Calon konsumen dapat melihat tampilan kue serabi yang menarik, lokasi di mana kue serabi itu dijual, nomor *smartphone* yang dapat dihubungi, dan waktu buka dan tutup toko.



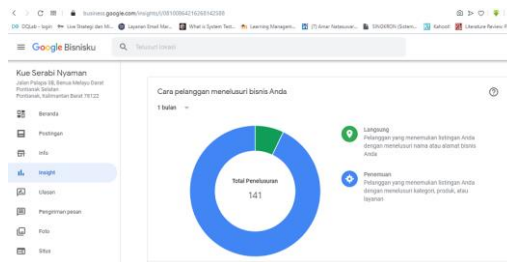
**Gambar 10.** Tampilan di internet Google Bisnisku

*Google* Bisnisku menyediakan navigasi bagi penggunanya. Fitur-fitur yang disediakan terdapat pada sisi kanan seperti yang dapat dilihat pada Gambar 11, diantaranya Beranda, Postingan, *Insight*, Ulasan, Foto, dan Produk.



**Gambar 11.** Fitur pada Google Bisnisku

*Insight* adalah fitur yang bagus pada *Google* Bisnisku. Fitur *insight* menunjukkan kepada para penjual yang berjualan untuk mengetahui pengguna internet yang telah melakukan penelusuran dan melihat website penjual yang telah dibuat melalui *Google* Bisnisku. Ada dua tanda pada fitur *insight*. Warna hijau menunjukkan penelusur yang langsung mengarah kepada produk kita. Warna biru menunjukkan penelusur yang mencari produk yang mempunyai kategori yang sama dengan produk kita. Misalnya seperti pada Gambar 12 untuk kasus Kue Serabi Nyaman. Dimana, *Google* Bisnisku ini telah dikunjungi sebanyak 141 penelusur selama 1 bulan terakhir. Penelusur yang langsung melakukan penelusuran dengan kata kunci "Kue Serabi Nyaman" lebih sedikit daripada penelusur yang menggunakan kata kunci "Kue Serabi" atau "Serabi".



**Gambar 12.** Insight Menampilkan Penelusur Datang Pada Google Bisnisku

Ketika para pelajar menampilkan gambar pada *Google Bisnisku*, tampilan gambar dapat disertai dengan kata-kata yang mendukung supaya penelusur semakin berminat untuk membeli. Pada kesempatan ini, para pelajar dikenalkan istilah dalam *digital marketing* seperti *copywriting* dan *content marketing*. *Copywriting* seperti pada Gambar 13 adalah kata-kata yang mengundang calon pembeli untuk melakukan tindakan yang mengarah kepada pembelian seperti memberi nomor telepon atau untuk mendatangi suatu alamat seperti contoh yang dapat dilihat pada Gambar 13. Tindakan *copywriting* ini disebut dengan *call to action*.



**Gambar 13.** Contoh Beriklan Copywriting

Berbeda dengan *copywriting*, para pelajar perlu mengetahui tentang *content marketing* yang merupakan salah satu cara beriklan dengan mengajak secara langsung menggunakan produknya. *Content marketing* hanya membuat para konsumen selalu ingat produk tersebut dengan harapan suatu saat akan tertarik untuk membelinya. Gambar 14 menunjukkan contoh *content marketing*.



**Gambar 14.** Contoh Beriklan Content Marketing

Penjelasan mengenai *copywriting* dan *content marketing* mengakhiri materi *workshop* kali ini. Sebagai penutup para pelajar diberikan *post-test* untuk mengevaluasi hasil yang

diperoleh selama workshop ini. Sebelum berpisah antara nara sumber dengan peserta dilakukan foto bersama seperti yang dapat dilihat pada Gambar 15.



**Gambar 15.** Foto Bersama Seluruh Peserta dan Nara Sumber

#### 4. KESIMPULAN

Sebagai calon pelaku usaha di masa depan, pelajar khususnya pelajar yang bersekolah di SMK yang siap untuk kerja, mereka membutuhkan pengetahuan dan keterampilan yang berhubungan dengan *digital marketing*. Masih banyak pelajar belum mengetahui beberapa perangkat pendukung digital marketing yang dapat dimanfaatkan secara gratis seperti *Google Trends*, *Ubersuggest*, dan *Google Bisnisku*. Padahal, perangkat-perangkat tersebut sudah banyak digunakan oleh orang-orang yang melakukan bisnis secara *online*. Membaca, latihan dan mengikuti berbagai kegiatan seminar dan *workshop* akan mempercepat peningkatan pengetahuan dan keterampilan para pelajar yang akan berhubungan dengan *digital marketing* pada masa depan.

#### 5. SARAN

Saran untuk *workshop* selanjutnya adalah supaya lebih banyak lagi pelajar dan sekolah yang dapat dikunjungi untuk memperkenalkan perangkat-perangkat yang diperlukan pada *digital marketing*. Bagi sekolah yang telah dikunjungi dan telah diperkenalkan penggunaan perangkat-perangkat *digital marketing* dapat diberikan materi lebih mendalam dan lebih memperbanyak melakukan latihan dengan fokus pada salah satu perangkat yang telah dipelajari secara umum dan singkat sebelumnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1]. T.M. Key, A.J.Czaplewski, & J.M. Ferguson, "Preparing Workplace-Ready Students with Digital Marketing Skills, Marketing Education Review", Vol. 29, No.2, pp.131-135, 2019.
- [2]. A.P. Natasuwarna, "Tantangan Menghadapi Era Revolusi 4.0-Big Data dan Data Mining", SINDIMAS, Vol.1, No.1, pp. 23-27, 2019.
- [3]. M. Hasdar, M. Fera, & M. Syaifulloh, "Pemberdayaan Kelompok Bisnis Mahasiswa Berbasis IPTEK Melalui Program Agrofood Technopreneur", Jurnal SOLMA, Vol. 8, No.1, pp.73-79, 2019.
- [4]. B.G. Ghassani & C. Erwindi, "Persepsi Visual dalam Rancangan Pusat Belanja Daring dan Luring", Jurnal Sains dan Seni ITS, Vol.8, No.2, pp.G40-G44, 2020.
- [5]. I.P.A.E.D. Udayana, I.M.A. Mahawan, & I.K.A.G. Wiguna, "Pelatihan Pemasaran Melalui Media Online Pengrajin Waterfall Fountain Miniature Di Desa Getasan", WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer, Vol.1, No.2, pp.52-58, 2019

- [6]. R. Reynardo, & L.L. Hin, “Sistem Informasi Penjualan Snack Berbasis E-Commerce pada Toko Morning Chocolate”, *IDEALIS: InDonEsiA journal Information System*, Vo.3, No.1, pp.145-151, 2020.
- [7]. D. Belanche, I. Cenfor, & A. Pérez-Rueda, “Instagram Stories versus Facebook Wall: an advertising effectiveness analysis. *Spanish Journal of Marketing-Esic*, 2019.
- [8]. Y. Boentoro & S. Paramita, “Komunikasi Pemasaran Viral Marketing - Studi Kasus Kopi Kwang Koan”, *Prologia*, V.4, No.1, pp.141-146, 2020.
- [9]. I.M.B Dwiarta, “Google Bisnis, SIM dan SIA Guna Menentukan HPP sebagai Sarana Meningkatkan Pendapatan Masyarakat”, *Jurnal Penamas Adi Buana*, Vol.1, No.1, pp.27-38, 2017.
- [10]. L.P. Baltas, “Content marketing-the fundamental tool of digital marketing”, *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V*, Vol.8, No.2, pp.111-118, 2015.
- [11]. A. Sokolowski, & M. Rosi, “Effective Ways of Content Creation in Disseminating Knowledge from Health and Safety Area”, *System Safety: Human-Technical Facility-Environment*, Vo.1, No.1, pp.886-893, 2019.
- [12]. K. Sulastri, “Pelatihan Wirausaha dan Digital Marketing Bagi Perempuan Korban Kekerasan di Kota Singkawang”, In *SNPMas: Seminar Nasional Pengabdian pada Masyarakat*, pp. 125-132, 2019.
- [13]. V. Kumar & G.A. Ogunmola, “Web Analytics for Knowledge Creation: A Systematic Review of Tools, Techniques, and Practices”, *International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning*, Vo.10, No.1, pp.1-14, 2020.
- [14]. A.D. Riyanto, “Pemanfaatan Google Trends Dalam Penentuan Kata Kunci Sebuah Produk untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Bisnis di Dunia Internet” In *Seminar Nasional Informatika*, Vol. 1, No. 1, pp.52-59, 2015.
- [15]. F.A. Pool-Estrada & L. Hernández-von Wobeser, “Google Trends and Ubersuggest as tools for consumer behavior analysis. A case study of the micro-firm Yaxkin, Cancun-Mexico”, *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, Vol.6, No.16, pp.25-46, 2017.
- [16]. G.A. Manu & D. Fallo, “Implementasi Google My Business (GMB) dalam Promosi Pariwisata di Kota Kupang dan Sekitarnya”, *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)*, Vo.2, No.2, pp.8-15, 2019.