

PENDAMPINGAN PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL GOOGLE MAPS DAN GOFOOD UNTUK MENDUKUNG PENGEMBANGAN UMKM

Moh. Dey Prayogo, Sheila Adelia Permata Putri, Bianca Najwa Shonaya

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus
1945 Surabaya

Email : sheiladelia05@gmail.com, biancanajwa160@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola pemasaran dan perilaku konsumen dalam mencari informasi serta melakukan pembelian produk. Kondisi ini menuntut pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memanfaatkan platform digital guna meningkatkan daya saing usaha. Namun, masih banyak UMKM yang belum mengoptimalkan penggunaan teknologi digital, khususnya dalam pencantuman lokasi usaha pada Google Maps dan pemanfaatan layanan pesan-antar makanan seperti GoFood. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi UMKM dalam melakukan digitalisasi usaha melalui pembuatan lokasi usaha pada Google Maps dan pendaftaran sebagai mitra GoFood. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, serta pendampingan langsung kepada pelaku UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM mitra berhasil memiliki lokasi usaha yang terdaftar di Google Maps sehingga lebih mudah ditemukan oleh konsumen, serta berhasil melakukan pendaftaran GoFood sebagai sarana pemasaran dan penjualan secara daring. Pendampingan ini memberikan pemahaman kepada pelaku usaha mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pasar, dan mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Kata kunci: UMKM, digitalisasi usaha, Google Maps, GoFood, pemasaran digital

ABSTRACT

The development of digital technology has transformed marketing patterns and consumer behavior in seeking information and making product purchases. This situation requires Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to utilize digital platforms to increase their competitiveness. However, many MSMEs still have not optimized the use of digital technology, particularly in listing their business locations on Google Maps and utilizing food delivery services like GoFood. This community service activity aims to assist MSMEs in digitizing their businesses by creating business locations on Google Maps and

Article History

Received : Juni 2026

Reviewed: Juni 2026

Published: Juni 2026

Copyright : Author

Publish by : Krepa



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

registering as GoFood partners. The methods used included observation, interviews, and direct mentoring with MSMEs. The results of the activity showed that partner MSMEs successfully registered their business locations on Google Maps, making them easier for consumers to find, and successfully registered GoFood as a means of online marketing and sales. This mentoring provided business owners with an understanding of the importance of utilizing digital technology to increase business visibility, expand market reach, and support sustainable business development.

Keywords: MSMEs, business digitization, Google Maps, GoFood, digital marketing

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM tidak hanya berperan dalam menciptakan lapangan kerja, tetapi juga menjadi penggerak aktivitas ekonomi masyarakat di berbagai daerah. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, pola pemasaran dan perilaku konsumen mengalami perubahan yang signifikan. Masyarakat kini semakin terbiasa memanfaatkan internet untuk mencari informasi produk, lokasi usaha, hingga melakukan transaksi secara daring.

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia menunjukkan bahwa penggunaan platform berbasis internet telah menjadi bagian penting dalam aktivitas bisnis. Publikasi Statistik E-Commerce 2024 dari Badan Pusat Statistik (2025) menunjukkan bahwa aktivitas usaha yang memanfaatkan teknologi digital terus mengalami peningkatan, baik dalam aspek promosi maupun transaksi. Kondisi ini menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap dapat bersaing dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Salah satu bentuk digitalisasi yang mudah diterapkan oleh UMKM adalah pencantuman lokasi usaha melalui Google Maps dengan memanfaatkan Google Profil Bisnis. Kehadiran lokasi usaha pada Google Maps memungkinkan konsumen menemukan alamat usaha dengan lebih mudah, memperoleh informasi jam operasional, melihat foto produk, serta menghubungi pelaku usaha secara langsung. Selain itu, bagi UMKM kuliner, pemanfaatan layanan pesan-antar makanan seperti GoFood menjadi peluang strategis untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan tanpa terbatas oleh lokasi konsumen.

Meskipun demikian, masih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan fasilitas digital tersebut secara optimal. Beberapa usaha belum memiliki lokasi yang terdaftar di Google Maps sehingga sulit ditemukan oleh calon pelanggan. Selain itu, masih terdapat pelaku usaha kuliner

yang belum bergabung dengan platform layanan pesan-antar seperti GoFood, sehingga peluang untuk menjangkau konsumen secara lebih luas belum dapat dimanfaatkan secara maksimal.

Berdasarkan hasil observasi pada UMKM mitra, ditemukan bahwa pelaku usaha belum memiliki lokasi usaha yang terdaftar di Google Maps dan belum terdaftar sebagai mitra GoFood. Kondisi tersebut menyebabkan informasi usaha sulit diakses oleh konsumen serta membatasi peluang pemasaran produk secara digital. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui pendampingan pembuatan lokasi usaha pada Google Maps dan pendaftaran GoFood. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan visibilitas usaha, mempermudah konsumen dalam menemukan lokasi usaha, serta memperluas jangkauan pemasaran produk sehingga mampu mendukung perkembangan usaha secara berkelanjutan.

METODE

Pengabdian ini menggunakan jenis penelitian survey. Eksplanasi pada penelitian ini tergolong penelitian deskriptif.

TEMPAT DAN WAKTU

Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat : Jl. Raya Kalirungkut No.139, Kali Rungkut, Surabaya
Waktu Pelaksanaan Kegiatan : Rabu, 10 Juni 2026.

METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan akan disajikan melalui penjelasan dibawah ini :

1. Survei Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui survei langsung ke lokasi UMKM mitra. Survei bertujuan untuk mengetahui kondisi usaha, jenis produk yang dijual, sistem pemasaran yang telah digunakan, serta kendala yang dihadapi pelaku usaha. Selain melakukan pengamatan, tim juga melakukan wawancara dan komunikasi langsung dengan pemilik UMKM untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan pengembangan usaha. Hasil survei menunjukkan bahwa UMKM mitra belum memanfaatkan Google Maps secara optimal dan belum terdaftar pada layanan pesan-antar GoFood sehingga jangkauan pemasarannya masih terbatas.

2. Persiapan Sarana dan Prasarana

Berdasarkan hasil survei, tim mempersiapkan berbagai sarana dan prasarana yang diperlukan untuk mendukung pelaksanaan kegiatan. Persiapan meliputi penyusunan materi pendampingan, perangkat digital seperti laptop dan telepon pintar, akses internet, serta pengumpulan data usaha yang diperlukan untuk pembuatan profil Google Maps dan pendaftaran GoFood. Selain itu, tim juga menyiapkan dokumentasi berupa foto lokasi usaha dan foto produk yang akan digunakan pada platform digital.

3. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pendampingan langsung kepada pelaku UMKM. Tim membantu pelaku usaha dalam melengkapi informasi usaha, seperti alamat, nomor kontak, jam operasional, kategori usaha, serta foto produk dan lokasi usaha untuk ditampilkan pada Google Maps. Selanjutnya, tim mendampingi proses pendaftaran GoFood Merchant dengan memastikan seluruh data dan dokumen yang dibutuhkan telah sesuai. Kegiatan dilaksanakan secara

partisipatif sehingga pelaku usaha terlibat langsung dalam setiap tahapan proses digitalisasi usaha.

4. Materi Pembinaan dan Penyuluhan Kegiatan

Materi pembinaan dan penyuluhan difokuskan pada pentingnya digitalisasi UMKM dalam meningkatkan daya saing usaha. Materi yang diberikan meliputi pemanfaatan Google Maps sebagai media promosi dan informasi lokasi usaha, manfaat Google Profil Bisnis dalam meningkatkan visibilitas usaha, serta penggunaan layanan GoFood sebagai sarana memperluas jangkauan pemasaran. Selain itu, pelaku UMKM juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Awal UMKM Mitra

Sebelum kegiatan pendampingan dilakukan, pelaku UMKM memiliki kendala yaitu telah menjalankan usaha secara langsung, tetapi belum memiliki dukungan digital yang memadai. Lokasi usaha belum tertata secara optimal di Google Maps dan usaha belum masuk ke layanan pesan-antar makanan. Kondisi ini membuat pemasaran masih bergantung pada pelanggan sekitar dan promosi dari mulut ke mulut (WOM).

Pendampingan UMKM Mitra Pertama: Google Maps dan GoFood

Pendampingan pada UMKM mitra pertama difokuskan pada digitalisasi lokasi usaha dan perluasan akses pemasaran melalui layanan pesan-antar. Langkah awal yang dilakukan adalah membantu pelaku usaha menyiapkan informasi yang dibutuhkan untuk Google Maps, seperti alamat lengkap, kategori usaha, jam operasional, nomor telepon, foto lokasi, dan foto produk.

Keberadaan usaha di Google Maps penting karena memudahkan calon pelanggan untuk menemukan lokasi secara langsung. Selain itu, Google Profil Bisnis juga memungkinkan usaha menampilkan informasi yang lebih lengkap kepada konsumen. Google menjelaskan bahwa Profil Bisnis dapat membantu usaha tampil di Google Penelusuran dan Maps, serta dapat dilengkapi dengan foto, penawaran, postingan, dan informasi lain yang mendukung tampilan usaha secara digital (Google, n.d.).

Setelah informasi usaha disiapkan, tim membantu proses pencantuman lokasi usaha pada Google Maps. Kegiatan ini dilakukan dengan memperhatikan ketepatan titik lokasi, kelengkapan informasi, dan kesesuaian foto yang digunakan. Foto produk dan foto tempat usaha dipilih agar tampilan profil terlihat lebih jelas dan menarik bagi calon konsumen.

Selain Google Maps, tim juga mendampingi pelaku usaha dalam proses pendaftaran GoFood Merchant. Pendampingan dilakukan dengan membantu pelaku usaha memahami data yang perlu disiapkan, seperti identitas pemilik, informasi usaha, nomor kontak, serta data pendukung lain yang dibutuhkan dalam proses pendaftaran. Bantuan ini penting karena tidak semua pelaku UMKM terbiasa melakukan pendaftaran melalui aplikasi atau platform digital.

Pendaftaran pada layanan pesan-antar seperti GoFood dapat membuka peluang pemasaran yang lebih luas. Melalui layanan ini, produk UMKM tidak hanya dapat dibeli oleh pelanggan yang datang langsung ke lokasi, tetapi juga oleh konsumen yang memesan secara daring. Hal ini sejalan dengan Subekti et al. (2025) yang menjelaskan bahwa pelatihan digital marketing bagi UMKM dapat mencakup pemanfaatan media sosial dan platform layanan pesan-antar untuk memperluas pemasaran.

Hasil dari pendampingan ini adalah UMKM mitra pertama memiliki akses digital yang lebih baik. Usaha menjadi lebih mudah ditemukan melalui Google Maps dan memiliki peluang untuk masuk ke ekosistem layanan pesan-antar makanan. Meskipun hasil penjualan belum dapat diukur dalam waktu singkat, kegiatan ini menjadi langkah awal yang penting untuk memperluas jangkauan pasar.

Dampak Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM. Pada UMKM ini, digitalisasi lokasi usaha melalui Google Maps membantu usaha lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan. Pendampingan pendaftaran GoFood juga membuka peluang bagi pelaku usaha untuk menjangkau konsumen yang lebih luas melalui layanan pesan-antar.

Secara umum, kegiatan ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak selalu harus dimulai dari program yang besar dan rumit. Pendampingan sederhana seperti pembuatan Google Maps dan pendaftaran layanan pesan-antar dapat menjadi langkah awal yang bermanfaat. Yang paling penting adalah kegiatan tersebut sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha dan dapat digunakan secara langsung setelah program selesai.

Selain itu, kegiatan ini juga memberikan pengalaman bagi tim pelaksana untuk memahami kondisi UMKM secara langsung. Tim tidak hanya belajar mengenai teori digitalisasi dan branding, tetapi juga melihat bagaimana pelaku usaha menghadapi keterbatasan dalam penggunaan teknologi. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini menjadi ruang belajar bersama antara tim pelaksana dan pelaku UMKM.

Dari kegiatan pengabdian ini memiliki tujuan untuk meningkatkan visibilitas usaha di ruang digital, memudahkan konsumen menemukan lokasi usaha, memperluas jangkauan pemasaran melalui GoFood, serta meningkatkan literasi digital pelaku UMKM.

Untuk mencapai tujuan tersebut, tim menggunakan metode komunikasi interpersonal dan partisipatif melalui pendampingan secara langsung. Komunikasi interpersonal dilakukan untuk menggali kebutuhan dan memberikan pemahaman mengenai manfaat Google Maps dan GoFood, sedangkan komunikasi partisipatif diterapkan dengan melibatkan pelaku usaha dalam setiap tahapan proses digitalisasi, mulai dari pengumpulan data usaha hingga pendaftaran platform digital. Melalui pendekatan ini, pelaku UMKM tidak hanya memperoleh informasi, tetapi juga keterampilan yang dapat diterapkan secara mandiri dalam mengembangkan usahanya.



KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui pendampingan UMKM dengan dua kendala. Pelaku UMKM mitra mendapatkan pendampingan dalam pembuatan lokasi usaha di Google Maps dan pendaftaran GoFood. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendampingan digitalisasi dan branding dapat membantu UMKM menjadi lebih siap dalam menghadapi perkembangan pemasaran digital. Google Maps membantu usaha lebih mudah ditemukan oleh konsumen.

Dengan demikian, kegiatan ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM dapat dimulai dari langkah-langkah sederhana, asalkan sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha. Pendampingan yang tepat dapat membantu UMKM meningkatkan visibilitas usaha dan memperluas peluang pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2025). *Statistik e-commerce 2024*.
<https://www.bps.go.id/id/publication/2025/11/28/647323224ecc656c2933571b/statistik-e-commerce-2024.html>
- GoFood Merchant. (2025, April 15). *Perubahan nama GoBiz menjadi aplikasi GoFood Merchant*.
<https://biztips.gobiz.co.id/biztips/topics/panduan-go-biz/panduan-aplikasi-go-biz/rencana-perubahan-nama-go-biz-menjadi-go-food-merchant>
- Gojek. (n.d.). *Tertarik untuk daftar layanan GoFood?* Retrieved June 11, 2026, from
<https://www.gojek.com/id-id/merchant/cara-daftar-gofood>
- Google. (n.d.). *Google Profil Bisnis: Tampilkan bisnis Anda di Google*. Retrieved June 11, 2026, from
<https://business.google.com/id/business-profile/>
- Google. (n.d.). *Menambahkan atau mengklaim Profil Bisnis*. Retrieved June 11, 2026, from
<https://support.google.com/business/answer/2911778?hl=id>
- Kasnelly, S., Elisa, P., Rahmadani, N., Raniasa, F., Karomah, S., & Mirza, F. (2025). Penerapan Google Maps dan media sosial sebagai strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan UMKM Mavia Angkringan. *Al-Amal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 5(1).
<https://doi.org/10.54459/al-amal.v5i1.1009>
- Safitri, S. N., & Nugroho, R. H. (2025). Strategi digitalisasi UMKM melalui Google Maps dalam meningkatkan daya saing bisnis. *Jurnal Studi Administrasi Bisnis*, 1(4), 1106-1116.
<https://jsinabis.upnjatim.ac.id/index.php/jsinabis/article/view/258>
- Satria, V. Y., Al-Fikri, M. S., Nabillah, S. Q., Prasetyo, D., & Abror, S. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan *digital marketing* untuk meningkatkan nilai jual produk di Desa Dukuh Menanggal Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3).
<https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/article/view/2360>
- Subekti, F. A., Widyastuti, A., Lastino, A. F., Leonarddin, H. W., & Atasa, D. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui sosialisasi dan pelatihan *digital marketing* di wilayah Kelurahan Jagir, Surabaya. *Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 59-67.
<https://doi.org/10.57218/jompaabdi.v4i3.1814>

Syaghani, M., Ahmad, H., & Hidayat, N. (2025). Meningkatkan UMKM melalui pemasaran digital (*brand awareness*) di Desa Pasireurih. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 74-84. <https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v3i1.1560>