

Pengabdian masyarakat : pendampingan transformasi digital UMKM Desa Mainan melalui optimalisasi *Google Business Profile* dan penguatan identitas visual produk

Aliah Ghina¹, Nova Yanti Maleha²

¹Akuntansi, Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri, Indonesia

²Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) IGM, Indonesia

Penulis korespondensi : Aliah Ghina

E-mail : ghinaaliah93@uigm.ac.id

Diterima: 11 Juni 2026 | Direvisi: 27 Juli 2026 | Disetujui: 30 Juli 2026 | Online: 18 Agustus 2026

© Penulis 2026

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, namun masih menghadapi berbagai kendala dalam pemasaran digital dan penguatan identitas merek. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM di Desa Mainan, Kecamatan Sembawa, Kabupaten Banyuasin dalam memanfaatkan *Google Business Profile* (GBP) serta memperkuat identitas visual produk. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui observasi, sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengelola profil usaha secara digital sehingga lebih mudah ditemukan melalui *Google Search* dan *Google Maps*. Selain itu, pembuatan logo, stiker kemasan, dan flyer promosi membantu meningkatkan citra merek dan daya tarik produk. Secara keseluruhan, program ini mendukung transformasi digital UMKM, memperluas jangkauan pemasaran, dan meningkatkan daya saing usaha di era digital.

Kata Kunci: transformasi digital; UMKM; google business profile; identitas visual; pemasaran digital.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in Indonesia's economy but often face challenges in digital marketing and product branding. This community service program aimed to enhance the digital capabilities of MSMEs in Mainan Village, Sembawa District, Banyuasin Regency through the optimization of Google Business Profile (GBP) and the strengthening of product visual identity. The program was implemented using a participatory approach consisting of observation, training, and mentoring activities. The results showed that participants gained better knowledge and skills in managing digital business profiles, making their businesses more accessible through Google Search and Google Maps. In addition, the development of logos, packaging stickers, and promotional flyers helped improve brand image and product attractiveness. Overall, the program supported MSME digital transformation, expanded marketing reach, and enhanced business competitiveness in the digital era.

Keywords: digital transformation; MSMEs; google business profile; visual identity; digital marketing.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia yang berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan

masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), UMKM mendominasi struktur usaha di Indonesia dengan proporsi mencapai 99,9% dari total unit usaha yang ada (Diana et al., 2022). Meskipun memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian, banyak UMKM masih menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan daya saing usahanya, terutama dalam aspek transformasi digital dan penguatan identitas visual produk. Rendahnya literasi digital, keterbatasan sumber daya, serta minimnya akses terhadap pelatihan dan pendampingan menyebabkan sebagian besar pelaku UMKM belum mampu memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi secara optimal untuk mendukung pengembangan usaha (Ustadus Sholihin, 2024).

Salah satu bentuk transformasi digital yang dapat diterapkan oleh UMKM adalah pemanfaatan *Google Business Profile* (GBP), yang sebelumnya dikenal sebagai *Google My Business*. *Google Business Profile* merupakan layanan gratis dari *Google* yang memungkinkan pelaku usaha menampilkan informasi bisnis secara daring sehingga lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan melalui *Google Search* maupun *Google Maps* (Iskandar, 2025). Kehadiran *platform* ini dapat membantu UMKM meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pemasaran, serta mempermudah interaksi dengan pelanggan. Selain mudah digunakan dan tidak memerlukan biaya, *Google Business Profile* juga menjadi sarana promosi digital yang efektif bagi pelaku usaha yang masih memiliki keterbatasan dalam penguasaan teknologi digital (Nur et al., 2023).

Selain transformasi digital, aspek lain yang tidak kalah penting dalam pengembangan UMKM adalah penguatan identitas visual produk. Identitas visual yang kuat dapat membantu suatu usaha membangun citra merek, meningkatkan daya tarik produk, serta membedakan produk dari para pesaing. Salah satu elemen utama identitas visual adalah logo. Logo tidak hanya berfungsi sebagai simbol atau tanda pengenalan suatu usaha, tetapi juga merepresentasikan nilai, karakter, dan kualitas yang ditawarkan kepada konsumen (Jibril et al., 2025). Logo yang dirancang secara profesional mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan, memperkuat daya ingat terhadap merek, serta menciptakan citra positif di mata masyarakat. Selain logo, media promosi visual seperti *flyer* juga memiliki peran penting dalam mendukung strategi pemasaran UMKM. *Flyer* dapat digunakan untuk menyampaikan informasi produk secara singkat, jelas, dan menarik sehingga mampu meningkatkan efektivitas promosi dan memperluas jangkauan pasar (Audria et al., 2024). Pemanfaatan desain grafis melalui platform digital seperti Canva menjadi alternatif yang mudah dan terjangkau bagi UMKM untuk menghasilkan materi promosi yang menarik dan profesional (Rohmatulloh et al., 2025).

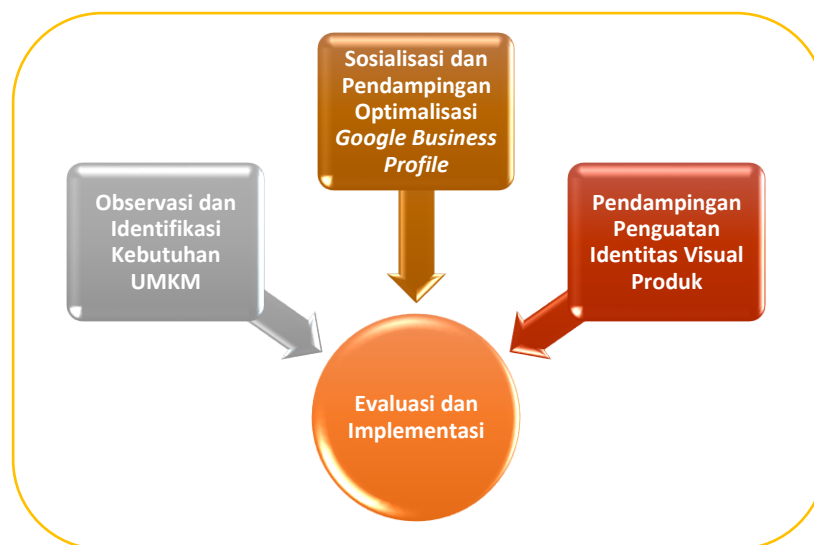
Permasalahan tersebut juga ditemukan pada UMKM yang berada di Desa Mainan, Kecamatan Sembawa, Kabupaten Banyuasin, Provinsi Sumatera Selatan. Desa Mainan merupakan desa agraris yang sebagian besar masyarakatnya menggantungkan mata pencaharian pada sektor pertanian, khususnya perkebunan karet. Berdasarkan laporan KKN Universitas Indo Global Mandiri, Desa Mainan memiliki jumlah penduduk sekitar 5.093 jiwa atau 1.494 kepala keluarga, dengan sekitar 80% penduduk bekerja sebagai petani karet. Ketergantungan masyarakat terhadap sektor pertanian menyebabkan perlunya diversifikasi sumber pendapatan melalui pengembangan usaha mikro dan kecil. Namun demikian, sebagian pelaku UMKM di Desa Mainan masih menghadapi kendala dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi usaha serta belum memiliki identitas visual produk yang kuat dan profesional. Kondisi ini mengakibatkan visibilitas usaha masih rendah, jangkauan pemasaran terbatas, dan daya saing produk belum optimal (Santi Rimadias et al., 2024).

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan kegiatan pendampingan yang berfokus pada transformasi digital dan penguatan identitas visual produk bagi UMKM di Desa Mainan. Kegiatan ini diwujudkan melalui optimalisasi penggunaan *Google Business Profile* sebagai sarana promosi digital, serta penguatan identitas visual produk melalui pembuatan logo dan media promosi berupa *flyer*. Melalui program pendampingan ini diharapkan pelaku UMKM mampu meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital, memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan citra dan profesionalisme usaha, serta memperkuat daya saing produk di era ekonomi digital. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan judul "Pendampingan Transformasi Digital

UMKM Desa Mainan melalui Optimalisasi *Google Business Profile* dan Penguatan Identitas Visual Produk”.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri menggunakan pendekatan partisipatif dan kolaboratif dengan fokus pada pendampingan transformasi digital serta penguatan identitas visual produk bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Mainan. Pendekatan ini diterapkan dengan melibatkan peserta secara aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari identifikasi permasalahan hingga implementasi solusi. Melalui metode ini, pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran usaha serta membangun identitas visual produk yang lebih profesional dan kompetitif.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pendampingan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada hari Senin, 07 Juli 2025 di Desa Mainan, Kecamatan Sembawa, Kabupaten Banyuwasin. Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM yang menjalankan usaha di wilayah Desa Mainan. Adapun tahapan kegiatan yang dilakukan meliputi:

Observasi & Identifikasi Kebutuhan UMKM

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pelaku UMKM. Observasi bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi usaha, jenis produk yang dipasarkan, metode promosi yang digunakan, serta pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran. Selain itu, tim KKN juga mengidentifikasi keberadaan identitas visual usaha, seperti logo, desain kemasan, dan media promosi yang dimiliki oleh masing-masing UMKM.

Selanjutnya, dilakukan wawancara dan diskusi dengan pelaku usaha untuk menggali berbagai kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha, khususnya terkait pemasaran digital dan penguatan citra produk. Hasil identifikasi ini menjadi dasar dalam merancang program pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi UMKM di Desa Mainan.

Sosialisasi dan Pendampingan Optimalisasi *Google Business Profile*

Setelah tahap identifikasi kebutuhan, kegiatan dilanjutkan dengan sosialisasi mengenai pentingnya transformasi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM. Materi yang diberikan mencakup pemanfaatan *Google Business Profile* sebagai salah satu sarana pemasaran digital yang dapat membantu meningkatkan visibilitas usaha di internet.

Pengabdian masyarakat : pendampingan transformasi digital UMKM Desa Mainan melalui optimalisasi *Google Business Profile* dan penguatan identitas visual produk

Google Business Profile memungkinkan pelaku usaha menampilkan informasi bisnis secara lengkap pada layanan *Google Search* dan *Google Maps* sehingga memudahkan calon pelanggan menemukan lokasi usaha, memperoleh informasi produk, serta menghubungi pelaku usaha secara langsung. Melalui kegiatan ini, peserta diberikan pelatihan dan pendampingan teknis mengenai pembuatan akun *Google Business Profile*, pengisian profil usaha, penambahan lokasi usaha pada *Google Maps*, pengunggahan foto produk, serta pengelolaan informasi bisnis agar lebih menarik dan mudah ditemukan oleh konsumen secara daring.

Pendampingan Penguatan Identitas Visual Produk

Selain transformasi digital, kegiatan pengabdian ini juga berfokus pada penguatan identitas visual produk UMKM. Pada tahap ini, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya identitas visual dalam membangun citra merek dan meningkatkan daya tarik produk di pasar. Kegiatan yang dilakukan meliputi pendampingan pembuatan dan penyempurnaan logo usaha, desain stiker produk, serta pembuatan media promosi berupa flyer menggunakan aplikasi desain yang mudah diakses, seperti Canva.

Melalui pendampingan ini, diharapkan setiap UMKM memiliki identitas visual yang lebih profesional, mudah dikenali oleh konsumen, serta mampu mendukung strategi pemasaran yang lebih efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pendampingan transformasi digital melalui optimalisasi *Google Business Profile* (GBP) dan penguatan identitas visual produk bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Mainan, Kecamatan Sembawa, Kabupaten Banyuwangi. Kegiatan ini diawali dengan observasi lapangan dan wawancara langsung kepada pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kondisi usaha serta berbagai kendala yang dihadapi dalam pemanfaatan teknologi digital dan pengembangan identitas visual produk. Berdasarkan hasil identifikasi, diketahui bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memanfaatkan *Google Business Profile* sebagai media promosi digital, belum memiliki identitas visual yang menarik dan profesional, serta masih terbatas dalam memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan pemasaran. Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan agar pelaku UMKM mampu mengoptimalkan *Google Business Profile* serta memperkuat identitas visual produk melalui pembuatan logo, stiker kemasan, dan media promosi, sehingga dapat meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pemasaran, dan meningkatkan daya saing usaha di era digital, antara lain:

Pemanfaatan *Google My Business* (GMB)

Berdasarkan permasalahan yang teridentifikasi melalui kegiatan observasi lapangan, diperlukan program pendampingan dan pelatihan yang terarah bagi pelaku UMKM di Desa Mainan untuk mendukung transformasi digital serta memperkuat identitas visual produk. Upaya yang dilakukan meliputi pemberian pemahaman mengenai pentingnya identitas visual sebagai elemen utama dalam membangun citra usaha yang profesional, konsisten, dan mudah dikenali oleh konsumen. Selain itu, pelaku UMKM diberikan pelatihan praktis terkait penggunaan aplikasi desain grafis untuk meningkatkan kreativitas dan kemampuan dalam merancang elemen visual usaha, seperti logo, pemilihan warna, dan tipografi yang sesuai dengan karakter merek (Jibril et al., 2025). Sebagai bagian dari transformasi digital, peserta juga memperoleh pendampingan dalam pemanfaatan *Google Business Profile* (GBP) guna meningkatkan visibilitas usaha secara daring, mempermudah pemasaran produk, serta membantu calon pelanggan menemukan informasi dan lokasi usaha melalui layanan *Google Search* dan *Google Maps* (Tsalis Kurniawan Husain, 2022).



Gambar 2. Sosialisasi Pelatihan Google My Business

Dalam rangka mendukung transformasi digital UMKM di Desa Mainan, kegiatan pendampingan dilaksanakan melalui sosialisasi dan pelatihan bertema “Pendampingan Transformasi Digital UMKM melalui Optimalisasi *Google Business Profile* dan Penguatan Identitas Visual Produk.” Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan usaha, khususnya melalui penggunaan *Google Business Profile* sebagai sarana untuk meningkatkan visibilitas usaha dan memperluas jangkauan pemasaran secara daring (Diana et al., 2022). Sebagai pendamping, penulis memberikan arahan dan pelatihan kepada pelaku UMKM dalam pembuatan serta optimalisasi *Google Business Profile*, mulai dari pembuatan akun, pengisian informasi usaha, penambahan lokasi bisnis pada *Google Maps*, hingga pengelolaan profil usaha agar lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan. Selain itu, pendampingan juga difokuskan pada penguatan identitas visual produk melalui pembuatan dan penyempurnaan logo, *desain flyer* promosi, serta stiker kemasan yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu pelaku usaha membangun citra merek yang lebih profesional, meningkatkan daya tarik produk, memperkuat kepercayaan konsumen, serta menciptakan diferensiasi produk di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif (Dewa Yudha et al., 2025). Melalui pendampingan tersebut, diharapkan UMKM di Desa Mainan mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal dan memiliki identitas visual yang kuat guna mendukung peningkatan daya saing usaha.



Gambar 3. Pemaparan Materi

Terdapat tiga materi utama yang diberikan dalam kegiatan pendampingan ini, yaitu:

1. Pengenalan *Google Business Profile* (GBP) sebagai platform gratis dari Google yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk mengelola profil usaha secara digital, meningkatkan

Pengabdian masyarakat : pendampingan transformasi digital UMKM Desa Mainan melalui optimalisasi *Google Business Profile* dan penguatan identitas visual produk

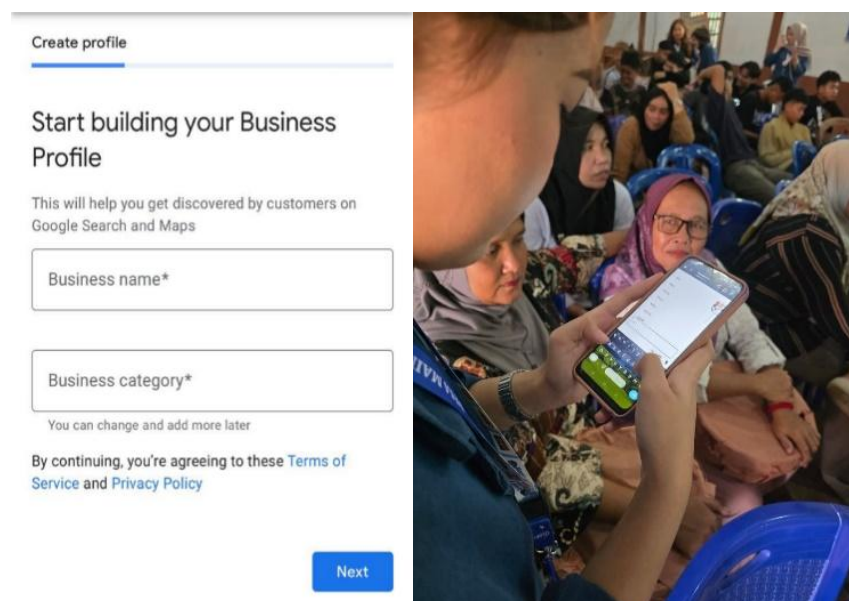
visibilitas bisnis pada *Google Search* dan *Google Maps*, serta memperluas jangkauan pemasaran kepada calon pelanggan.

2. Pelatihan pembuatan dan optimalisasi *Google Business Profile* (GBP) yang mencakup proses pendaftaran akun, verifikasi lokasi usaha, pengisian informasi bisnis secara lengkap, penambahan foto produk, pengaturan jam operasional, serta pengelolaan profil usaha agar lebih mudah ditemukan dan diakses oleh konsumen secara daring.
3. Pendampingan penguatan identitas visual produk, yang meliputi pembuatan dan penyempurnaan logo usaha, desain stiker kemasan, serta pembuatan *flyer* promosi menggunakan aplikasi desain yang mudah diakses. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu UMKM membangun identitas merk yang lebih profesional, meningkatkan daya tarik produk, serta mendukung strategi pemasaran digital yang lebih efektif.

Pelatihan dan pendampingan dilaksanakan menggunakan metode ceramah, diskusi, serta praktik langsung yang melibatkan seluruh peserta secara aktif. Dalam kegiatan ini, setiap pelaku UMKM mendapatkan pendampingan untuk membuat dan mengoptimalkan *Google Business Profile* (GBP) sebagai sarana promosi digital. Proses pendampingan mencakup pembuatan akun, verifikasi profil usaha, pengisian informasi bisnis secara lengkap, penambahan lokasi usaha pada *Google Maps*, unggah foto produk, pengaturan jam operasional, serta pengelolaan profil usaha agar lebih informatif dan mudah ditemukan oleh calon pelanggan. Selama pelaksanaan kegiatan, pendamping memberikan arahan dan umpan balik secara langsung untuk memastikan setiap peserta mampu mengelola profil bisnisnya secara mandiri dan optimal sehingga dapat meningkatkan visibilitas serta daya saing usaha di era digital.

Tahapan pembuatan dan optimalisasi *Google Business Profile* mengacu pada prosedur yang dijelaskan oleh (Mahmud & Septianna, 2024), yaitu sebagai berikut:

1. Buka halaman Google My Business (GMB)
Buka halaman web resmi Google My Business (GMB) di situs web berikut menggunakan browser laptop atau PC: <https://www.google.com/business/>. Klik tombol Masuk di pojok kanan atas untuk masuk dengan akun Google. Masih ada beberapa hal yang harus dilakukan setelah prosedur login.
2. Memasukan Nama Bisnis
Proses dalam memasukan nama bisnis ini dapat dilakukan jika setiap pemilik usaha memiliki branding atas usahanya. Pemilihan nama dalam bisnis ini sesuai dengan usaha yang dijalankan.



Gambar 4. Pembuatan Nama Usaha

Pengabdian masyarakat : pendampingan transformasi digital UMKM Desa Mainan melalui optimalisasi *Google Business Profile* dan penguatan identitas visual produk

3. Memilih Jenis Bisnis

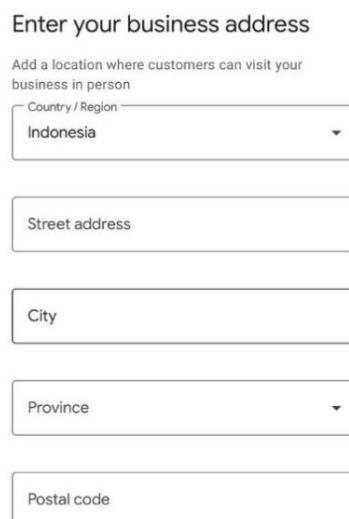
Pemilihan jenis bisnis dalam pembuatan *Google My Business* haruslah disesuaikan dengan usaha yang akan dijalankan. Prihal ini pembuatan *Google My Business* untuk maps dibagi dalam 3 katagori. Pertama ialah retail online dimana dalam pemilihan alamat maps ini setiap pelanggan dapat membeli produk melalui situs yang ada dalam website dimiliki oleh pelaku usaha. Kedua toko lokal yang berarti pelanggan dapat secara langsung mengunjungi bisnis atau tempat usaha. Ketiga ialah bisnis layanan Dimana pelaku bisnis atau pemilik usaha melakukan kunjungan ke pelanggan.

4. Masukkan Kategori Bisnis.

Mentukan kategori yang paling sesuai dengan bisnis pilihan. Misalnya usahanya berfokus pada Makanan, maka pilih kategori 'Toko Makanan'. Kategori ini untuk memudahkan Google mengelompokkan bisnis sesuai kategori. Jadi, jika ada individu atau kelompok Masyarakat mencari Makanan Enak di Desa Mainan dalam Google, informasi tentang bisnis usaha anda ada dalam mesin telusur google.

5. Masukkan Alamat Bisnis.

Setelah itu pemilik usaha masukkan alamat lengkap bisnis yang terdiri atas nama negara, alamat usaha, kota atau kabupaten, provinsi dan kode pos. Langlah menuliskan Alamat bisnis ini pemilik usaha juga dapat menempatkan penanda lokasi dari bisnis di Google Maps agar memudahkan konsumen mengunjungi lokasi bisnis. Jika tahapan ini sudah selesai dilakukan maka klik berikutnya.



Enter your business address

Add a location where customers can visit your business in person

Country / Region
Indonesia

Street address

City

Province

Postal code

Gambar 5. Pengisian Alamat Usaha

6. Masukkan Detail Kontak.

Masukkan informasi kontak yang ingin ditampilkan kepada klien. Informasi kontak ini dapat berupa nomor telepon atau nomor ponsel yang dapat dihubungi. Meskipun bersifat opsional, bisnis juga akan diminta untuk memberikan nomor telepon dan URL situs web atau situs bisnis terdaftar.

What contact details do you want to show to customers?

Help customers get in touch by including this info on your listing

Phone number

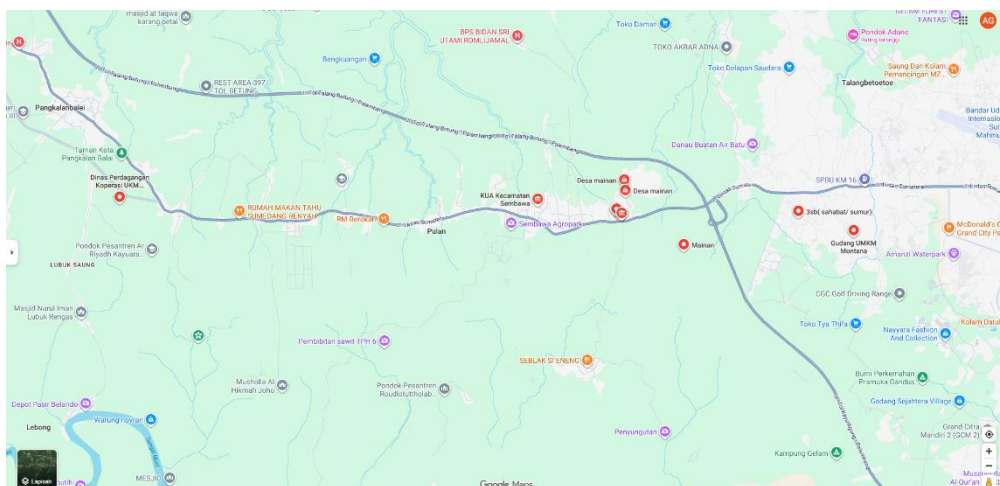
Website (optional)

Skip
Next

Gambar 6. Pengisian Detail Kontak

7. Menampilkan Bisnis dalam Peta

Opsi tampilan dalam pembuatan *Google My Business* tahapan selanjutnya ialah tampilan bisnis dalam peta ataupun google maps dengan beberapa pilihan ataupun opsi yang dijalankan. Prihal ini setiap pemilih usaha dapat memilih atau mencentang berita dan tips cara meningkatkan profil bisnis atau memilih untuk mapatkan undangandalam berpartisipasi survei dan uji coba yang sifatnya opsional untuk pelaku usaha yang membuat google maps.



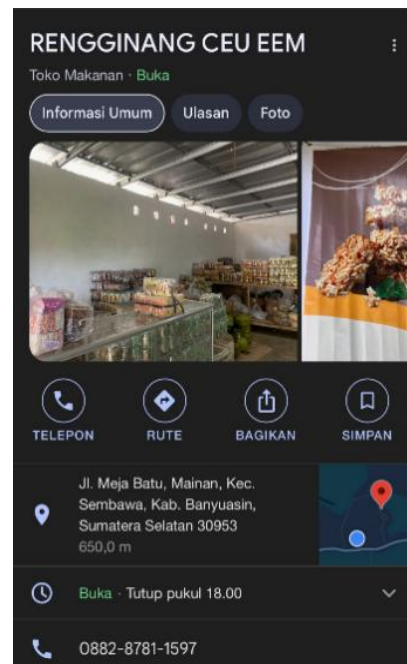
Gambar 7. Tampilan Lokasi Usaha dalam Maps

8. Pilih Opsi Verifikasi

Untuk mencegah pihak-pihak yang lalai mengeksploitasi informasi yang terkait dengan bisnis, verifikasi sangat penting saat membuat *Google Maps*. Selain itu, perusahaan dengan status terverifikasi dianggap memiliki reputasi yang lebih baik daripada yang tidak. Setelah semua informasi diisi secara akurat dan lengkap, proses verifikasi *Google My Business* selesai, dan opsi untuk memverifikasi akan muncul saat aplikasi *Google Maps* dibuat.

9. Menyesuaikan Profil dalam *Google My Business*

Setelah proses verifikasi selesaidilakukan maka pemilik usaha dapat melanjutkan proses edit *Google My Business*. Prihal ini pemilik akun bisa mengedit dan memasukkan informasi tambahan tentang bisnisnya lewat akun *Google My Business*. Beberapa informasi yang bisa ditambahkan antara lain seperti jam kerja yang diperlakukan, deskripsi bisnisatau usaha yang dijalankan, serta permintaan foto dari usaha yang berjalan. Pada tahapan akhir untuk pembuatan *Google My Business* akan ada tawaran iklan melalui *google ads*.



Gambar 8. Tampilan Google My Business (GMB)

Desain Visual

Desain visual merupakan proses perancangan dan pengelolaan berbagai elemen visual, seperti gambar, teks, warna, dan tipografi, untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens. Dalam praktiknya, desain visual berfungsi sebagai media komunikasi yang membantu menerjemahkan informasi ke dalam bentuk yang lebih menarik, mudah dipahami, dan mudah diingat. Selain berperan sebagai sarana penyampaian informasi, desain visual juga dapat digunakan untuk membangun citra usaha, meningkatkan daya tarik produk, serta memperkuat identitas merek (Khodijah et al., 2023). Dalam konteks pengembangan UMKM, desain visual menjadi salah satu komponen penting dalam strategi branding dan pemasaran karena mampu membantu pelaku usaha menciptakan identitas yang konsisten dan profesional melalui penggunaan logo, warna, tipografi, serta berbagai media promosi lainnya (Amir Alkodri et al., 2024).

Salah satu bentuk penerapan desain visual dalam kegiatan promosi adalah pembuatan *flyer* dan logo. *Flyer* merupakan media promosi yang berisi informasi singkat, padat, dan jelas mengenai produk, jasa, atau usaha yang ditawarkan sehingga dapat digunakan untuk menarik perhatian dan meningkatkan minat konsumen (Audria et al., 2024). Sementara itu, logo berfungsi sebagai identitas utama yang membedakan suatu usaha dengan usaha lainnya serta membantu konsumen mengenali dan mengingat merek dengan lebih mudah (Santi Rimadiaz et al., 2024). Oleh karena itu, dalam kegiatan **"Pendampingan Transformasi Digital UMKM Desa Mainan melalui Optimalisasi Google Business Profile dan Penguatan Identitas Visual Produk"** dilakukan pendampingan pembuatan logo, desain stiker kemasan, dan *flyer* promosi yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat identitas visual produk, meningkatkan *profesionalisme* usaha, mendukung promosi digital melalui *Google Business Profile*, serta meningkatkan daya saing UMKM di Desa Mainan.

Tabel 1. Daftar Pemilik Usaha

Nama Usaha	Detail Kontak
Aneka Kue Kering dan Keripik Bik Nit	082373630123
Model Tekwan Mama Ani	085367294676
Gorengan Oma Rosa Rt 06	083890752327
Toko Kue Ibu Fauzia	081532970799
Es Teler Shaka	0887437033263

Pengabdian masyarakat : pendampingan transformasi digital UMKM Desa Mainan melalui optimalisasi *Google Business Profile* dan penguatan identitas visual produk

Nama Usaha	Detail Kontak
Aneka Pempek Adella	087894200396
Cireng Ayam Suir Ama Ray	085764574544

Berikut salah satu hasil pengeditan desain *flyer* dan logo stiker yang dibuat untuk mendukung promosi usaha di Desa Mainan:



Gambar 9. Desain Logo Aneka Kue Kering dan Keripik Pisang



Gambar 10. Desain *Flyer* Aneka Kue Kering dan Keripik Pisang

Desain visual yang dikembangkan dalam kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat identitas visual produk UMKM, membangun citra merek yang lebih profesional, meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen, serta mendukung strategi pemasaran digital melalui optimalisasi Google Business Profile sehingga mampu meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM di Desa Mainan.

Evaluasi Keberhasilan Kegiatan

Pengabdian masyarakat : pendampingan transformasi digital UMKM Desa Mainan melalui optimalisasi *Google Business Profile* dan penguatan identitas visual produk

Untuk mengukur keberhasilan kegiatan secara terukur, dilakukan evaluasi berupa perbandingan pemahaman peserta sebelum dan sesudah pendampingan (*pre-test* dan *post-test*), serta rekap status pembuatan dan verifikasi *Google Business Profile* (GBP) pada tujuh UMKM mitra. Ringkasan hasil evaluasi disajikan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Rekap Status Google Business Profile dan Pemahaman Peserta Sebelum-Sesudah Pendampingan

No	Nama UMKM	Status <i>Google Business Profile</i> (GBP)	Pemahaman Sebelum (%)	Pemahaman Sesudah (%)
1	Aneka Kue Kering dan Keripik Bik Nit	Aktif dan Terverifikasi	35	94
2	Model Tekwan Mama Ani	Aktif dan Terverifikasi	40	92
3	Gorengan Oma Rosa RT 06	Aktif dan Terverifikasi	30	88
4	Toko Kue Ibu Fauzia	Aktif dan Terverifikasi	45	90
5	Es Teler Shaka	Aktif dan Terverifikasi	38	90
6	Aneka Pempek Adella	Aktif dan Terverifikasi	42	93
7	Cireng Ayam Suir Ama Ray	Aktif dan Terverifikasi	33	89
Rata-rata		7 UMKM (100%) Aktif dan Terverifikasi	37,6	90,9

Secara umum, data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh tujuh UMKM mitra (100%) telah memiliki profil *Google Business Profile* yang aktif dan terverifikasi, sehingga usaha mereka dapat ditemukan secara daring melalui *Google Search* dan *Google Maps*. Selain itu, hasil *pre-test* dan *post-test* menunjukkan peningkatan pemahaman peserta yang signifikan, dari rata-rata 37,6% sebelum pendampingan menjadi 90,9% sesudah pendampingan, atau meningkat sebesar 53,3 poin persentase. Peningkatan tertinggi terjadi pada peserta dari Aneka Kue Kering dan Keripik Bik Nit (dari 35% menjadi 94%), sedangkan seluruh peserta lain juga menunjukkan pola peningkatan pemahaman yang konsisten di atas 88%. Temuan ini menjadi indikator keberhasilan kegiatan pendampingan transformasi digital, baik dari sisi penguasaan materi oleh peserta maupun dari sisi keberadaan digital (*digital presence*) UMKM mitra di *platform Google*.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program "Pendampingan Transformasi Digital UMKM Desa Mainan melalui Optimalisasi *Google Business Profile* dan Penguatan Identitas Visual Produk" telah terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat yang signifikan bagi pelaku UMKM di Desa Mainan, Kecamatan Sembawa, Kabupaten Banyuasin. Keberhasilan program ini dapat diukur secara kuantitatif melalui dua indikator utama, yaitu peningkatan pemahaman peserta dan keberadaan digital (*digital presence*) UMKM mitra.

Berdasarkan hasil evaluasi *pre-test* dan *post-test* terhadap tujuh UMKM mitra, tercatat peningkatan pemahaman peserta mengenai pemanfaatan *Google Business Profile* dan identitas visual produk dari rata-rata 37,6% sebelum pendampingan menjadi 90,9% sesudah pendampingan, atau meningkat sebesar 53,3 poin persentase. Selain itu, seluruh tujuh UMKM mitra (100%) kini telah memiliki profil *Google Business Profile* yang aktif dan terverifikasi, sehingga informasi usaha dapat diakses secara daring oleh calon konsumen melalui *Google Search* dan *Google Maps*.

Melalui pendampingan yang diberikan, pelaku UMKM mampu memahami cara mengelola profil usaha secara digital sehingga informasi bisnis menjadi lebih mudah diakses oleh calon konsumen. Selain itu, kegiatan penguatan identitas visual produk melalui pembuatan logo, stiker kemasan, dan

flyer promosi telah membantu UMKM membangun citra usaha yang lebih profesional, menarik, dan memiliki nilai tambah di mata konsumen.

Secara keseluruhan, capaian tersebut menunjukkan bahwa program ini berkontribusi positif dan terukur dalam mendukung proses transformasi digital UMKM, meningkatkan kemampuan pemasaran dan branding produk, serta memperkuat daya saing usaha di era ekonomi digital. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh peserta, yang tercermin dari hasil evaluasi di atas, diharapkan dapat menjadi modal penting dalam mengembangkan usaha secara berkelanjutan dan memperluas jangkauan pasar.

- 1) Pendampingan berkelanjutan perlu dilakukan secara periodik agar pelaku UMKM dapat terus mengoptimalkan penggunaan *Google Business Profile*, termasuk dalam pengelolaan konten, pembaruan informasi usaha, dan pemanfaatan fitur-fitur pendukung lainnya.
- 2) Pelatihan pemasaran digital lanjutan seperti pemanfaatan media sosial, *marketplace*, *digital advertising*, dan pembuatan konten promosi perlu diberikan untuk memperluas strategi pemasaran UMKM.
- 3) Pelaku UMKM diharapkan dapat secara konsisten menerapkan identitas visual produk yang telah dirancang sehingga mampu membangun *brand awareness* dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.
- 4) Pemerintah desa, perguruan tinggi, dan instansi terkait perlu menjalin kolaborasi yang berkelanjutan dalam mendukung pengembangan UMKM melalui program pendampingan, pelatihan, dan fasilitasi akses teknologi digital.
- 5) Pada kegiatan selanjutnya, perlu dilakukan monitoring dan evaluasi secara berkala – misalnya setiap 3–6 bulan setelah pendampingan – untuk mengukur keberlanjutan pemanfaatan *Google Business Profile* serta dampaknya terhadap indikator bisnis yang lebih konkret, seperti jumlah kunjungan/klik profil GBP, jumlah pelanggan baru, dan pertumbuhan penjualan UMKM.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Indo Global Mandiri yang telah memberikan dukungan sehingga kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema “Pendampingan Transformasi Digital UMKM Desa Mainan melalui Optimalisasi Google Business Profile dan Penguatan Identitas Visual Produk” dapat terlaksana dengan baik. Dukungan yang diberikan menjadi faktor penting dalam keberhasilan pelaksanaan program pengabdian ini.

Selain itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Mainan, Kecamatan Sembawa, Kabupaten Banyuasin, yang telah memberikan izin, fasilitas, dan kerja sama selama pelaksanaan kegiatan. Tidak lupa, terima kasih kepada seluruh pelaku UMKM Desa Mainan yang telah berpartisipasi aktif dan bekerja sama dalam setiap rangkaian kegiatan pendampingan, sehingga tujuan program dalam meningkatkan kemampuan pemasaran digital dan penguatan identitas visual produk dapat tercapai dengan baik. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi perkembangan UMKM di Desa Mainan.

DAFTAR RUJUKAN

- Alkodri, A. A., Fitriyani, F., Isnanto, B., Kirana, C., & Adiwinoto, B. (2024). Implementasi desain grafis untuk media promosi UMKM di Pangkalpinang. *Jurnal Abdimastek (Pengabdian Masyarakat Berbasis Teknologi)*, 5(2), 1–8. <https://doi.org/10.32736/abdimastek.v5i2.2240>
- Audria, S. W., Saputra, R. M., Ishaq, F. M., Sodiq, F., & Syakur, S. (2024). Perancangan desain flyer sebagai media promosi destinasi wisata Hutan Mangrove Desa Pasarbanggi Kabupaten Rembang. *Transformasi Masyarakat: Jurnal Inovasi Sosial dan Pengabdian*, 1(3), 70–79. <https://doi.org/10.62383/transformasi.v1i3.248>
- Diana, L., Ariyel, J., Putri, A. N., & Sabrina, M. (2022). Pendampingan pemanfaatan digital marketing melalui Google Business pada UMKM Kelurahan Kertajaya. *Jurnal Abdimas Patikala*, 2(1), 442–447. <https://doi.org/10.51574/patikala.v2i1.500>

Pengabdian masyarakat : pendampingan transformasi digital UMKM Desa Mainan melalui optimalisasi *Google Business Profile* dan penguatan identitas visual produk

- Husain, T. K., Thamsi, A. B., & Amran, F. D. (2022). Implementasi Google My Business sebagai media digital marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (Abdira)*, 2(1), 88–94. <https://doi.org/10.31004/abdira.v2i1.53>
- 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>
- Jibril, M., Amin, M., Wardah, S., & Ihwan, K. (2025). Pelatihan dan penerapan desain grafis sebagai upaya peningkatan branding pada UMKM Teras Sayur Nurul. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(6), 171–177. <https://jurnal.nawansa.com/index.php/abdimas/article/view/560>
- Khodijah, S., Jahira, N., Karima, U., & Zahroh, W. (2023). Sosialisasi personal branding dan desain grafis oleh mahasiswa KKN UNIWARA dalam meningkatkan potensi UMKM masyarakat di Kelurahan Tapaan Kota Pasuruan. *Swarna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(9), 930–938. <https://doi.org/10.55681/swarna.v2i9.857>
- Mahmud, I., & Septianna, E. W. (2024). Pelatihan pembuatan Google My Business pada pemilik usaha Kedai Nyihah penerima PMW (Program Mahasiswa Wirausaha). *Jurnal Pengabdian Literasi Digital Indonesia*, 3(2), 48–59. <https://doi.org/10.57119/abdimas.v3i2.121>
- Mobarok, F. F., Sihab, H. H., Nurfadillah, T. N., Azizah, N. A. N., & Srimurni, R. R. (2024). Sinergi digitalisasi dan kesadaran K3 sebagai strategi peningkatan daya saing UMKM di Desa Lebakwangi. *PaKMAs: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 531–538. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v4i2.3237>
- Mustika, M., Rohmatulloh, I., Fernata, A. D., Danitta, N. R., Safitra, M. F., Ferdhika, G., Rafly, M., Prastyo, A. M., Nuraini, S. L., Novendi, N., Muhrozi, A., Jaya, R. I., Faridz, K., & Putri, A. T. (2025). Membangun identitas merek yang kuat melalui pelatihan Canva untuk UMKM di Kampung Badran Sari. *Madaniya*, 6(2), 967–977. <https://doi.org/10.53696/27214834.1253>
- Nursani, N., Avila, D. Z., Akbar, M., Firmanto, T., Faiza, N., Mulya, K. S., Amelia, R., & Al Fajar, M. R. (2023). Strategi pemanfaatan digital marketing melalui Google My Business pada UMKM di Kecamatan Parado. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(3), 163–170. <https://doi.org/10.61461/sjpm.v2i3.49>
- Nur, M. Z., Putra, D., Sakti, B., & Dakwah, M. M. (2023). Efektivitas platform Google My Business (GMB) dalam perluasan jangkauan pemasaran bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pada Komunitas Bisnis Tangan di Atas (TDA) Mataram. *Jurnal Sunan Doe*, 1(9). <https://doi.org/10.58330/ese.v1i9.372>
- Rimadias, S., Soetadi, M. A., Jonathan, J., Wellianto, K., A., M., Novaristo, N., Chow, C., & Natasya, N. (2024). Strategi promosi untuk meningkatkan daya saing UMKM Kedai Gading Serpong. *Jurnal Pelayanan Masyarakat*, 1(4), 70–81. <https://doi.org/10.62951/jpm.v1i4.915>
- Sholihin, U. (2024). Meningkatkan daya saing pasar UMKM melalui transformasi digital. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 3(2), 100–114. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i2.2512>
- Yudha, A. D., Putri, A. Y., Mujiati, I., & Dewi, N. G. (2025). Revitalisasi UMKM Warung Barokah Mbak Ika melalui digitalisasi dan branding untuk meningkatkan daya saing. *Nuras: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 167–175. <https://doi.org/10.36312/nuras.v5i3.503>