

## PEMANFAATAN GOOGLE MAPS DALA PENGEMBANGAN MEDIA INFORMASI BUDIDAYA CACING BAROKAH AFRICAN NIGHTCRAWLER (ANC) DI DESA PERJIWA

Sugiarto<sup>1</sup>, Bella Cindy Josea<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widya Gama Mahakam, Samarinda, Indonesia  
Korespondensi: [muhammadsugi17@gmail.com](mailto:muhammadsugi17@gmail.com)

### Abstract

*Perjiwa Village is one of the villages in Tenggarong Seberang sub-district where the majority of the population has UMKM, the enthusiasm of these UMKMs business actors is hindered by some limited knowledge related to marketing strategies. Several businesses in this village such as grocery stores, stalls selling various cakes and foods, white bread and block bread, chili beans, and the cultivation of African Nightcrawler (ANC) worms which are known to have many benefits. On average, UMKMs in Perjiwa Village have not used digital marketing, marketing is only done by word of mouth. UMKMs in Perjiwa Village, especially in the ANC worm cultivation business, can be optimized through the use of the Google Maps application as a marketing strategy through an information media system. The purpose of this work program is to help UMKM actors, especially writer partners, to increase their product sales, as well as provide knowledge about the benefits of applying digital technology. The work program is carried out through training and direct assistance by providing tutorials on the use of the Google Maps application. The result of the work program applied to the ANC worm cultivation UMKMs is the availability of cultivation locations on Google Maps searches. The use of Google Maps has an impact on the running of this worm UMKM, one of which can be reached by the wider community, information about schedules, addresses, photos, and telephone numbers are listed so that they can be easily accessed.*

**Keywords:** Google Maps, Worm Fariming.

### Abstrak

Desa Perjiwa adalah salah satu Desa di Kecamatan Tenggarong Seberang yang mayoritas penduduknya memiliki UMKM, semangat para pelaku usaha UMKM ini terhalangi dengan beberapa keterbatasan pengetahuan terkait dengan strategi pemasaran. Beberapa usaha yang ada di desa ini seperti toko kelontong, warung menjual aneka kue dan makanan, roti tawar dan roti balok, kacang sambal, dan terdapat budidaya cacing jenis African Nightcrawler (ANC) yang dikenal memiliki banyak manfaat. Rata-rata UMKM di Desa Perjiwa belum melakukan pemanfaatan digital marketing, pemasaran hanya dilakukan dari mulut ke mulut. UMKM di Desa Perjiwa khususnya pada usaha budidaya cacing ANC dapat di optimalisasikan melalui penggunaan aplikasi Google Maps sebagai strategi pemasaran melalui sistem media informasi. Tujuan program kerja ini dilakukan adalah untuk membantu para pelaku UMKM khususnya mitra penulis untuk meningkatkan penjualan produk mereka, serta memberikan pengetahuan akan manfaat penerapan teknologi digital. Program kerja dilaksanakan melalui pelatihan dan pendampingan secara langsung dengan memberikan tutorial penggunaan aplikasi GMaps. Hasil dari program kerja yang diterapkan pada UMKM budidaya cacing ANC ini adalah tersedianya lokasi budidaya pada pencarian GMaps. Pemanfaatan GMaps memberikan dampak terhadap berjalannya UMKM cacing ini, salah satunya dapat di jangkau masyarakat luas, informasi mengenai jadwal, alamat, foto, dan nomor telpon sudah tercantum sehingga dapat dengan mudah diakses.

**Kata Kunci:** Google Maps, Budidaya Cacing.

## A. PENDAHULUAN

Desa Perjiwa adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Tenggarong Seberang, Kabupaten Kutai Kartanegara, Provinsi Kalimantan Timur. Mayoritas penduduk desa ini bekerja sebagai petani, swasta dan berdagang. Perkembangan teknologi di era 4.0 ini banyak memengaruhi aspek-aspek kehidupan termasuk bidang ekonomi. Kegiatan distribusi dan komunikasi pada era ini sangat berdampak terutama bagi pelaku usaha. Pemanfaatan teknologi digital yang tepat dapat memberikan dampak positif bagi penggunaannya salah satunya dapat dimanfaatkan untuk membantu UMKM dalam mengembangkan pemasaran produknya dimana metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, telah berubah dan terintegrasi dalam dunia digital. Usaha Mikro Kecil Menengah atau sering disebut UMKM merupakan usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha yang telah sesuai dengan kriteria Undang-Undang No. 20 Pasal 1 tahun 2008 mengenai Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

bangun ekonomi secara makro dan mikro di Indonesia, UMKM oleh Data Badan Pusat Statistik jumlah UMKM tidak berkurang dan justru meningkat dalam beberapa tahun terakhir. UMKM sendiri memiliki beberapa permasalahan yang harus segera diselesaikan, kelemahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM adalah untuk meningkatkan usahanya sangat kompleks serta melibatkan beberapa indikator seperti; kurangnya pemodal baik dari jumlah maupun sumbernya, kurangnya kemampuan manajerial dan terbatasnya pemasaran. Strategi pemasaran merupakan skema yang dirancang untuk mengendalikan keberhasilan penerimaan produk oleh pelaku usaha kepada masyarakat luas (Nugrahani, 2015). Pada masa pandemi covid 19 banyak usaha mikro kecil dan menengah yang beralih ke usaha digital, hal ini dilakukan guna memperluas penetrasi pasar dikarenakan pola konsumsi masyarakat yang berubah..

Berfokus pada point ketiga mengenai terbatasnya pengetahuan akan pemanfaatan teknologi digital sebagai strategi pemasaran dalam menjalankan UMKM yang akan diterapkan pada Budidaya Cacing Barokah African Nightcrawler (ANC) milik salah satu warga Desa Perjiwa. Para pelaku UMKM hendaknya dapat memanfaatkan digitalisasi sebagai upaya yang dapat dilakukan untuk memasarkan produknya, dimana dapat memudahkan konsumen untuk mengenal produk yang diproduksi oleh UMKM itu sendiri. (Hardilawati, 2020) menyatakan bahwa pemasaran yang dilakukan melalui pemanfaatan teknologi digital atau biasa juga disebut digital marketing sangat membantu pelaku usaha UMKM sehingga tidak ada batasan atau jarak, waktu dan cara komunikasi. Dibuktikan pula dari berbagai penelitian bahwa digital marketing dapat mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap perkembangan pemasaran produk UMKM.

Kondisi permasalahan yang dialami oleh mitra penulis ini salah satunya terletak pada pemasaran yang dilakukan. Pemasaran yang dilakukan hanya terbatas pada warga sekitaran desa seperti para tetangga yang memang sudah tahu manfaat dari mengkonsumsi cacing tersebut dan orang-orang yang ingin memancing. Maka dari itu penulis memberikan inisiatif untuk membantu berjalannya UMKM dengan mengembangkan Program Kerja berupa strategi pemasaran sebagai media informasi budidaya cacing ANC ini dapat dijangkau oleh orang dari mana saja

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membantu para pelaku UMKM khususnya mitra penulis agar dapat mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi berbasis Google Maps sebagai solusi alternatif strategi pemasaran. Google Maps adalah layanan atau aplikasi pemetaan secara online yang dapat diakses melalui browser atau perangkat mobile, Google Maps dapat digunakan untuk mendapatkan petunjuk arah secara detail dari suatu lokasi, pencarian informasi mengenai bisnis. Strategi pemasaran yang dilakukan melalui teknologi digital yaitu dengan memanfaatkan aplikasi Google Maps yang dapat membantu memberikan informasi dalam bentuk menampilkan peta lokasi budidaya cacing ANC dengan marking (penanda) menurut jadwal yang sudah ditentukan, menampilkan informasi jadwal budidaya cacing ANC ini secara detail, menampilkan rute perjalanan dari user sampai ke lokasi budidaya, dan berpotensi menjaring konsumen baru. Pemanfaatan aplikasi Google Maps diharapkan memberikan manfaat kepada masyarakat luas atau calon konsumen dengan mudahnya mencari informasi mengenai lokasi, jadwal serta informasi rute perjalanan menuju lokasi budidaya

## B. PELAKSAAN DAN METODE

### Lokasi Pelaksanaan Pengabdian

Pelaksanaan Kegiatan Program Kerja ini dilaksanakan langsung di tempat UMKM Budidaya Cacing ANC (Cacing Barokah Pak Fajar), dengan alamat Jalan Perjiwa RT 05 Desa Perjiwa.

### Waktu Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan ini memakan waktu selama satu minggu (1 Minggu). Mulai dari pelaksanaan observasi dan wawancara yang dilakukan oleh penulis sampai dengan proses pembuatan Google Maps.

### Metode Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan kegiatan penulis mengumpulkan data-data dan informasi diperoleh dari sumber yaitu mitra (Pemilik Budidaya Cacing ANC) dibagi menjadi 2 metode :

#### a. Metode Observasi

Observasi ini dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap penelitian berdasarkan kondisi yang sebenarnya. Widoyoko (2014:46) menyebutkan observasi merupakan pengamatan serta pencatatan dilakukan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang terlihat dalam suatu objek penelitian. Menurut Yusuf (2013:384) keberhasilan dari observasi sebagai teknik pengumpulan data ditentukan oleh peneliti itu sendiri, itu terjadi karena peneliti mendengarkan dan melihat secara langsung objek penelitian kemudian menarik kesimpulan hasil dari pengamatan yang sudah dilakukan. Langkah-langkah pelaksanaan observasi :

- Menentukan objek yang akan diamati
- Menyusun jadwal pelaksanaan observasi
- Menyusun poin-poin dalam pengamatan yang dilakukan
- Mencatat hasil observasi disertai dengan bukti



**Gambar 1.** Observasi ke lokasi Budidaya Cacing ANC Pak Fajar

#### b. Metode Wawancara

Wawancara juga menjadi salah satu teknik pengumpulan data serta informasi yang diperlukan penulis dalam penelitian. Wawancara merupakan komunikasi dua arah antara narasumber dan pewawancara dengan tujuan mengumpulkan data berupa informasi. Wawancara dilakukan secara muka dengan muka (face to face) dimana pewawancara bertanya secara langsung kepada narasumber terkait objek yang diteliti. Tujuan wawancara dilakukan yaitu menemukan inti permasalahan dengan lebih terbuka, informasi yang didapatkan lebih terpercaya.

Langkah-langkah dalam melaksanakan wawancara :

- Menentukan sasaran wawancara, contohnya narasumber
- Menyediakan pertanyaan yang ingin ditanyakan kepada narasumber
- Mencatat atau merekam respon dari narasumber
- Setelah mendapatkan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan maka pewawancara dapat menyimpulkan semua jawaban dengan ringkas.



**Gambar 2.** Pelaksanaan wawancara bersama pemilik Budidaya Cacing ANC

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah semua rangkaian metode dilaksanakan penulis memperoleh data dan informasi mengenai apa saja yang menjadi hambatan dalam melaksanakan budidaya cacing, apa saja keunggulan dalam membudidayakan cacing, apa saja yang menjadi kebutuhan perkembangbiakan cacing misalnya media yang digunakan, serta manfaat-manfaat yang terdapat pada cacing ANC. Hambatan yang dialami dalam budidaya cacing ini dijelaskan oleh Pak Fajar (Pemilik Budidaya Cacing ANC Barokah) sulitnya mendapatkan ketersediaan media untuk perkembangbiakan cacing ini, jika menggunakan media yang berkualitas kemungkinan untuk panen dilaksanakan lebih cepat, tidak dilakukannya pemasaran secara digital, lokasi yang belum banyak diketahui masyarakat luas.

Selanjutnya keunggulan dalam budidaya cacing ini, budidaya cacing merupakan hal yang mudah, mereka tidak memerlukan begitu banyak alat maupun bahan dalam perkembangbiakannya hanya membutuhkan beberapa media seperti keranjang sebagai wadah diletakkannya cacing, karung bekas sebagai alas menutup keranjang, kemudian media pengganti tanah yaitu serbuk kayu atau baglog. Untuk pakan yang diberikan Pak Fajar memberikan ampas tahu. Cacing ANC sendiri memiliki bermacam-macam manfaat yang baik untuk kesehatan maupun kecantikan. Manfaat untuk kesehatan diantaranya 1) Meredakan penyakit asma; 2) Meredakan demam; 3) Meredakan penyakit tifus; 4) Meningkatkan daya tahan tubuh; dll. Sedangkan manfaat untuk kecantikan yaitu sebagai bahan dasar pembuatan kosmetik.

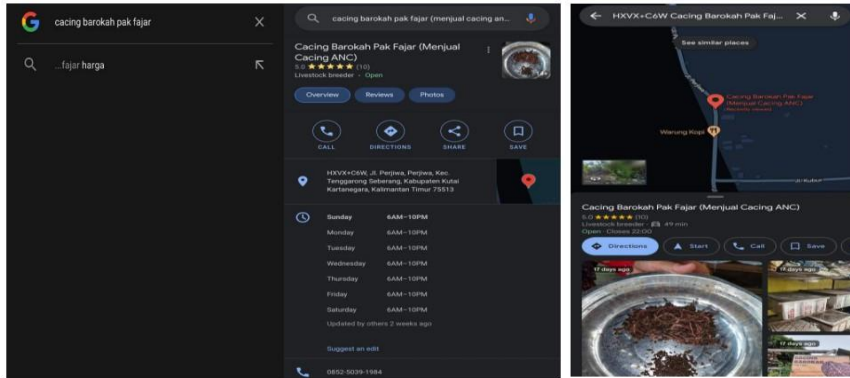
Penulis menyadari bahwa pentingnya media informasi sebagai salah satu strategi pemasaran untuk mendorong UMKM ini dapat berjalan dengan baik. Maka dari itu penulis merumuskan Program Kerja yang dapat dengan mudah dikelola oleh mitra yaitu, pemanfaatan Google Maps.

Hasil yang di capai dalam Program Kerja Individu dengan judul Pemanfaatan Google Maps dalam Pengembangan Media Informasi UMKM Budidaya Cacing Barokah African Nightcrawler (ANC) di Desa Perjiwa sebagai berikut.

1. Koordinasi dengan pihak UMKM Budidaya Cacing Barokah milik Pak Fajar selaku Mitra Pengabdian mengenai rencana pelaksanaan Program Kerja. Meminta data-data yang dibutuhkan dalam pembuatan akun di Google Maps seperti :
  - Nama UMKM yang dijalankan
  - Alamat lengkap lokasi budidaya
  - Waktu buka sampai dengan waktu tutup
  - Nomor hp yang dapat dihubungi
  - Foto-foto tempat budidaya
2. Persiapan pelatihan pembuatan informasi mengenai lokasi UMKM di Google Maps. Dalam hal ini yang disiapkan berupa Hp (Handphone) yang dimiliki oleh mitra dan milik penulis sebagai tutorial.
3. Pelaksanaan pelatihan dilakukan secara langsung antara penulis dan mitra dalam hal ini diwakili oleh istri dari Pak Fajar. Penulis memberikan tutorial pembuatan akun untuk pengelolaan Google Maps, menggunakan data-data yang sudah diperoleh sebelumnya melalui koordinasi. Setelah

semua data-data terinput pembuat lokasi akan mendapatkan email setelah 24 jam jika sudah mendapatkan pemberitahuan verifikasi dari Google, lokasi yang dibuat akan muncul di Google dan Google Maps

Sebelum memanfaatkan Google Maps pada UMKM budidaya cacing ini pencarian lokasi pada Google tidak tersedia namun, setelah dilakukannya pelaksanaan pemanfaatan aplikasi ini UMKM budidaya cacing milik Pak Fajar dapat terlihat meliputi nama, alamat lengkap usaha, nomor telepon, titik lokasi, serta foto usaha juga dapat diakses.



**Gambar 3.** Before dan After menggunakan Google Maps

Penerapan digital marketing dengan memanfaatkan aplikasi Google Maps ini diharapkan dapat membantu meningkatkan UMKM budidaya cacing ANC di Desa Perjiwa, serta memberikan solusi permasalahan UMKM terkait kurangnya pemahaman, kemampuan, juga pengetahuan UMKM akan pentingnya digital marketing dalam memaksimalkan kegiatan penjualan. Kini, Pak Fajar selaku pemilik UMKM budidaya cacing dapat menyebarkan lokasi UMKM dengan mudah. Pak Fajar hanya perlu membagikan lokasi terkini kepada calon konsumen dan mereka akan di arahkan langsung menuju lokasi budidaya. Masyarakat yang masih belum tahu tentang keberadaan budidaya cacing ini juga akan terjaring dengan melihat informasi yang tersedia pada akun Google Maps.



**Gambar 4.** Hasil Praktik Pemanfaatan Google Maps (diwakili oleh istri Pak Fajar)

#### D. PENUTUP

##### Kesimpulan

Pemanfaatan Google Maps dalam strategi pemasaran UMKM ini dapat menjadi sebuah media informasi yang berpengaruh bagi UMKM Budidaya Cacing Barokah ANC Desa Perjiwa. Media informasi yang dikembangkan dapat digunakan masyarakat untuk memperoleh informasi mengenai jadwal buka dan tutup budidaya, pencarian rute lokasi budidaya, waktu tempuh, juga informasi lain secara efektif dan efisien. Penerapan Google Maps ini juga diharapkan memberikan solusi atas keterbatasan yang dialami oleh pelaku UMKM khususnya Pak Fajar dalam mengembangkan usahanya. Pengelolaan yang mudah

disertai dengan fasilitas yang memadai seperti Hp (Handphone) dan jaringan mendorong kegiatan pelaksanaan Program Kerja ini berjalan dengan baik sesuai dengan napa yang telah dirancang sebelumnya.

**Saran**

Keterbatasan akan pengetahuan membuat para pelaku UMKM sulit untuk bergerak dan mengembangkan usahanya. Maka dari itu pengembangan melalui media-media digital yang tidak terlalu sulit untuk dikelola dapat terus diperkenalkan kepada pelaku-pelaku UMKM.

**E. DAFTAR PUSTAKA**

- Ariyanti Rena, Khairil dan Kanedi, Indra. 2015. Pemanfaatan Google Maps API pada Sistem Informasi Geografis Direktori Perguruan Tinggi Di Kota Bengkulu. *Jurnal Media Infotama*, 11 (2) : 119-129
- Ridwan, Iwan Muhammad., dkk. 2019. Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. *Jurnal ABDIMAS BSI*, 2 (1) : 137-142
- Bakhri, Syaeful dan Vuvut Futiah. Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Melalui Teknologi Digital Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Loyalitas Sosial*, 2 (2) : 59-70