

## PELATIHAN STRATEGI BISNIS UMKM BERBASIS ANALISIS GOOGLE TRENDS MELALUI PENDAMPINGAN DARING

Logi Mulawarman<sup>1)</sup>, Rian Putra<sup>2)</sup>

<sup>1), 2)</sup> Universitas Jambi

E-Mail:

[logimulawarman@unja.ac.id](mailto:logimulawarman@unja.ac.id)<sup>1)</sup>, [rianputra@unja.ac.id](mailto:rianputra@unja.ac.id)<sup>2)</sup>

**Submitted:**

17-11-2025

**Accepted:**

23-12-2025

**Published:**

24-12-2025

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital menuntut pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mampu menyusun strategi bisnis berbasis data agar tetap kompetitif. Namun, keterbatasan literasi digital menyebabkan pemanfaatan data pasar, khususnya Google Trends, belum optimal. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan UMKM dalam merancang strategi bisnis berbasis analisis Google Trends melalui pelatihan dan pendampingan daring. Metode yang digunakan meliputi pelatihan konseptual, demonstrasi penggunaan Google Trends, serta pendampingan aplikatif yang dilaksanakan secara daring melalui Zoom Meeting. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap analisis tren pasar yang ditunjukkan melalui perbandingan hasil pre-test dan post-test. Peserta juga mampu mengaplikasikan hasil analisis Google Trends ke dalam strategi pemasaran dan pengembangan usaha. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendampingan daring berbasis data digital efektif dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM di era ekonomi digital.

**Kata kunci:** UMKM, strategi bisnis, Google Trends, pendampingan daring, pengabdian kepada masyarakat.

**Corresponding**

**Author:**

Logi

Mulawarman

### ABSTRACT

*The rapid development of digital technology requires Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to adopt data-driven business strategies in order to remain competitive. However, limited digital literacy has led to the underutilization of market data tools, particularly Google Trends. This community service activity aimed to enhance MSMEs' knowledge and skills in developing business strategies based on Google Trends analysis through online training and mentoring. The method involved conceptual training, practical demonstrations of Google Trends usage, and applied mentoring conducted via online platforms. The results indicated a significant improvement in participants' understanding of market trend analysis, as evidenced by the comparison between pre-test and post-test scores. Participants were also able to apply Google Trends insights to their marketing strategies and business development plans. These findings demonstrate that data-driven online mentoring is an effective approach to strengthening MSMEs' capacity and competitiveness in the digital economy.*

**Keywords:** MSMEs, business strategy, Google Trends, online mentoring, community service.

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola aktivitas ekonomi, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Digitalisasi tidak hanya memengaruhi cara produksi dan distribusi, tetapi juga strategi pemasaran dan pengambilan keputusan bisnis (Sunarjo et al., 2025; Putra et al., 2024). Dalam era persaingan yang semakin ketat, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap bertahan dan berkembang secara berkelanjutan (Mardhiah et al., 2025).

UMKM memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja (Aftitah & Hasanah, 2025). Namun demikian, masih banyak pelaku UMKM yang menjalankan usahanya berdasarkan intuisi semata tanpa dukungan data yang memadai (Mawarni et al., 2025). Kondisi ini menyebabkan strategi bisnis yang diterapkan kurang responsif terhadap perubahan tren pasar dan perilaku konsumen, sehingga berpotensi menghambat daya saing usaha.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan literasi digital dan pemanfaatan data dalam perencanaan bisnis (Sitompul et al., 2025; Mawarni et al., 2025). Padahal, saat ini tersedia berbagai alat analisis digital yang mudah diakses dan bersifat gratis, salah satunya adalah Google Trends. Platform ini dapat digunakan untuk menganalisis minat pencarian konsumen terhadap produk, jasa, maupun kata kunci tertentu berdasarkan waktu dan wilayah, sehingga dapat menjadi dasar dalam menyusun strategi bisnis yang lebih tepat sasaran (Wahyudi et al., 2025; Dewi, 2025).

Google Trends memiliki potensi besar sebagai alat bantu pengambilan keputusan bagi UMKM, terutama dalam menentukan peluang pasar, tren produk, waktu promosi, serta segmentasi konsumen (Noventa et al., 2025). Namun, rendahnya pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam menginterpretasikan data Google Trends menyebabkan pemanfaatan platform ini belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan upaya pendampingan yang sistematis agar pelaku UMKM mampu menggunakan data tersebut secara efektif.

Sejalan dengan kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang dalam bentuk pelatihan dan pendampingan daring mengenai strategi bisnis UMKM berbasis analisis Google Trends. Pendekatan daring dipilih sebagai solusi yang adaptif terhadap keterbatasan ruang dan waktu, sekaligus memperluas jangkauan peserta dari berbagai wilayah. Melalui metode ini, diharapkan pelaku UMKM dapat mengikuti pelatihan secara fleksibel tanpa meninggalkan aktivitas usahanya.

Pelatihan ini tidak hanya berfokus pada aspek teknis penggunaan Google Trends, tetapi juga pada penerapan hasil analisis data ke dalam perumusan strategi bisnis, seperti pengembangan produk, penentuan harga, promosi digital, dan penentuan target pasar. Dengan demikian, pelaku UMKM diharapkan mampu mengintegrasikan data digital ke dalam proses pengambilan keputusan bisnis secara berkelanjutan.

Melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berjudul “Pelatihan Strategi Bisnis UMKM Berbasis Analisis Google Trends melalui Pendampingan Daring”, diharapkan dapat meningkatkan kapasitas dan kemandirian pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. Kegiatan ini diharapkan memberikan kontribusi nyata dalam penguatan daya saing UMKM serta mendukung pembangunan ekonomi berbasis data dan teknologi.

## **METODE**

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan pendekatan pelatihan dan pendampingan daring yang dilaksanakan melalui platform konferensi video (Zoom Meeting). Kegiatan yang dilaksanakan pada tanggal 15 November 2025 ini disponsori oleh CV Sentra Nusa Connection dan melibatkan sejumlah dosen dari Universitas Jambi sebagai narasumber. Mitra/peserta dalam kegiatan ini adalah UMKM yang berasal dari berbagai wilayah di Indonesia. Kegiatan diawali dengan pemetaan kebutuhan peserta UMKM melalui diskusi awal dan survei singkat untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman peserta terkait

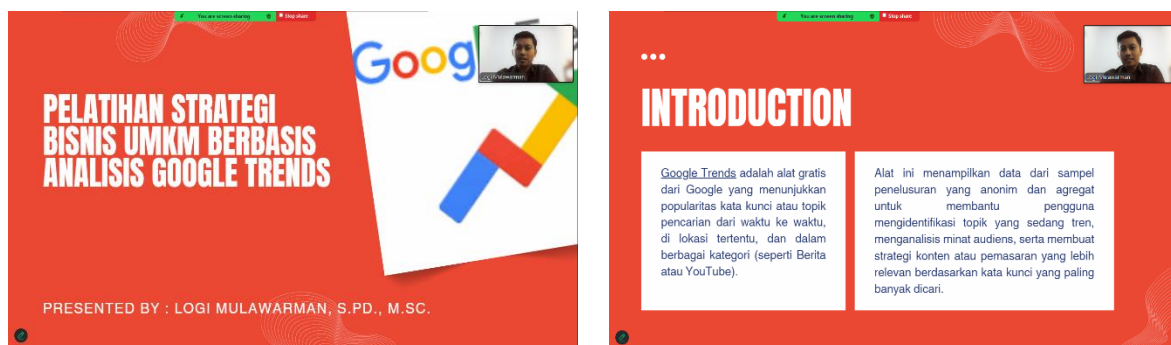
strategi bisnis dan pemanfaatan Google Trends. Selanjutnya, pelatihan diberikan dalam bentuk penyampaian materi konseptual mengenai strategi bisnis UMKM berbasis data, dilanjutkan dengan demonstrasi langsung penggunaan Google Trends sebagai alat analisis tren pasar dan perilaku konsumen.

Tahap berikutnya adalah pendampingan aplikatif, di mana peserta dibimbing secara bertahap dalam menganalisis kata kunci yang relevan dengan usahanya masing-masing, menginterpretasikan hasil data, serta menerapkannya ke dalam perumusan strategi bisnis sederhana. Pendampingan dilakukan melalui sesi interaktif, diskusi studi kasus, dan penugasan praktik mandiri yang dievaluasi Bersama (Mulawarman & Setiawati, 2025). Untuk mengukur efektivitas kegiatan, dilakukan evaluasi melalui pre-test dan post-test serta umpan balik peserta, sehingga pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan UMKM dalam memanfaatkan Google Trends sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

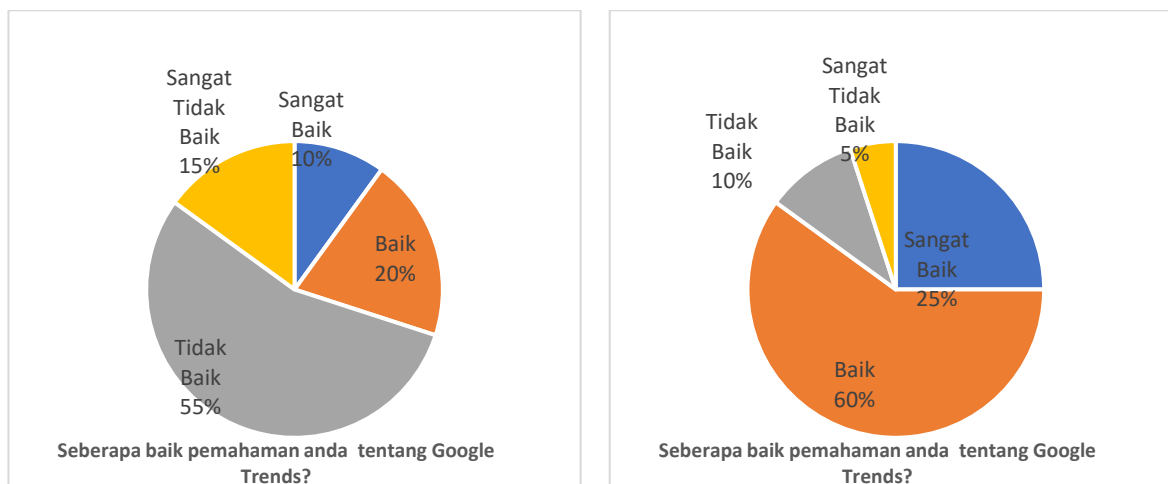
Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa pelatihan strategi bisnis UMKM berbasis analisis Google Trends melalui pendampingan daring telah dilaksanakan sesuai dengan rencana yang ditetapkan. Kegiatan ini diikuti oleh pelaku UMKM dari berbagai sektor usaha, seperti kuliner, fesyen, dan jasa, dengan tingkat pemahaman awal yang beragam terkait pemanfaatan teknologi digital dalam strategi bisnis. Pelaksanaan secara daring memungkinkan partisipasi yang lebih luas serta fleksibilitas waktu bagi peserta.

Hasil pemetaan awal melalui pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum pernah menggunakan Google Trends sebagai alat analisis pasar. Strategi bisnis yang selama ini diterapkan cenderung bersifat konvensional dan berbasis pengalaman pribadi tanpa dukungan data. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan literasi digital yang cukup signifikan, khususnya dalam hal pemanfaatan data digital untuk pengambilan keputusan bisnis.



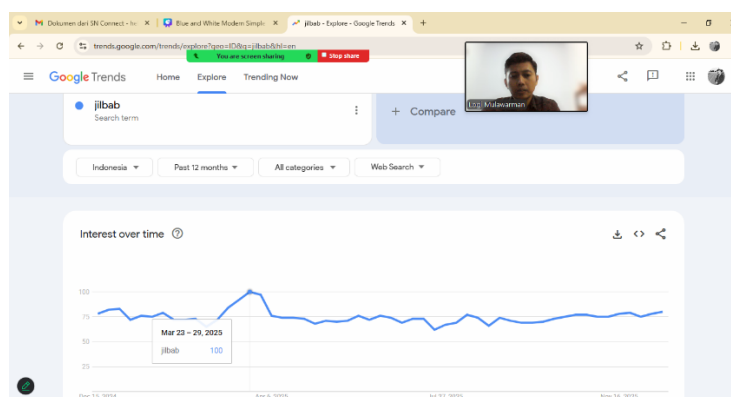
**Gambar 1.** Introduction singkat sebelum pelatihan dan pendampingan untuk mengetahui tingkat pemahaman awal peserta

Setelah mengikuti sesi pelatihan, peserta mulai memahami konsep dasar strategi bisnis berbasis data serta fungsi Google Trends dalam menganalisis minat pencarian konsumen. Peserta mampu mengidentifikasi kata kunci yang relevan dengan produk atau jasa yang ditawarkan serta memahami pola tren berdasarkan waktu dan wilayah. Peningkatan pemahaman ini terlihat dari hasil post-test yang menunjukkan kenaikan skor secara signifikan dibandingkan hasil pre-test. Perbandingan nilai antara pre-test dan post-test pada kegiatan ini dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 2.** Hasil pre-test (kiri) dan hasil post-test (kanan)

Pada tahap pendampingan, peserta dibimbing secara langsung untuk mempraktikkan penggunaan Google Trends sesuai dengan karakteristik usaha masing-masing. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa peserta mampu membandingkan beberapa kata kunci produk dan menentukan kata kunci dengan potensi pasar yang lebih tinggi. Selain itu, peserta juga mulai memahami waktu yang tepat untuk melakukan promosi berdasarkan tren musiman yang teridentifikasi.



**Gambar 3.** Pendampingan penggunaan Google Trends

Penerapan hasil analisis Google Trends ke dalam strategi bisnis menjadi salah satu capaian utama kegiatan ini. Beberapa peserta mulai merancang penyesuaian produk, strategi promosi digital, serta penentuan target pasar berdasarkan data tren pencarian. Hal ini menunjukkan adanya perubahan pola pikir peserta dari pendekatan intuitif menuju pendekatan yang lebih rasional dan berbasis data.

Dari aspek pemasaran, pelatihan ini mendorong peserta untuk lebih selektif dalam menentukan konten promosi dan media digital yang digunakan. Peserta menyadari bahwa tren pencarian konsumen dapat dijadikan dasar dalam menyusun pesan promosi yang relevan dengan kebutuhan pasar. Dengan demikian, strategi pemasaran yang dirancang menjadi lebih efektif dan efisien.

Pembahasan hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa penggunaan Google Trends dapat meningkatkan kemampuan analisis pasar bagi UMKM dengan biaya yang relatif rendah. Hal ini sangat relevan bagi UMKM yang memiliki keterbatasan modal dalam melakukan riset pasar konvensional. Google Trends menjadi alternatif strategis yang mudah diakses dan aplikatif dalam mendukung pengambilan keputusan bisnis.

Pelaksanaan pendampingan secara daring juga memberikan dampak positif terhadap proses pembelajaran peserta. Interaksi melalui diskusi dan studi kasus memungkinkan peserta untuk saling berbagi pengalaman dan solusi atas permasalahan bisnis yang dihadapi. Meskipun dilakukan secara daring, tingkat partisipasi dan antusiasme peserta tergolong tinggi selama kegiatan berlangsung.

Namun demikian, kegiatan ini juga menghadapi beberapa kendala, seperti perbedaan tingkat literasi digital peserta dan keterbatasan akses internet di beberapa wilayah. Kendala tersebut memerlukan pendekatan pendampingan yang lebih intensif dan berkelanjutan agar seluruh peserta dapat memperoleh manfaat yang optimal dari pelatihan ini.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menunjukkan bahwa pelatihan strategi bisnis UMKM berbasis analisis Google Trends melalui pendampingan daring mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya pemanfaatan data digital. Kegiatan ini berkontribusi positif dalam penguatan daya saing UMKM serta menjadi model pendampingan yang relevan untuk diterapkan secara berkelanjutan di masa mendatang.

## KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam menyusun strategi bisnis berbasis data. Melalui pelatihan dan pendampingan yang sistematis, peserta mampu memahami konsep dasar analisis tren pasar, mengoperasikan Google Trends, serta mengintegrasikan hasil analisis tersebut ke dalam pengambilan keputusan bisnis, khususnya dalam aspek pemasaran dan pengembangan produk.

Selain itu, pelaksanaan kegiatan secara daring terbukti efektif dalam menjangkau pelaku UMKM dari berbagai wilayah dan memberikan fleksibilitas dalam proses pembelajaran. Meskipun masih terdapat kendala terkait perbedaan literasi digital dan keterbatasan akses internet, kegiatan ini menunjukkan bahwa pendampingan berbasis teknologi dapat menjadi solusi strategis dalam memperkuat daya saing UMKM. Oleh karena itu, kegiatan serupa perlu dikembangkan secara berkelanjutan dengan pendampingan lanjutan agar pemanfaatan analisis data digital oleh UMKM dapat dioptimalkan secara berkesinambungan.

## REFERENSI

- Aftitah, F. N., & Hasanah, K. (2025). Pengaruh Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Pada Tahun 2023. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 3(1), 32-43.
- Dewi, C. S. (2025). Pelatihan Penggunaan Google Trends untuk Analisis Tren Pasar bagi Pelaku UMKM Desa Legok. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 5(1), 149-156.
- Mardhiah, S. Z., Kasmawati, S. S., Nia Sonani, S. E., Tirtayani, I. G. A., SE, M., Sekamdo, M. A., ... & Ina Elvina, S. T. (2025). Pemberdayaan Umkm Melalui Inovasi. *Cendikia Mulia Mandiri*.
- Mawarni, C., Pasolo, M. R., Prasetyaningrum, S., & Sonjaya, Y. (2025). Eksplorasi Kesulitan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 4(01), 13-28.
- Mulawarman, L., & Setiawati, R. (2025). Pelatihan Dan Pendampingan Pembuatan Legalitas Usaha Pada Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas Jambi. *JUAN: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 2(2), 7-12.
- Noventa, O., Haribowo, I. N., Wardhana, D. Y., Aribawa, D., Setiawan, W. Y., & Kristianto, I. I. (2025). Optimalisasi Strategi Promosi Umkm Lokal Melalui Google Trends: Program Pelatihan Dan Pendampingan Berbasis Data: Abstrack. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 4(05), 551-563.

- Putra, R., Ningsih, S., Irawan, D., Alfisyahri, N., & Permana, K. (2024). Pelatihan Penulisan Laporan Magang untuk Meningkatkan Kualitas Laporan Akhir Bagi Mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan. *Jurnal Pengabdian Dosen Indonesia*, 1(1), 1-6.
- Sitompul, P. S., Sari, M. M., Gaol, C. M. B. L., & Harahap, L. M. (2025). Transformasi digital UMKM Indonesia: Tantangan dan strategi adaptasi di era ekonomi digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 2(2), 9-18.
- Sunarjo, R. A., Baedowi, H., Rahardja, U., Ilham, M. G., & Parker, J. (2025). Digitalization of business and marketing strategies to increase brand awareness in the 4.0 era: Strategi digitalisasi bisnis dan pemasaran untuk meningkatkan brand awareness di era 4.0. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 6(1), 55-65.
- Wahyudi, A., Riskarini, D., Trirahayu, D., Irawan, I. A., Setiarini, S., Sitepu, R. B., & Salsabila, S. A. (2025). Optimization of Business Opportunities Using Google Trends for Students. *Golden Ratio of Community Services and Dedication*, 5(1), 11-16.