KAMPUS AKADEMIK PUBLISING
Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi
Vol.3, No.6 November 2026
e-ISSN: 3047-6240, p-ISSN: 3047-6232, Hal 545-559
DOI : https://doi.org/10.61722/jemba.v3i6.3335

Optimasi *Google Business Profile* Sebagai Upaya Meningkatkan Visibilitas Digital Pada Usaha Genting Kanis Coffee

Niara Deswita[1*], Yeni Rachmawati[2]
[1]Program Studi Bisnis Digital, Politeknik LP3I Medan
[2]Program Studi Bisnis Digital, Politeknik LP3I Medan
*Penulis Korespondensi: 0212niaradeswita@gmail.com

Abstract. *The development of digital technology has changed the way people seek information about a business. One of the media that can be utilized to increase digital visibility is Google Business Profile. However, the Google Business Profile of Genting Kanis Coffee has not been utilized optimally, so the business information displayed is still incomplete. This study aims to determine how the optimization of Google Business Profile as an effort to increase digital visibility at Genting Kanis Coffee. The study uses a descriptive method with a qualitative approach. Data were obtained through observation, interviews, and documentation, then analyzed using thematic analysis through the process of grouping data based on the themes or aspects of optimization studied. The implementation of optimization was carried out through improving business categories, business descriptions, adding photos, products, posts, as well as facility and service information. The results showed a change in the performance of Google Business Profile after implementation, marked by an increase in the number of business profile interactions from 77 to 189, as well as an increase in the number of users who viewed the business profile from 194 to 426. These changes indicate that the optimization of Google Business Profile can support the increase of digital visibility of Genting Kanis Coffee through the presentation of business information that is more complete, accurate, and easily accessible to potential customers through Google Search and Google Maps. This study provides the implication that sustainable management of Google Business Profile is important to support the digital visibility of the business.*
Keywords: *Google Business Profile; Search Engine Optimization (SEO); Digital Visibility.*

Abstrak. Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mencari informasi mengenai suatu usaha. Salah satu media yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan visibilitas digital adalah *Google Business Profile*. Namun, *Google Business Profile* Genting Kanis Coffee belum dimanfaatkan secara optimal sehingga informasi bisnis yang ditampilkan masih belum lengkap. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana optimasi *Google Business Profile* sebagai upaya meningkatkan visibilitas digital pada Genting Kanis Coffee. Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik (*thematic analysis*) melalui proses pengelompokan data berdasarkan tema atau aspek optimasi yang diteliti. Implementasi optimasi dilakukan melalui penyempurnaan kategori usaha, deskripsi bisnis, penambahan foto, produk, posting, serta informasi fasilitas dan layanan. Hasil penelitian menunjukkan adanya perubahan pada performa *Google Business Profile* setelah implementasi dilakukan, ditandai dengan meningkatnya jumlah interaksi profil bisnis dari 77 menjadi 189, serta meningkatnya jumlah pengguna yang melihat profil bisnis dari 194 menjadi 426. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa optimasi *Google Business Profile* dapat mendukung peningkatan visibilitas digital Genting Kanis Coffee melalui penyajian informasi bisnis yang lebih lengkap, akurat, dan mudah diakses oleh calon pelanggan melalui *Google Search* maupun *Google Maps*. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa pengelolaan *Google Business Profile* secara berkelanjutan penting dilakukan untuk mendukung visibilitas digital usaha.
Kata kunci: *Google Business Profile; Search Engine Optimization (SEO);* Visibilitas Digital.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi mengenai suatu usaha. Kemudahan akses internet melalui berbagai perangkat

Naskah Masuk: 03 November 2026; Revisi: 04 November 2026; Diterima: 05 November 2026; Terbit: 10 November 2026

digital membuat masyarakat lebih mengandalkan mesin pencari untuk mengetahui lokasi usaha, jam operasional, produk, fasilitas, hingga ulasan pelanggan sebelum memutuskan untuk berkunjung. Perubahan perilaku tersebut menunjukkan bahwa keberadaan informasi usaha pada media digital menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi kemudahan calon pelanggan dalam menemukan dan mengenal suatu usaha. Kondisi ini mendorong pelaku usaha untuk menyediakan informasi bisnis yang lengkap, akurat, dan mudah diakses agar mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi digital. Dengan tersedianya informasi yang jelas dan mudah ditemukan, calon pelanggan dapat memperoleh gambaran mengenai suatu usaha sebelum melakukan kunjungan sehingga keberadaan usaha di ruang digital menjadi semakin penting.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *Google Business Profile* memiliki peran penting dalam meningkatkan visibilitas digital suatu usaha melalui penyajian informasi bisnis yang lengkap dan mudah diakses. Penelitian (Shiddieqy & Barkah, 2025) pada Glowmax Indonesia menunjukkan bahwa optimasi *Google Business Profile* mampu meningkatkan visibilitas online melalui pengelolaan profil bisnis yang lengkap, akurat, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Selanjutnya, penelitian (Husain, Robbo, Amri, & Maskar, 2023) pada UMKM Kerang Celebes menjelaskan bahwa pemanfaatan *Google Business Profile* membantu pelaku usaha menyampaikan informasi bisnis secara lebih efektif sehingga memudahkan calon pelanggan menemukan informasi usaha melalui *Google Search* dan *Google Maps*. Sementara itu, penelitian (Iskandar, 2025) pada UMKM di Kelurahan Kampung Baru, Kota Medan menyatakan bahwa optimasi *Google Business Profile* mampu mendukung daya saing digital UMKM melalui penyediaan informasi bisnis yang lebih baik.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, optimasi *Google Business Profile* dalam penelitian ini dilakukan melalui penerapan *Search Engine Optimization (SEO)*, seperti penyempurnaan deskripsi bisnis, penggunaan kata kunci pada produk dan posting, pemilihan kategori usaha, penambahan foto, pengelolaan ulasan pelanggan, serta penyempurnaan informasi bisnis. Menurut (Nugroho, 2024), SEO merupakan proses optimasi yang dilakukan secara berkelanjutan sehingga hasilnya tidak dapat diperoleh secara instan. Selain itu, perubahan informasi pada *Google Business Profile* juga memerlukan proses peninjauan oleh sistem Google sebelum ditampilkan kepada

pengguna. Oleh karena itu, hasil optimasi *Google Business Profile* umumnya terlihat secara bertahap seiring dengan proses optimasi yang dilakukan secara konsisten.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis, Genting Kanis Coffee telah memiliki *Google Business Profile*, namun pemanfaatan berbagai fitur yang tersedia masih belum dilakukan secara optimal. Hasil wawancara dengan pemilik usaha menunjukkan bahwa foto, menu, dan posting belum dikelola secara maksimal, sedangkan informasi mengenai fasilitas juga masih belum lengkap karena pengelolaan usaha lebih difokuskan pada kegiatan operasional. Pernyataan tersebut diperkuat oleh informan pendukung yang menyampaikan bahwa tampilan *Google Business Profile* masih sederhana dan belum sesuai dengan kondisi usaha saat ini. Kondisi tersebut menyebabkan informasi yang diterima calon pelanggan melalui *Google Search* dan *Google Maps* belum memberikan gambaran yang lengkap mengenai Genting Kanis Coffee sehingga berpengaruh terhadap visibilitas digital usaha. Padahal, Genting Kanis Coffee berada di Kawasan Wisata Pantan Terong, Kampung Ulu Nuih, Kecamatan Bebesen, Kabupaten Aceh Tengah, Aceh, yang banyak dikunjungi wisatawan. Berbagai penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa *Google Business Profile* mampu meningkatkan visibilitas digital pada berbagai jenis usaha. Namun, penelitian tersebut umumnya berfokus pada strategi, pendampingan, atau pemanfaatan *Google Business Profile* secara umum, sedangkan pembahasan mengenai penerapan optimasi setiap fitur *Google Business Profile* melalui SEO pada usaha kedai kopi di kawasan wisata masih belum banyak dibahas. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada optimasi fitur *Google Business Profile* yang meliputi deskripsi bisnis, kategori usaha, produk, posting, foto, ulasan pelanggan, serta informasi bisnis sebagai upaya meningkatkan visibilitas digital pada Genting Kanis Coffee. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "Optimasi *Google Business Profile* sebagai Upaya Meningkatkan Visibilitas Digital pada Usaha Genting Kanis Coffee."

2. KAJIAN TEORITIS

A. *Google Business Profile*

Google Business Profile merupakan layanan gratis yang disediakan oleh Google untuk membantu pelaku usaha menampilkan informasi bisnis secara digital sehingga lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan melalui *Google Search* dan *Google Maps*.

Melalui platform ini, pelaku usaha dapat menyajikan berbagai informasi penting, seperti nama usaha, alamat, nomor telepon, jam operasional, lokasi, foto, produk, situs web, serta ulasan pelanggan dalam satu profil bisnis yang mudah diakses.

Google Business Profile menyediakan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan pelaku usaha untuk menyampaikan informasi bisnis secara lengkap dan menarik. Fitur tersebut meliputi kategori usaha, deskripsi bisnis, produk, layanan, foto, posting, jam operasional, lokasi, informasi kontak, atribut usaha, hingga ulasan pelanggan. Kelengkapan setiap fitur memberikan gambaran mengenai kondisi usaha sehingga calon pelanggan dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan sebelum melakukan kunjungan atau transaksi. (Santoso, Faturahman, & Setiawati, 2026) menjelaskan bahwa pengelolaan fitur *Google Business Profile* secara optimal mampu meningkatkan kemudahan pencarian informasi usaha melalui *Google Search* dan *Google Maps*.

Dalam penerapannya, optimasi *Google Business Profile* dilakukan melalui implementasi *Search Engine Optimization (SEO)* sebagai teknik untuk meningkatkan kualitas informasi bisnis agar lebih mudah ditemukan pada mesin pencari. Implementasi tersebut dilakukan melalui penggunaan kata kunci yang relevan pada deskripsi bisnis, nama dan deskripsi produk, posting, pemilihan kategori usaha yang sesuai, penambahan foto berkualitas, pengelolaan ulasan pelanggan, serta pembaruan informasi bisnis secara berkala. Menurut (Nugroho, 2024), SEO merupakan proses optimasi yang dilakukan secara berkelanjutan sehingga hasilnya tidak dapat diperoleh secara instan.

B. Visibilitas Digital

Visibilitas digital merupakan tingkat kemudahan suatu usaha ditemukan oleh masyarakat melalui media digital, khususnya mesin pencari dan platform berbasis internet. Semakin tinggi visibilitas digital suatu usaha, semakin besar peluang usaha tersebut ditemukan oleh calon pelanggan ketika melakukan pencarian menggunakan kata kunci yang relevan. Dalam konteks penelitian ini, visibilitas digital tidak hanya berkaitan dengan keberadaan suatu usaha di internet, tetapi juga berkaitan dengan kemudahan pengguna memperoleh informasi usaha yang lengkap, akurat, dan relevan melalui *Google Search* maupun *Google Maps*.

Visibilitas digital dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kelengkapan informasi bisnis, penggunaan kata kunci yang relevan, pemilihan kategori usaha yang sesuai, kualitas foto, aktivitas posting, serta ulasan pelanggan. Faktor-faktor tersebut

merupakan bagian dari fitur *Google Business Profile* yang dapat dioptimalkan oleh pelaku usaha. (Santoso et al., 2026) menjelaskan bahwa pengelolaan fitur *Google Business Profile* secara optimal mampu meningkatkan kemudahan pencarian informasi usaha pada *Google Search* dan *Google Maps*. Peningkatan visibilitas digital juga dipengaruhi oleh penerapan *Search Engine Optimization (SEO)* sebagai teknik optimasi informasi digital. Menurut (Nugroho, 2024), SEO merupakan proses optimasi yang dilakukan secara berkelanjutan agar informasi lebih mudah ditemukan melalui mesin pencari.

C. *Search Engine Optimization (SEO)*

Search Engine Optimization (SEO) merupakan serangkaian teknik optimasi yang bertujuan meningkatkan peluang suatu informasi agar lebih mudah ditemukan pada mesin pencari berdasarkan kata kunci (*keyword*) yang digunakan oleh pengguna. Menurut (Nugroho, 2024), SEO dilakukan melalui berbagai strategi optimasi, seperti pemilihan kata kunci, penyusunan konten yang relevan, serta pengelolaan berbagai elemen pendukung agar informasi memiliki peluang lebih besar muncul pada hasil pencarian.

Penerapan SEO pada *Google Business Profile* dilakukan dengan mengoptimalkan berbagai informasi yang terdapat pada profil bisnis. Implementasi tersebut meliputi penggunaan kata kunci (*keyword*) pada deskripsi bisnis, nama dan deskripsi produk, pembuatan posting, pemilihan kategori usaha yang sesuai, penambahan foto, pengelolaan ulasan pelanggan, serta penyempurnaan informasi bisnis. Penerapan kata kunci yang relevan pada setiap elemen tersebut bertujuan membantu mesin pencari memahami informasi yang ditampilkan sehingga profil bisnis memiliki peluang lebih besar muncul pada hasil pencarian yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Selain penggunaan kata kunci, konsistensi dalam memperbarui informasi juga menjadi bagian penting dalam penerapan SEO. Pembaruan deskripsi bisnis, penambahan produk, pembuatan posting secara berkala, penambahan foto terbaru, serta pengelolaan ulasan pelanggan merupakan bentuk optimasi yang dapat menjaga relevansi informasi bisnis. Penerapan SEO merupakan proses optimasi yang dilakukan secara berkelanjutan sehingga hasilnya tidak dapat diperoleh secara instan. Menurut (Nugroho, 2024), optimasi pada mesin pencari memerlukan proses yang dilakukan secara konsisten melalui penyempurnaan berbagai elemen informasi agar memberikan hasil yang optimal.

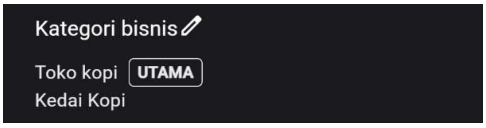
3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada Genting Kanis Coffee pada Januari 2026 sampai dengan Juli 2026. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, sedangkan sumber data diperoleh dari data internal dan data eksternal. Dalam penelitian ini, data primer meliputi informasi mengenai kondisi awal *Google Business Profile*, proses optimasi yang dilakukan, serta hasil implementasi yang diperoleh selama penelitian. Adapun data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dokumentasi *Google Business Profile*, dokumentasi resmi *Google Business Profile Help*, serta dokumen lain yang berkaitan dengan *Google Business Profile*, *Search Engine Optimization* (SEO), dan visibilitas digital. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tematik (*thematic analysis*) yang dilakukan mellaui lima tahapan, yaitu mengumpulkan dan memahami data, mengklasifikasi dan mengelompokkan data, menganalisis data berdasarkan tema, menginterpretasikan dan menyajikan hasil analisis, serta menarik kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kategori Sesudah Dilakukan Optimasi

Setelah dilakukan implementasi optimasi *Google Business Profile*, hasil observasi menunjukkan bahwa kategori usaha Genting Kanis Coffee tetap menggunakan kategori Toko Kopi. Hal ini menunjukkan bahwa kategori usaha yang digunakan sejak awal telah sesuai dengan karakteristik usaha sehingga implementasi tidak dilakukan melalui perubahan kategori, melainkan difokuskan pada penyempurnaan fitur-fitur lain yang masih memerlukan optimasi.



Gambar 1 Kategori Sesudah Dilakukan Optimasi

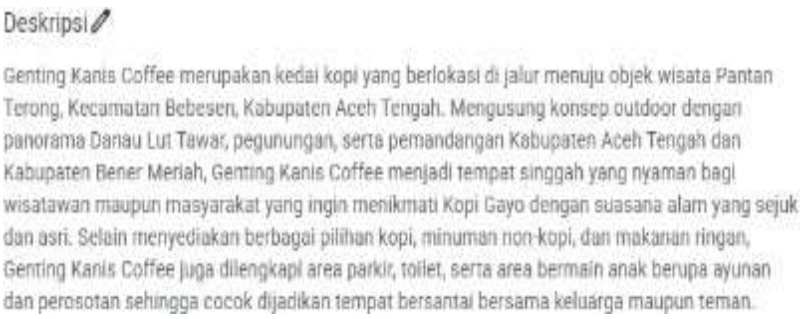
Berdasarkan Gambar di atas, kategori usaha tetap menggunakan kategori Toko Kopi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa implementasi optimasi *Google Business Profile* tidak selalu dilakukan melalui perubahan pada setiap fitur, tetapi juga melalui evaluasi terhadap komponen yang telah sesuai dengan kondisi usaha. (Shankar, Nair, &

Sharma, 2025) menyatakan bahwa *Google Business Profile* membantu usaha lebih mudah ditemukan melalui penyajian informasi bisnis yang lengkap dan selalu diperbarui. Selain itu, (Iskandar, 2025) menjelaskan bahwa optimasi *Google Business Profile* dilakukan dengan memastikan setiap informasi yang ditampilkan sesuai dengan karakteristik usaha sehingga mampu meningkatkan visibilitas digital suatu usaha.

Berdasarkan hasil observasi dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kategori usaha Toko Kopi telah sesuai dengan karakteristik Genting Kanis Coffee sehingga tidak diperlukan perubahan pada komponen tersebut. Oleh karena itu, implementasi optimasi difokuskan pada fitur *Google Business Profile* lainnya yang masih memerlukan penyempurnaan.

B. Deskripsi Bisnis Setelah Dilakukan Implementasi

Setelah dilakukan implementasi optimasi *Google Business Profile*, hasil observasi menunjukkan bahwa deskripsi bisnis Genting Kanis Coffee telah mengalami penyempurnaan dibandingkan kondisi sebelumnya. Deskripsi bisnis tidak lagi hanya memuat informasi dasar, tetapi telah menjelaskan lokasi usaha yang berada di jalur menuju objek wisata Pantan Terong, Kecamatan Bebesen, Kabupaten Aceh Tengah, konsep usaha *outdoor*, panorama Danau Lut Tawar, pegunungan, serta pemandangan Kabupaten Aceh Tengah dan Kabupaten Bener Meriah sebagai daya tarik utama usaha. Selain itu, deskripsi juga telah memuat informasi mengenai produk yang ditawarkan, fasilitas yang tersedia, serta menggunakan kata kunci (*keyword*) yang relevan, seperti Kopi Gayo, Pantan Terong, Takengon, dan Danau Lut Tawar sehingga informasi yang disajikan menjadi lebih lengkap dan informatif.


Deskripsi

Genting Kanis Coffee merupakan kedai kopi yang berlokasi di jalur menuju objek wisata Pantan Terong, Kecamatan Bebesen, Kabupaten Aceh Tengah. Mengusung konsep outdoor dengan panorama Danau Lut Tawar, pegunungan, serta pemandangan Kabupaten Aceh Tengah dan Kabupaten Bener Meriah, Genting Kanis Coffee menjadi tempat singgah yang nyaman bagi wisatawan maupun masyarakat yang ingin menikmati Kopi Gayo dengan suasana alam yang sejuk dan asri. Selain menyediakan berbagai pilihan kopi, minuman non-kopi, dan makanan ringan, Genting Kanis Coffee juga dilengkapi area parkir, toilet, serta area bermain anak berupa ayunan dan perosotan sehingga cocok dijadikan tempat bersantai bersama keluarga maupun teman.

Gambar 2 Deskripsi Bisnis Setelah Dilakukan Implementasi

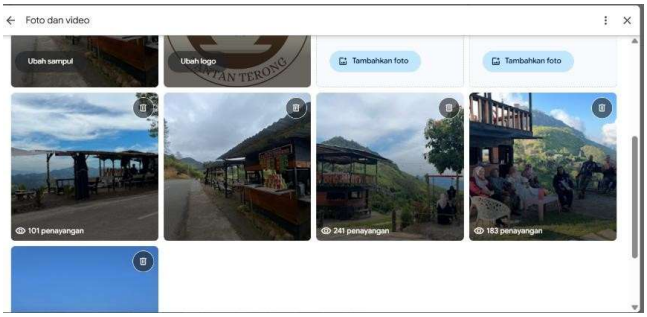
Berdasarkan Gambar di atas, deskripsi bisnis setelah implementasi memberikan informasi yang lebih rinci mengenai identitas dan karakteristik Genting Kanis Coffee. Kondisi tersebut sejalan dengan (Nugroho, 2024) yang menyatakan bahwa penerapan

SEO dilakukan melalui penyusunan informasi yang relevan dan penggunaan kata kunci yang sesuai agar informasi lebih mudah ditemukan melalui mesin pencari. Selain itu, (R. Rakasiwi, Harahap, & Harahap, 2025) menjelaskan bahwa optimasi kata kunci dan kualitas informasi merupakan bagian dari strategi SEO yang dapat mendukung peningkatan visibilitas digital suatu usaha. Dengan demikian, penyempurnaan deskripsi bisnis tidak hanya meningkatkan kelengkapan informasi, tetapi juga mendukung upaya optimasi *Google Business Profile* agar lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan melalui *Google Search* dan *Google Maps*.

Berdasarkan hasil observasi dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa implementasi optimasi pada deskripsi bisnis berhasil meningkatkan kualitas informasi yang ditampilkan pada *Google Business Profile* Genting Kanis Coffee. Deskripsi bisnis setelah implementasi menjadi lebih lengkap, informatif, serta lebih mencerminkan karakteristik usaha dibandingkan sebelum dilakukan optimasi.

C. Foto Setelah Dilakukan Implementasi

Setelah dilakukan implementasi optimasi *Google Business Profile*, hasil observasi menunjukkan adanya penambahan dokumentasi yang diunggah oleh pemilik usaha. Sebelum implementasi hanya terdapat satu foto yang diunggah oleh pemilik usaha, sedangkan setelah implementasi jumlah foto yang diunggah oleh pemilik usaha meningkat menjadi tujuh foto. Foto-foto tersebut menampilkan suasana Genting Kanis Coffee, area tempat duduk, berbagai produk yang dijual, fasilitas usaha, serta panorama di sekitar lokasi usaha sehingga informasi visual yang disampaikan kepada calon pelanggan menjadi lebih lengkap. Sementara itu, dokumentasi yang berasal dari pelanggan berupa satu foto ulasan dan satu video ulasan tetap tersedia pada *Google Business Profile*.



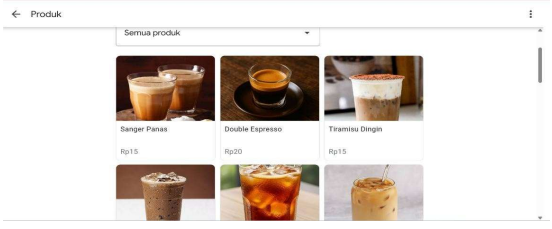
Gambar 3 Foto Setelah Dilakukan Implementasi

Berdasarkan Gambar di atas, dokumentasi visual pada *Google Business Profile* menjadi lebih lengkap dibandingkan sebelum dilakukan implementasi. Penambahan foto yang dilakukan oleh pemilik usaha memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi aktual Genting Kanis Coffee, mulai dari suasana tempat, produk, fasilitas, hingga panorama di sekitar lokasi usaha. Kondisi tersebut sejalan dengan (Meliyanti, 2025) yang menyatakan bahwa pengunggahan foto pada *Google Business Profile* dapat meningkatkan visibilitas usaha, memperluas akses informasi, serta memperkuat citra profesional usaha. Selain itu, (Yuningsih, Firdaus, Febrian, & Julianti, 2025) menjelaskan bahwa pengelolaan fitur foto secara konsisten mampu meningkatkan interaksi pelanggan dan memperkuat *brand awareness* suatu usaha. Dengan demikian, penambahan foto pada *Google Business Profile* membantu calon pelanggan memperoleh informasi visual yang lebih lengkap sebelum memutuskan untuk berkunjung.

Berdasarkan hasil observasi dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa implementasi penambahan foto berhasil meningkatkan kelengkapan informasi visual pada *Google Business Profile* Genting Kanis Coffee. Peningkatan jumlah foto yang diunggah oleh pemilik usaha dari satu foto menjadi tujuh foto menjadikan profil bisnis lebih informatif serta mampu memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai kondisi usaha kepada calon pelanggan.

D. Produk Setelah Dilakukan Implementasi

Setelah dilakukan implementasi optimasi *Google Business Profile*, hasil observasi menunjukkan bahwa fitur produk telah dimanfaatkan dengan menambahkan seluruh menu yang tersedia di Genting Kanis Coffee. Setiap produk dilengkapi dengan nama produk, deskripsi singkat, serta dokumentasi foto sehingga informasi yang ditampilkan menjadi lebih lengkap. Selain itu, penyusunan nama dan deskripsi produk menggunakan kata kunci (*keyword*) yang relevan, seperti Kopi Gayo, kopi, minuman, dan nama-nama menu yang tersedia di Genting Kanis Coffee sehingga informasi produk menjadi lebih jelas dan mudah dipahami oleh calon pelanggan.



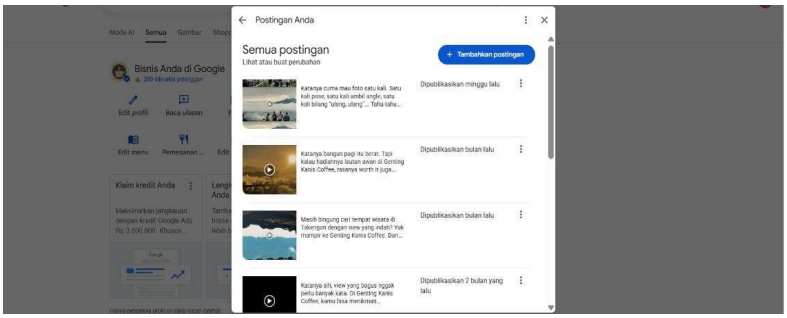
Gambar 4 Produk Setelah Dilakukan Implementasi

Berdasarkan Gambar di atas, fitur produk telah menampilkan seluruh menu yang tersedia di Genting Kanis Coffee. Kondisi tersebut sejalan dengan (Nugroho, 2024) yang menyatakan bahwa penerapan *Search Engine Optimization (SEO)* dilakukan melalui penyusunan informasi yang relevan dan penggunaan kata kunci agar informasi lebih mudah ditemukan pada mesin pencari. Selain itu, (Meliyanti, 2025) menjelaskan bahwa pemanfaatan fitur *Google Business Profile*, termasuk penyajian informasi produk yang lengkap, mampu meningkatkan visibilitas usaha dan memudahkan calon pelanggan memperoleh informasi mengenai produk yang ditawarkan. Dengan demikian, implementasi pada fitur produk memberikan informasi yang lebih lengkap serta mendukung optimasi *Google Business Profile* Genting Kanis Coffee.

Berdasarkan hasil observasi dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa implementasi pada fitur produk berhasil meningkatkan kelengkapan informasi pada *Google Business Profile* Genting Kanis Coffee. Penambahan seluruh menu beserta nama produk, deskripsi singkat, dan dokumentasi foto memberikan kemudahan bagi calon pelanggan untuk mengetahui produk yang tersedia sebelum melakukan kunjungan.

E. Posting Setelah Dilakukan Implementasi

Setelah dilakukan implementasi optimasi *Google Business Profile*, hasil observasi menunjukkan bahwa fitur posting telah dimanfaatkan dengan membuat dan mengunggah posting secara bertahap selama proses penelitian. Posting yang dibuat berisi informasi mengenai produk, suasana Genting Kanis Coffee, serta informasi lain yang berkaitan dengan usaha. Setiap posting disusun menggunakan kalimat yang informatif dan memuat kata kunci (*keyword*) yang relevan, seperti Kopi Gayo, Pantan Terong, Takengon, dan Danau Lut Tawar, sehingga informasi yang disampaikan menjadi lebih lengkap dan mendukung pencarian melalui *Google Search* maupun *Google Maps*.



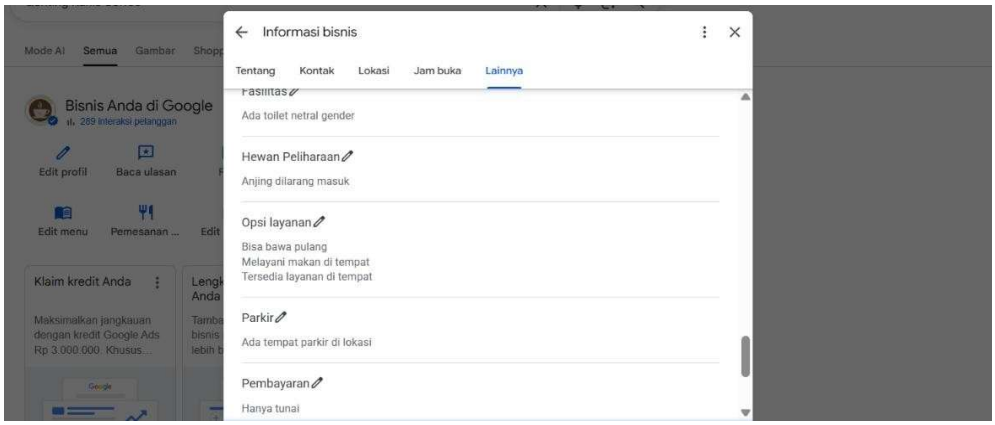
Gambar 5 Posting Setelah Dilakukan Implementasi

Berdasarkan Gambar di atas, fitur posting telah menampilkan berbagai informasi mengenai Genting Kanis Coffee yang sebelumnya belum tersedia. Kondisi tersebut sejalan dengan (Nugroho, 2024) yang menjelaskan bahwa penerapan *Search Engine Optimization (SEO)* dilakukan melalui penyusunan konten yang relevan dan penggunaan kata kunci agar informasi lebih mudah ditemukan oleh mesin pencari. Selain itu, (Shiddieqy & Barkah, 2025) menyatakan bahwa pembaruan informasi bisnis secara konsisten merupakan salah satu upaya optimasi *Google Business Profile* yang dapat mendukung peningkatan visibilitas online. Dengan demikian, pembuatan posting secara berkala menjadikan informasi pada *Google Business Profile* lebih aktual dan informatif bagi calon pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa implementasi pada fitur posting berhasil meningkatkan penyajian informasi pada *Google Business Profile* Genting Kanis Coffee. Pembuatan posting secara bertahap selama proses penelitian menjadikan profil bisnis lebih aktif serta memberikan informasi terbaru mengenai usaha kepada calon pelanggan.

F. Informasi Fasilitas dan Layanan Setelah Dilakukan Implementasi

Setelah dilakukan implementasi optimasi *Google Business Profile*, hasil observasi menunjukkan bahwa informasi mengenai fasilitas dan layanan telah disesuaikan dengan kondisi sebenarnya di Genting Kanis Coffee. Informasi yang ditampilkan meliputi berbagai fasilitas serta layanan yang tersedia bagi pelanggan sehingga profil bisnis memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai kondisi usaha. Penyempurnaan informasi tersebut menjadikan *Google Business Profile* lebih informatif dan memudahkan calon pelanggan memperoleh informasi sebelum berkunjung.



Gambar 6 Informasi Fasilitas dan Layanan Setelah Dilakukan Implementasi

Berdasarkan Gambar di atas, informasi fasilitas dan layanan yang ditampilkan pada *Google Business Profile* menjadi lebih lengkap dibandingkan sebelum dilakukan implementasi. Kondisi tersebut sejalan dengan (Santoso et al., 2026) yang menyatakan bahwa pengelolaan *Google Business Profile* secara optimal dapat meningkatkan kemudahan pelanggan dalam memperoleh informasi mengenai suatu usaha. Selain itu, (Meliyanti, 2025) menjelaskan bahwa kelengkapan informasi pada *Google Business Profile* dapat meningkatkan kualitas profil bisnis sehingga informasi yang dibutuhkan pelanggan menjadi lebih mudah diakses. Dengan demikian, optimasi informasi fasilitas dan layanan mendukung fungsi *Google Business Profile* sebagai media informasi digital yang memberikan informasi usaha secara lebih lengkap dan akurat kepada calon pelanggan.

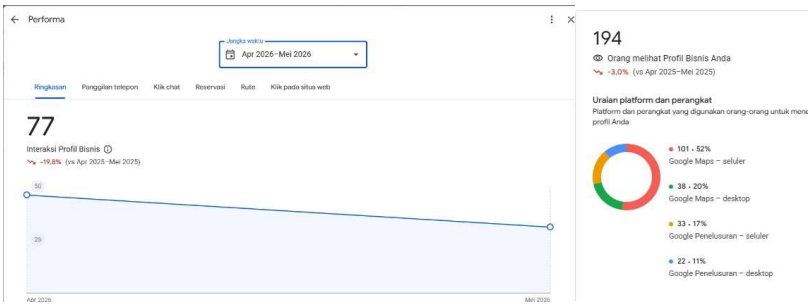
Berdasarkan hasil observasi dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa implementasi optimasi informasi fasilitas dan layanan berhasil meningkatkan kelengkapan informasi pada *Google Business Profile* Genting Kanis Coffee. Informasi yang lebih lengkap memudahkan calon pelanggan mengetahui fasilitas dan layanan yang tersedia sehingga profil bisnis menjadi lebih informatif dibandingkan sebelum dilakukan optimasi.

G. Hasil Implementasi dan Pembahasan

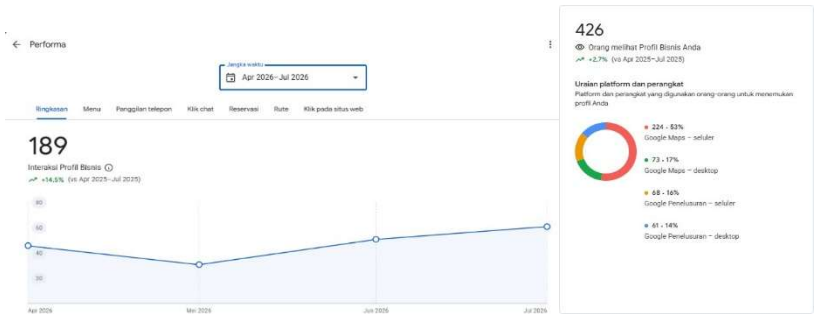
Berdasarkan implementasi yang telah dilakukan, *Google Business Profile* Genting Kanis Coffee mengalami pembaruan pada beberapa komponen profil bisnis, meliputi evaluasi kategori usaha, penyempurnaan deskripsi bisnis, penambahan foto, penambahan produk, pembuatan posting, serta optimasi informasi fasilitas dan layanan. Implementasi tersebut dilakukan untuk menyajikan informasi usaha yang lebih lengkap, akurat, dan sesuai dengan kondisi sebenarnya sehingga memudahkan calon pelanggan memperoleh informasi melalui *Google Search* maupun *Google Maps*.

Tabel 1 Perbandingan Performa *Google Business Profile* Sebelum dan Sesudah Implementasi

Indikator	Sebelum Implementasi (April–Mei 2026)	Sesudah Implementasi (April–Juli 2026)	Selisih
Interaksi Profil Bisnis	77	189	+112
Orang Melihat Profil Bisnis	194	426	+232



Gambar 7 Performa *Google Business Profile* Sebelum Implementasi (April–Mei 2026)



Gambar 8 Performa *Google Business Profile* Setelah Implementasi (April–Juli 2026)

Berdasarkan Tabel serta Gambar di atas, terlihat adanya perubahan pada performa *Google Business Profile* Genting Kanis Coffee setelah dilakukan implementasi optimasi. Jumlah interaksi profil bisnis bertambah dari 77 interaksi menjadi 189 interaksi, sehingga terjadi penambahan sebanyak 112 interaksi. Selain itu, jumlah pengguna yang melihat profil bisnis juga bertambah dari 194 pengguna menjadi 426 pengguna, sehingga mengalami penambahan sebanyak 232 pengguna.

Perubahan tersebut menunjukkan adanya perubahan positif pada visibilitas digital Genting Kanis Coffee setelah dilakukan implementasi optimasi *Google Business Profile*. Perubahan tersebut didukung oleh penyempurnaan berbagai komponen profil bisnis, seperti pembaruan deskripsi bisnis, penambahan foto, penambahan produk, pembuatan posting secara bertahap, serta penyempurnaan informasi fasilitas dan layanan. Kelengkapan informasi tersebut memberikan kemudahan bagi calon pelanggan dalam memperoleh informasi mengenai usaha sebelum melakukan kunjungan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *Google Business Profile* yang menyatakan bahwa *Google Business Profile* berfungsi sebagai media penyedia informasi bisnis yang membantu pelanggan memperoleh informasi mengenai identitas usaha, lokasi, produk, layanan, dan aktivitas bisnis melalui *Google Search* maupun *Google Maps*. Semakin lengkap informasi yang ditampilkan pada profil bisnis, semakin besar peluang pengguna

menemukan dan berinteraksi dengan profil usaha sehingga dapat mendukung visibilitas digital.

optimasi yang dilakukan pada penelitian ini juga merupakan salah satu bentuk penerapan *Search Engine Optimization (SEO)*, yaitu melalui penggunaan kata kunci pada deskripsi bisnis, produk, dan posting. Menurut (Nugroho, 2024)**,** SEO merupakan proses optimasi yang dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan agar informasi yang dipublikasikan dapat dikenali dan diproses oleh mesin pencari. Oleh karena itu, perubahan performa yang terlihat pada *Google Business Profile* menunjukkan bahwa implementasi yang dilakukan mulai memberikan perubahan terhadap visibilitas digital, meskipun hasil optimasi secara maksimal memerlukan waktu dan pengelolaan yang berkelanjutan.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa optimasi *Google Business Profile* melalui penyempurnaan informasi bisnis dapat mendukung visibilitas digital suatu usaha. Pada penelitian ini, perubahan tersebut ditunjukkan melalui bertambahnya interaksi profil bisnis dari 77 menjadi 189 interaksi atau bertambah sebanyak 112 interaksi dan meningkatnya jumlah pengguna yang melihat profil bisnis dari 194 menjadi 426 pengguna atau bertambah sebanyak 232 pengguna setelah implementasi dilakukan. Meskipun demikian, penelitian ini tidak mengukur perubahan peringkat pencarian maupun peningkatan penjualan, melainkan berfokus pada implementasi optimasi *Google Business Profile* sebagai upaya meningkatkan visibilitas digital Genting Kanis Coffee.

Berdasarkan hasil implementasi dan pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa optimasi *Google Business Profile* menunjukkan adanya perubahan positif pada visibilitas digital Genting Kanis Coffee melalui penyajian informasi bisnis yang lebih lengkap, akurat, dan relevan. Hal tersebut ditunjukkan dengan bertambahnya jumlah interaksi profil bisnis dan jumlah pengguna yang melihat profil bisnis setelah implementasi dilakukan. Meskipun proses SEO memerlukan waktu untuk memberikan hasil yang optimal, implementasi yang dilakukan telah menunjukkan perubahan pada performa *Google Business Profile* sebagai salah satu upaya meningkatkan visibilitas digital Genting Kanis Coffee.

5. KESIMPULAN

Optimasi *Google Business Profile* berperan sebagai upaya meningkatkan visibilitas digital pada Genting Kanis Coffee melalui penyempurnaan informasi bisnis, meliputi deskripsi bisnis, foto, produk, posting, serta informasi fasilitas dan layanan sehingga informasi usaha menjadi lebih lengkap, akurat, dan mudah diakses melalui *Google Search* maupun *Google Maps*. Hasil implementasi menunjukkan adanya perubahan pada performa *Google Business Profile*, yaitu jumlah interaksi profil bisnis meningkat dari 77 menjadi 189 interaksi dan jumlah pengguna yang melihat profil bisnis meningkat dari 194 menjadi 426 pengguna. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa implementasi optimasi *Google Business Profile* dapat mendukung peningkatan visibilitas digital Genting Kanis Coffee.

DAFTAR REFERENSI

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

Iskandar, I. (2025). Strategi Optimalisasi Google My Business (GMB) dalam Meningkatkan Daya Saing Digital UMKM di Kelurahan Kampung Baru Kota Medan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, *8*(1), 197–205. https://doi.org/10.37481/sjr.v8i1.1028

Meliyanti, F. (2025). *Pemanfaatan Google Business Profile Untuk Meningkatkan Akses UMKM Snack Dan Cemilan Nda Gemoy*. *4*(2), 188–195. https://doi.org/10.36448/jpmtb.v4i2.161

Nugroho, F. (2024). *Buku Ajar Teori SEO untuk Peningkatan Visibilitas di Mesin Pencari*.

R. Rakasiwi, N. H., Harahap, & Harahap, L. (2025). *Optimalisasi Strategi SEO Berbasis Website untuk Meningkatkan Visibilitas Digital UMKM Lokal*. *1*, 94–101.

Santoso, N. P. L., Faturahman, A., & Setiawati, S. (2026). *Implementasi SEO Lokal pada Google Maps untuk Peningkatan Konversi Footfall Bisnis Toko Bangunan*. *6*(2), 186–198.

Shankar, P., Nair, R. R., & Sharma, B. (2025). A STUDY ON THE IMPACT OF GOOGLE BUSINESS PROFILE ON BUSINESS SUCCESS. *ShodhVichar: Journal of Media and Mass Communication*, *1*(1), 73–85. https://doi.org/10.29121/ShodhVichar.v1.i1.2025.55

Shiddieqy, F. A. A., & Barkah, C. S. (2025). Strategi Optimalisasi Google Profile Business dalam Meningkatkan Visibilitas Online Glowmax. *MANABIS: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *4*(2), 233–244. https://doi.org/10.54259/manabis.v4i2.5359

Yuningsih, Y., Firdaus, L., Febrian, A., & Julianti, D. (2025). Boosting Online Visibility and Brand Awareness for Tarahan Village MSMEs via Google Business Profile and Hands-On Digital Literacy Support. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *10*(4), 1139–1151. https://doi.org/10.36312/8cd5v625