Vol 3 No 2
ISSN : 2962-9357
E ISSN : 2962-9942

PENERAPAN REBRANDING LOGO DAN PEMANFATAN ALAMAT KE GOOGLE MAPS KERIPIK 3 PUTRI CIKERIS

Mukjizah Dwi Prihartina1, Lina Aliyani Mardiana2
Program Studi Manajemen, Program Studi Farmasi
mn21.mukjizahprihartina@mhs.ubpkarawang.ac.id1 , linamardiana@ubpkarawang.ac.id2

Abstrak

UMKM Keripik 3 Putri Cikeris, yang berlokasi di Desa Cikeris, Purwakarta, menghadapi tantangan dalam memperluas pasar dan meningkatkan kesadaran merek. Untuk mengatasi masalah ini, dilakukan rebranding logo dan optimasi digital melalui Google Maps. Rebranding bertujuan untuk memperbarui citra merek dengan desain logo yang lebih menarik, sementara optimasi Google Maps meningkatkan visibilitas dengan menyediakan informasi lengkap seperti alamat dan jam operasional. Hasilnya, identitas merek menjadi lebih kuat, aksesibilitas meningkat, dan jangkauan pasar meluas. Strategi ini membuktikan bahwa kombinasi antara pembaruan visual dan teknologi digital efektif dalam meningkatkan keberhasilan UMKM.

Kata kunci : Rebranding, Google Maps, Pemasaran Digital

Abstract

UMKM Keripik 3 Putri Cikeris, located in Cikeris Village, Purwakarta, faces challenges in expanding the market and increasing brand awareness. To overcome this problem, a logo rebranding and digital optimization was carried out via Google Maps. Rebranding aims to update the brand image with a more attractive logo design, while Google Maps optimization increases visibility by providing complete information such as address and operating hours. As a result, brand identity becomes stronger, accessibility increases, and market reach expands. This strategy proves that the combination of visual updates and digital technology is effective in increasing the success of MSMEs.

Keywords*: Rebranding, Google Maps, Digital Marketing*

Vol 3 No 2
ISSN : 2962-9357
E ISSN : 2962-9942

PENDAHULUAN

Desa Cikeris, yang terletak di Kecamatan Bojong, Kabupaten Purwakarta, sekitar 30 km di selatan pusat kota, dikenal sebagai desa yang subur dengan pemandangan hijau dan perbukitan yang dipenuhi pohon serta semak lebat. Masyarakat desa ini hidup dengan damai dan sederhana, hingga akhirnya wilayah ini diberi nama "Cikeris." Pada tahun 1983, Desa Cikeris dimekarkan menjadi dua desa, yakni Desa Cikeris dan Desa Pawenang, dengan wilayah administrasi Desa Cikeris terbagi ke dalam 3 dusun, 5 RW, dan 15 RT. Dalam era digital saat ini, branding dan kehadiran online menjadi komponen penting bagi kesuksesan bisnis, termasuk bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM Keripik 3 Putri Cikeris, yang terletak di Desa Cikeris, menghadapi tantangan serupa dengan banyak UMKM lainnya, yakni sulitnya memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran merek di luar wilayah lokal. Salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah ini adalah dengan melakukan rebranding dan memanfaatkan teknologi digital, khususnya melalui Google Maps, sebagai media promosi. Penerapan rebranding pada Keripik 3 Putri Cikeris tidak hanya bertujuan untuk memperbarui citra usaha, tetapi juga untuk menciptakan identitas yang lebih kuat dan relevan bagi target pasar yang lebih luas. Rebranding ini diharapkan dapat menarik perhatian pelanggan baru sambil tetap mempertahankan basis pelanggan lama. Selain itu, kehadiran bisnis secara digital sangat penting di era modern ini, dan Google Maps menyediakan platform yang mudah diakses dan sangat efektif untuk meningkatkan visibilitas bisnis. Dengan menambahkan alamat Keripik 3 Putri Cikeris ke Google Maps, pelanggan dapat dengan mudah menemukan lokasi usaha, mengetahui jam operasional, melihat ulasan produk, dan bahkan mendapatkan petunjuk arah secara langsung (Hidayat., 2024). Tujuan untuk meningkatkan kesadaran publik terhadap produk lokal serta memperluas jangkauan pemasaran di luar desa Cikeris. Dengan memanfaatkan branding yang kuat dan teknologi berbasis lokasi seperti Google Maps, UMKM Keripik 3 Putri Cikeris diharapkan dapat mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam hal jumlah pelanggan dan popularitas di pasar yang lebih luas.

METODE

Dalam kegiatan ini, target utamanya adalah UMKM Keripik 3 Putri Cikeris yang berlokasi di Desa Cikeris, Kecamatan Bojong, Kabupaten Purwakarta. Kegiatan sosialisasi dan pendampingan berlagsung tanggal 29 Juli 2024, dengan fokus utama pada rebranding logo dan optimasi digital melalui Google Maps. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui beberapa

Vol 3 No 2
ISSN : 2962-9357
E ISSN : 2962-9942

tahapan penting sebagai berikut :

1. **Tahapan Persiapan**

   Pada tahap awal, mahasiswa melaksanakan survei menyeluruh terhadap UMKM Keripik 3 Putri Cikeris untuk mengidentifikasi kebutuhan khusus dari usaha tersebut. Proses ini dilanjutkan dengan wawancara mendalam bersama pemilik usaha, Bapak Ace Nurdin. Tahapan ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai tantangan yang dihadapi oleh UMKM, terutama terkait aspek logo identitas produk, sehingga strategi yang tepat dapat dirancang untuk mengatasinya.

2. **Tahapan Pelaksanaan**

   Metode pelaksanaan rebranding logo dan pemanfaatan Google Maps untuk Keripik 3 Putri Cikeris dimulai dengan melakukan survei dan wawancara untuk memahami kebutuhan bisnis secara mendalam. Merancang logo baru sesuai dengan visi pemilik usaha, yang kemudian diterapkan pada berbagai media pemasaran seperti kemasan produk dan platform digital. Selanjutnya, bisnis didaftarkan di Google Maps melalui Google My Business dengan informasi lengkap untuk memudahkan akses pelanggan. Proses diakhiri dengan pemantauan dan evaluasi untuk menilai dampak strategi terhadap visibilitas dan interaksi dengan konsumen.

3. **Tahapan Implementasi**

   Pada tahap ini, mahasiswa telah berhasil membuat dan menyerahkan logo dan google maps alamat untuk UMKM Keripik 3 Putri Cikeris. Dengan adanya logo dan google maps dirancang untuk identitas online UMKM yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran produk, tetapi juga sebagai platform komunikasi antara UMKM dan pelanggannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

UMKM Keripik 3 Putri Cikeris, yang berlokasi di Rt 05, Desa Cikeris, Kecamatan Bojong, Kabupaten Purwakarta, adalah sebuah usaha mikro yang memproduksi Keripik. Usaha ini telah berdiri dan dikenal baik oleh masyarakat lokal karena kualitas produk yang dihasilkan. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi, UMKM ini menghadapi tantangan dalam memperluas jangkauan pasarnya. Salah satu utama yang diidentifikasi adalah ketidak mampuan UMKM untuk memanfaatkan optimasi digital melalui Google Maps.

Vol 3 No 2
ISSN : 2962-9357
E ISSN : 2962-9942

Gambar 1. Pemaparan Rebranding Logo dan optimasi digital melalui Google Maps

Dalam upaya untuk mengatasi kendala tersebut, Mukjizah Dwi Prihartina, Dinar Reira Pelangi dan Kamaludin Wahyudin yang merupakan mahasiswa Manajemen dari Universitas Buana Perjuangan Karawang mengadakan kegiatan pendampingan terkait peran digital marketing bagi UMKM Keripik 3 Putri Cikeris. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan wawasan dan keterampilan baru kepada pemilik usaha dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Pendampingan ini difokuskan pada pengembangan strategi pemasaran melalui Facebook Marketplace, sebuah platform e-commerce yang mudah diakses dan memiliki potensi besar dalam menjangkau konsumen dari berbagai wilayah.

Gambar 2. Pendampingan Pembuatan Digital Marketing

Rebranding logo Keripik 3 Putri Cikeris bertujuan untuk menyegarkan identitas merek agar lebih relevan dan menarik di mata konsumen. Logo ini diharapkan dapat memperkuat citra merek di media sosial dan e-commerce, serta menciptakan koneksi yang lebih kuat dengan konsumen lama maupun baru. Setelah desain logo selesai, langkah penting selanjutnya adalah

Vol 3 No 2
ISSN : 2962-9357
E ISSN : 2962-9942

memperkenalkannya secara luas melalui berbagai saluran digital, termasuk media sosial, situs web, dan kampanye. Selain pembaruan identitas visual, pendampingan juga fokus pada optimalisasi kehadiran bisnis di Google Maps melalui Google Bisnisku. Setelah bisnis didaftarkan, Keripik 3 Putri Cikeris menjadi lebih mudah diakses oleh konsumen di sekitar wilayah Cikeris dan sekitarnya. Dengan informasi yang lengkap seperti alamat, kontak, jam operasional, dan ulasan dari pelanggan, konsumen dapat menemukan lokasi bisnis dengan lebih cepat dan akurat. Dampaknya adalah peningkatan traffic, baik secara fisik ke lokasi usaha maupun secara digital melalui platform online. Langkah selanjutnya adalah mengintegrasikan logo baru ini ke dalam semua materi pemasaran digital dan fisik. Hal ini termasuk mengganti visual di akun media sosial, situs web, serta kemasan produk. Selain itu, kampanye pengenalan logo baru di media sosial berhasil menciptakan antusiasme di kalangan konsumen, dengan banyaknya interaksi dan peningkatan pengikut.

Konsumen menyambut perubahan ini dengan komentar positif, yang pada akhirnya membantu meningkatkan loyalitas pelanggan dan menarik. Pemanfaatan Google Maps menjadi kunci dalam meningkatkan visibilitas bisnis secara lokal. Dengan mendaftarkan Keripik 3 Putri Cikeris di Google Maps melalui Google Bisnisku, pelanggan dapat dengan mudah menemukan lokasi dan mendapatkan informasi lengkap tentang produk. Penggunaan Google Maps juga memungkinkan bisnis untuk muncul dalam pencarian lokal yang relevan, sehingga memperluas peluang menjangkau lebih banyak konsumen. Dengan berbasis pencarian lokasi, Keripik 3 Putri Cikeris muncul sebagai salah satu pilihan utama di hasil pencarian Google. Hal ini membantu bisnis menjangkau konsumen yang mungkin sebelumnya tidak menyadari keberadaan produk ini. Tidak hanya itu, ulasan positif dari pelanggan yang puas turut memperkuat citra bisnis dan menambah kepercayaan konsumen baru untuk mencoba produk Keripik 3 Putri Cikeris. Google Maps juga memberikan hasil yang signifikan dalam memperluas jangkauan bisnis secara lokal. Dengan mendaftarkan Keripik 3 Putri Cikeris di Google Bisnisku, bisnis menjadi lebih mudah ditemukan oleh konsumen yang mencari produk lokal di wilayah Cikeris dan sekitarnya. Konsumen kini dapat dengan cepat menemukan lokasi toko, melihat ulasan, serta mendapatkan informasi kontak dan jam operasional. Hal ini meningkatkan kunjungan langsung ke toko serta meningkatkan kepercayaan konsumen yang mencari produk melalui pencarian lokal di Google.

Vol 3 No 2
ISSN : 2962-9357
E ISSN : 2962-9942

PEMBAHASAN

Rebranding visual melalui pembaruan logo Keripik 3 Putri Cikeris bukan hanya tentang mengubah tampilan, tetapi juga tentang membangun kembali komunikasi dengan konsumen dan memperkuat identitas merek. Di era digital, visual merupakan elemen penting yang mencerminkan karakter, kualitas, dan tujuan suatu bisnis. Logo lama yang sudah ketinggalan zaman mungkin tidak lagi sejalan dengan perkembangan industri dan ekspektasi konsumen yang semakin tinggi. Oleh karena itu, logo baru dirancang dengan memperhatikan elemen-elemen yang lebih modern, profesional, dan sesuai dengan tren pasar saat ini. Desain logo baru ini juga lebih mencerminkan visi dan misi Keripik 3 Putri Cikeris, yakni sebagai merek lokal yang terus berinovasi dan berkomitmen untuk menghadirkan produk berkualitas.

Proses rebranding ini tidak berhenti pada penggantian logo saja. Konsistensi dalam penerapannya adalah hal yang esensial. Logo baru harus diterapkan secara seragam di seluruh materi pemasaran, mulai dari kemasan produk hingga visual di platform digital seperti Instagram, Facebook, situs web, dan e-commerce. Konsistensi ini membantu membangun kesan yang kuat dan mudah dikenali oleh konsumen. Ketika konsumen melihat logo yang sama di berbagai platform, mereka cenderung mengaitkannya dengan profesionalisme dan kualitas yang konsisten. Lebih jauh lagi, kampanye promosi yang menyertai pengenalan logo baru memainkan peran penting dalam membangun momentum dan menumbuhkan rasa penasaran di kalangan konsumen. Kampanye ini dapat mencakup konten menarik di media sosial, cerita di balik perubahan logo, serta pengenalan produk dengan kemasan baru. Respon positif yang didapatkan dari kampanye ini menegaskan bahwa rebranding berhasil menarik perhatian audiens dan meningkatkan keterlibatan konsumen dengan merek (Pambreni, 2023). Google Maps melalui Google My Business telah terbukti sebagai alat yang efektif dalam meningkatkan visibilitas lokal Keripik 3 Putri Cikeris. Di era di mana konsumen seringkali memulai pencarian produk secara online, khususnya melalui pencarian lokal, kehadiran bisnis di Google Maps menjadi sangat penting. Ketika konsumen mencari produk seperti "keripik lokal di Cikeris" atau hanya "keripik terbaik di dekat saya," bisnis yang terdaftar di Google Maps memiliki peluang besar untuk muncul di hasil pencarian teratas. Ini tidak hanya meningkatkan kemungkinan konsumen menemukan dan mengunjungi lokasi bisnis, tetapi juga meningkatkan traffic online melalui kunjungan ke situs web atau media sosial bisnis. Google My Business juga memungkinkan bisnis untuk menampilkan informasi lengkap seperti alamat, nomor kontak, jam operasional, dan foto produk, yang membantu calon pelanggan membuat keputusan pembelian

Vol 3 No 2
ISSN : 2962-9357
E ISSN : 2962-9942

dengan lebih mudah. Selain itu, kehadiran bisnis di Google Maps juga memperkuat reputasi merek melalui ulasan konsumen. Ulasan positif dari pelanggan yang puas berfungsi sebagai bentuk promosi tidak langsung yang sangat efektif. Konsumen cenderung mempercayai rekomendasi dari sesama pelanggan lebih daripada klaim bisnis itu sendiri. Oleh karena itu, semakin banyak ulasan positif yang terkumpul, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan konsumen baru. Hal ini memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kunjungan ke toko fisik dan transaksi online. Bahkan ulasan negatif dapat dimanfaatkan dengan bijak sebagai kesempatan untuk menunjukkan respons dan layanan pelanggan yang baik, yang justru dapat memperkuat citra bisnis di mata konsumen (Decinta Putri Ariani & Sonja Andarini, 2024).

Dengan menempatkan Keripik 3 Putri Cikeris secara strategis di peta digital, bisnis tidak hanya menargetkan konsumen lokal yang lebih mudah menemukan toko, tetapi juga membangun kehadiran yang lebih kuat di dunia online. Strategi ini tidak hanya meningkatkan aksesibilitas dan visibilitas, tetapi juga membantu bisnis beradaptasi dengan perilaku konsumen yang semakin digital. Kombinasi antara rebranding visual yang kuat dan pemanfaatan teknologi digital melalui Google Maps menciptakan fondasi yang kokoh bagi pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis Keripik 3 Putri Cikeris di masa depan. Strategi ini membuktikan bahwa perubahan visual dan digitalisasi adalah kunci untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar yang terus berkembang (Prafiota, 2023).

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Rebranding dan pemanfaatan teknologi digital adalah langkah kunci bagi UMKM seperti Keripik 3 Putri Cikeris untuk menghadapi tantangan di era digital. Dengan memperbarui logo, UMKM ini berhasil memberikan wajah baru yang lebih menarik dan sesuai dengan tren pasar saat ini. Logo yang lebih modern dan profesional membantu memperkuat citra merek serta meningkatkan komunikasi dengan konsumen.

Selain itu, penggunaan Google Maps melalui Google My Business telah terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas bisnis. Pendaftaran di platform ini memungkinkan Keripik 3 Putri Cikeris untuk lebih mudah ditemukan oleh konsumen lokal, serta menyediakan informasi penting tentang produk dan layanan, termasuk ulasan pelanggan yang memperkuat reputasi merek. Hal ini berdampak positif pada peningkatan kunjungan langsung ke lokasi usaha dan pengunjung online. Gabungan antara rebranding visual dan optimasi digital melalui Google

Vol 3 No 2
ISSN : 2962-9357
E ISSN : 2962-9942

Maps memberikan dasar yang kuat untuk pertumbuhan dan keberlangsungan Keripik 3 Putri Cikeris. Strategi ini membantu UMKM untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang terus berkembang, serta membuka peluang untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Keberhasilan penerapan strategi ini menegaskan bahwa integrasi antara elemen visual dan teknologi digital adalah kunci untuk mencapai kesuksesan bisnis di zaman sekarang.

Rekomendasi

1. **Peningkatan infrastruktur digital**

   Peningkatan infrastruktur digital Keripik 3 Putri Cikeris melibatkan penerapan logo baru di semua platform digital serta pemanfaatan Google Maps melalui Google My Business. Dengan mendaftarkan alamat usaha di Google Maps, bisnis menjadi lebih mudah ditemukan oleh konsumen lokal, yang dapat melihat informasi lengkap tentang lokasi, jam operasional, dan ulasan. Langkah ini memperkuat citra merek, meningkatkan visibilitas, dan mendorong peningkatan traffic, baik secara fisik ke lokasi usaha maupun digital melalui platform online.

2. **Pengembangan keterampilan berkelanjutan**

   Pengembangan keterampilan berkelanjutan penting untuk menjaga daya saing Keripik 3 Putri Cikeris. Melalui pelatihan dalam pemasaran digital, pengelolaan e-commerce, dan teknologi terbaru, tim dapat terus meningkatkan kemampuan dan efisiensi, memastikan produk tetap relevan dan kompetitif di pasar yang terus berkembang.

3. **Ekspansi platform digital**

   Ekspansi platform digital Keripik 3 Putri Cikeris bertujuan untuk memperluas jangkauan online dengan menambah kehadiran di marketplace, media sosial, dan situs web. Langkah ini membantu menjangkau lebih banyak konsumen, meningkatkan penjualan, dan memperkuat brand awareness secara efektif.

4. **Pengembangan konten kreatif**

   Pengembangan konten kreatif Keripik 3 Putri Cikeris fokus pada visual menarik dan pesan kuat yang meningkatkan interaksi serta memperkuat identitas merek. Konten ini mencakup foto, video, dan cerita yang terhubung dengan konsumen, menciptakan kedekatan dan meningkatkan brand engagement.

5. **Kolaborasi dengan pihak lain**

Vol 3 No 2
ISSN : 2962-9357
E ISSN : 2962-9942

Kolaborasi dengan pihak lain untuk Keripik 3 Putri Cikeris bertujuan memperluas jangkauan dan memperkuat brand melalui kemitraan strategis dengan influencer, toko lokal, dan platform digital, meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak konsumen.

6. **Pemantauan dan evaluasi**

Pemantauan dan evaluasi Keripik 3 Putri Cikeris melibatkan penilaian berkala terhadap efektivitas strategi digital untuk mengukur kinerja dan menyesuaikan strategi berdasarkan feedback dan metrik kunci.

DAFTAR PUSTAKA

Decinta Putri Ariani, & Sonja Andarini. (2024). Penerapan Rebranding Logo dan Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Solusi Pengembangan UMKM Keripik Barokah. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 6(6), 4294–4302. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.1719

Hidayat, A., Febriana, P., Rochmaniah, A., & Bisri, M. H. (2024). Rebranding Umkm Catering Melalui Desain Packaging Dan Promosi Media Sosial. Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri, 6(1), 46–54. https://doi.org/10.33480/abdimas.v6i1.5301

Pambreni. (2023). Optimasi Desain Packaging dan Digital Marketing UMKM Dapoer Umi Navisah. Jurnal Pemberdayaan Umat, 2(2), 69–87. https://doi.org/10.35912/jpu.v2i2.1569

Prafiota. (2023). Pendampingan UMKM Rambak Mladri Melalui Pembuatan Logo dan Kemasan Serta Inovasi Penggunaan Media Online. Society : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(4), 222–228. https://doi.org/10.55824/jpm.v2i4.332