



## Pemanfaatan Goodle Ads Untuk Meningkatkan Penunjang Bisnis UMKM Selama Pandemi Covid 19

Abdul Ajiz<sup>1\*</sup>, Gifthera Dwilestari<sup>2</sup>, Ade Rizki Rinaldi<sup>3</sup>, Ainun Putri Nurhaliva<sup>4</sup>, Novan Abaytulrohman<sup>5</sup>.

<sup>12345</sup>STMIK IKMI Cirebon.

[abdulajiz2020@gmail.com](mailto:abdulajiz2020@gmail.com)<sup>1</sup>, [gifthera367@gmail.com](mailto:gifthera367@gmail.com)<sup>2</sup>, [Rizki74@yahoo.com](mailto:Rizki74@yahoo.com)<sup>3</sup>, [Putri0@gmail.com](mailto:Putri0@gmail.com)<sup>4</sup>, [novan@gmail.com](mailto:novan@gmail.com)<sup>5</sup>

### Kata kunci:

UMKM, Google Ads,  
COVID-19, Pemasaran

### Abstrak

Pandemi COVID-19 telah membawa tantangan besar bagi sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia, mengharuskan banyak pelaku usaha untuk berinovasi dalam strategi pemasaran agar tetap bertahan. Pemanfaatan teknologi digital, khususnya Google Ads, menjadi solusi yang potensial untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas penggunaan Google Ads dalam mendukung bisnis UMKM selama pandemi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis data kuantitatif dari kampanye iklan Google Ads yang dilakukan oleh beberapa UMKM selama periode pandemi, serta wawancara dengan pelaku UMKM untuk mendapatkan perspektif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Google Ads secara signifikan meningkatkan jumlah kunjungan ke situs web UMKM dan konversi penjualan. Selain itu, wawancara dengan pelaku UMKM mengungkapkan bahwa meskipun ada kurva pembelajaran dalam penggunaan platform ini, manfaat yang diperoleh jauh lebih besar dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Google Ads adalah alat yang efektif dalam strategi pemasaran digital untuk UMKM, khususnya dalam konteks ketidakpastian ekonomi yang disebabkan oleh pandemi COVID-19. Implementasi yang lebih luas dan pelatihan yang memadai dapat membantu lebih banyak UMKM memanfaatkan potensi ini untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnis mereka.

### Pendahuluan

Selama pandemi COVID-19, banyak UMKM mengalami penurunan pendapatan karena pembatasan sosial dan penurunan permintaan. Memanfaatkan Google Ads dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan eksposur bisnis UMKM secara online, menjangkau lebih banyak pelanggan potensial, dan memperkuat kehadiran digital. Dengan penargetan yang tepat dan penggunaan kata kunci yang relevan, Google Ads dapat membantu UMKM untuk mencapai audiens yang lebih besar serta meningkatkan konversi penjualan, yang krusial bagi kelangsungan bisnis di tengah situasi ekonomi yang tidak pasti ini. Pelatihan pendampingan pkm pemanfaatan google ads untuk meningkatkan penunjang bisnis umum selama pandemi covid 19.

Aspek Sosial Selama pandemi, menjadi sangat penting dalam strategi pemasaran. Penggunaan Google Ads oleh UMKM dapat membantu memperkuat koneksi dengan pelanggan

yang berada di rumah dengan menyediakan produk atau layanan yang dibutuhkan secara online. Kampanye yang diselenggarakan melalui Google Ads dapat memberikan informasi yang jelas tentang langkah-langkah keamanan dan kesehatan yang diambil oleh UMKM, membantu membangun kepercayaan dan rasa aman di antara pelanggan. Selain itu, UMKM dapat menggunakan platform tersebut untuk mendukung inisiatif sosial, seperti menyediakan bantuan kepada komunitas yang membutuhkan atau memberikan informasi tentang cara membantu orang-orang yang terdampak pandemi. Melalui Google Ads, UMKM juga dapat mempromosikan kegiatan amal atau program bantuan kepada para pelanggan yang ingin berkontribusi dalam membantu mereka yang membutuhkan.

Pendekatan pengabdianannya dapat mencakup beberapa strategi. Pertama, fokus pada segmentasi pasar yang tepat dengan menggunakan Google Ads untuk menargetkan pelanggan yang paling mungkin tertarik dengan produk atau layanan UMKM. Kedua, menciptakan konten yang relevan dan menarik yang memperkuat hubungan dengan pelanggan, seperti informasi tentang keamanan produk atau inisiatif sosial yang dilakukan oleh UMKM. Ketiga, memanfaatkan fitur seperti retargeting untuk menjangkau pelanggan yang sudah menunjukkan minat sebelumnya namun belum melakukan pembelian. Keempat, memantau dan menganalisis kinerja kampanye secara teratur untuk mengidentifikasi apa yang berhasil dan melakukan penyesuaian yang diperlukan. Dengan pendekatan ini, UMKM dapat memaksimalkan potensi Google Ads untuk meningkatkan penjualan dan memperkuat koneksi dengan pelanggan di tengah pandemi COVID-19.

Hasil dari penerapan PKM yang memanfaatkan Google Ads untuk meningkatkan penunjang bisnis UMKM selama pandemi COVID-19 adalah peningkatan eksposur bisnis online, peningkatan jumlah pelanggan potensial yang dijangkau, dan peningkatan konversi penjualan. Melalui penggunaan Google Ads, UMKM dapat mencapai audiens yang lebih luas dan menarik perhatian pelanggan baru yang mencari produk atau layanan mereka secara online. Selain itu, kehadiran digital yang diperkuat dan konten yang relevan membantu memperkuat hubungan dengan pelanggan yang sudah ada, meningkatkan kepercayaan dan loyalitas mereka terhadap merek. Dalam konteks PKM yang memanfaatkan Google Ads untuk mendukung UMKM selama pandemi, pendekatan partisipatif mungkin melibatkan UMKM secara aktif dalam pengembangan strategi pemasaran. Ini bisa berarti melibatkan pemilik UMKM dalam proses perencanaan kampanye, diskusi tentang target pasar, dan memberikan masukan tentang kebutuhan bisnis mereka. Dengan demikian, pendekatan ini memastikan bahwa strategi pemasaran yang diimplementasikan benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan sasaran UMKM tersebut, sehingga lebih efektif dalam mencapai tujuan bisnis.

Adaptasi dari PKM tersebut mungkin melibatkan penyesuaian strategi pemasaran berdasarkan umpan balik dan data yang diperoleh dari hasil kampanye Google Ads. Misalnya, jika kampanye tidak memberikan hasil yang diharapkan, UMKM dapat melakukan perubahan pada targeting, konten iklan, atau penawaran promosi untuk meningkatkan kinerja kampanye. Adaptasi juga dapat mencakup penyesuaian terhadap tren pasar yang berkembang selama pandemi, seperti perubahan perilaku konsumen atau kebutuhan pelanggan yang berubah. Dengan pendekatan partisipatif dan adaptasi yang terus-menerus, PKM ini dapat memastikan keberhasilan jangka panjang dalam mendukung UMKM dalam menghadapi tantangan yang dihadapi selama pandemi COVID-19.

## **Metode**

Persiapan webinar Pkm Pemanfaatan Goodle Ads Untuk Meningkatkan Penunjang Bisnis Umkm Selama Pandemi Covid 19 melibatkan beberapa tahapan yaitu :

### **1. Tahapan persiapan**

Tahapan persiapan mencakup kegiatan yang dilakukan untuk mempersiapkan berbagai hal yang diperlukan dalam Pkm Pemanfaatan Goodle Ads Untuk

Meningkatkan Penunjang Bisnis Umkm Selama Pandemi Covid 19, adapun hal-hal yang dilakukan pada tahapan persiapan adalah sebagai berikut:

a) Tim Pelaksana kegiatan program.

Tim melakukan persiapan dengan membuat susunan kepanitian kegiatan Pkm Pemanfaatan Goodle Ads Untuk Meningkatkan Penunjang Bisnis Umkm Selama Pandemi Covid 19 tentang susunan tim pelaksana kegiatan adalah sebagai berikut :

Ketua Tim : Abdul Ajiz, M.Kom  
 Anggota Pelaksana : Gifthera Dwilestari  
 : Ade Rizki Rinaldi, M.Kom  
 Mahasiswa :  
 1. Ainun Putri Nurhaliva  
 2. Novan Abaytulrohman

b) Tempat dan jadwal kegiatan

Kegiatan Pelatihan Dan Pendampingan Pkm Pemanfaatan Goodle Ads Untuk Meningkatkan Penunjang Bisnis Umkm Selama Pandemi Covid 19 dilaksanakan sesuai jadwal di bawah ini :

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan

NO	HARI/TANGGAL	RUANGAN	PUKUL	Keterangan
1	Selasa, 16 November 2021	ZOOM	10.30 - 12.00	Persiapan dengan TIM di Umkm Kota Cirebon
2	Rabu, 17 November 2021	ZOOM	08.00 - 12.00	Pelaksanaan ZOOM Pelatihan

3. Materi Pelatihan Workshop

Materi yang disampaikan pada Pelatihan Dan Pendampingan Tata Kelola Website Smk Cendikia Kota Cirebon yang dipaparkan sebagai berikut :

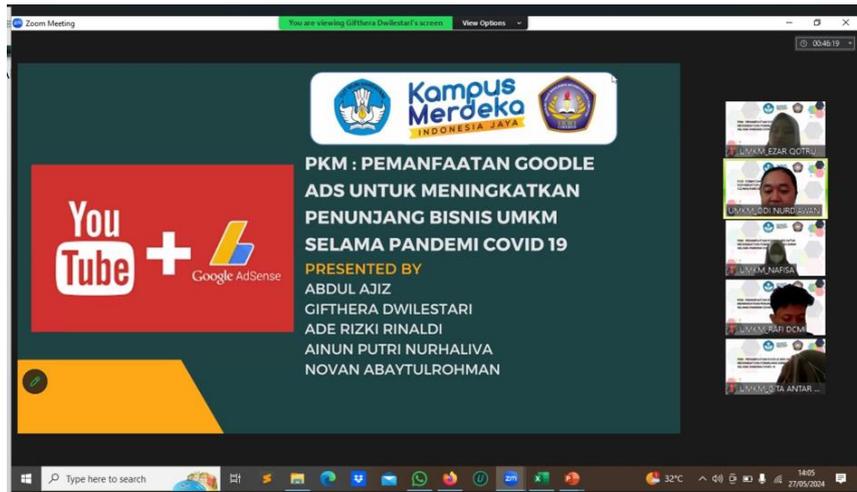
Tabel 2. Pembagian Materi

No	Pemateri	Materi
1	Abdul Ajiz, M.Kom	1. Pengenalan Tata Kelola Website 2. Desain dan Antarmuka Pengguna 3. Keamanan Website
2	Gifthera Dwilestari, M.Kom	1. Analitik dan Kinerja Website 2. Strategi Pemasaran Digital 3. Pengelolaan Kehadiran dan Absensi Online
3	Ade Rizki Rinaldi, M.Kom	1. Pengelolaan Konten Website

#### 4. Persiapan kelengkapan

Kelengkapan alat yang digunakan dalam kegiatan Pelatihan Dan Pendampingan Pemanfaatan Goodle Ads Untuk Meningkatkan Penunjang Bisnis Umkm Selama Pandemi Covid 19 Kota Cirebon adalah sebagai berikut :

- 1) Peralatan Pembelajaran berbasis *Zoom* antara lain kamera, *sound system*, koneksi jaringan, *zoom room*, laptop, stand kamera, dan *mic*.
- 2) Backdrop



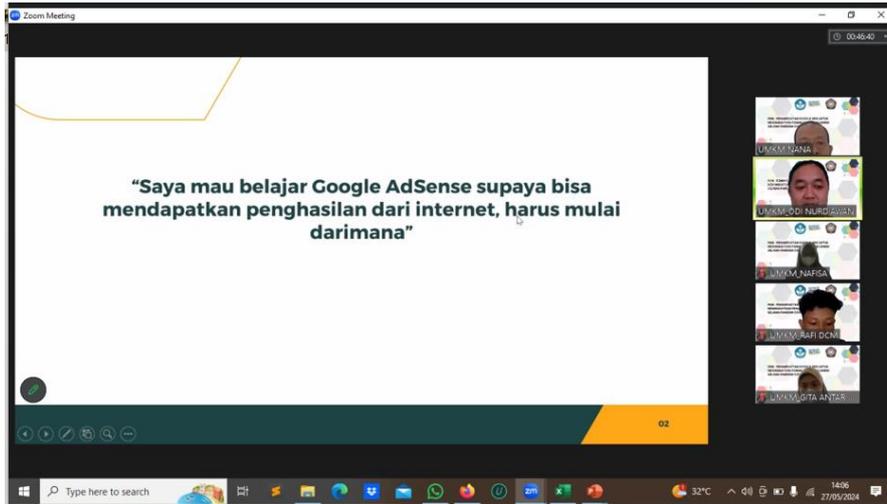
Gambar 1 Backdrop Zoom Kegiatan

### Hasil dan Pembahasan

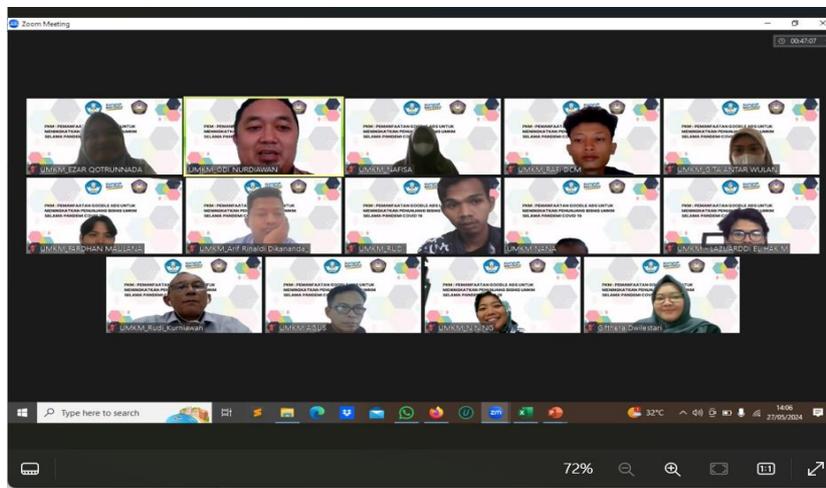
Pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk Pelatihan Dan Pendampingan Pemanfaatan Goodle Ads Untuk Meningkatkan Penunjang Bisnis Umkm Selama Pandemi Covid 19 Kota Cirebon Bisa Beragam Tergantung Pada pelaksanaan dan efektivitas program. Berikut beberapa hasil yang mungkin dicapai dari upaya tersebut

#### 3.1 Program Kegiatan

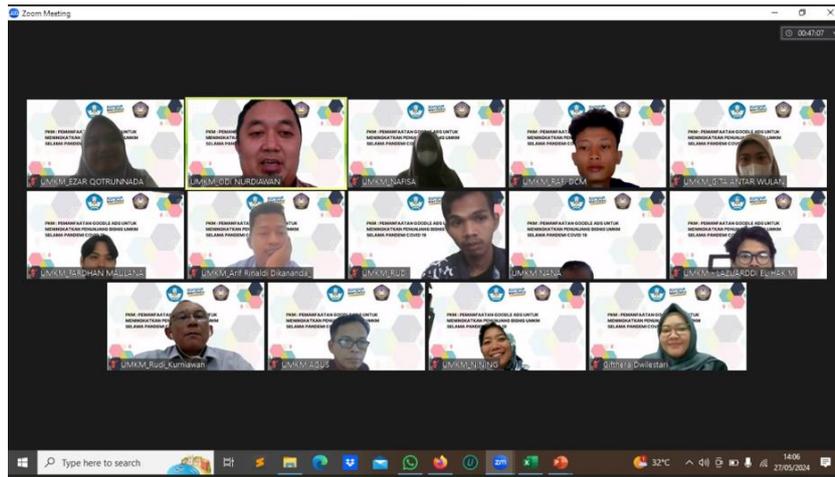
Program kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian STMIK IKMI Cirebon selama 2 hari dapat terlaksana walaupun dalam suasana covid 19, dengan peserta pelaku UMKM Kota Cirebon.



Gambar 2. Kegiatan ZOOM 1



Gambar 3. Kegiatan ZOOM 2



Gambar 4. Kegiatan ZOOM 2

### 3.2 Hasil Pelaksanaan

Berdasarkan pelaksanaan judul PKM "Pemanfaatan Google Ads untuk Meningkatkan Penunjang Bisnis UMKM Selama Pandemi COVID-19", dapat disimpulkan bahwa:

1. **Pemanfaatan Google Ads sebagai Alat Pemasaran Digital:** Google Ads telah terbukti efektif sebagai alat untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan bagi UMKM selama pandemi COVID-19. Dengan penggunaan strategis dan pengoptimalan yang tepat, UMKM dapat memanfaatkan platform ini untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan interaksi konsumen.
2. **Peningkatan Kesadaran Merek dan Interaksi Konsumen:** Kampanye Google Ads dapat berkontribusi pada peningkatan kesadaran merek UMKM dan meningkatkan interaksi dengan konsumen melalui platform online. Hal ini dapat membantu UMKM membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan potensial dan meningkatkan loyalitas merek.
3. **Dampak Positif terhadap Penjualan dan Pendapatan:** Melalui kampanye Google Ads, UMKM dapat mengalami peningkatan signifikan dalam penjualan dan pendapatan. Dengan mengoptimalkan strategi penargetan dan pengeluaran, UMKM dapat mencapai ROI yang tinggi dan memaksimalkan manfaat dari investasi iklan mereka.
4. **Penguasaan Keterampilan Digital:** Pelatihan dan bimbingan yang diberikan kepada pemilik UMKM dalam menggunakan Google Ads telah membantu meningkatkan pemahaman mereka tentang pemasaran digital. Hal ini memungkinkan mereka untuk secara mandiri mengelola kampanye iklan online dengan lebih efektif di masa mendatang.
5. **Kontribusi terhadap Pertumbuhan Ekonomi Lokal:** Melalui keberhasilan kampanye Google Ads, UMKM juga dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap

pertumbuhan ekonomi lokal, dengan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan memperkuat struktur bisnis di tingkat lokal.

### **Kesimpulan**

Dapat pemanfaatan Google Ads untuk meningkatkan penunjang bisnis UMKM selama pandemi COVID-19 menunjukkan bahwa teknologi digital memiliki peran penting dalam adaptasi dan kelangsungan bisnis di masa krisis. Google Ads terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas online dan konversi penjualan, memberikan UMKM akses yang lebih luas ke pasar digital. Meskipun ada tantangan dalam memahami dan mengoperasikan platform ini, pelaku UMKM yang berhasil memanfaatkannya merasakan dampak positif yang signifikan dibandingkan metode pemasaran konvensional. Implementasi yang lebih luas dan pelatihan yang tepat dapat memperkuat strategi pemasaran digital UMKM. Secara keseluruhan, penggunaan Google Ads menjadi salah satu solusi kunci bagi UMKM untuk tetap kompetitif dan berkembang di tengah ketidakpastian ekonomi yang diakibatkan oleh pandemi.

### **Daftar Pustaka**

- I. R. Lestari, R. Meidiyustiani, and N. Desi, "Pemanfaatan Google Ads Sebagai Penunjang Bisnis UMKM Dimasa Pandemi Covid-19," *J. PKM Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 4, no. 4, pp. 376–383, 2021.
- J. A. MAULA, "Pedampingan Pemanfaatan Digital Marketing Melalui Google Business Pada Umkm Kelurahan Kertajaya," *PATIKALA J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 442–447, 2022, doi: 10.51574/patikala.v2i1.500.
- A. Z. Hasibuan, D. Siregar, T. M. Diansyah, and I. Faisal, "Strategi Iklan Google Ads yang Efektif untuk Meningkatkan Omset UMKM," *Prioritas J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 6, no. 01, pp. 54–58, 2024.
- A. Kesuma, S. Amalia, and M. Awaluddin, "Pelatihan Akuntansi dan Penyusunan Laporan Keuangan Koperasi di Sangatta Kabupaten Kutai Timur," *J. Pustaka Mitra (Pusat Akses Kaji. Mengabdi Terhadap Masyarakat)*, vol. 3, no. 5, pp. 199–205, 2023, doi: 10.55382/jurnalpustakamitra.v3i5.598.
- K. Ashadi *et al.*, "Upaya Peningkatan Kemandirian Gerak Fisik Penyandang Disabilitas Hambatan Visual Melalui Pelatihan Inclusive Physical Literacy (Incalcy)."
- D. Hermawan, K. Hidajat, J. Administrasi Bisnis, F. Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Jakarta, and P. Korespodensi, "Implementasi Mbkm Magang: Identifikasi Kendala Pelaksanaan Bongkar Muat Bagi User Pengguna Rtg Crane Di Terminal Petikemas Koja."