



Pemanfaatan *Google Business Profile* sebagai Media Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Honda

Indah Rahmawati Putri ^{1*}, Aris Rinaldi ²

¹⁻² Universitas Teknologi Digital Bandung, Indonesia

Email : idputriindah@gmail.com, arisrinaldi@digitechuniversity.ac.id

Abstract. *The rapid development of technology and information is currently affecting almost all aspects of life, including market developments and business competition patterns. The dynamics of the digital era require businesses to constantly adapt to the latest trends, particularly in marketing strategies. One digital trend that can be optimally utilized is the use of Google Business Profile. This platform provides various features that support promotional activities and build interactions with consumers more effectively. This study aims to analyze the use of Google Business Profile as a promotional medium in an effort to increase Honda motorcycle sales. The research approach used was qualitative with descriptive methods, so the results obtained provide an in-depth description of the platform's role in supporting marketing activities. The results show that Google Business Profile has a significant contribution to product promotion, particularly Honda motorcycles. The use of various features such as a business profile containing complete company information, a performance dashboard to monitor the development of consumer interactions, testimonials and customer reviews that build trust, and visibility on Google Search and Google Maps have been proven to increase the reach and appeal of promotions. With easy access and broad reach, potential consumers can obtain information quickly, accurately, and reliably, thus influencing purchasing decisions. Overall, using Google Business Profiles is not only a promotional tool, but also a way to build a reputation and long-term relationships with customers. Consistently optimizing features can be an effective strategy for increasing sales while strengthening your business's position amidst increasingly fierce digital market competition.*

Keywords: *Digital Marketing, Google Business Profile, Marketing Strategy, Promotional Media, Sales*

Abstrak. Perkembangan teknologi dan informasi saat ini berlangsung sangat pesat, memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan, termasuk perkembangan pasar dan pola persaingan bisnis. Dinamika era digital menuntut para pelaku usaha untuk senantiasa beradaptasi dengan tren terkini, khususnya dalam strategi pemasaran. Salah satu tren digital yang dapat dimanfaatkan secara optimal adalah penggunaan Google Business Profile. Platform ini menyediakan beragam fitur yang mendukung kegiatan promosi dan membangun interaksi dengan konsumen secara lebih efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan Google Business Profile sebagai media promosi dalam upaya meningkatkan penjualan sepeda motor Honda. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif, sehingga hasil yang diperoleh menggambarkan secara mendalam bagaimana peran platform ini dalam mendukung kegiatan pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Google Business Profile memiliki kontribusi signifikan dalam mempromosikan produk, khususnya sepeda motor Honda. Pemanfaatan berbagai fitur seperti profil bisnis yang memuat informasi lengkap perusahaan, dashboard performa untuk memantau perkembangan interaksi konsumen, testimonial dan ulasan pelanggan yang membangun kepercayaan, serta visibilitas di Google Search dan Google Maps, terbukti mampu meningkatkan keterjangkauan dan daya tarik promosi. Dengan kemudahan akses dan jangkauan yang luas, calon konsumen dapat memperoleh informasi secara cepat, akurat, dan terpercaya, sehingga memengaruhi keputusan pembelian. Secara keseluruhan, penggunaan Google Business Profile bukan hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media membangun reputasi dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Optimalisasi fitur secara konsisten dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan penjualan sekaligus memperkuat posisi bisnis di tengah persaingan pasar digital yang semakin ketat.

Kata Kunci: Google Business Profile, Media Promosi, Pemasaran Digital, Penjualan, Strategi Pemasaran.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak besar terhadap dinamika pemasaran modern. Seiring waktu, cara perusahaan dalam menyampaikan pesan promosi mengalami transformasi mengikuti tren teknologi dan kebiasaan konsumen yang terus berubah. Berdasarkan laporan terbaru dari Hootsuite dan We Are Social (2023), pada tahun 2022 tercatat

lebih dari 5,5 miliar pengguna perangkat seluler di seluruh dunia. Fakta ini menandakan potensi besar bagi perusahaan untuk menjalin komunikasi secara langsung dengan konsumen melalui platform berbasis seluler. Tak hanya itu, dengan sekitar 4,74 miliar pengguna media sosial secara global, bisnis dituntut untuk merancang strategi pemasaran digital yang responsif terhadap perilaku digital masyarakat yang semakin aktif dan terhubung secara global. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran mendasar dari metode promosi tradisional menuju pendekatan digital yang lebih fokus pada konten bernilai serta pengalaman pengguna yang bersifat personal. Pemasaran digital mengacu pada upaya promosi produk atau layanan melalui berbagai kanal digital seperti media sosial, mesin pencari, email, maupun situs web perusahaan. Menurut pandangan Kotler dkk. (2016), strategi pemasaran digital memanfaatkan teknologi daring guna membangun komunikasi dua arah dengan pelanggan potensial maupun yang sudah ada. Dalam praktiknya, pemasaran digital tidak sekadar berfungsi untuk memperkenalkan produk, melainkan juga menjadi alat strategis dalam menciptakan interaksi dan keterlibatan audiens yang lebih mendalam melalui beragam platform digital (Erwin et al., 2022; Erwin et al., 2023a).

Perubahan dari pemasaran konvensional menuju digital menjadi cerminan dari pergeseran paradigma dalam hubungan antara perusahaan dan konsumen. Jika pemasaran tradisional lebih bertumpu pada media cetak, siaran radio, maupun televisi dengan sistem komunikasi satu arah, maka pemasaran digital membuka ruang interaksi dua arah yang lebih aktif. Peran internet di sini sangat krusial, sebab selain memperluas jangkauan informasi yang bisa diakses konsumen, juga memungkinkan perusahaan menyusun strategi promosi yang lebih personal, relevan, dan dapat dievaluasi secara real-time (Wang, 2021).

Dorongan utama dari perubahan ini adalah meningkatnya penetrasi internet serta pesatnya inovasi teknologi informasi. Seperti dijelaskan oleh Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), keberadaan infrastruktur digital telah merevolusi cara perusahaan menyusun strategi pemasaran dan menjalin relasi dengan pelanggan dalam ekosistem bisnis yang semakin kompetitif. Peningkatan penggunaan perangkat seluler dan konektivitas internet telah membuka peluang besar bagi perusahaan untuk melakukan pemasaran digital. Kini, perusahaan tidak hanya mampu menjangkau pasar global dengan lebih mudah, tetapi juga dapat mengevaluasi dampak dan efektivitas setiap kampanye dengan lebih presisi.

Dalam sektor bisnis otomotif, penerapan strategi promosi digital menjadi sebuah kebutuhan. Transformasi ini mencakup elemen-elemen krusial seperti optimalisasi mesin pencari (SEO), pemasaran melalui konten, pemanfaatan platform media sosial, hingga penggunaan iklan digital. Sebagai contoh, perubahan algoritma pada mesin pencari seperti

Google mendorong perusahaan untuk secara konsisten menyesuaikan pendekatan pemasaran digital mereka agar tetap dapat menjangkau konsumen dan menjaga relevansi di pasar. Oleh karena itu, pemasaran digital berperan sebagai elemen kunci dalam strategi pemasaran saat ini, terutama dalam menghadapi dinamika tantangan dan peluang yang hadir di era digital (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Kemajuan teknologi telah mengubah secara mendasar cara pandang dalam dunia pemasaran, membentuk sebuah ekosistem di mana hubungan antara konsumen dan merek menjadi lebih erat dan interaktif. Seiring meningkatnya penggunaan internet, konsumen masa kini semakin memanfaatkan teknologi digital untuk mengakses informasi, menjalin komunikasi, serta melakukan aktivitas pembelian.

Salah satu alat yang semakin diminati untuk mendukung perubahan digital dalam bisnis adalah *Google Business Profile* (Google Bisnisku). Menurut (Eunike & Sony, 2022), *Google Business Profile* merupakan salah satu platform yang ditawarkan oleh Google dengan keuntungan berupa tampilan pada pencarian di berbagai perangkat, baik komputer maupun ponsel. *Google Business Profile* dapat menunjukkan lokasi bisnis di Google Maps.

Menurut (Erwinda Oktavianti Nizwar, 2023), penggunaan *Google Business Profile* bermanfaat dalam mendukung kesuksesan bisnis yang sudah terverifikasi di Google sehingga informasi yang disajikan dapat dipercaya. *Google Business Profile* sangat berguna untuk pengembangan bisnis dan mempermudah orang dalam mencari informasi tentang usaha lokal. Selain itu, mereka juga menyatakan bahwa bisnis yang telah terverifikasi di Google memiliki peluang dua kali lipat untuk dianggap sebagai usaha yang berkualitas oleh pengguna.

Kehadiran *Google Business Profile* memungkinkan bisnis kita muncul di hasil pencarian Google, sehingga memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi usaha. Platform ini sangat ideal bagi bisnis yang menargetkan pasar lokal. Terdapat tiga keuntungan utama yang ditawarkan oleh *Google Business Profile*: (1) memberikan informasi bisnis yang akurat dan mempromosikannya melalui Google Maps, (2) membuka peluang bagi pelanggan untuk memberikan ulasan, dan (3) menarik pelanggan baru yang berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan ke toko (Patria.R, 2021). Dengan kata lain, pemanfaatan *Google Business Profile* diharapkan mampu memperluas jangkauan pemasaran dan mempermudah konsumen dalam menemukan toko, sehingga berkontribusi terhadap peningkatan penjualan.

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, penggunaan *Google Business Profile* (Google Bisnis) telah terbukti memberikan dampak positif terhadap visibilitas usaha dan meningkatkan keterlibatan konsumen, khususnya pada pelaku usaha skala mikro, kecil dan

menengah. Beberapa penelitian telah mengkaji manfaat Google Bisnis dalam sektor kuliner, retail, dan jasa.

Namun demikian, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji manfaat penggunaan *Google Business Profile* (Google Bisnis) dalam sektor otomotif, khususnya pada penjualan sepeda motor Honda. Terlebih lagi, belum ditemukan kajian mendalam yang meneliti implementasi *Google Business Profile* (Google Bisnis) di lingkungan dealer resmi seperti Netral Jaya Motor Bandung.

Mengingat hal-hal di atas, saya sebagai peneliti merasa tertarik untuk membahas lebih lanjut penelitian ini dengan judul “Pemanfaatan *Google Business Profile* sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Honda di PT Netral Jaya Motor Bandung.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Menurut pendapat Philip Kotler (2023), pemasaran merupakan aktivitas sosial dan manajerial yang memungkinkan individu maupun kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan dan butuhkan melalui penciptaan, penyampaian, serta pertukaran nilai dalam bentuk produk atau layanan dengan pihak lain.

Secara umum, pemasaran mencakup hubungan timbal balik antara pelaku usaha dan konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam ilmu manajemen pemasaran, dikenal konsep bauran pemasaran 4P yang terdiri dari: produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion). Kotler dan Armstrong menjelaskan bahwa keempat elemen ini menjadi kerangka utama dalam membentuk strategi pemasaran yang efektif.

Digital Marketing

Pergeseran perilaku konsumen ke ranah digital menjadikan pemasaran digital sebagai strategi yang krusial bagi perusahaan modern. Menurut laporan dari Datareportal (2023), sebanyak 57,8% pengguna internet memanfaatkannya untuk mencari informasi, sedangkan 43,4% lainnya mencari produk atau merek tertentu.

Meningkatnya akses terhadap internet dan perangkat mobile membuka peluang bagi pelaku usaha untuk terlibat langsung dengan audiens mereka melalui berbagai platform digital. Hal ini menuntut perusahaan untuk merancang pendekatan pemasaran yang relevan dan adaptif dalam lingkungan digital yang terus berkembang.

Penjualan

Menurut Wijaya (2011), penjualan merupakan proses pertukaran barang atau jasa kepada pelanggan sebagai imbalan atas pembayaran atau komitmen untuk membayar. Artinya, penjualan mencerminkan interaksi antara penjual dan pembeli dalam bentuk transaksi komersial untuk memenuhi kebutuhan, biasanya menggunakan uang sebagai alat tukar.

Penjualan juga dikenal dengan istilah *selling*. Dalam istilah manajemen, penjualan merupakan serangkaian upaya untuk menarik perhatian calon pembeli, memengaruhi keputusan mereka, serta menyampaikan penawaran yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Proses ini bertujuan mencapai kesepakatan harga yang saling menguntungkan dan membutuhkan keterampilan komunikasi serta negosiasi yang mumpuni. Penjualan menjadi tulang punggung pendapatan perusahaan, dan manajemen yang buruk terhadap aktivitas ini dapat mengakibatkan kerugian secara langsung.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menitikberatkan pada pemanfaatan Google Business Profile sebagai sarana promosi untuk mendorong peningkatan penjualan sepeda motor Honda di Netral Jaya Motor Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu jenis pendekatan yang berfokus pada pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi, tanpa menggunakan perhitungan statistik (Sugiyono, 2018).

Pendekatan kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang terjadi secara mendalam melalui interaksi langsung dengan objek penelitian di lapangan. Dengan demikian, fokus utama terletak pada penggalian makna di balik data, bukan pada angka-angka.

Menurut pendapat Bogdan dan Biklen dalam Sugiyono (2020), metode penelitian deskriptif kualitatif mengacu pada proses pengumpulan informasi dalam bentuk narasi verbal atau visual, bukan numerik. Data yang telah dihimpun selanjutnya dianalisis dan disajikan secara deskriptif agar dapat dengan mudah dimengerti.

Pendekatan deskriptif kualitatif dalam penelitian ini digunakan guna memperoleh pemahaman yang utuh tentang bagaimana efektivitas Google Business Profile berperan dalam strategi promosi penjualan produk sepeda motor Honda di lingkungan Netral Jaya Motor Bandung.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Hasil Penelitian

Pemanfaatan *Google Business Profile* sebagai Media Promosi dalam meningkatkan penjualan sepeda motor Honda

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di Netral Jaya Motor Bandung, ditemukan bahwa pemanfaatan *Google Business Profile* memberikan dampak positif terhadap peningkatan aktivitas promosi dan penjualan sepeda motor Honda. *Google Business Profile* digunakan secara aktif oleh pihak dealer untuk menampilkan informasi seperti alamat, jam operasional, foto *showroom*, promo terbaru, serta ulasan dari konsumen.

Berdasarkan data yang dihimpun, tampak terjadi kenaikan jumlah calon konsumen yang menghubungi dan datang langsung ke dealer setelah melihat informasi melalui pencarian Google. Fitur ulasan dan rating juga turut meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap reputasi dealer.

Sebagian besar konsumen mengaku mengetahui keberadaan dealer melalui Google Maps atau *Google Search*, dimana profil *Google Business* menjadi sumber utama informasi awal sebelum melakukan kunjungan atau pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa *Google Business Profile* berhasil menjadi media promosi digital yang efektif, terlebih dalam menjangkau konsumen yang mengandalkan internet untuk mencari referensi tempat pembelian kendaraan bermotor.

Deskripsi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini menguatkan bahwa *Google Business Profile* memberikan manfaat nyata dalam memperluas jangkauan pemasaran. *Google Business Profile* memungkinkan Netral Jaya Motor Bandung untuk tampil lebih profesional dan mudah ditemukan oleh konsumen potensial, terutama yang berada di wilayah Bandung dan sekitarnya. Beberapa manfaat utama *Google Business Profile* yang dirasakan antara lain:

Meningkatkan visibilitas digital

Saat orang mencari produk/jasa yang ditawarkan, maka bisnis kita akan muncul di hasil pencarian lokal dan Google Maps. Informasi singkat yang ditampilkan melalui Google Maps sangat bermanfaat bagi calon konsumen, mencakup nama bisnis, foto, logo, alamat, nomor kontak, serta jam operasional. Alamat yang dapat diberikan oleh *Google Business Profile* pun cukup akurat, dimana penggunaanya dapat memanfaatkan fitur rute agar mempermudah ketempat tujuan yang dituju oleh pelanggan. Dealer tampil dalam hasil pencarian Google maupun Google Maps, yang mempermudah konsumen dalam menemukan lokasinya.

Meningkatkan kepercayaan konsumen

Ulasan positif dari pelanggan sebelumnya menambah nilai kredibilitas dealer. Google Business Profile memiliki fitur untuk menampilkan ulasan-ulasan dalam bentuk komentar ataupun rating yang dapat dilihat publik, di halaman depan dari Tampilan profil bisnis akan ditampilkan dengan bintang dan nilai. Rating dan ulasan dari pelanggan sangat lah penting untuk menaikkan rangking usaha di Google Maps. Ulasan yang diberikan pelanggan, baik itu masukan dan kritikan sangatlah membantu bagi pelaku usaha.

Menyediakan informasi *real-time*

Konsumen dapat melihat update jam buka, promo terbaru, hingga kontak WhatsApp tanpa harus mengunjungi situs web terpisah.

Mendorong interaksi langsung

Proses komunikasi dua arah antara pelanggan dan penyedia jasa atau produk, yang dapat berlangsung sebelum, selama atau setelah terjadinya transaksi, dengan adanya Google Business Profile yang membuat interaksi antara konsumen dengan baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, membentuk loyalitas pelanggan, dan mendorong keputusan pembeli. Konsumen dapat langsung menghubungi dealer melalui tombol “Telepon” atau “Pesan” di profil GBP.

Dengan memanfaatkan Google Business Profile secara optimal, Netral Jaya Motor Bandung telah berhasil meningkatkan efektivitas strategi promosi digital, memperluas jangkauan konsumen, serta mendorong peningkatan penjualan unit sepeda motor Honda. Hal ini menunjukkan bahwa adaptasi terhadap platform digital seperti Google Business merupakan langkah penting dalam menghadapi era pemasaran modern yang berbasis internet..

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *Google Business Profile* dapat digunakan sebagai media promosi secara digital. Dalam melakukan pendaftarannya pun mudah juga gratis, sehingga pemanfaatannya dapat membantu menurunkan biaya operasional di perusahaan. Pemanfaatan fitur – fitur yang tersedia di *Google Business Profile*, berupa profil bisnis, dashboard performa, testimoni dan koneksi dengan Google Maps sangat membantu konsumen sehingga konsumen bisa langsung datang ke tempat tanpa perlu berkeliling mencari showroom dealer terlebih dahulu. Dan dalam mempromosikan usahanya agar dapat menarik pelanggan dengan tujuan memperbanyak jumlah *walk in* dan juga meningkatkan penjualan di Netral Jaya Motor.

Juga dalam penerapan *Google Business Profile* tidak ada nya kendala, hanya saja harus sering mengupload konten – konten menarik dan melakukan konsistensi meminta *review* dari konsumen yang telah datang atau melakukan pembelian ke Netral Jaya Motor.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa *Google Business Profile* telah menjalankan proses pemasaran dan promosi baik online maupun offline. Prinsip kerja keras dan selalu berusaha dalam meningkatkan kesejahteraan juga telah diterapkan didalam melakukan aktivitas promosi dengan harapan dapat memberikan kehidupan yang lebih baik.

Saran

Hal ini dapat dipahami karena keterbatasan sumber daya manusia, kapasitas produksi, serta pengetahuan teknis dalam hal pemasaran digital. Oleh karena itu, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- Bagi suatu usaha diharapkan dapat bersaing dan mengikuti perkembangan teknologi dan informasi saat ini, dengan memanfaatkan sebaik mungkin *Digital Marketing* dalam menunjang dan mengembangkan aktivitas.
- Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan dari sudut pandang konsumen secara detail yang menggunakan akses *Google Business Profile*. Agar lebih tahu bagaimana persepsi dari konsumen mengenai manfaat yang didapatkan ketika mendapatkan informasi melalui *Google Business Profile*.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Strategi dan implementasi dalam pemasaran digital* (Edisi ke-7). Pearson Education.
- DataReportal. (2023). *Laporan digital global tahun 2023*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>
- Erwin, E., Ardyan, E., Ilyas, A., Ariasih, M. P., Nawir, F., Sovianti, R., & Amaral, M. A. L. (2023). *Strategi pemasaran digital dalam era Society 5.0*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Erwin, E., Rachmad, Y. E., & Hamid, R. S. (2023). *Pemasaran digital di era revolusi industri 5.0*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Erwin, E., Suade, Y. K. M., & Alam, N. (2023). *Strategi dan teknik pemasaran bisnis digital*. PT Green Pustaka Indonesia.
- Fanshurna, T., Sukmawati, & Pangestu, A. G. (2023). Pendekatan promosi produk tabungan mudharabah dalam peningkatan keanggotaan koperasi syariah. *Journal of Indonesian Social Society*, 1(3), 114–119. <https://doi.org/10.59435/jiss.v1i3.189>
- Ghufron, M. I., Warisa, U., Munawwaroh, F., & Aslamiyah, S. (2024). Optimalisasi Google Business Profile dalam pengembangan usaha kuliner lokal. *Transformasi Digital Bisnis*, 6, 2–12.

- Husain, T. K., Robbo, A., Amri, A. A., & Maskar, R. (2023). Penerapan profil bisnis Google untuk memperkuat eksistensi UMKM Kerang Celebes. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1*(3), 303–310. <https://doi.org/10.54082/ijpm.210>
- Kotler, P. (2023). *Refleksi perjalanan karier dalam pemasaran dan wawasan masa depan*. American Marketing Association.
- Mukhtar, S., Mohan, A. C., & Chandra, D. (2023). Analisis pengaruh pemasaran digital terhadap loyalitas serta perilaku konsumen. *International Journal of Research – GRANTHAALAYAH, 11*(9), 1–18.
- Patel, N. (2023). *Panduan mengenal dan mengoptimalkan Google Business Profile*. <https://neilpatel.com/blog/google-business-profile/>
- Rust, R. T. (2020). Masa depan pemasaran dan pergeseran paradigma riset konsumen. *International Journal of Research in Marketing, 37*(1), 15–26. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2019.12.002>
- Sumarwan, K. (2024). Analisis efektivitas iklan Google Ads terhadap penjualan jasa umrah. *Jurnal Manajemen Dakwah, 12*(2), 269–287. <https://doi.org/10.15408/jmd.v12i2.40828>
- Verma, S., Sharma, R., & Deb, S. (2021). Tinjauan sistematis mengenai integrasi kecerdasan buatan dalam aktivitas pemasaran. *International Journal of Information Management Data Insights, 1*(1), 100002. <https://doi.org/10.1016/j.ijime.2020.100002>
- We Are Social, & Meltwater. (2023). *Laporan digital Indonesia 2023*. <https://wearesocial.com/id/wp-content/uploads/2023/03/Digital-2023-Indonesia.pdf>