

PEMANFAATAN GOOGLE MY BUSINESS PADA WANITA PENGUSAHA UMKM DI KOTA PALEMBANG

Dewi Sri

¹Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas, Palembang
Corresponding author: dewi_sri@ukmc.ac.id

*Diterima: 07 Desember 2019 Revisi: 08 Februari 2020 Disetujui: 10 Februari 2020
Online: 11 April 2020*

ABSTRAK: Memasuki era revolusi industri 4.0 menuntut peran wanita dalam peningkatan ekonomi keluarga menjadi lebih meningkat. Dengan adanya kemajuan teknologi digital, sangatlah memungkinkan untuk dapat lebih fleksibel dalam mengembangkan kewirausahaan. Penggunaan internet sebagai fasilitas pengembangan usaha akan menjadi alternatif solusi untuk efisiensi dalam usaha. Untuk dapat mengadopsi teknologi tersebut maka perlu adanya peningkatan kemampuan agar dapat memanfaatkannya secara maksimal

Pelatihan kewirausahaan ini ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan baik dari sisi pengetahuan dan keterampilan ekonomi dalam manajemen usaha, membuat laporan keuangan, pemasaran on line melalui fasilitas Google, demikian juga dalam menanggulangi Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3), serta peningkatan keterampilan dalam memanfaatkan limbah kain.

Pelatihan ini merupakan kesinambungan dari pelatihan terdahulu dimana peserta sebelumnya telah diberikan dasar-dasar mengenai kesehatan, motivasi wirausaha, pengelolaan keuangan. Pada tahap ini diharapkan peserta dapat lebih termotivasi dengan adanya pelatihan pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung pengembangan usahanya.

Kata Kunci: manajemen usaha, teknologi digital, laporan keuangan, K3

ABSTRACT: *Entering the era of the industrial revolution 4.0 demands the role of women in improving the family's economy becomes more increased. With the advancement of digital technology, it is possible to be more flexible in developing entrepreneurship. The use of the internet as a business development facility will be an alternative solution for business efficiency. To be able to adopt the technology, it is necessary to increase the ability to be able to use it to its full potential This entrepreneurship training is aimed at increasing knowledge and skills both in terms of economic knowledge and skills in business management, making financial reports, online marketing through Google facilities, as well as in tackling Occupational Safety and Health (K3), and improving skills in utilizing fabric waste. This training is a continuation of previous training where participants have previously been given the basics regarding health, entrepreneurial motivation, financial management. At this stage participants are expected to be more motivated by training in the use of digital technology in supporting business development.*

Keywords: *business management, digital technology, financial statements, Occupational Safety and Health*

PENDAHULUAN

Wanita memiliki peran yang unik dalam keluarga. Selain berperan sebagai ibu rumah tangga, iapun dapat berperan sebagai pencari nafkah, baik nafkah utama maupun nafkah tambahan. Dengan bekal

keuletan, ketelitian, dan semangat membantu keluarga mendorongnya untuk berusaha. Keberhasilan suatu keluarga dalam membentuk sebuah rumah tangga yang sejahtera tidak lepas dari

peran seorang ibu yang begitu besar (Darmawani, dalam Fitria, 2019).

Era globalisasi diwarnai kesetaraan gender, dimana peran dominan tidak lagi hanya dipegang oleh laki-laki melainkan dapat juga dipegang oleh wanita. Dengan kedudukan yang sama namun tidak meniadakan perbedaan kodrat yang dimiliki wanita, misalnya sistem reproduksi dan ciri fisik (Aswiati, 2016:3). Kesetaraan ini didukung dengan Undang-Undang No. 40 tahun 2008 yang menjelaskan bahwa semua warga negara berhak mendapat perlakuan yang sama karena semuanya memiliki kedudukan yang sama dihadapan Tuhan yang maha esa.

Kemajuan globalisasi, mendorong masyarakat untuk memiliki pemikiran terbuka terhadap peran wanita yang tidak hanya terpaku pada tugas rumah tangga semata. Namun wanita juga dapat turut serta membantu memajukan perekonomian keluarga dengan kemampuan yang dimilikinya. Kedudukan wanita sebagai makhluk individu dan sosial, berarti wanita mempunyai hak dan dapat menentukan kehendak menurut pribadinya. Sehubungan dengan adanya perubahan tersebut, maka dalam beberapa hal wanita dibiarkan bergerak di dalam masyarakat. Wanita lebih mengerti akan dirinya dan menyadari perannya, bahwa dirinya mampu dan dapat bekerja dalam membantu kehidupan rumah tangganya.

Peran wanita dalam keluarga merupakan peranan yang dilaksanakan wanita karena menduduki posisi dalam masyarakat. Peran wanita dalam keluarga dengan melakukan pekerjaan rumah tangga seperti memasak, mengasuh anak, melayani suami, merupakan suatu kegiatan produktif yang secara tidak langsung menambah pendapatan keluarga. Menurut Jane dalam Nugraheni (2012) keluarga dengan ekonomi lemah, menjadi menjadi pendorong bagi para wanitamelakukan tindakan yang berguna dalam memenuhi kebutuhan keluarganya dengan melakukan kegiatan ekonomi dan menambah penghasilan. Hal tersebut di desak pula oleh tidak cukupnya penghasilan suami dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari atau dengan kata lain terjadinya ketimpangan ekonomi (Rembang, 2019)

Menurut Sayogyo dalam Sayekti (2018), keikutsertaan wanita dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga adalah merupakan

perwujudan dari perannya secara dinamis dari kedudukan dan status wanita dalam suatu sistem sosial tempat wanita tersebut berada. Sedangkan, Ihromi dalam Aswiati (2016) membedakan peranan dan kedudukan wanita atas dua bagian, yaitu: (1) peranan dan kedudukannya sebagai tenaga kerja domestik labor yang berhubungan dengan masalah mengurus rumah tangga, dan (2) peranan dan kedudukannya di luar keluarga meliputi usaha untuk mencari nafkah untuk memperoleh penghasilan keluarga serta jangkauan sosial terhadap berbagai kegiatan di luar rumah tangga. Perbedaan peranan dan kedudukan tersebut dapat dipakai sebagai indikator dalam kaitan tugas dan kewajiban dari para wanita dalam kehidupan rumah tangganya. Hal ini ada tugas kerja yang bersifat domestik dan tugas kerja yang bersifat kemasyarakatan.

Pada umumnya, kebutuhan ekonomi mendorong seseorang untuk berperilaku produktif, sama halnya dengan wanita yang merasa perlu untuk Peran wanita yang berkontribusi dalam menyejahterakan ekonomi keluarga. Keadaan ini juga sejalan dengan kebutuhan UMKM yang membutuhkan pekerja ulet, telaten dan rajin yang mampu bekerja sesuai dengan kebutuhan dan pekerja wanitalah yang dianggap mampu untuk menjawab kebutuhan tersebut.

Keberadaan usaha kecil dan menengah mempunyai peranan penting bagi perekonomian Indonesia, terlebih kekokohan sektor UKM terbukti mampu bertahan ditengah krisis ekonomi 1998. Karena bagaimanapun juga masih positifnya pertumbuhan ekonomi Indonesia tidak bisa lepas ditopang dari sektor UKM. Bahkan, UKM milik wanita pun tidak mau kalah ikut serta dalam kontribusinya kepada ekonomi nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia pada 2010 sekitar 60% UKM dikelola oleh wanita Indonesia. Dimungkinkan peranannya semakin meningkat. Hal ini menunjukkan wanita memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian negara.

UMKM di Indonesia memiliki definisi terkait kriteria dalam hal permodalan dan omzet. UMKM menurut undang-undang no.20 tahun 2008, umkm memiliki kriteria sebagai berikut: a. Usaha mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni: 1. Memiliki kekayaan bersih paling

banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

B. Usaha kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni :

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah). Sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah)

c. Usaha menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar yang memenuhi kriteria:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah)

Sektor informal merupakan unit usaha yang berskala kecil yang menghasilkan barang dan jasa dengan tujuan menciptakan kesempatan kerja bagi dirinya sendiri. Sektor informal terjadi karena kesempatan kerja yang diciptakan (*self employment*), ekonomi di bawah tanah (*underground economy*), *casual work*, *shadow economy* (Subarsono, 1998). Menurut Tobing (2002) umumnya yang terlibat dalam sektor informal adalah berpendidikan rendah, miskin tidak terampil dan kebanyakan para migran, kurang mampu mengartikulasikan dan menetapkan kebutuhannya. Karena itu cakrawala mereka terbatas untuk

memberi kesempatan kerja dan menghasilkan pendapatan langsung bagi dirinya sendiri, tidak memaksimalkan profit. Berkaitan dengan memaksimalkan profit tidak selamanya benar, sebab sebagian besar sektor informal ternyata mempunyai falsafah *profit motive* (Effendi, 1997). Aktivitas sektor informal ditandai dengan: a) mudah untuk memasukinya, b) bersumber pada sumber daya lokal, c) usaha milik sendiri d) operasinya dalam skala kecil, e) padat karya dan teknologinya bersifat adaptif, f) ketrampilan diperoleh dari luar sistem sekolah, g) tidak tersentuh langsung oleh regulasi pemerintah, h) pasarnya bersifat kompetitif (Gilbert dan Glugler: 1996: 96).

METODE KEGIATAN

Sebelum melakukan pengabdian, tim melakukan survei serta pengukuran waktu, bahan, maupun materi yang akan diberikan agar sesuai dengan karakteristik/kebutuhan peserta. Pelatihan kewirausahaan ini ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan baik dari sisi pengetahuan dan keterampilan ekonomi dalam manajemen usaha, membuat laporan keuangan, pemasaran on line melalui fasilitas Google, demikian juga dalam menanggulangi Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3), serta peningkatan keterampilan dalam memanfaatkan limbah kain.

Bahan pelatihan dan sosialisasi diberikan dalam bentuk hardcopy agar peserta dapat membaca dan mengerti lebih baik atas materi. Sementara, Materi diberikan secara lisan dan dipraktekkan langsung oleh peserta. Dengan interaksi dua arah dimana peserta dapat langsung bertanya apabila merasa kurang mengerti dengan materi yang diberikan.

Dalam pelatihan ini tim memberikan kuesioner pra dan pasca pelatihan yang harus dijawab oleh peserta. Data yang diperoleh dari kuesioner ini diharapkan dapat memberikan gambaran harapan dan kenyataan yang diterima oleh peserta dari pelatihan ini yang dapat digunakan oleh tim untuk mengevaluasi pelaksanaan pelatihan ini. Observasi langsung dilakukan pada saat pelatihan berlangsung disertai dengan wawancara secara mendalam. Analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif kuantitatif, yaitu dengan melakukan penalaran logis.

Pelatihan ini dilakukan kepada para wanita baik wanita single maupun yang sudah berkeluarga yang

sudah memiliki usaha baik usaha kecil, maupun menengah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil rekap kuesioner pelatihan yang telah disebarkan kepada peserta pelatihan diperoleh hasil bahwa mayoritas peserta dalam usia sangat produktif (menurut BPS) 15-49 tahun sebanyak 18 orang (60%), dan 50 – 64 tahun sebanyak 12 orang (50%). Hal ini menunjukkan bahwa peserta pelatihan ini sudah tepat yaitu pada wanita yang produktif. Dilihat dari latar belakang pendidikan terakhir terdapat 2 orang memiliki latar belakang pendidikan SD (6%), SMP 10 orang (33%), SMA 15 orang (50%), dan D3/S1 sebanyak 3 orang (10%)

Dalam pelatihan ini disebarkan juga kuesioner sebelum dilaksanakan pelatihan dan setelah dilaksanakan pelatihan. Dari kuesioner sebelum (pra) pelatihan diperoleh hasil sebagai berikut:

Dari kuesioner sebelum pelatihan diperoleh data sebagai berikut: Dilihat dari motivasinya untuk mengikuti pelatihan, terdapat 80% dari mereka memiliki motivasi untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, dan 20% masih ingin mencari tahu. 50% dari mereka belum pernah memperoleh pelatihan seperti yang mereka terima pada pelatihan ini, dan terdapat 50% dari peserta pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan sebelumnya. Keikutsertaan pada pelatihan akan mendorong membuka wawasan peserta dalam berwirausaha sehingga menunjukkan bahwa peserta pelatihan ini 50% telah berupaya membina pengetahuan dan keterampilannya untuk dapat berwirausaha. Sedangkan dari pertanyaan apakah mereka telah berwirausaha diperoleh 66,7% mereka sudah memulai wirausaha.

Dilihat dari keyakinannya akan masa depan wirausaha, diperoleh 100% dari peserta percaya dan yakin kalau wirausaha memiliki masa depan yang cerah. Dari hasil kuesioner ini, maka tim sebagai pengelola pelatihan yakin kalau dengan keyakinan yang dimiliki peserta yang sangat besar inilah yang membuat peserta bersungguh-sungguh mengikuti keseluruhan acara yang telah disusun oleh tim.

Dari pertanyaan mengenai harapan peserta setelah mengikuti pelatihan diperoleh 46% dari mereka ingin meningkatkan pengetahuan, 33,3% persen ingin meningkatkan penghasilan dan

berwirausaha, dan 20% ingin meningkatkan keterampilan.

Rekap kuesioner setelah (pasca) pelatihan diperoleh bahwa 80% peserta telah termotivasi untuk berwirausaha dan memanfaatkan *Google My Business* untuk mempromosikan usahanya, sedangkan 20% peserta merasa masih memerlukan pelatihan lanjutan agar dapat benar-benar memahaminya.

Dari masukan ini tentu saja akan memberi semangat bagi tim untuk melanjutkan pelatihan sesuai dengan skema yang direncanakan sebelumnya agar dapat memotivasi semua peserta yang ikut.

Untuk evaluasi pelaksanaan pelatihan, para peserta diminta untuk memberikan pendapatnya mengenai fasilitas ruang, materi pembicara, kemampuan pembicara, materi keterampilan dan waktu pelaksanaan.

Mayoritas peserta menilai fasilitas ruangan, materi dan kemampuan pembicara serta materi keterampilan sudah baik, hanya pada waktu pelaksanaan ada yang merasa kurang. Hal ini antara lain karena pelatihan dilaksanakan pada awal bulan puasa sehingga peserta merasa kurang fit mengikuti pelatihan. Ketidaktepatan waktu ini juga yang membuat banyak peserta tidak dapat mengikuti pelatihan (lebih kurang ada 10 peserta tidak hadir dalam pelatihan).

Dari pertanyaan mengenai apakah pelatihan telah memenuhi harapan peserta dan apakah perlu dilanjutkan, diperoleh 100% peserta mengatakan "Ya". Hal ini menunjukkan adanya harapan dan keinginan peserta untuk terus mengikuti pelatihan ini kedepannya.

Dilihat masukan peserta untuk pelatihan selanjutnya diperoleh bahwa 46,7% lebih memilih frekuensi pelatihan yang lebih sering, 33,3% menyarankan untuk diadakan pada hari libur/Sabtu/Minggu, sedangkan 20% menyarankan untuk memperbanyak materi yang diberikan.

Respon tim terhadap saran peserta adalah frekuensi pelatihan terbatas satu kali dalam satu semester mengikuti petunjuk dan arahan dari universitas yang merujuk pada peraturan Dikti.

Saran kedua mengenai pemilihan hari sudah dilakukan oleh tim yaitu memilih Hari Sabtu siang agar dapat mengakomodir para peserta bisa hadir,

namun dalam pelatihan kali ini terbentur dengan bulan puasa sehingga waktu siang hari menjadi tidak favorit karena sebagian ibu-ibu sudah bersiap-siap memasak dan membereskan rumah untuk buka puasa. Hal ini menyebabkan pelatihan kali ini jumlah peserta menjadi lebih sedikit.

Saran terakhir adalah memperbanyak materi. Untuk saran ini tim telah melakukannya dimana dalam pelatihan rata-rata ada 4 (empat) materi plus 1 (satu) pelatihan keterampilan. Acara pelatihan sudah cukup optimal dan sesuai dengan kerangka skema pelatihan yang telah direncanakan.

Penutup

DAFTAR PUSTAKA

Aswiyati, Indah. (2016). Peran Wanita Dalam Menunjang Perekonomian Rumah Tangga Keluarga Petani Tradisional Untuk Penanggulangan Kemiskinan Di Desa Kuwil Kecamatan Kalawat, *Jurnal Holistik*, Tahun IX No. 17 / Januari - Juni 2016

Azizah, Siti Nur. Dan Setyawati, Harini Abrilia. (2018). Wanita Dan Perannya Dalam Memajukan Umkm Batik Di Kebumen, Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers ” Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan V I I I ” 1 4 - 1 5 November 201 8 Purwokerto

Fitria, Eva. (2019). Peran Aktif Wanita Dalam Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Miskin: (Studi Kasus Pada Wanita Buruh Perkebunan Pt Asian Agri Di Dusun Pulau Intan), *Jurnal Ecobisma*, Vol.6, no.2, Sumatera Utara.

Hanum, Iznita Mulya. Qurniati, Rommy. Dan Herwanti Susni (2018). Peran Wanita Pedesaan Hutan dalam Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga, *Jurnal Sylva Lestari*, Vol. 6 No. 3, September 2018 (36-45)

Berdasarkan analisis dari kuesioner yang disebarakan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa materi yang diberikan dalam pelatihan ini sudah cukup baik dan memotivasi peserta. Kemampuan pembicara dinilai baik oleh peserta, demikian juga fasilitas ruang, dll. baik dan menunjang pelaksanaan pelatihan dan kenyamanan peserta

Beberapa peserta masih belum terbiasa menggunakan HP mengalami kesulitan dalam mengikuti pelatihan. Untuk mengatasi hal tersebut maka pelatihan lanjutan diperlukan, sementara untuk kelengkapan data yang diposting di *Google My Business* mesti lebih dipersiapkan agar dapat dilengkapi.

Haryanto, Sugeng. (2008). Peran Aktif Wanita Dalam Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Miskin: Studi Kasus Pada Wanita Pemecah Batu Di Pucanganak Kecamatan Tugu Trenggalek * *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 9, No. 2, hal. 216 - 227

Nugraheni, Wahyu S. (2012). Peran Dan Potensi Wanita Dalam Pemenuhan Kebutuhan Ekonomi Keluarga Nelayan, *Journal Of Educational Social.studies* <http://Journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jess>

Rembang, Patrisia. Engka, Daisy S. M. Dan Siwu, Hanly F. DJ. (2019). Distribusi Pendapatan Wanita Miskin Dan Perannya Terhadap Pendapatan Keluarga Di Kecamatan Tumpaan *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 19 No. 02, Manado

Sayekti, Nugraheni Suci dan Sari, Nila Kartika. (2018). Analisa Strategi Peranan Wanita Umkm Dalam Peningkatan Perekonomian Di Kec. Ngantang, Kab. Malang (Pendekatan Analisa Swot), *Jurnal. Unitri*. Universitas Tribhuwana Tunggaladewi, Malang

FOTO KEGIATAN PELATIHAN



Spanduk Selamat Datang



MC Membuka acara



Ibu Suls membawakan materi 1



Ibu Dessiana menjelaskan tentang Jistip



Materi 2 oleh Ibu Feby dan Ibu Dewi Sri



Materi Kesehatan oleh Ibu Anjelina

Dua merek atau lebih di lokasi yang sama

Jika merek Anda menjual produk atau layanan yang sama atau serupa dengan merek lain yang ada di lokasi yang sama, maka Anda harus memastikan bahwa merek Anda adalah merek yang paling dikenal dan memiliki reputasi yang baik di lokasi tersebut.

- Merek "Dewi Sri" dan "Dewi Sri" adalah merek yang sama.
- Merek "Dewi Sri" dan "Dewi Sri" adalah merek yang sama.
- Merek "Dewi Sri" dan "Dewi Sri" adalah merek yang sama.

Anda juga harus memastikan bahwa merek Anda adalah merek yang paling dikenal dan memiliki reputasi yang baik di lokasi tersebut.

- Merek "Dewi Sri" dan "Dewi Sri" adalah merek yang sama.
- Merek "Dewi Sri" dan "Dewi Sri" adalah merek yang sama.
- Merek "Dewi Sri" dan "Dewi Sri" adalah merek yang sama.

Beberapa praktisi di satu lokasi

- Organisasi harus membuat daftar untuk lokasi ini, termasuk daftar kegiatan untuk praktik "Berikut".
- Anda harus memastikan bahwa merek Anda adalah merek yang paling dikenal dan memiliki reputasi yang baik di lokasi tersebut.
- Merek "Dewi Sri" dan "Dewi Sri" adalah merek yang sama.
- Merek "Dewi Sri" dan "Dewi Sri" adalah merek yang sama.
- Merek "Dewi Sri" dan "Dewi Sri" adalah merek yang sama.

Syarat Perubahan merek, jika:

- Ada perubahan logo pada nama bisnis.
- Merek/bisnis baru/layanan baru/produk baru.
- Jika memiliki lebih dari satu merek di lokasi, Anda dapat menggunakan nama bisnis dengan **nama asli** dan **nama baru**.
- Jika memiliki lebih dari satu merek di lokasi, Anda harus memastikan bahwa merek Anda adalah merek yang paling dikenal dan memiliki reputasi yang baik di lokasi tersebut.

Contoh untuk mengubah informasi lokasi bisnis, pertama Anda harus memastikan bahwa merek Anda adalah merek yang paling dikenal dan memiliki reputasi yang baik di lokasi tersebut.

Item catatan lainnya

- Aktivitas legal.
- Tim atau ahli hukum yang dapat membantu Anda dalam proses pendaftaran merek.
- Penempatan, promosi, atau konten lain.
- Setiap proses, pendaftaran, konten, atau hadiah lain harus tunduk dengan aturan dan persyaratan lainnya.
- Setiap proses, pendaftaran, konten, atau hadiah lain harus tunduk dengan aturan dan persyaratan lainnya.

Contoh: Google telah menandatangani kesepakatan dengan penyedia layanan Google lainnya yang memungkinkan mereka untuk menawarkan layanan yang lebih baik kepada pengguna.

Praktisi individual
(misal: dokter, pengacara, agen properti)

Praktisi individual adalah profesional yang berurusan dengan masalah hukum dengan menggunakan Google. Anda dapat menggunakan praktik individual untuk menawarkan layanan yang lebih baik kepada pengguna.

- Anda harus memastikan bahwa merek Anda adalah merek yang paling dikenal dan memiliki reputasi yang baik di lokasi tersebut.
- Merek "Dewi Sri" dan "Dewi Sri" adalah merek yang sama.
- Merek "Dewi Sri" dan "Dewi Sri" adalah merek yang sama.

SEMOGA BERMANFAAT

Selamat Mencoba

GOOGLE MY BISNIS

DEWI SRI SE. MSi. AK. CA

Pedoman Bisnis di Google

- Pastikan bisnis Anda memenuhi syarat untuk mendaftar ke Google My Business.
- Pastikan bisnis Anda memiliki lokasi fisik yang dapat diakses publik.
- Pastikan bisnis Anda memiliki nomor telepon yang dapat dihubungi.
- Pastikan bisnis Anda memiliki alamat yang berbeda dari lokasi fisik.

Apa itu Google Bisnisku?

Google Bisnisku adalah layanan gratis yang memungkinkan bisnis Anda untuk mengelola informasi bisnis Anda di Google.

- Anda dapat mengelola informasi bisnis Anda di Google My Business.
- Anda dapat mengelola informasi bisnis Anda di Google My Business.
- Anda dapat mengelola informasi bisnis Anda di Google My Business.

Untuk hasil terbaik menggunakan Google Bisnisku:

- Pastikan bisnis Anda memiliki lokasi fisik yang dapat diakses publik.
- Pastikan bisnis Anda memiliki nomor telepon yang dapat dihubungi.
- Pastikan bisnis Anda memiliki alamat yang berbeda dari lokasi fisik.
- Pastikan bisnis Anda memiliki informasi yang akurat dan terkini.

Manfaat Google Bisnisku

- Meningkatkan visibilitas bisnis Anda di Google.
- Meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap bisnis Anda.
- Meningkatkan penjualan bisnis Anda.
- Meningkatkan reputasi bisnis Anda.

Bisnis yang memenuhi syarat:

- Bisnis harus melakukan kontak langsung dengan pelanggan pada jam yang ditentukan.
- ATM, kios penyewaan video, dan pengiriman pos tidak diizinkan.
- Bisnis harus memenuhi syarat lainnya yang tercantum dalam persyaratan Google Bisnisku.