

## **Pemetaan Lokasi Umkm Berbasis Google Maps Dan Peningkatan Desain Produk Dalam Mendukung Branding Frozen Food Seandanan Di Desa Rajabasa**

**Suci Mutiara<sup>1</sup>, Sushanty Saleh<sup>2</sup>, Rifqa Hanum Fadillah<sup>3</sup>, Wulan Sari Febrianti<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup> *Fakultas Ilmu Komputer, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya* Alamat Jl. Z.A Pagar Alam No.93, Bandar Lampung - Indonesia 35142  
Telp. (0721) 78214 Fax. (0721) 700261  
e-mail : [sucimutiara@darmajaya.ac.id](mailto:sucimutiara@darmajaya.ac.id),

### **ABSTRACT**

*The rapid development of digital technology has required Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to adapt in order to remain competitive. Frozen Food Seandanan MSME, located in Rajabasa Village, South Lampung Regency, still faced several challenges, including the absence of a business location on Google Maps and simple, less informative product packaging, which limited branding strength and market reach. This community service activity aimed to enhance the visibility and competitiveness of the MSME through digital business location mapping using Google Maps and the improvement of product packaging design. The implementation method employed a participatory–educative approach by actively involving the MSME owner in all stages of the program, including initial observation, preparation of mentoring materials, and the implementation of Google Business Profile registration and packaging redesign. The results indicate that Frozen Food Seandanan MSME now has a digital business location that is easily accessible to consumers and improved product packaging with a more modern, informative, and professional appearance. The impacts of this activity include increased consumer accessibility, strengthened brand identity, and expanded market potential. In conclusion, this community service program successfully supported MSME digitalization and contributed positively to improving branding and business competitiveness in the digital era.*

**Keywords:** *UMKM, Digital Marketing, Branding, Online Sales*

### **ABSTRACT**

*Perkembangan teknologi digital menuntut pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mampu beradaptasi agar tetap memiliki daya saing. UMKM Frozen Food Seandanan yang berlokasi di Desa Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan, masih menghadapi kendala berupa belum tersedianya titik lokasi usaha pada Google Maps serta desain kemasan produk yang sederhana dan kurang informatif, sehingga berdampak pada lemahnya branding dan keterbatasan jangkauan pemasaran. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM melalui pemetaan lokasi usaha berbasis Google Maps serta pembaruan desain kemasan produk. Metode pelaksanaan yang digunakan adalah partisipatif-edukatif, dengan melibatkan langsung pemilik UMKM dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari observasi, penyusunan materi pendampingan, hingga pelaksanaan pembuatan Google Business Profile dan desain ulang kemasan produk. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM Frozen Food Seandanan telah memiliki titik lokasi digital yang dapat diakses oleh konsumen secara luas serta kemasan produk dengan tampilan yang lebih modern, informatif, dan profesional. Dampak dari kegiatan ini adalah meningkatnya aksesibilitas konsumen, penguatan identitas merek, serta potensi perluasan jangkauan pasar. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil mendukung digitalisasi UMKM dan memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan branding serta daya saing usaha di era digital.*

**Kata Kunci:** *UMKM, Pemasaran Digital, Branding, Penjualan Online*

## **I. PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat telah membawa dampak signifikan terhadap dunia bisnis, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam bidang pemasaran, menjadi salah satu strategi utama untuk meningkatkan daya saing UMKM di era industri 4.0 [1]. Melalui digital marketing, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, sekaligus memperkuat citra merek[2][3]. Desa Rajabasa, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan memiliki potensi besar dalam bidang pertanian, pariwisata, serta pengembangan UMKM. Salah satu usaha yang berkembang adalah UMKM Frozen Food Seandanan, yang memproduksi berbagai makanan beku seperti bakso ikan, nugget, rolade, dan kaki naga. Namun, UMKM ini masih menghadapi beberapa kendala, antara lain belum adanya logo usaha, ketiadaan titik lokasi digital, serta minimnya pengetahuan dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk pemasaran produk. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pemetaan digital menggunakan Google Maps dapat meningkatkan visibilitas usaha dan memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi bisnis [4][5]. Selain itu, desain produk atau kemasan yang menarik terbukti mampu memperkuat branding, memberikan nilai tambah bagi produk, serta meningkatkan keputusan pembelian konsumen [6][7]. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pendampingan UMKM yang fokus pada digitalisasi usaha, mulai dari penambahan lokasi di Google Maps hingga pembaruan desain kemasan. Tujuannya yaitu untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM melalui pemetaan lokasi usaha berbasis Google Maps serta pembaruan desain kemasan produk. Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Desa Rajabasa difokuskan pada pemetaan lokasi UMKM Frozen Food Seandanan berbasis Google Maps serta peningkatan desain produk. Melalui program ini, diharapkan dapat tercipta branding yang lebih kuat, aksesibilitas konsumen yang lebih baik, serta peningkatan daya saing UMKM di era digital.

## **II. MASALAH**

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada UMKM Frozen Food Seandanan di Desa Rajabasa, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan utama yang dihadapi, yaitu:

1. Tidak tersedianya titik lokasi usaha pada Google Maps, sehingga konsumen mengalami kesulitan untuk menemukan outlet penjualan secara langsung.
2. Desain kemasan produk masih sederhana dan kurang informatif sehingga belum mampu memperkuat branding maupun meningkatkan daya tarik konsumen.

## **III. METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian pada UMKM Frozen Food Seandanan dilaksanakan dengan metode partisipatif-edukatif, di mana pelaku UMKM terlibat aktif dalam setiap tahapan. Fokus utama kegiatan ini adalah pembuatan titik lokasi usaha di Google Maps dan pembaruan

desain kemasan produk. Kegiatan dilaksanakan pada 21 Juli 2025 sampai dengan 22 Agustus 2025 melalui tahapan berikut:

### 3.1 Observasi Awal

Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan utama UMKM. Hasilnya menunjukkan bahwa usaha Frozen Food Seandanan belum memiliki titik lokasi di Google Maps sehingga sulit ditemukan konsumen dari luar desa. Selain itu, desain kemasan produk masih sederhana dan kurang mampu menarik perhatian konsumen atau memberikan citra profesional.

### 3.2 Subjek dan Lokasi Kegiatan

Subjek kegiatan adalah pemilik dan pengelola UMKM Frozen Food Seandanan yang beralamat di Dusun Ujau RT 09 RW 03, Desa Rajabasa, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan. Seluruh kegiatan pendampingan dilaksanakan langsung di lokasi usaha.

### 3.3 Penyusunan Materi Pendampingan

Pada tahap ini, tim PKPM menyiapkan berbagai kebutuhan teknis yang diperlukan untuk mendukung proses pendampingan. Persiapan tersebut meliputi penyusunan draft pembuatan titik lokasi digital melalui Google Maps, perancangan desain kemasan baru yang lebih menarik, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar, serta pembuatan contoh identitas visual sederhana yang dapat digunakan untuk memperkuat branding produk.

### 3.4 Pelaksanaan Pendampingan

Tahap pelaksanaan kegiatan difokuskan pada dua aspek utama, yaitu pembuatan titik lokasi Google Maps dan pembaruan desain kemasan produk. Pada tahap pembuatan titik lokasi, dilakukan pembuatan akun Google Business Profile yang kemudian digunakan untuk menambahkan alamat UMKM ke Google Maps. Pemilik usaha juga diberikan pendampingan mengenai cara memperbarui informasi usaha secara mandiri, menambahkan foto produk, serta memanfaatkan fitur ulasan konsumen sebagai strategi meningkatkan kepercayaan dan visibilitas usaha. Sementara itu, pada tahap pembaruan desain kemasan, tim PKPM melakukan proses desain ulang kemasan produk dengan tampilan visual yang lebih modern, berwarna, dan informatif. Desain baru ini dilengkapi dengan elemen penting seperti logo, nama usaha, informasi kontak, serta label produk yang sesuai dengan standar pemasaran. Setelah proses desain selesai, file kemasan beserta contoh cetakan diserahkan kepada pemilik UMKM untuk digunakan dalam produksi selanjutnya, sehingga diharapkan dapat memperkuat identitas merek sekaligus meningkatkan daya tarik produk di pasar.

#### **IV HASIL PEMBAHASAN**

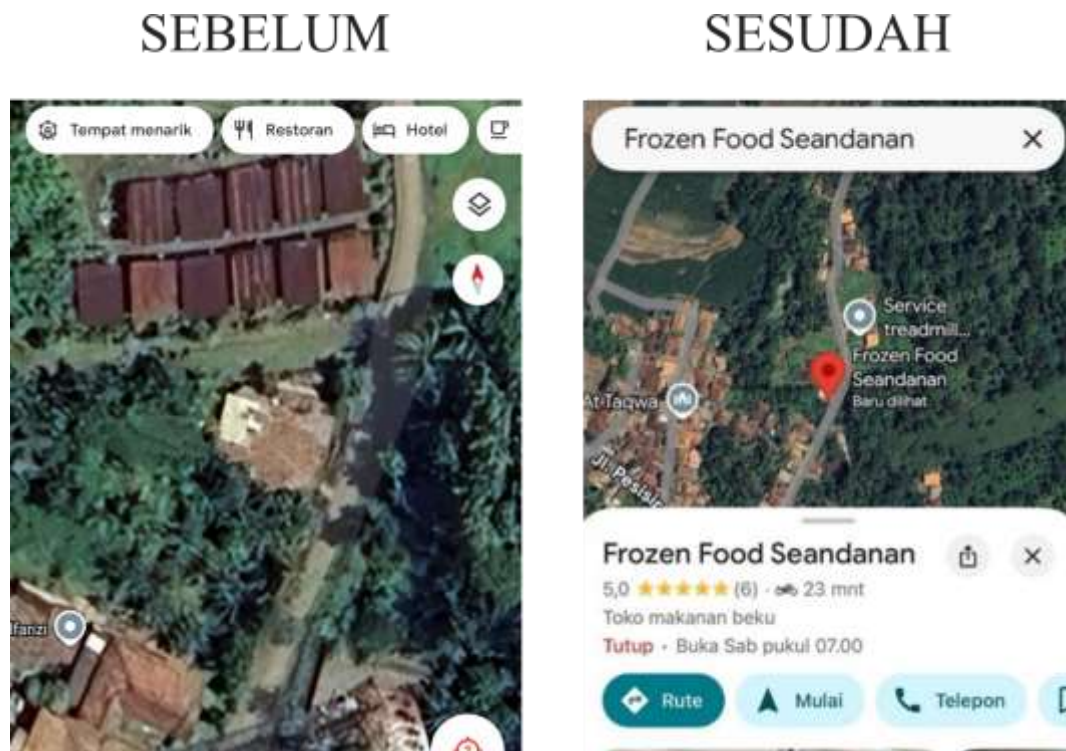
Pelaksanaan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) pada UMKM Frozen Food Seandanan di Desa Rajabasa menghasilkan capaian penting dalam aspek desain produk dan aksesibilitas digital. Sebelum kegiatan dilaksanakan, kemasan produk yang digunakan masih sederhana, kurang informatif, dan belum mampu menampilkan citra usaha secara profesional. Selain itu, usaha juga belum terdaftar pada platform Google Maps, sehingga menyulitkan konsumen luar desa untuk menemukan lokasi penjualan.

Melalui pendampingan PKPM, dilakukan pembaruan desain kemasan produk dengan tampilan yang lebih menarik, modern, dan komunikatif. Desain baru ini menampilkan identitas usaha secara lebih jelas, dilengkapi informasi produk, serta dirancang sesuai dengan tren pemasaran sehingga mampu meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk. Dengan kemasan yang lebih profesional, UMKM dapat membangun citra yang lebih kuat dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Di sisi lain, dilakukan juga pendaftaran titik lokasi usaha pada Google Maps. Langkah ini bertujuan untuk mempermudah konsumen dalam menemukan outlet Frozen Food Seandanan melalui pencarian digital. Kini, usaha tersebut dapat diakses dengan lebih mudah oleh calon pembeli, baik dari dalam maupun luar desa, sehingga memperluas jangkauan pasar.

1. Tidak tersedianya titik lokasi usaha pada Google Maps, sehingga konsumen mengalami kesulitan untuk menemukan outlet penjualan secara langsung.

Kami melakukan pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps agar UMKM Frozen Food Seandanan dapat lebih mudah ditemukan oleh konsumen melalui pencarian lokasi digital. Proses pendaftaran dilakukan dengan mengisi formulir Google Business Profile menggunakan nama usaha, alamat lengkap, nomor telepon, serta kategori bisnis yang sesuai. Setelah data terverifikasi, lokasi usaha resmi muncul di Google Maps sehingga pelanggan dapat mengetahui arah dan lokasi UMKM secara langsung. Dengan adanya titik lokasi digital ini, konsumen dari luar desa tidak lagi kesulitan menemukan outlet Frozen Food Seandanan, sekaligus meningkatkan peluang pemasaran produk ke jangkauan pasar yang lebih luas.



*Gambar 1. Sebelum dan sesudah di buatkan titik lokasi Google Maps*

2. Desain kemasan produk masih sederhana dan kurang informatif sehingga belum mampu memperkuat branding maupun meningkatkan daya tarik konsumen.

Pengabdi juga melakukan upaya pembaruan desain kemasan melalui pendekatan visual yang lebih modern, komunikatif, dan sesuai standar pemasaran. Perancangan desain ini diarahkan tidak hanya untuk memperbaiki tampilan estetika, tetapi juga untuk menambahkan elemen informatif seperti komposisi bahan, tanggal kadaluarsa, serta identitas usaha. Dengan adanya pembaruan ini, kemasan diharapkan mampu memperkuat branding, meningkatkan kepercayaan konsumen, sekaligus memberikan daya saing yang lebih baik di pasar.



## SEBELUM



## SESUDAH



*Gambar 2. Sebelum dan sesudah rebranding desing produk*



*Gambar 3 Foto bersama dengan pemilik*

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

Pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di UMKM Frozen Food Seandanan, Desa Rajabasa, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan, telah berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang ditetapkan. Melalui pendekatan partisipatif-edukatif, kegiatan ini berhasil membantu pelaku UMKM dalam penguatan identitas usaha, khususnya melalui pembaruan desain produk dan pendaftaran lokasi usaha di Google Maps. Pembaruan desain produk dilakukan untuk menghadirkan kemasan yang lebih menarik, modern, dan informatif sehingga dapat meningkatkan citra usaha sekaligus daya tarik bagi konsumen. Di sisi lain, pendaftaran titik lokasi di Google Maps mempermudah konsumen dalam menemukan outlet secara digital, sehingga memperluas jangkauan pemasaran produk. Kedua aspek ini memberikan dampak positif dalam membangun branding, meningkatkan visibilitas usaha, serta memperkuat daya saing UMKM di era digital.

### **Saran**

1. Pelaku UMKM diharapkan dapat terus menggunakan desain kemasan baru secara konsisten agar citra usaha tetap terjaga dan lebih dikenal oleh konsumen.
2. Lokasi usaha yang telah terdaftar di Google Maps sebaiknya dikelola dengan rutin memperbarui informasi, foto produk, serta menanggapi ulasan konsumen.
3. Diperlukan pendampingan lanjutan dari pihak perguruan tinggi atau instansi terkait agar strategi digital marketing UMKM dapat terus berkembang dan memberikan dampak jangka panjang terhadap keberlanjutan usaha.

---

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] G. S. Budiwitjaksono, P. I. Rachmawati, M. Y. Alfiandy, R. R. Ismail, and M. S. Sauki, "Rebranding Label Kemasan Sebagai Sarana untuk Meningkatkan Brand Awareness Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Frozen Food Mas Fian di Kelurahan TuriKota Blitar," *MUQADDIMAH J. Ekon. Manajemen, Akunt. dan Bisnis*, vol. 1, no. 3, pp. 167–177, 2023, doi: 10.59246/muqaddimah.v1i3.370.
- [2] L. Roqybah *et al.*, "STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK UMKM: MENINGKATKAN DAYA SAING DI PASAR LOKAL MELALUI MEDIA SOSIAL," *J. Organ. Dan Manaj. Indones.*, vol. 1, no. 2, pp. 62–77, 2025, [Online]. Available: <https://doi.org/10.31227/osf.io/p8e5z>
- [3] S. A. Baihaqi and S. Widodo, "Pengaruh Digital Marketing melalui Meta Ads terhadap Brand Awareness UMKM Kopi," *Pendidik. dan Teknol. Indones.*, vol. 5, no. 4, pp. 1043–1051, 2025.
- [4] S. E. Rahmanida, R. D. Rahmawati, R. M. Nikmah, R. I. Naasyiroh, and R. Rahmawati, "Penguatan Identitas dan Aksesibilitas UMKM melalui Digitalisasi Lokasi Usaha di Google Maps sebagai Strategi Digital dalam Meningkatkan Jangkauan Konsumen," *J. Pengabdi. Masy.*, vol. 3, no. 1, pp. 147–153, 2025, doi: 10.30762/welfare.v3i1.2177.
- [5] E. Aziezy, D. S. P. Koesoemasari, A. Pahlevi, H. Cahyo, and D. Lukmantoro, "Revolusi Digital UMKM: Strategi Pemasaran Efektif Melalui Penyematan Lokasi di Google Maps," *Surya Abdimas*, vol. 9, no. 3, pp. 488–494, 2025, [Online]. Available: <https://jurnal.umpwr.ac.id/abdimas/article/view/5950>
- [6] F. Yakob, T. R. Kartika, N. Akmalia, S. Ardiani, and H. D. Rahmayanti, "Perancangan Desain Kemasan sebagai Upaya Rebranding Promosi Produk UMKM," *Kreator*, vol. 11, no. 2, pp. 29–38, 2025, doi: 10.46961/kreator.v11i2.1562.
- [7] A. Supriyanto *et al.*, "Pelatihan Dan Pendampingan Desain Kemasan untuk Meningkatkan Branding Produk UMKM Desa Manggihan Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang di Desa Manggihan Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang yang memproduksi olahan makanan kering , olahan krupuk rambak atau," *J. Pengabdi. ...*, vol. 5, no. 4, 2023, [Online]. Available: <https://ejournal.unimman.ac.id/index.php/pengabmas/article/view/388%0Ahttps://ejournal.unimman.ac.id/index.php/pengabmas/article/download/388/368>