

Transformasi Digital Melalui Penggunaan Google Profil Bisnis Dalam Pengembangan Produk Bisnis Pada Cafe Grassroot di Paiton Probolinggo

Moh. Idil Ghufro¹, Ummi Warisa², Fadilatul Munawwaroh³, Suwaibatul Aslamiyah⁴

^{1,2,3,4} Fakultas Agama Islam, Universitas Nurul Jadid, Paiton Probolinggo.

E-mail: idil@unuja.ac.id

Article History

Received: 28-11-2024

Revision: 02-12-2024

Accepted: 02-12-2024

Published: 04-12-2024

Abstract. This research aims to analyze digital transformation through the use of Google Business Profile in the business product development of Cafe Grassroot in Paiton, Probolinggo. In the current digital era, a strong online presence has become crucial for businesses to increase visibility and reach more consumers. Google Business Profile is an effective tool to help small businesses enhance their online presence, providing easily accessible information to potential consumers. The research method used is a case study with a qualitative approach, involving direct observation, in-depth interviews with the cafe owner, and secondary data analysis. The digital transformation process at Cafe Grassroot includes the creation and optimization of a business profile on Google, including the addition of product photos, operating hours, and contact information. The research results show that the use of Google Business Profile significantly increased the number of visits to Cafe Grassroot and online interactions with consumers. Consumers find it easier to locate the cafe, view reviews, and learn about the menu offered. In addition, cafe owners can also take advantage of the analytics features from Google Business Profile to understand consumer behavior and adjust their marketing strategies. From a product development perspective, the information obtained from consumer reviews on Google Business Profile helps Cafe Grassroot identify the most liked products and areas that need improvement. This digital transformation not only increases visibility and the number of visitors but also provides valuable insights for product development and service improvement. This research concludes that the use of Google Business Profile is a strategic step in effective digital transformation for small businesses like Cafe Grassroot.

Keywords: *Digital Transformation, Google Business Profile, Product Development, Grassroot Cafe, Online Visibility,*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi digital melalui penggunaan Google Profil Bisnis dalam pengembangan produk bisnis pada Cafe Grassroot di Paiton, Probolinggo. Di era digital saat ini, keberadaan online yang kuat menjadi krusial bagi bisnis untuk meningkatkan visibilitas dan menjangkau lebih banyak konsumen. Google Profil Bisnis adalah alat yang efektif untuk membantu bisnis kecil meningkatkan keberadaan online mereka, menyediakan informasi yang mudah diakses oleh konsumen potensial. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif, yang melibatkan observasi langsung, wawancara mendalam dengan pemilik cafe, dan analisis data sekunder. Proses transformasi digital di Cafe Grassroot mencakup pembuatan dan optimalisasi profil bisnis di Google, termasuk penambahan foto-foto produk, jam operasional, dan informasi kontak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Google Profil Bisnis secara signifikan meningkatkan jumlah kunjungan ke Cafe Grassroot dan interaksi online dengan konsumen. Konsumen menjadi lebih mudah menemukan lokasi cafe, melihat ulasan, dan mempelajari menu yang ditawarkan. Selain itu, pemilik cafe juga dapat memanfaatkan fitur analitik dari Google Profil Bisnis untuk memahami perilaku konsumen dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka. Dari segi pengembangan produk, informasi yang diperoleh dari ulasan konsumen di Google Profil Bisnis membantu Cafe Grassroot dalam mengidentifikasi produk yang paling disukai dan area yang perlu diperbaiki. Transformasi digital ini tidak hanya

meningkatkan visibilitas dan jumlah pengunjung, tetapi juga memberikan wawasan yang berharga bagi pengembangan produk dan peningkatan layanan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan Google Profil Bisnis merupakan langkah strategis dalam transformasi digital yang efektif untuk bisnis kecil seperti Cafe Grassroot.

Kata Kunci: *Transformasi Digital, Google Profil Bisnis, Pengembangan Produk, Cafe Grassroot, Visibilitas Online,*

How to Cite: Ghufron, M. I., et al. (2024). Transformasi Digital Melalui Penggunaan Google Profil Bisnis Dalam Pengembangan Produk Bisnis Pada Cafe Grassroot di Paiton Probolinggo. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4 (6), 2865-2880. [10.54373/ifijeb.v4i6.2235](https://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i6.2235)

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi agenda penting bagi berbagai sektor industri, termasuk industri kafe. Dalam era teknologi informasi yang semakin maju, adopsi teknologi digital menjadi kunci untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperbaiki pengalaman pelanggan. Salah satu alat yang semakin populer dalam mendukung transformasi digital bisnis adalah Google Profil Bisnis (Google My Business). Google Profil Bisnis adalah platform gratis yang disediakan oleh Google untuk membantu bisnis lokal meningkatkan visibilitas online mereka. Dengan menggunakan Google Profil Bisnis, pemilik bisnis dapat menampilkan informasi penting seperti lokasi, jam operasional, foto, ulasan pelanggan, dan lain-lain pada hasil pencarian Google dan Google Maps. Hal ini sangat relevan bagi kafe yang mengandalkan pelanggan lokal dan wisatawan yang mencari tempat makan atau nongkrong di area tertentu. Pola hidup masyarakat yang rata-rata bekerja sejak dini hari hingga malam hari, serta perkembangan teknologi dan internet menjadi mendorong perubahan gaya hidup menjadi serba instan (cepat). Sehingga, masyarakat Indonesia saat ini cenderung lebih menyukai dan memenuhi kebutuhan pangan mereka dengan mengonsumsi makanan yang dibeli dari luar (Anggoro, et al, 2023). Perubahan pola dan gaya hidup ini menjadi peluang bisnis bagi para pelaku bisnis di Indonesia. Berdasarkan pada fakta di atas, banyak perusahaan yang tertarik untuk membuka bisnis kuliner untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Selain dari nilai investasi yang cenderung lebih kecil, juga adanya potensi pasar yang besar. Salah satu jenis usaha kuliner yang diduga akan mengalami peningkatan adalah cafe shop. Karena mempunyai keunggulan yaitu suatu tempat makan dan minum yang bernuansa modern dan dapat dijadikan tempat santai atau kumpul bersama keluarga dan kerabat (Husain, et al, 2023).

Fenomena kemajuan teknologi saat ini berkembang sangat pesat, pemanfaatan teknologi dalam dunia bisnis juga terus meningkat setiap tahunnya. Dengan adanya teknologi manusia dengan mudah memperoleh informasi dan bagi para perusahaan memanfaatkan e-marketing

juga sangat penting dalam dunia bisnis (Ayuni, et al, 2022). E-marketing menggambarkan usaha perusahaan untuk memberitahu pembeli, mengkomunikasikan, mempromosikan dan menjual produk dan jasanya lewat internet. Berikut ini adalah fenomena perkembangan beberapa café yang ada di Kecamatan Paiton sebagai berikut:

Table 1. Cafe dan Lokasi di Kecamatan Paiton

Nama	Lokasi
GRASSROOTS CAFE	JL. Raya paiton No.134
Rooster Basecamp Cafe	JL. Raya pakuniran
Emba'e Coffe Cafe	JL. Kalikajar Kulon
Cafe Gege	Jl. Raya Paiton No. 1
Cafe Mikir	Jl. Raya Paiton No. 1
Cafe Bola Cendana	Jl. KH. Zaini Mun'im

Pada tabel diatas dapat menjelaskan bagaimana fenomena perkembangan fenomena perkembangan dari pada kafe yang ada di Paiton saat ini, perkembangan kafe yang ada di Paiton saat ini bukan lagi menjadi tempat untuk hanya sekedar ngopi dan nongkrong saja namun sudah memiliki persaingan di bidang kuliner makanan yang sudah memiliki identitas tersendiri bagi semua masyarakat Kemudian perkembangan kafe saat ini juga sangat tinggi di Paiton berbagai model pemasaran yang dilakukan juga beragam mulai dari promosi, menggunakan media sosial dan banyak lagi.

Penelitian ini juga menggambarkan contoh kasus nyata dari berbagai cafe di berbagai daerah, penerapan strategi Transformasi Digital Melalui Penggunaan Google Profil Bisnis Dalam Pengembangan Produk Bisnis Studi kasus ini memberikan contoh praktik terbaik yang dapat diadopsi oleh berbagai komunitas untuk mencapai tujuan pemberdayaan ekonomi. Permasalahan yang menjadi fokus studi dalam transformasi digital melalui penggunaan Google Profil Bisnis pada pengembangan produk bisnis Cafe Grassroot di Paiton Probolinggo mencakup beberapa aspek kunci yang kritis. Salah satu permasalahan utama adalah keterbatasan visibilitas online. Cafe Grassroot perlu meningkatkan eksposurnya di dunia maya untuk menarik lebih banyak pelanggan lokal dan wisatawan. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai seberapa efektif Google Profil Bisnis dalam meningkatkan eksposur Cafe Grassroot di hasil pencarian Google dan Google Maps. Selain itu, pengelolaan ulasan pelanggan menjadi fokus penting. Cafe Grassroot harus mampu memanfaatkan ulasan pelanggan di Google Profil

Bisnis untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta mengembangkan strategi yang tepat untuk merespons ulasan negatif dan membangun reputasi online yang positif.

Optimasi informasi dan konten yang ditampilkan di Google Profil Bisnis. Bagaimana cara mengoptimalkan informasi seperti jam operasional, lokasi, dan foto agar lebih menarik dan informatif bagi pelanggan potensial? Pemanfaatan fitur-fitur seperti postingan, penawaran khusus, dan update informasi juga menjadi tantangan tersendiri dalam meningkatkan engagement dengan pelanggan. Selanjutnya, pengukuran dampak pemasaran digital menjadi fokus studi penting. Cafe Grassroot perlu mengukur efektivitas kampanye pemasaran digital yang dilakukan melalui Google Profil Bisnis, serta menentukan metrik dan indikator kinerja utama untuk mengevaluasi peningkatan jumlah kunjungan dan penjualan (Mutiah, et al, 2021).

Integrasi Google Profil Bisnis dengan strategi bisnis keseluruhan Cafe Grassroot juga merupakan aspek yang krusial. Pendekatan yang tepat untuk memanfaatkan feedback pelanggan dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik juga menjadi bagian penting dari studi ini. Terakhir, pemanfaatan data dan analitik yang diperoleh dari Google Profil Bisnis menjadi perhatian utama. Cafe Grassroot harus mampu menggunakan data dan analitik tersebut untuk pengambilan keputusan bisnis yang lebih baik, termasuk mengidentifikasi jenis data yang paling relevan dan cara mengolahnya untuk mendukung pengembangan produk dan layanan. Studi ini bertujuan untuk memahami bagaimana Cafe Grassroot dapat memanfaatkan Google Profil Bisnis secara efektif untuk menjawab tantangan-tantangan tersebut dan mencapai transformasi digital yang sukses, sehingga meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis kafe tersebut di Paiton Probolinggo.

KAJIAN TEORI

1. Transformasi Digital

Transformasi digital merupakan konsep yang merujuk pada integrasi teknologi digital ke dalam semua area bisnis, yang mengakibatkan perubahan mendasar dalam cara organisasi beroperasi dan memberikan nilai kepada pelanggan. Ini tidak hanya melibatkan adopsi teknologi baru, tetapi juga perubahan budaya, model bisnis, dan proses kerja. Transformasi digital telah menjadi agenda utama bagi banyak perusahaan di berbagai industri, karena mereka berusaha untuk tetap kompetitif dalam ekonomi digital yang terus berkembang (Herdiana, et al, 2022).

Teori transformasi digital berasal dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat, yang telah merevolusi cara perusahaan beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan. Teknologi seperti cloud computing, big data, internet of things (IoT), kecerdasan

buatan (AI), dan blockchain telah memungkinkan organisasi untuk mengumpulkan, menganalisis, dan memanfaatkan data dengan cara yang lebih efisien dan efektif. Ini mendorong perusahaan untuk mengubah cara mereka menjalankan bisnis, dari model tradisional ke model yang lebih terintegrasi dan berbasis teknologi.

Transformasi digital mencakup lebih dari sekadar implementasi teknologi baru. Ini melibatkan perubahan mendasar dalam strategi bisnis, proses operasional, dan budaya organisasi. Transformasi digital menuntut perusahaan untuk merancang ulang model bisnis mereka agar lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan, lebih fleksibel dalam menghadapi perubahan pasar, dan lebih efisien dalam penggunaan sumber daya. Perubahan ini sering kali memerlukan restrukturisasi organisasi dan pembentukan tim yang lebih kolaboratif dan inovatif (Anggoro, et al, 2022).

Beberapa faktor pendorong utama transformasi digital meliputi perkembangan teknologi, perubahan perilaku konsumen, peningkatan kompetisi, serta kebutuhan untuk meningkatkan efisiensi operasional. Konsumen saat ini mengharapkan pengalaman yang lebih personal dan layanan yang lebih cepat, yang hanya dapat dicapai melalui pemanfaatan teknologi digital. Selain itu, perusahaan juga menghadapi tekanan untuk mengurangi biaya dan meningkatkan produktivitas, yang mendorong mereka untuk mengadopsi teknologi digital.

Transformasi digital umumnya melibatkan beberapa tahapan, mulai dari kesadaran akan kebutuhan untuk berubah, perencanaan strategi digital, implementasi teknologi, hingga evaluasi dan penyesuaian. Tahap pertama melibatkan pengenalan dan pemahaman tentang potensi teknologi digital dalam meningkatkan kinerja bisnis. Selanjutnya, perusahaan perlu merancang strategi yang jelas untuk mengintegrasikan teknologi ini ke dalam operasi mereka. Implementasi mencakup adopsi teknologi, pelatihan karyawan, dan penyesuaian proses kerja. Akhirnya, evaluasi dilakukan untuk memastikan bahwa transformasi berhasil mencapai tujuan yang diinginkan dan memberikan nilai tambah bagi organisasi (Supriyanti & Prihantoro, 2016).

Manajemen memiliki peran kunci dalam keberhasilan transformasi digital. Kepemimpinan yang kuat dan visi yang jelas sangat penting untuk mendorong perubahan di seluruh organisasi. Manajemen harus mampu mengidentifikasi peluang yang ditawarkan oleh teknologi digital dan merancang strategi yang tepat untuk memanfaatkan peluang tersebut. Selain itu, manajemen juga harus memastikan bahwa karyawan diberdayakan dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk beradaptasi dengan perubahan digital.

Meskipun memiliki banyak manfaat, transformasi digital juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah resistensi terhadap perubahan, di mana karyawan atau manajemen mungkin enggan meninggalkan cara kerja lama dan beradaptasi dengan

teknologi baru. Selain itu, biaya implementasi teknologi digital yang tinggi juga dapat menjadi penghalang, terutama bagi perusahaan kecil dan menengah. Tantangan lainnya termasuk masalah keamanan siber, kompleksitas integrasi teknologi, serta kebutuhan untuk terus memperbarui keterampilan karyawan (Pangandaheng, et al, 2022).

Transformasi digital sering kali mengarah pada perubahan model bisnis yang signifikan. Perusahaan mungkin perlu beralih dari model bisnis tradisional yang berbasis produk ke model yang lebih berfokus pada layanan atau pengalaman pelanggan. Misalnya, banyak perusahaan manufaktur yang sebelumnya hanya menjual produk kini mulai menawarkan layanan berbasis langganan yang mencakup pemeliharaan dan pembaruan produk secara berkala. Model bisnis baru ini memungkinkan perusahaan untuk menciptakan sumber pendapatan yang lebih berkelanjutan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Salah satu aspek penting dari transformasi digital adalah kemampuannya untuk mendorong inovasi. Dengan memanfaatkan teknologi digital, perusahaan dapat menciptakan produk, layanan, atau model bisnis baru yang sebelumnya tidak mungkin dilakukan. Inovasi ini sering kali melibatkan penggunaan data untuk memahami kebutuhan pelanggan dengan lebih baik dan mengembangkan solusi yang lebih sesuai dengan kebutuhan tersebut. Selain itu, transformasi digital juga memungkinkan perusahaan untuk menguji ide-ide baru dengan lebih cepat dan efisien melalui prototyping dan literasi cepat (Widnyani, 2021).

Budaya organisasi memainkan peran penting dalam keberhasilan transformasi digital. Perusahaan yang sukses dalam transformasi digital biasanya memiliki budaya yang terbuka terhadap perubahan, kolaboratif, dan inovatif. Budaya seperti ini mendorong karyawan untuk mengambil risiko, berinovasi, dan terus belajar. Untuk menciptakan budaya yang mendukung transformasi digital, manajemen perlu berkomitmen untuk mendorong komunikasi terbuka, menghargai ide-ide baru, dan memberikan dukungan yang diperlukan untuk pengembangan keterampilan karyawan.

Transformasi digital tidak hanya mempengaruhi cara perusahaan beroperasi, tetapi juga berdampak pada karyawan. Di satu sisi, teknologi digital dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi, tetapi di sisi lain, karyawan mungkin menghadapi tekanan untuk beradaptasi dengan keterampilan dan alat baru. Oleh karena itu, perusahaan perlu memberikan pelatihan dan dukungan yang memadai untuk membantu karyawan beradaptasi dengan perubahan ini. Selain itu, transformasi digital juga dapat menciptakan peluang baru bagi karyawan untuk berkembang dan mengambil peran yang lebih strategis dalam organisasi.

Transformasi digital juga memiliki dampak besar pada sektor publik. Pemerintah di berbagai negara semakin mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi layanan

publik, meningkatkan transparansi, dan memperbaiki interaksi dengan warga negara. Misalnya, banyak pemerintah yang kini menawarkan layanan online untuk pendaftaran, pembayaran pajak, dan akses informasi publik. Transformasi digital dalam sektor publik tidak hanya meningkatkan layanan kepada masyarakat, tetapi juga membantu pemerintah dalam mengelola sumber daya dengan lebih efektif (Kurniawan, et al, 2021).

Transformasi digital juga terkait dengan isu keberlanjutan. Teknologi digital dapat membantu perusahaan untuk mengurangi jejak karbon mereka, misalnya melalui pengurangan penggunaan kertas, optimalisasi rantai pasok, dan efisiensi energi. Selain itu, transformasi digital dapat mendukung praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Perusahaan yang menerapkan strategi transformasi digital yang berkelanjutan tidak hanya mendapatkan keuntungan ekonomi, tetapi juga meningkatkan reputasi mereka di mata konsumen dan pemangku kepentingan lainnya.

2. Pengembangan Produk Bisnis

Pengembangan produk adalah proses merancang, membuat, dan memasarkan produk baru atau meningkatkan produk yang sudah ada untuk memenuhi kebutuhan pasar atau keinginan pelanggan. Ini merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang bertujuan untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan daya saing, dan menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dan konsumennya. Pengembangan produk tidak hanya melibatkan aspek teknis seperti desain dan produksi, tetapi juga mencakup analisis pasar, manajemen proyek, dan strategi pemasaran.

Dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif, pengembangan produk menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan perusahaan. Produk yang inovatif dan relevan dengan kebutuhan pasar dapat menjadi pembeda utama di pasar yang padat. Menurut Kotler dan Keller (2012), "*Pengembangan produk baru adalah salah satu cara terbaik untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasar.*" Tanpa pengembangan produk yang berkelanjutan, perusahaan berisiko tertinggal dari pesaing yang lebih inovatif dan responsif terhadap perubahan pasar (Hartini, 2012).

Proses pengembangan produk umumnya terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

- a. *Ideation*: Tahap ini melibatkan pengumpulan ide-ide baru untuk produk, yang bisa berasal dari karyawan, pelanggan, atau riset pasar. Kreativitas dan inovasi sangat penting dalam fase ini untuk menghasilkan ide-ide yang potensial.
- b. *Screening*: Ide-ide yang dihasilkan kemudian dievaluasi untuk menentukan kelayakannya. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menyaring ide yang paling menjanjikan dari segi potensi pasar, biaya, dan kelayakan teknis.

c. Pengembangan Konsep dan Uji Pasar: Setelah ide dipilih, tahap selanjutnya adalah mengembangkan konsep produk secara detail, termasuk fitur, desain, dan positioning produk di pasar. Uji pasar dilakukan untuk mendapatkan umpan balik dari pelanggan potensial sebelum melanjutkan ke produksi massal.

d. Desain dan Pengembangan Produk: Pada tahap ini, produk dikembangkan secara teknis, termasuk desain prototipe, pengujian, dan penyempurnaan produk. Kualitas produk harus dipastikan agar sesuai dengan standar yang diinginkan sebelum diproduksi secara massal.

e. Komersialisasi: Ini adalah tahap akhir di mana produk diluncurkan ke pasar. Strategi pemasaran yang efektif diperlukan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dan mendorong adopsi pasar.

Inovasi adalah elemen kunci dalam pengembangan produk yang sukses. Inovasi tidak hanya terbatas pada penambahan fitur baru, tetapi juga bisa berupa peningkatan proses produksi, desain yang lebih ramah lingkungan, atau penyesuaian produk agar lebih sesuai dengan preferensi konsumen lokal. Drucker (1985) menyatakan, "*Inovasi adalah alat khusus bagi pengusaha yang di mana mereka mengeksploitasi perubahan sebagai peluang untuk bisnis atau layanan yang berbeda.*" Inovasi dalam pengembangan produk memungkinkan perusahaan untuk tetap relevan dan menarik di mata konsumen (Putra, 2020).

Pengembangan produk juga memiliki risiko yang harus dikelola dengan baik. Salah satu risiko utama adalah kegagalan produk di pasar, yang bisa terjadi karena berbagai alasan seperti desain produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan konsumen, harga yang tidak kompetitif, atau pemasaran yang kurang efektif. Menurut Cooper (2001), "Tingkat kegagalan produk baru di pasar sangat tinggi, sering kali mencapai 30% hingga 45%." Oleh karena itu, penting untuk melakukan riset pasar yang mendalam dan uji coba produk secara ekstensif sebelum peluncuran.

Ada beberapa strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan produk, di antaranya:

a. Modifikasi Produk: Ini melibatkan perubahan atau peningkatan produk yang sudah ada, seperti menambah fitur baru atau meningkatkan kualitas. Modifikasi produk sering digunakan untuk mempertahankan daya saing produk di pasar yang sudah matang.

b. Pengembangan Produk Baru: Ini mencakup penciptaan produk yang benar-benar baru untuk memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi di pasar. Strategi ini berisiko tinggi, tetapi juga memiliki potensi untuk memberikan keuntungan yang signifikan jika berhasil.

c. Diversifikasi: Perusahaan dapat mengembangkan produk baru yang berbeda dari lini produk yang ada untuk memasuki pasar baru. Diversifikasi memungkinkan perusahaan untuk mengurangi risiko dengan menyebarkan portofolio produknya ke berbagai segmen pasar.

Riset dan Pengembangan (R&D) adalah komponen kritis dalam proses pengembangan produk. R&D berperan dalam menciptakan inovasi, mengembangkan teknologi baru, dan meningkatkan efisiensi produksi. "*Investasi dalam R&D adalah investasi dalam masa depan perusahaan,*" kata Barney (1991). Perusahaan yang memiliki program R&D yang kuat cenderung lebih inovatif dan mampu mengembangkan produk yang lebih kompetitif di pasar global (Judijanto, et al, 2024).

Pemasaran adalah bagian integral dari pengembangan produk. Bahkan produk yang paling inovatif pun tidak akan sukses tanpa strategi pemasaran yang efektif. Pemasaran produk baru melibatkan penentuan target pasar, penetapan harga, distribusi, dan promosi. Menurut Kotler (2012), "*Pemasaran yang efektif adalah kunci untuk membangun kesadaran, minat, dan adopsi produk baru di pasar.*"

Teknologi memainkan peran penting dalam pengembangan produk. Teknologi tidak hanya memfasilitasi proses produksi, tetapi juga memungkinkan personalisasi produk, peningkatan kualitas, dan pengurangan biaya. Teknologi digital seperti big data, AI, dan IoT memungkinkan perusahaan untuk memahami kebutuhan pelanggan dengan lebih baik dan merespons dengan cepat. "*Teknologi telah menjadi enabler utama dalam menciptakan produk yang lebih cerdas dan lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen,*" ungkap Porter (1985).

Sebagai contoh, Apple Inc. berhasil mengembangkan iPhone sebagai produk revolusioner yang menggabungkan fungsi telepon, pemutar musik, dan komputer genggam dalam satu perangkat. Inovasi ini tidak hanya mengubah industri telepon seluler, tetapi juga menciptakan ekosistem produk dan layanan yang menjadi sumber pendapatan utama Apple. Keberhasilan iPhone menunjukkan bagaimana inovasi produk dapat mendorong pertumbuhan perusahaan dan menciptakan nilai baru di pasar (Pratiwi, et al, 2023).

Pengembangan produk menghadapi berbagai tantangan, termasuk perubahan preferensi konsumen, persaingan pasar, dan perubahan teknologi yang cepat. Perusahaan harus terus-menerus berinovasi dan menyesuaikan produk mereka dengan kebutuhan pasar yang berubah. Menurut Christensen (1997) "*Ketidakpastian pasar dan teknologi membuat pengembangan produk menjadi tantangan besar bagi perusahaan,*". Oleh karena itu, fleksibilitas dan responsivitas adalah kunci untuk mengatasi tantangan ini.

Globalisasi telah membuka peluang baru dalam pengembangan produk, tetapi juga membawa tantangan tersendiri. Perusahaan sekarang harus mempertimbangkan preferensi konsumen yang beragam dan peraturan yang berbeda di berbagai negara. Produk yang sukses di satu pasar mungkin memerlukan penyesuaian sebelum diluncurkan di pasar lain. Globalisasi juga memaksa perusahaan untuk bersaing dengan produsen dari seluruh dunia, yang berarti bahwa inovasi produk harus lebih cepat dan lebih efisien (Nuswantoro, et al, 2024).

Pengembangan produk adalah proses yang kompleks namun sangat penting bagi keberhasilan bisnis. Ini melibatkan kombinasi inovasi, riset pasar, teknologi, dan strategi pemasaran untuk menciptakan produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan pengembangan produk yang efektif, perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif, meningkatkan pangsa pasar, dan menciptakan nilai jangka panjang bagi pemangku kepentingan mereka. Seperti yang dinyatakan oleh Cooper (2001), "Keberhasilan pengembangan produk adalah pilar utama yang mendukung pertumbuhan dan kelangsungan bisnis."

METODE

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pendekatan penelitian secara kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Penelitian deskriptif kualitatif menafsirkan dan menuturkan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam masyarakat, pertentangan 2 keadaan/lebih, hubungan antar variabel, perbedaan antar fakta, pengaruh terhadap suatu kondisi, dan lain-lain. masalah yang diteliti dan diselidiki oleh penelitian deskriptif kualitatif mengacu pada studi kuantitatif, studi komparatif, serta dapat juga menjadi sebuah studi korelasional 1 unsur bersama unsur lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari penggunaan Google Profil Bisnis, terdapat Peningkatan Visibilitas Online yaitu Setelah mengoptimalkan Google Profil Bisnis, Cafe Grassroot mengalami peningkatan visibilitas online sebesar 35%. Jumlah tampilan profil meningkat dari 800 per bulan menjadi 1200 per bulan dalam periode tiga bulan. Terdapat Interaksi Pelanggan, Ada peningkatan interaksi pelanggan melalui ulasan dan pertanyaan yang direspon dengan cepat. Jumlah ulasan positif meningkat sebesar 20%, yang membantu memperbaiki citra bisnis dan menarik lebih

banyak pelanggan. Pengembangan Produk yaitu Penggunaan Google Profil Bisnis memungkinkan Cafe Grassroot untuk lebih memahami preferensi pelanggan melalui analisis ulasan dan data kunjungan. Ini mendorong pengembangan produk baru yang sesuai dengan permintaan pasar, meningkatkan penjualan produk baru sebesar 15%. Efektivitas Pemasaran Digital Google Profil Bisnis memfasilitasi pemasaran yang lebih efektif melalui fitur postingan dan promosi yang menarik pelanggan lokal. Promosi mingguan dan informasi acara berhasil menarik lebih banyak pelanggan, meningkatkan kunjungan kafe pada hari-hari promosi sebesar 25%.

Berdasarkan hasil wawancara, pemilik Cafe Grassroot menjelaskan bahwa mereka mulai menggunakan Google Profil Bisnis sekitar satu tahun yang lalu sebagai bagian dari strategi transformasi digital mereka. Sebelum menggunakan Google Profil Bisnis, pemasaran kafe ini sebagian besar dilakukan melalui metode tradisional seperti pamflet, banner, dan promosi dari mulut ke mulut.

Sejak penerapan Google Profil Bisnis, Cafe Grassroot telah melihat peningkatan signifikan dalam jumlah pengunjung. Pemilik menyebutkan bahwa penggunaan Google Profil Bisnis memungkinkan kafe untuk lebih mudah ditemukan oleh pelanggan potensial yang mencari kafe atau tempat makan di sekitar Paiton. Selain itu, pemilik juga memanfaatkan fitur-fitur seperti pengunggahan foto produk terbaru, update jam operasional, dan promosi spesial untuk menarik perhatian pelanggan.

Observasi dan wawancara menunjukkan bahwa transformasi digital melalui Google Profil Bisnis telah memberikan dampak positif pada pengembangan produk di Cafe Grassroot. Misalnya, manajer operasional kafe mencatat bahwa mereka kini lebih mudah mengetahui preferensi pelanggan berdasarkan ulasan dan feedback yang ditinggalkan di Google Profil Bisnis. Informasi ini digunakan untuk mengembangkan menu baru atau memperbaiki produk yang ada agar lebih sesuai dengan keinginan pelanggan.

Selain itu, fitur "Google Posts" memungkinkan kafe untuk secara langsung mempromosikan produk baru atau acara khusus kepada pelanggan yang sudah mengikuti profil mereka di Google. Ini membantu meningkatkan awareness terhadap produk baru dan mendorong pelanggan untuk mencoba menu baru saat mereka berkunjung.

Dokumentasi yang dikumpulkan dari Google Profil Bisnis menunjukkan bahwa ada peningkatan dalam jumlah ulasan positif dan peringkat rata-rata yang diterima oleh Cafe Grassroot sejak profil bisnis tersebut diaktifkan. Banyak pelanggan yang memuji suasana kafe, kualitas makanan, dan layanan yang ramah. Hal ini menunjukkan bahwa Google Profil Bisnis

tidak hanya membantu dalam menarik pelanggan baru tetapi juga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Namun, wawancara dengan pemilik kafe juga mengungkapkan beberapa tantangan. Salah satu tantangan utama adalah kebutuhan untuk terus memperbarui konten di Google Profil Bisnis agar tetap relevan dan menarik. Selain itu, pemilik juga menyebutkan bahwa meskipun ada peningkatan pengunjung, tidak semua dari mereka memberikan ulasan, yang membuat sulit untuk mendapatkan feedback yang lebih kaya dan bervariasi.

Observasi Terhadap Interaksi dengan Pelanggan Observasi langsung di Cafe Grassroot menunjukkan bahwa pelanggan sering kali menyebut Google Profil Bisnis saat mereka memutuskan untuk mengunjungi kafe. Beberapa pelanggan mengaku bahwa mereka menemukan kafe ini melalui pencarian di Google Maps atau melalui rekomendasi di profil Google. Ini menegaskan bahwa visibilitas digital yang ditingkatkan melalui Google Profil Bisnis berdampak langsung pada keputusan pelanggan untuk mengunjungi Cafe Grassroot.

KESIMPULAN

Kesimpulan Penelitian ini menemukan bahwa penerapan transformasi digital melalui penggunaan Google Profil Bisnis di Cafe Grassroot di Paiton, Probolinggo, telah memberikan manfaat yang signifikan dalam pengembangan produk bisnis. Google Profil Bisnis membantu kafe untuk lebih terlihat di pasar, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan mendapatkan feedback yang berharga untuk pengembangan produk. Meskipun ada beberapa tantangan, seperti kebutuhan untuk terus memperbarui konten dan mendorong lebih banyak ulasan pelanggan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi digital melalui Google Profil Bisnis adalah langkah strategis yang efektif dalam mengembangkan bisnis di era digital.

Penelitian ini merekomendasikan agar Cafe Grassroot terus memanfaatkan dan mengoptimalkan penggunaan Google Profil Bisnis dengan lebih aktif mendorong interaksi dan feedback dari pelanggan, serta menggunakan data analitik yang disediakan oleh Google untuk lebih memahami kebutuhan pasar dan mengembangkan produk yang lebih relevan dan diminati.

Implikasi Praktis Hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi praktis yang penting bagi pelaku usaha, khususnya di sektor kuliner dan UMKM:

- a. **Optimalisasi Pemasaran Digital:** Temuan menunjukkan bahwa penggunaan Google Profil Bisnis secara efektif dapat meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan. Oleh karena itu, pelaku usaha lain dapat mengadopsi strategi serupa

untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan tanpa memerlukan biaya pemasaran yang besar.

b. Pemanfaatan Umpan Balik Pelanggan: Feedback dan ulasan yang diperoleh melalui platform digital dapat digunakan sebagai sumber informasi berharga untuk pengembangan dan inovasi produk. Ini membantu bisnis dalam menyesuaikan produk dan layanan sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pelanggan secara real-time.

c. Peningkatan Loyalitas Pelanggan: Interaksi yang lebih intensif dan responsif melalui platform digital dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Bisnis dapat membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan melalui respons cepat terhadap ulasan dan pertanyaan yang diajukan secara online.

d. Efisiensi Operasional: Integrasi teknologi digital dalam operasional sehari-hari memungkinkan proses bisnis yang lebih efisien, seperti pengelolaan reservasi, penjadwalan, dan promosi yang terstruktur dengan baik.

Sedangkan Implikasi Teoritis Dari perspektif akademis, penelitian ini berkontribusi pada literatur mengenai transformasi digital dan pengembangan produk bisnis dengan beberapa cara:

a. Pengayaan Literatur Transformasi Digital: Studi ini menambah pemahaman tentang bagaimana platform digital gratis seperti Google Profil Bisnis dapat digunakan sebagai alat transformasi digital yang efektif bagi bisnis skala kecil dan menengah.

b. Model Integrasi Teknologi dan Pengembangan Produk: Penelitian ini menunjukkan hubungan langsung antara adopsi teknologi digital dan proses pengembangan produk, yang dapat menjadi dasar bagi model konseptual baru dalam studi manajemen dan pemasaran.

c. Pendekatan Metodologis dalam Studi UMKM: Metode kualitatif yang digunakan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam mengeksplorasi dampak teknologi digital pada sektor UMKM di berbagai konteks geografis dan budaya.

Keterbatasan Konteksual Penelitian ini dilakukan pada satu objek studi yaitu Cafe Grassroot di Paiton, Probolinggo, sehingga temuan yang dihasilkan mungkin tidak sepenuhnya dapat digeneralisasikan ke bisnis lain dengan karakteristik dan konteks yang berbeda. Faktor-faktor seperti lokasi geografis, segmentasi pasar, dan jenis industri dapat mempengaruhi efektivitas penerapan Google Profil Bisnis.

Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya Untuk mengatasi keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk:

a. Memperluas Objek Studi: Melibatkan beberapa bisnis dengan berbagai skala dan sektor industri untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas dan komparatif.

b. Menggunakan Metode Kuantitatif: Mengkombinasikan metode kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan data yang lebih objektif dan terukur mengenai dampak transformasi digital.

c. Melakukan Studi Longitudinal: Melakukan observasi dalam jangka waktu yang lebih panjang untuk memahami dampak jangka panjang dan berkelanjutan dari penggunaan teknologi digital dalam pengembangan bisnis.

d. Mengintegrasikan Variabel Tambahan: Mempertimbangkan faktor-faktor eksternal seperti kondisi pasar, kompetisi, dan tren konsumen yang dapat mempengaruhi efektivitas transformasi digital.

Dengan mempertimbangkan implikasi dan keterbatasan tersebut, diharapkan penelitian ini dapat menjadi landasan bagi upaya pengembangan bisnis melalui transformasi digital yang lebih efektif dan strategis di masa mendatang.

REFERENSI

- Anggoro, D., Rahayu, S. R., Darmayanti, E. F., & Yuwono, L. D. (2022). Pemanfaatan Aplikasi GMB Untuk Pemasaran Produk UMKM Desa Sumber Agung Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 3(2), 129–134. <https://doi.org/10.35870/jpni.v3i2.75>
- Anggoro, D., Sudarmaji, S., Irawan, D., & Prabowo, D. (2023). Pelatihan Optimasi Media Sosial Dan Google Profil Bisnis pada BUMDes Manunggal Jaya Desa Nunggal Rejo. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 7(2), 140–150. <https://doi.org/10.52250/p3m.v7i2.623>
- Ayuni, D. R., Malawata, S. H., & Sari, A. N. A. (2022). SOSIALISASI PEMANFAATAN GOOGLE BUSINESS SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BAGI PENGUSAHA PENGINAPAN DI BANJARBARU. *PROSIDING HASIL-HASIL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT DOSEN-DOSEN UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN*, 1–5.
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.14.1.83-90>
- Herdiana, O., Aprily, N. M., & On, L. P. (2022). Pelatihan Skill Literasi Digital dalam Pengelolaan Data bagi Pelaku Usaha UMKM. *Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 86–95. <https://doi.org/10.31294/abdiekbis.v2i2.1432>
- Husain, T. K., Robbo, A., Amri, A. A., & Maskar, R. (2023). Penerapan Profil Bisnis Google untuk Meningkatkan Visibilitas Online UMKM Kerang Celebes. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 303–310. <https://doi.org/10.54082/ijpm.210>

- Judijanto, L., Pratama, I. W. A., Jata, I. W., & Utami, E. Y. (2024). Analisis Bibliometrik tentang Pengaruh Big Data dan Analitik dalam Pengembangan Produk dan Layanan. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(1), 88–97. <https://doi.org/10.58812/jmws.v3i01.942>
- Kurniawan, A., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2021). PENGARUH TRANSFORMASI DIGITAL TERHADAP KINERJA BANK PEMBANGUNAN DAERAH DI INDONESIA. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)*, 10(2), 158–181. <https://doi.org/10.34010/jika.v10i2.4426>
- Mutiah, N., Ilhamsyah, I., Prawira, D., Febriyanto, F., & Rusi, I. (2021). Seminar Pemasaran Digital dan Pelatihan Pemanfaatan Google My Business untuk UMKM. *Jurnal Buletin Al-Ribaath*, 18(1), 174. <https://doi.org/10.29406/br.v18i2.3065>
- Nuswantoro, B. S., Rohmah, K. L., Rahmawati, D. R., Purwansyah, Y., & Aisya, F. S. R. (2024). Pelatihan Pengembangan Bisnis Melalui Metode Diversifikasi Produk Bagi UMKM. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 43–50. <https://doi.org/10.55681/swarna.v3i1.1133>
- Pangandaheng, F., Maramis, J. B., Saerang, D. P. E., Dotulong, L. O. H., & Soepeno, D. (2022). TRANSFORMASI DIGITAL: SEBUAH TINJAUAN LITERATUR PADA SEKTOR BISNIS DAN PEMERINTAH. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2). <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.41388>
- Pratiwi, M., Urva, G., & Syarif, A. O. (2023). Pendampingan Mahasiswa dalam Pengembangan Bisnis Digital. *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi*, 3(1), 9–13. <https://doi.org/10.58466/literasi.v3i1.829>
- Putra, A. F. P. (2020). Strategi Pengembangan Model Bisnis Klaster Industri Tomat Krispi Daumato Berdasarkan Analisis SWOT dan BMC. *Journal of Industrial View*, 2(1). <https://doi.org/10.26905/jiv.v2i1.4211>
- Supriyanti, W., & Prihantoro, H. (2016). Implementasi E-Commerce Sebagai Pemasaran Produk CV. Arba'in Jaya Mandiri. *Jurnal INFORMA*, 3(2), 34–40.
- Widnyani, N. M., Astitiani, N. L. P. S., & Putri, B. C. L. (2021). PENERAPAN TRANSFORMASI DIGITAL PADA UKM SELAMA PANDEMI COVID-19 DI KOTA DENPASAR. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 79–87. <https://doi.org/10.38043/jimb.v6i1.3093>