

Pendampingan Pendaftaran Lokasi Usaha pada Google Maps dan Penguatan Branding bagi Pelaku UMKM di Desa Mangkai Baru

Bima Hardi^{1*}, Anshari Putra², Anita Ramadona³, Tarida Ilham Manurung⁴, Hardiansyah Putra⁵, Desta Akasta⁶

^{1,2,3,4,5,6} Fakultas Ekonomi, Universitas Asahan, Jl. Jend. A. Yani, Kisaran Naga, Kec. Kota Kisaran Timur, Kisaran, Sumatera Utara

E-mail: bimahardi0801@gmail.com

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7481>

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 09 Jul 2026

Revised: 15 Jul 2026

Accepted: 21 Jul 2026

Kata Kunci:

Google Maps,
Penguatan Branding,
UMKM, Digital
Marketing, Ekonomi
Berkelanjutan.

Keywords:

Google Maps, Brand
Strengthening, MSMEs,
Digital Marketing,
Sustainable Economy.

ABSTRACT

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk mengoptimalkan potensi desa melalui pengembangan ekonomi berkelanjutan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Mangkai Baru, Kecamatan Lima Puluh, Kabupaten Batu Bara. Analisis situasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan metode pemasaran konvensional dan memiliki keterbatasan literasi digital, sehingga lokasi usaha mereka sulit ditemukan oleh konsumen di luar daerah dan visualisasi produk kurang memiliki daya saing. Metode pelaksanaan kegiatan ini didasarkan pada pendekatan partisipatif yang meliputi sosialisasi, pelatihan teknis, serta pendampingan langsung (door-to-door) selama 13 hari. Luaran dari program ini mencakup pendaftaran 16 lokasi usaha baru pada platform Google Maps, pembuatan situs web sederhana, pemanfaatan media sosial serta e-commerce marketplace, dan modernisasi identitas merek (branding) melalui pembuatan logo usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman literasi digital pelaku usaha secara signifikan, perluasan visibilitas digital (digital presence), serta penguatan daya tarik visual produk. Melalui digitalisasi ini, diharapkan UMKM di Desa Mangkai Baru mampu memperluas jaringan pasar, membangun kepercayaan konsumen, dan berkontribusi secara nyata terhadap penguatan ekonomi daerah yang berkelanjutan.

This Community Service (PkM) activity aims to optimize village potential through sustainable economic development for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Mangkai Baru Village, Lima Puluh District, Batu Bara Regency. The initial situation analysis revealed that most MSMEs still rely on conventional marketing methods and suffer from limited digital literacy, making their business locations difficult to find by consumers outside the region and their product visualization lacks competitiveness. The implementation method was based on a participatory approach including socialization, technical training, and direct door-to-door mentoring over 13 days. The outputs of this program include the registration of 16 new business locations on the Google Maps platform, creation of simple websites, utilization of social media and e-commerce marketplaces, and modernization of brand identity through logo creation. The results showed a significant increase in the digital literacy of business actors, expansion of digital presence, and enhancement of the products' visual appeal. Through this digital transformation, it is expected that MSMEs in Mangkai Baru Village can expand their market networks, build consumer trust, and contribute significantly to sustainable local economic reinforcement.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.



How to Cite: Bima Hardi, et al. (2026), Pendampingan Pendaftaran Lokasi Usaha pada Google Maps dan Penguatan Branding bagi Pelaku UMKM di Desa Mangkai Baru, 5(1). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7481>

PENDAHULUAN

Pengabdian kepada Masyarakat merupakan salah satu pilar utama Tri Dharma Perguruan Tinggi yang mengintegrasikan kegiatan pendidikan dan penelitian ke dalam praktik nyata di lapangan. Melalui kegiatan ini, dosen dan mahasiswa diberikan kesempatan untuk merealisasikan kemampuan akademik mereka secara langsung dengan mengaitkan dunia akademik dengan dunia praktik bagi pemecahan berbagai permasalahan ekonomi dan sosial yang dihadapi oleh masyarakat. Implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEKS) di luar lingkungan kampus diharapkan dapat mendorong empati mahasiswa serta memberikan kontribusi positif dalam memberdayakan masyarakat agar mampu menolong diri mereka sendiri menuju kemandirian ekonomi.

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Mangkai Baru, Kecamatan Lima Puluh, Kabupaten Batu Bara memiliki potensi yang sangat besar dalam menggerakkan roda perekonomian masyarakat lokal. Potensi ini mendominasi sektor makanan, minuman, serta hasil olahan kearifan lokal yang berpeluang besar untuk dijadikan produk unggulan daerah. Namun demikian, berdasarkan hasil observasi awal dan analisis situasi yang dilakukan oleh tim pengabdian, ditemukan kesenjangan digital (digital divide) yang cukup signifikan antara wilayah pedesaan dan perkotaan. Sebagian besar pelaku UMKM di Desa Mangkai Baru masih sangat mengandalkan sistem pemasaran tradisional (konvensional) dari mulut ke mulut (word of mouth) tanpa memanfaatkan perkembangan teknologi digital secara optimal. Hal ini menyebabkan jangkauan pasar mereka terbatas dan kurang dikenal di luar wilayah setempat.

Menurut Prasetyo (2020, p.150), UMKM yang mampu beradaptasi dengan transformasi digital memiliki peluang untuk meningkatkan omzet penjualan hingga dua kali lipat dibandingkan dengan UMKM yang belum terdigitalisasi. Permasalahan digitalisasi yang dihadapi oleh mitra di Desa Mangkai Baru mencakup minimnya tingkat literasi digital, keterbatasan fasilitas penunjang teknologi, serta rendahnya kesadaran akan pentingnya kehadiran digital (digital presence). Akibatnya, konsumen dari luar daerah sering kali mengalami kesulitan untuk menemukan lokasi fisik usaha atau mengenali produk-produk unggulan lokal. Selain itu, aspek identitas visual produk atau branding masih sangat sederhana dan desain kemasan produk masih sederhana sehingga tidak mencerminkan kualitas produk yang baik serta kurang mampu menarik minat beli masyarakat yang lebih luas. Berdasarkan pandangan Kotler dan Keller (2016, p.322), branding yang efektif memegang peranan krusial dalam meningkatkan nilai persepsi konsumen serta menciptakan loyalitas pelanggan jangka panjang.

Melihat kondisi tersebut, Tim Pengabdian Masyarakat Fakultas Ekonomi Universitas Asahan melaksanakan program pendampingan yang adaptif dan strategis dengan tema “Optimalisasi Potensi Desa Melalui Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan”. Program difokuskan pada dua solusi utama, yaitu pendampingan pendaftaran lokasi usaha pada platform Google Maps serta penguatan identitas merek (branding) pelaku UMKM. Melalui pendekatan berbasis pendampingan teknis ini, diharapkan para pelaku UMKM di Desa Mangkai Baru dapat keluar dari keterbatasan pasar tradisional, memperluas jaringan pemasaran digital, membangun kepercayaan konsumen, dan meningkatkan pendapatan usaha mereka secara berkelanjutan.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan selama 13 hari, terhitung mulai tanggal 17 September sampai dengan 30 September 2025. Lokasi pelaksanaan pengabdian dipusatkan di Dusun V, Desa Mangkai Baru, Kecamatan Lima Puluh, Kabupaten Batu Bara. Mitra sasaran dari kegiatan ini adalah para pelaku UMKM yang berada di lingkungan administratif Desa Mangkai Baru, yang secara keseluruhan terdiri dari 7 dusun dengan pusat pemerintahan desa di Dusun II. Secara geografis, Desa Mangkai Baru memiliki luas pemukiman sekitar 473,5 hektar dan berjarak kurang lebih 10 km dari ibu kota kecamatan/kabupaten dengan batas wilayah utara berbatasan dengan Desa Sumber Makmur, selatan berbatasan dengan Desa Mangkai Lama, timur berbatasan dengan Desa Simodong dan Sumber Padi, serta barat berbatasan dengan Kabupaten Simalungun.

Pendekatan yang diterapkan dalam program pengabdian ini adalah metode partisipatif aktif (Participatory Action Service) dengan tahapan pelaksanaan sebagai berikut.

1. Tahap Observasi dan Analisis Situasi. Melakukan survei lapangan, wawancara mendalam dengan perangkat desa (Kepala Desa Ibu Sugiyanti beserta jajaran kepala dusun), serta diskusi kelompok

terfokus dengan pelaku UMKM setempat untuk memetakan jenis usaha, kendala operasional, dan tingkat literasi digital mereka.

2. Tahap Sosialisasi dan Edukasi. Menyelenggarakan forum sosialisasi bersama yang bertempat di Aula Balai Desa Mangkai Baru pada tanggal 17 September 2025. Materi yang disampaikan meliputi urgensi digital presence melalui Google Maps, dasar-dasar digital marketing, konsep branding modern, serta pentingnya estetika kemasan produk.

3. Tahap Pendampingan Teknis dan Eksekusi. Tim pengabdian melakukan kunjungan langsung (door-to-door) ke rumah-rumah pelaku usaha untuk mendampingi proses pendaftaran titik koordinat lokasi di aplikasi Google Maps, pengisian profil bisnis secara lengkap (jam operasional, kontak, dan foto produk), pembuatan situs web profil usaha sederhana, pembuatan akun media sosial, serta pembuatan akun e-commerce marketplace.

4. Tahap Desain Kreatif Identitas Visual. Membantu merancang desain logo usaha yang modern, estetik, dan relevan dengan karakteristik produk masing-masing pelaku usaha guna meningkatkan daya saing visual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Usaha dan Analisis Kebutuhan Mitra

Berdasarkan hasil pendataan dan daftar hadir pada saat forum sosialisasi dilaksanakan di Aula Balai Desa Mangkai Baru, tercatat sebanyak 16 pelaku UMKM aktif yang menjadi mitra binaan langsung dalam program pengabdian ini. Sektor usaha yang digeluti didominasi oleh industri pengolahan makanan ringan (kuliner kreatif) skala rumah tangga yang memanfaatkan komoditas lokal seperti pisang, tahu, basreng, dan kue tradisional. Profil rinci mengenai mitra sasaran disajikan dalam Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Profil Pelaku UMKM Mitra Pengabdian dan Status Pendaftaran Google Maps

No.	Nama Pemilik	Jenis Usaha	Lokasi Wilayah	Status Pendaftaran Google Maps
1	Fitriani	Ayam Riches	Dusun IV	Terdaftar (lihat pin lokasi)
2	Hendra	Tahu	Dusun II	Terdaftar (lihat pin lokasi)
3	Kasmiro	Lontong	Dusun I	Terdaftar (lihat pin lokasi)
4	Nila Sari	Kue Basah	Dusun V	Terdaftar (lihat pin lokasi)
5	Decy Ferani	Kue Basah	Dusun V	Terdaftar (lihat pin lokasi)
6	Yuliani	Donat	Dusun V	Terdaftar (lihat pin lokasi)
7	Listiawani	Basreng	Dusun IV	Terdaftar (lihat pin lokasi)
8	Evy Sarayu	Pisang Gosong	Dusun V	Terdaftar (lihat pin lokasi)
9	Absah	Pisang Gosong	Dusun III	Terdaftar (lihat pin lokasi)
10	Nurzannah	Pisang Saleh	Dusun I	Terdaftar (lihat pin lokasi)
11	Weni	Tahu/Tempe	Dusun II	Terdaftar (lihat pin lokasi)
12	Sini	Pisang Saleh	Dusun II	Terdaftar (lihat pin lokasi)
13	Rusniem	Kue Bawang	Dusun II	Terdaftar (lihat pin lokasi)
14	Juriah	Pisang Saleh	Dusun IV	Terdaftar (lihat pin lokasi)
15	Erma Yani	Kue Basah	Dusun I	Terdaftar (lihat pin lokasi)
16	Darto	Kerupuk	Dusun I	Terdaftar (lihat pin lokasi)

Tautan navigasi wilayah utama Desa Mangkai Baru, Kabupaten Batu Bara, dapat diakses melalui: [Peta Lokasi Geografis Desa Mangkai Baru](#)

Implementasi Pendaftaran Google Maps dan Pembuatan Sistem Informasi Online

Sebelum program pendampingan dieksekusi, seluruh mitra UMKM (100%) belum memiliki penanda lokasi digital di Google Maps. Ketiadaan ini menyulitkan aksesibilitas konsumen luar daerah yang ingin mencari sentra produksi pangan lokal tersebut. Melalui kunjungan berkala yang dilaksanakan dari tanggal 17 hingga 30 September 2025, Tim Pengabdian Fakultas Ekonomi Universitas Asahan berhasil melakukan verifikasi koordinat satelit dan mendaftarkan ke-16 profil bisnis pelaku usaha ke sistem Google Maps secara mandiri dan akurat.



Gambar 1. Pelaksanaan Forum Sosialisasi Terpadu Literasi Digital Bersama Aparatur Desa dan Pelaku Usaha di Aula Balai Desa Mangkai Baru

Dalam pendaftaran tersebut, profil bisnis dilengkapi dengan informasi jam buka-tutup operasional, nomor kontak WhatsApp Business yang dapat dihubungi, deskripsi ringkas keunggulan produk, serta galeri foto produk dengan pencahayaan yang representatif. Selain itu, tim juga membuatkan situs web profil usaha sederhana (landing page) berbasis platform gratis dan mengintegrasikan akun marketplace e-commerce serta media sosial komersial bagi para pelaku usaha. Hasil ini terbukti sangat krusial dalam meningkatkan visibilitas online (online discoverability). Pembeli potensial kini dapat dengan mudah melacak rute jalan menuju gerai atau rumah produksi UMKM, memberikan ulasan (review) positif, serta melakukan pemesanan langsung dari jarak jauh tanpa kendala geografis.



Gambar 2. Kunjungan Teknis Pendampingan Lapangan dan Verifikasi Titik Koordinat Peta pada Kluster Industri Tahu Rumah Tangga

Penguatan Citra Merek (Branding) dan Inovasi Kemasan Produk

Permasalahan krusial lain yang berhasil dipecahkan adalah rendahnya daya tarik identitas merek. Kemasan produk UMKM binaan sebelumnya hanya menggunakan plastik transparan biasa tanpa merek, logo, ataupun label informasi produk. Hal ini menurunkan nilai jual persepsional produk di mata konsumen modern. Menanggapi problem visual tersebut, tim melakukan pendampingan pembuatan konsep logo usaha yang adaptif, modern, dan bernilai estetika tinggi.



Gambar 3. Identifikasi Produk Kuliner Kreatif Lokal Binaan dan Evaluasi Desain Kemasan Awal



Gambar 4. Pendampingan Modernisasi Label Kemasan dan Visualisasi Produk Kreatif Guna Meningkatkan Komparasi Nilai Jual

Tim mendesain logo khusus yang mencerminkan nama pemilik dan karakteristik produk olahan masing-masing mitra, misalnya logo untuk varian produk Pisang Saleh buatan Ibu Sini, Ibu Nurzannah, dan Ibu Juriah, serta produk olahan Kue Basah dan Basreng. Desain logo tersebut kemudian diimplementasikan ke dalam bentuk label stiker kemasan yang memuat informasi kontak, tanggal kedaluwarsa, dan varian rasa. Peningkatan estetika kemasan ini memberikan dampak psikologis yang signifikan bagi calon pembeli, menaikkan tingkat kepercayaan (*trustworthiness*), serta memberikan diferensiasi produk yang jelas di tengah ketatnya persaingan pasar kuliner regional.

Evaluasi Dampak Kegiatan Pengabdian

Pelaksanaan program kerja multidimensi ini membawa dampak positif yang komprehensif bagi tiga pilar pemangku kepentingan utama di wilayah sasaran.

1. Dampak bagi pelaku UMKM: kepercayaan pelanggan meningkat seiring dengan kemudahan akses rute lokasi fisik gerai dan kepemilikan visual identity (logo) yang profesional. Pemasaran produk di media sosial merupakan salah satu cara tercepat dalam memperluas cakupan pemasaran produk, memetakan strategi dalam membangun bisnis yang lebih kuat, dan memenangkan persaingan.
2. Dampak bagi masyarakat sekitar: kegiatan ini berhasil memicu peningkatan pemberdayaan masyarakat, khususnya peningkatan kualitas hidup, penerapan ilmu pengetahuan, serta menjalin kemitraan dan hubungan kerja sama di lingkungan perdesaan.
3. Dampak bagi pemerintah desa: membantu mempercepat pelaksanaan program-program pemerintah di tingkat desa. Interaksi intensif dengan civitas akademika Universitas Asahan turut mendongkrak kapasitas sumber daya manusia (SDM) pemerintah daerah melalui interaksi dengan tim PkM dalam peningkatan pelayanan publik.

SIMPULAN

Dari hasil kegiatan yang dilaksanakan oleh tim pengabdian kepada masyarakat Universitas Asahan di Desa Mangkai Baru, Kecamatan Lima Puluh, Kabupaten Batu Bara, dapat disimpulkan bahwa: (a) tim pengabdian masyarakat Universitas Asahan dalam pelaksanaan kegiatan pendampingan UMKM mendapat sambutan yang baik dari para pelaku UMKM yang ada di Mangkai Baru; (b) kegiatan pendampingan dilaksanakan di setiap rumah para pelaku UMKM yang ada di Mangkai Baru; dan (c) kegiatan ini berhasil menambah pengetahuan para pelaku UMKM mengenai pentingnya Google Maps dan branding dalam sebuah usaha untuk meningkatkan penjualan dan daya saing produk.

Berdasarkan hasil evaluasi lapangan, beberapa saran konstruktif yang diusulkan adalah: (a) untuk lebih meningkatkan penjualan, sebaiknya para pelaku UMKM menggunakan media sosial sebagai media pemasaran agar produk yang dijual dapat dikenal masyarakat luas secara berkelanjutan; (b) untuk meningkatkan kualitas produk, pelaku UMKM sebaiknya lebih memperhatikan kemasan produk agar lebih menarik dan rapi disertai pemberian label produk agar lebih dikenal masyarakat; serta (c) sebaiknya para pelaku UMKM meningkatkan jumlah hasil produksi untuk dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana pengabdian menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Assoc. Prof. Dr. Mangaraja Manurung, S.H., M.H. selaku Rektor Universitas Asahan, Ibu Dra. Hamidah Sidabalok, M.Hum. selaku Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Asahan, serta Ibu Dr. Tengku Syarifah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Asahan atas segala arahan dan dukungan finansial kelompok. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Ibu Sugiyanti selaku Kepala Desa Mangkai Baru beserta seluruh jajaran Kepala Dusun, serta seluruh pelaku UMKM mitra binaan yang telah berpartisipasi aktif dalam menyukseskan kegiatan ini.

REFERENSI

- Fakultas Ekonomi Universitas Asahan. (2024). Buku panduan pedoman pelaksanaan KKN MBKM Fakultas Ekonomi Universitas Asahan tahun 2024. FE UNA.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Prasetyo, A. (2020). Transformasi digital UMKM di Indonesia: Peluang dan tantangan di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 8(2), 145–158.
- Tim KKN XVII Desa Mangkai Baru. (2025). Laporan pengabdian kepada masyarakat Desa Mangkai Baru Kecamatan Lima Puluh tahun 2025. LPPM Universitas Asahan.