



**Journal of Human And Education**

Volume 5, No. 1, Tahun 2025, pp 149-156

E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876

Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

## **Pelatihan Penggunaan Google Trends untuk Analisis Tren Pasar bagi Pelaku UMKM Desa Legok**

**Cynthia Sari Dewi**

Universitas Pembangunan Jaya

Email: [cynthia.saridewi@upj.ac.id](mailto:cynthia.saridewi@upj.ac.id)

### **Abstrak**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Legok, Tangerang, dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya Google Trends, untuk mendukung analisis pasar dan strategi pemasaran. Workshop ini dilakukan melalui pendekatan workshop yang melibatkan pemaparan materi dan praktik langsung. Peserta diajarkan cara menggunakan Google Trends untuk mengidentifikasi tren pencarian, menganalisis data geografis, mengidentifikasi topik terkait, serta memantau pesaing. Studi kasus diberikan dengan penggunaan kata kunci produk local untuk menganalisis pola pencarian dan preferensi pasar. Hasil workshop menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami fungsi Google Trends tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam menyusun strategi pemasaran berbasis data untuk produk mereka. Pelaku UMKM menyadari pentingnya pemanfaatan alat digital untuk meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan mengembangkan usaha mereka di era digital. Kegiatan ini diharapkan mampu memberikan dampak berkelanjutan dengan memperkuat kapasitas pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin dinamis, sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal. Program ini juga menjadi landasan bagi pelaksanaan workshop lanjutan yang dapat memperkenalkan alat digital lainnya untuk mengoptimalkan pengelolaan usaha.

**Kata Kunci:** *Google Trends, Analisis Pasar, Digitalisasi, UMKM*

### **Abstract**

This community service activity aims to enhance the capacity of Micro, Small & Medium Enterprises (MSME) actors in Desa Legok, Tangerang, in utilizing digital technology, particularly Google Trends, to support market analysis and marketing strategies. The training was conducted through a workshop approach that involved material presentation and hands-on practice. Participants were taught how to use Google Trends to identify search trends, analyze geographic data, identify related topics, and monitor competitors. A case study was provided using local product keywords to analyze search patterns and market preferences. The results of the training showed that participants not only understood the functionality of Google Trends but also applied it to develop data-driven marketing strategies for their products. MSME actors realized the importance of leveraging digital tools to enhance competitiveness, expand market reach, and grow their businesses in the digital era. This activity is expected to have a sustainable impact by strengthening the capacity of MSME actors in facing increasingly dynamic market competition while supporting the local community's economic growth. This program also serves as a foundation for future training sessions that can introduce other digital tools to optimize business management.

**Keywords:** *Google Trends, Market Analysis, Digitalization, MSMEs*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, banyak pelaku UMKM belum sepenuhnya memanfaatkan potensi teknologi digital untuk mendukung strategi bisnis mereka. Penelitian menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas akses ke pasar yang lebih luas (Faruque et al., 2024). Meski memiliki potensi untuk meningkatkan efisiensi operasional, daya saing, dan keberlanjutan, banyak UMKM menghadapi tantangan signifikan dalam mengadopsi teknologi digital. Di Desa Legok, Tangerang, sebagian besar UMKM menghadapi tantangan dalam mengidentifikasi tren pasar, memahami kebutuhan konsumen, dan mengembangkan strategi pemasaran berbasis data, yang mengakibatkan daya saing bisnis mereka kurang optimal.

Sebagian besar pelaku UMKM di Desa Legok, Tangerang, masih mengandalkan sistem pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pasar mereka terbatas. Di sisi lain, keterbatasan akses terhadap teknologi dan minimnya keterampilan digital menjadi hambatan utama dalam menghadapi era digitalisasi. Banyak pelaku UMKM di Legok belum familiar dengan alat digital seperti media sosial, platform e-commerce, atau Google Trends yang dapat membantu mereka memahami tren pasar dan kebutuhan konsumen secara lebih baik. Selain itu, kendala modal sering kali menghalangi mereka untuk berinvestasi dalam pengembangan teknologi dan workshop sumber daya manusia. Namun, UMKM di Legok memiliki potensi besar, terutama karena keragaman produk lokal terutama pada makanan khas dan kerajinan tangan yang unik. Jika didukung dengan strategi pemasaran digital yang tepat, produk-produk ini memiliki peluang besar untuk menembus pasar yang lebih luas.

Salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah melalui pemanfaatan alat analisis digital seperti Google Trends dan platform e-commerce. Data Google Trends dapat digunakan untuk memahami pola perilaku masyarakat selama, termasuk dalam mendeteksi tren pencarian yang berkaitan dengan kesejahteraan (Brodeur et al., 2021). Hal ini memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk menggunakan data serupa dalam mengembangkan strategi pemasaran yang relevan. Melalui workshop, pelaku UMKM dapat diberdayakan untuk memanfaatkan teknologi digital guna meningkatkan daya saing mereka. Selain itu, penggunaan alat digital marketing memungkinkan UMKM untuk mengidentifikasi pola perilaku konsumen secara real-time, sehingga dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka dengan lebih cepat (Nichifor et al., 2022). Di era digital ini, kemampuan untuk memanfaatkan data dari alat-alat digital sangat penting untuk mendukung keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis, terutama bagi UMKM yang bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

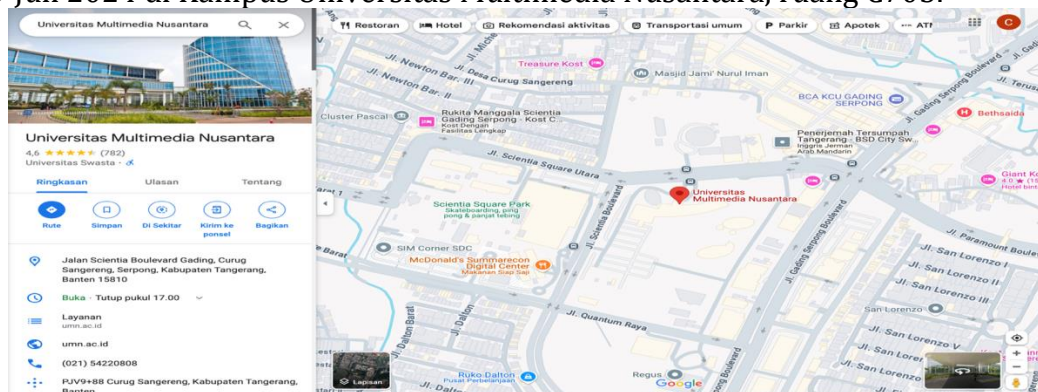
Program workshop berbasis teknologi ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan keterampilan kepada pelaku UMKM dalam memanfaatkan alat-alat digital untuk analisis pasar. Workshop ini berfokus pada penggunaan Google Trends untuk mengidentifikasi kata kunci populer dan menganalisis perubahan tren konsumen, serta strategi implementasi pemasaran berbasis e-commerce. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa workshop berbasis teknologi tidak hanya meningkatkan kapasitas analisis pelaku bisnis, tetapi juga mendorong adopsi teknologi digital yang lebih luas (Godwin et al., 2024). Selain itu, penelitian terkait UMKM di Medan menunjukkan bahwa optimalisasi strategi digital marketing, termasuk penggunaan Google Trends, memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kesadaran merek dan penjualan produk (Thamrin et al., 2023). Pengelolaan media sosial dan penggunaan alat analisis digital dapat membantu meningkatkan keterlibatan pelanggan dan memperluas pasar, meskipun masih terdapat tantangan berupa keterbatasan keterampilan teknis di antara pelaku UMKM.

Google Trends merupakan salah satu alat digital yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk memahami dinamika pasar dan kebutuhan konsumen. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan keterampilan kepada pelaku UMKM dalam menggunakan Google Trends untuk menganalisis tren pencarian yang relevan, mengidentifikasi kata kunci populer, serta memahami pola perilaku konsumen secara lebih mendalam. Pemanfaatan data ini memungkinkan UMKM untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih terarah, meningkatkan daya saing, dan memperluas jangkauan

pasar. Harapannya, program ini tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada peserta dalam bentuk peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga berdampak pada perekonomian lokal dengan menciptakan UMKM yang lebih kompetitif.

## METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan sesuai dengan permintaan tim perwakilan UMKM berdasarkan kebutuhan pelaku UMKM desa Legok, Tangerang pada tanggal 15 Juli 2024. Kebutuhan yang dibutuhkan UMKM adalah memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran dan analisis pasar. Permasalahan yang terjadi adalah sebagian besar pelaku UMKM masih kesulitan mengadopsi teknologi digital, seperti Google Trends dan platform e-commerce, dalam meningkatkan visibilitas produk dan daya saing mereka. Tahap berikutnya adalah koordinasi antara pelaksana yaitu Ibu Cynthia Sari Dewi dari Universitas Pembangunan Jaya dan perwakilan UMKM. Pada pertemuan yang berlangsung secara virtual tanggal 22 Juli 2024, disepakati bahwa workshop akan dilakukan untuk meningkatkan keterampilan para pelaku UMKM dalam menggunakan alat digital untuk analisis tren pasar. Workshop yang dilaksanakan pada tanggal 29 Juli 2024 di Kampus Universitas Multimedia Nusantara, ruang C703.



Gambar 1. Letak Pelaksanaan Pelatihan

Gambar 1 menunjukkan alamat pelaksanaan pelatihan yang dekat dari tempat UMKM desa Legok, Tangerang. Workshop ini berlangsung selama dua jam, yang dimulai dengan sesi pemaparan materi oleh narasumber tentang pentingnya analisis pasar berbasis data. Selanjutnya, dilanjutkan dengan sesi praktis di mana peserta diajak untuk langsung menggunakan Google Trends untuk menganalisis pasar berdasarkan produk yang mereka tawarkan. Peserta diberikan kesempatan untuk berdiskusi mengenai hasil analisis mereka, serta bagaimana strategi pemasaran dapat ditingkatkan berdasarkan data yang diperoleh. Sebelum pelaksanaan pelatihan, ketua pelaksana memberikan poster yang disebarluaskan kepada pelaku UMKM melalui Whatsapp.

Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat bagi pelaku UMKM di Desa Legok adalah workshop yang difokuskan pada pelatihan penggunaan alat digital untuk analisis pasar, khususnya Google Trends. Narasumber menjelaskan cara dan tahapan-tahapan menggunakan Google Trends, termasuk langkah-langkah untuk mengidentifikasi kata kunci populer, menganalisis tren pencarian, dan menerapkan hasil analisis dalam strategi pemasaran digital. Studi kasus yang digunakan dalam workshop ini adalah analisis pasar produk UMKM lokal. Setiap peserta diminta untuk mengisi lembar kerja yang diberikan, yang berisi data awal tentang produk mereka dan langkah-langkah untuk menganalisis tren pasar menggunakan Google Trends. Peserta diminta untuk mempraktikkan tahapan analisis dan mendiskusikan hasilnya dengan narasumber serta sesama peserta. Kegiatan ini diakhiri dengan sesi dokumentasi berupa foto bersama narasumber, peserta, dan panitia. Dengan metode ini, pelatihan diharapkan mampu memberikan pemahaman dan keterampilan praktis kepada pelaku UMKM di Desa Legok untuk memanfaatkan teknologi digital dalam pengelolaan pemasaran mereka, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di era digital.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 29 Juli 2024 di ruang C703, Kampus Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang Selatan. Acara ini bertujuan

untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Desa Legok dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya penggunaan Google Trends untuk analisis pasar. Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan sesi pemaparan materi oleh narasumber, Ibu Cynthia Sari Dewi, M.Sc, dosen Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya. Diawali dengan memaparkan bagaimana teknologi dapat menjangkau pasar dan meningkatkan pemasaran. Pada dasarnya, dalam menjalankan bisnis, pelaku usaha dihadapkan pada berbagai alternatif keputusan yang membutuhkan alat bantu analisis agar lebih mudah dalam menentukan langkah terbaik (Utama, 2019). Alat bantu yang dimaksud adalah data dan indikator pasar. Indikator pasar membantu pelaku UMKM dalam mengidentifikasi tren, menentukan segmen konsumen yang sesuai, serta menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif (Bozanta et al., 2017). Setiap indikator memberikan informasi berbeda, di mana dalam beberapa kasus, satu indikator menunjukkan potensi pasar yang tinggi, tetapi pada indikator lain, pasar tersebut mungkin lebih terbatas. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM untuk menggunakan berbagai alat analisis seperti pada gambar 2. agar memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh.

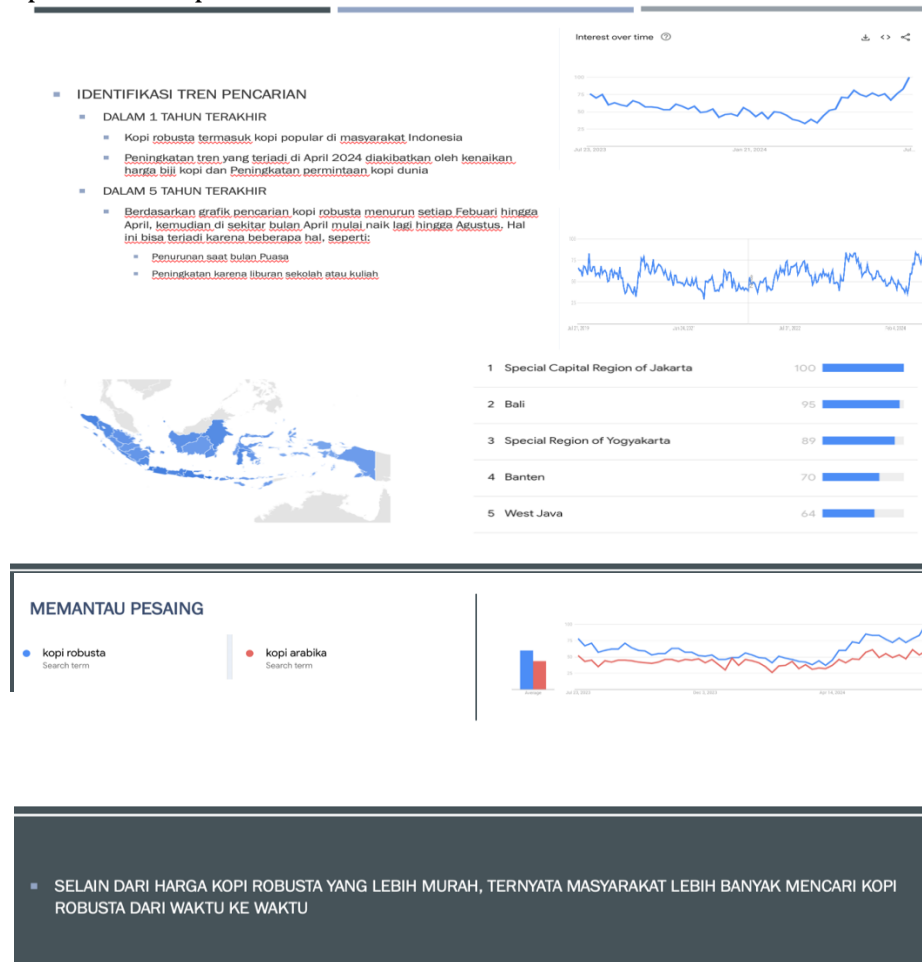


Gambar 2. Materi Presentasi

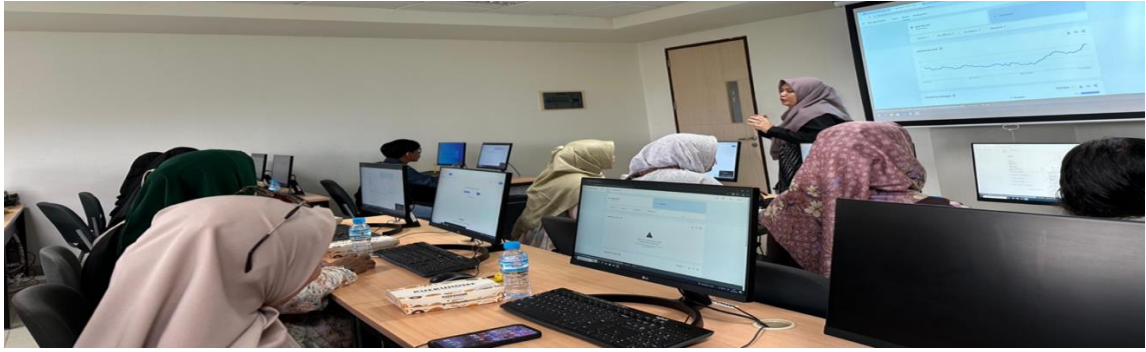
Narasumber menjelaskan beberapa alat yang bisa diterapkan dalam analisis tren pasar. Seperti bagaimana Google Trends dapat digunakan untuk menganalisis volume pencarian suatu kata kunci, perbandingan antara beberapa kata kunci, dan tren pencarian berdasarkan lokasi geografis (Kharis et al., 2023). Kemudian Kalodata diperkenalkan sebagai platform yang membantu dalam analisis produk trending dan data pasar lainnya. Pelaku UMKM harus mengetahui produk yang sedang populer di pasar dan melihat potensi produk baru berdasarkan data yang tersedia (Reyhan et al., 2024). Narasumber menjelaskan bagaimana Kalodata dapat membantu pelaku UMKM dalam memahami kompetisi e-commerce, termasuk perbandingan harga, tren penjualan, dan analisis produk yang laris. Iprice Insight digunakan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang posisi produk UMKM di pasar e-commerce dan membantu menentukan strategi harga yang kompetitif. Strategi harga membantu UMKM memahami dinamika pasar, seperti harga pesaing dan preferensi konsumen terhadap harga yang dianggap wajar (Djakasaputra & Jayanti, 2024).

Kemudian narasumber masuk ke materi penggunaan Google Trend sebagai alat

analisis data pasar dengan memberikan contoh nyata menggunakan produk Kopi Robusta sebagai ilustrasi. Dalam sesi ini, narasumber menunjukkan langkah-langkah untuk memanfaatkan Google Trends sebagai alat analisis data pasar. Langkah pertama adalah melakukan identifikasi tren pencarian, di mana narasumber menjelaskan bagaimana menemukan pola pencarian kata kunci "Kopi Robusta" selama periode tertentu. Dari hasil pencarian, terlihat pola fluktuasi minat konsumen terhadap produk ini, baik secara musiman maupun tahunan, yang memberikan gambaran waktu terbaik untuk meningkatkan pemasaran atau peluncuran produk. Narasumber juga mendemonstrasikan analisis data geografis menggunakan fitur lokasi di Google Trends. Analisis ini menunjukkan daerah atau wilayah dengan minat tertinggi terhadap Kopi Robusta, seperti wilayah penghasil kopi atau kota dengan tingkat konsumsi kopi yang tinggi. Data geografis ini membantu pelaku usaha memfokuskan strategi pemasaran mereka pada daerah-daerah yang memiliki permintaan potensial.



Langkah berikutnya adalah identifikasi topik terkait, di mana narasumber menunjukkan kata kunci yang sering dikaitkan dengan Kopi Robusta, seperti "tumbuhan kopi" atau "rasa kopi". Identifikasi ini memberikan wawasan tambahan tentang preferensi konsumen, yang dapat digunakan untuk merancang produk atau konten pemasaran yang lebih relevan dengan minat konsumen. Terakhir, narasumber menjelaskan cara memantau pesaing menggunakan Google Trends dengan membandingkan volume pencarian Kopi Robusta dengan jenis kopi lain, seperti Arabika. Hasil analisis yang terlihat pada gambar 3. memberikan gambaran posisi Kopi Robusta di pasar dibandingkan dengan produk sejenis, serta membantu pelaku usaha menentukan keunggulan kompetitif mereka. Dengan penjelasan dan contoh konkret ini, peserta diharapkan memahami cara menggunakan Google Trends secara efektif untuk mendukung keputusan bisnis berbasis data.



Gambar 4. Aktivitas Pelatihan

Setelah pemaparan, peserta diminta untuk melakukan studi kasus dengan menganalisis pasar produk UMKM lokal seperti pada gambar 4. Setiap peserta diminta untuk mengisi lembar kerja yang telah disediakan, yang memuat data awal terkait produk mereka dan panduan langkah-langkah untuk menganalisis tren pasar menggunakan Google Trends. Proses analisis dimulai dengan identifikasi tren pencarian, di mana peserta mencari volume pencarian dan pola perubahan minat konsumen terhadap produk yang mereka tawarkan. Selanjutnya, peserta diarahkan untuk melakukan analisis data geografis, yang bertujuan untuk mengetahui lokasi atau daerah dengan minat tertinggi terhadap produk mereka, sehingga strategi pemasaran dapat difokuskan pada wilayah tersebut. Selain itu, peserta diminta untuk mengidentifikasi topik terkait yang sering muncul bersamaan dengan kata kunci produk mereka. Hal ini membantu mereka memahami preferensi tambahan dari konsumen dan merancang strategi diversifikasi produk. Tahap terakhir adalah memantau pesaing, di mana peserta membandingkan tren pencarian untuk produk serupa yang dimiliki oleh kompetitor. Data ini dapat digunakan untuk menentukan keunggulan kompetitif dan mengidentifikasi peluang yang belum dimanfaatkan oleh pesaing. Dengan pendekatan ini, peserta diharapkan mampu menyusun strategi pemasaran berbasis data yang lebih efektif dan relevan dengan kondisi pasar.



Gambar 5. Foto Bersama Peserta

Kegiatan ini diakhiri dengan sesi dokumentasi yang terlihat pada gambar 5. berupa

foto bersama narasumber, peserta, dan panitia sebagai bentuk kenang-kenangan atas terlaksananya workshop. Melalui sesi ini, diharapkan hubungan yang terjalin selama kegiatan dapat terus berlanjut, mendukung keberlanjutan pelatihan dan implementasi ilmu yang telah diperoleh oleh para peserta dalam pengembangan usaha mereka.

## **SIMPULAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil memberikan wawasan dan keterampilan kepada pelaku UMKM di Desa Legok dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya melalui penggunaan Google Trends. Workshop yang dilakukan membekali peserta dengan kemampuan untuk menganalisis tren pencarian, memahami data geografis, mengidentifikasi topik terkait, serta memantau pesaing, sehingga mereka dapat menyusun strategi pemasaran berbasis data yang lebih efektif. Dengan pendekatan praktis melalui studi kasus dan lembar kerja, peserta mampu mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh untuk mengembangkan usaha mereka. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa pelaku UMKM semakin menyadari pentingnya adopsi teknologi digital dalam menghadapi persaingan pasar yang dinamis. Program ini diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan daya saing UMKM lokal sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat. Adapun untuk kegiatan berikutnya, pengenalan alat digital lainnya dapat dilakukan untuk memperluas wawasan peserta dalam strategi pemasaran digital. Selain itu, pendampingan berkelanjutan juga diperlukan untuk memastikan peserta dapat mengimplementasikan hasil pelatihan secara efektif.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Melissa Indah Fianty, selaku Ketua Pelaksana atas dukungan dan kesempatan yang diberikan untuk melaksanakan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Hanibal Naswal, selaku Ketua UMKM serta kepada para pelaku UMKM Desa Legok yang telah berpartisipasi dengan antusias. Terimakasih juga disampaikan pada para panitia yang telah membantu menyukseskan workshop ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bozanta, A., Coskun, M., Kutlu, B., & Ozturan, M. (2017). Relationship between stock market indices and Google Trends. *The Online Journal of Science and Technology*, 7(4), 150–154.
- Brodeur, A., Clark, A. E., Fleche, S., & Powdthavee, N. (2021). COVID-19, lockdowns and well-being: Evidence from Google Trends. *Journal of Public Economics*, 193, 104346. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2020.104346>
- Djakasaputra, A., & Jayanti, Y. A. (2024). Pelatihan Strategi Harga Pada UKM. *Journal of Sustainable Community Service*, 3(4). <https://doi.org/10.55047/jscs.v3i4.579>
- Faruque, M. O., Chowdhury, S. N., Rabbani, M. G., & Khan, N. A. (2024). Technology adoption and digital transformation in small businesses: Trends, challenges, and opportunities. *International Journal for Multidisciplinary Research (IJFMR)*, 6(5), 1–21.
- Godwin, G., Junaedi, S. R. P., Hardini, M., & Purnama, S. (2024). Inovasi Bisnis Digital untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM melalui Teknologi dan Adaptasi Digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 5(2), 41–47. <https://doi.org/10.34306/abdi.v5i2.1172>
- Kharis, S. A. A., Zili, A. H. A., Putri, A., & Robiansyah, A. (2023). Analisis Tren Minat Masyarakat Indonesia terhadap Artificial Intelligence dalam Menyongsong Society 5.0: Studi Menggunakan Google Trends. *G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan*, 7(4), 1345–1354. <https://doi.org/10.33379/gtech.v7i4.3091>
- Nichifor, E., Lixăndroiu, R. C., Maican, C. I., Sumedrea, S., Chițu, I. B., Tecău, A. S., & Brătucu, G. (2022). Unlocking the Entrepreneurial State of Mind for Digital Decade: SMEs and Digital Marketing. *Electronics*, 11(15), 2358. <https://doi.org/10.3390/electronics11152358>
- Reyhan, A., Achmad Fauzi, Leo Andri Yulius Caesar, Kusuma, A., Ervin, E., Rayvan, R., & Samuel, S. (2024). Dampak Tiktok Shop Terhadap Pedagang Pasar Tradisional atau UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 2(4), 391–403.

<https://doi.org/10.38035/jim.v2i4.456>

- Thamrin, M. H., Eriza, F., Nasution, F. A., Yusuf, M., & Indainanto, Y. I. (2023). Digital Marketing of Handicraft SMEs in Medan City: Learning Evaluation. *Studies in Media and Communication*, 11(6), 188. <https://doi.org/10.11114/smc.v11i6.5967>
- Utama, I. D. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Era Digital di Kota Bandung. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v7i1.3829>