

AdindaMas

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Volume 4 Nomor 1, Juli 2024

DOI: <https://doi.org/10.37726/adindamas.v4i1.1090>

Pendampingan Pembuatan NIB dan *Branding* Pada UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu Purwakarta

Nuril Anwar^{1*}, Jalaudin², Reni Rostika³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIES) Indonesia Purwakarta
Jalan Veteran No. 150-152 Ciseureuh Purwakarta Jawa Barat 41118

^{*1}20462026@sties-purwakarta.ac.id

²Jalaludin@sties-purwakarta.ac.id

³20461109@sties-purwakarta.ac.id

ABSTRAK

PKM ini dilatarbelakangi UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu masih tabu terhadap izin usaha, kemasan UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu masih sangat sederhana, bahkan hanya sebatas di bungkus biasa saja. Selain itu, tidak terdapat media periklanan yang menunjukkan lokasi tersebut menjual aneka makanan dan kue tradisional, dan lokasi usaha belum terdaftar di google maps, sehingga konsumen baru sangat kesulitan jika menginginkan langsung datang ke lokasi usaha. Tujuan PKM ini untuk melakukan pendampingan pembuatan NIB dan citra merek UMKM Aneka Makanan Dan Kue Tradisional Desa Cibatu Purwakarta, supaya UMKM Aneka Makanan Dan Kue Tradisional bisa dikenal dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Metode PKM ini menggunakan sosialisasi dan pendampingan. Hasil PKM dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu menyadari pentingnya citra merek melalui spanduk untuk mempromosikan produk, sudah mengerti pentingnya memiliki Nomor Induk Berusaha guna kemajuan usaha, sudah menggunakan media digital Instagram dan Whatsapp sebagai media promosi, tempat UMKM sudah terdaftar di Google Maps guna mempermudah konsumen berkunjung ke lokasi usaha, dan UMKM sudah mengerti dan memiliki label produk sebagai ciri khas dan kepemilikan produk.

Kata Kunci – Aneka Makanan, Aneka Kue, Citra Merek, *Branding*, Pembuatan NIB.

ADINDAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), Volume 4, Nomor 1, Juli 2024

<http://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/adindamas/>

ISSN: 2798-2874 (Media Online) 2798-4702 (Media Cetak)

ABSTRACT

*This PKM is motivated by the fact that MSMEs of Various Foods and Traditional Cakes in Cibatu Village are still taboo on business licenses, the packaging of MSMEs of Various Foods and Traditional Cakes in Cibatu Village is still very simple, even limited to ordinary wrappers. In addition, there is no advertising media that shows that the location sells a variety of traditional foods and cakes, and the business location has not been registered on google maps, so new consumers are very difficult if they want to come directly to the business location. The purpose of this PKM is to provide assistance in making NIB and brand image of MSMEs of Various Foods and Tardisonal Cakes in Cibatu Purwakarta Village, so that MSMEs of Various Foods and Tardisonal Cakes can be recognized and easily accessed by the wider community. This PKM method uses socialization and mentoring. The results of the PKM can be concluded that MSME players of Various Traditional Foods and Cakes in Cibatu Village realize the importance of brand image through banners to promote products, already understand the importance of having a Business Identification Number for business progress, have used Instagram and Whatsapp digital media as promotional media, MSME places have been registered on Google Maps to make it easier for consumers to visit business locations, and MSMEs already understand and have product labels as product characteristics and ownership. **Keywords**-Food Variety, Cake Variety, Brand Image, Branding, NIB Creation.*

I. PENDAHULUAN

Asal usul nama Desa Cibatu berdasarkan masukan dari narasumber para tokoh adalah berawal dari nama sebuah sungai kecil yang mengapit sepanjang batas area kehutanan yang bernama aliran sungai Cibatu Kolot. Menurut cerita, bahwa setiap orang jahat/maling/perampok/pemberontak yang melewati aliran sungai tersebut pasti tidak akan bisa selamat hilang entah kemana rimbanya atau penjahat tersebut tertangkap warga, tetapi ada yang misteri berdasarkan cerita para tokoh bahwa daerah tersebut merupakan zona yang sangat aman dan tidak pernah tersentuh oleh penjajah bahkan setiap orang yang bersembunyi di area tersebut sangatlah aman/selamat, maka itulah sampai sekarang masih bernama aliran sungai Cibatu Kolot dengan nama Kampungnya yaitu Kampung Cibatu Kolot RT.10/04 desa Cibatu Kecamatan Cibatu.

Desa Cibatu adalah Sebuah Desa di sebelah Timur Kabupaten Purwakarta yang bertetangga dengan sebelah Utara Desa Kertamukti, sebelah Selatan Desa Cipancur, sebelah Barat Desa Cilandak dan sebelah Timur Desa Karyamekar. sebelum terjadi pemekaran Desa Cibatu terdiri dari Desa karyamekar, Desa Cipinang, Desa Ciparung, Desa Cikadu. Betapa luasnya wilayah Desa Cibatu sebelum dimekarkan yang meliputi kawasan Perhutani dan Perkebunan Cikumpay yang sekarang PTP VIII Cikumpay. Sesuai Peraturan Daerah Nomor 15 Tahun 2007 tentang Pembentukan Desa - Desa baru hasil Pemekaran Desa di Kabupaten Purwakarta. Perkembangan Desa Cibatu kini begitu cepatnya terjadinya perubahan dari mata pencaharian bercocok tanam, petani penggarap sawah, peladang, pekebun, yang

ADINDAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), **Volume 4, Nomor 1, Juli 2024**

<http://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/adindamas/>

ISSN: 2798-2874 (Media Online) 2798-4702 (Media Cetak)

merupakan daerah agraris kini berubah menjadi daerah sentra peruntukan Industri baik skala sedang maupun skala besar¹.

Keragaman penduduk Desa Cibatu terdiri dari beberapa suku bangsa yang tadinya hanya mayoritas suku sunda, sekarang ada suku, batak, jawa, padang, ambon, Maluku, makasar, bahkan warga Negara asingpun nampaknya mulai berdatangan sebagai pemilik/pengusah/pekerja pabrik. Desa Cibatu mulai berdiri pada Tahun 1860 dengan kepala Desanya bernama Ki Arpan yang menjabat selama 20 tahun. Dan ada tokoh lain yang sangat dikenang sampai sekarang yaitu seorang tokoh yang sangat berjasa bernama Embah RD Pamundar. Beliau adalah orang yang pertama membuka perkampungan Desa Cibatu yang konon Makamnya kini terletak di Kp. Karajan RT.02 (yang sekarang Kebun milik Bpk H Budiman (almarhum)).²

Setiap daerah memiliki karaktersitik budaya yang berbeda, karena ditunjang atas potensi wilayah dan pembangunan ekonomi daerah yang berbeda³, salah satu yang berperan aktif adalah keberadaan UMKM pada daerah tersebut. Setiap daerah memiliki makanan ciri khas masing-masing, termasuk Desa Cibatu memiliki makanan tradisional, salah satunya Aneka Makanan dan Kue Tradisional seperti kariwel, rengginang, kerupuk dan kue bolu.

Berdasarkan hasil observasi tim PKM menemukan beberapa fenomena unik terkait UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional desa Cibatu, salah satunya masih tabu terhadap izin usaha, apalagi jika dikorelasikan dengan anjuran dari pemerintah yang mengatakan bahwa setiap makanan yang dijual harus memiliki label halal resmi. Fenomena tersebut memang menarik untuk dikaji lebih lanjut, karena Izin usaha dan label halal merupakan aspek penting dalam menjalankan bisnis makanan dan kue tradisional⁴. Kepatuhan terhadap persyaratan ini tidak hanya memastikan legalitas usaha tetapi juga memberikan keyakinan kepada konsumen tentang kehalalan produk yang mereka konsumsi⁵. Ketidaktahuan UMKM terhadap izin usaha dan label halal resmi bisa disebabkan oleh beberapa faktor, seperti minimnya pemahaman tentang prosedur izin usaha, biaya yang diperlukan untuk mendapatkan label halal resmi, atau mungkin juga adanya kekhawatiran terkait kompleksitas proses pengurusan izin tersebut⁶.

Fenomena kedua, kemasan UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu masih sangat sederhana, bahkan hanya sebatas di bungkus plastik biasa saja,

¹ Blogg Karang Taruna Desa Cibatu, "Sejarah Desa Cibatu," *Blogspot*.

² Cibatu, "Sejarah Desa Cibatu."

³ Dedeh Maryani and Ruth Roselin E Nainggolan, *Pemberdayaan Masyarakat* (Sleman: Deepublish, 2019).

⁴ Daru Teja Sasangka and Budi Prabowo, "Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Usaha (NIB), PIRT, Dan Sertifikat Halal Pada UMKM Di Desa Ngrimbi, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang," *Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia* 2, no. 4 (2023).

⁵ Yuyut Prayuti and Mistunah Mistunah, "Perlindungan Konsumen Terhadap Makanan Produksi Umkm Tanpa Sertifikat Dan Label Halal," *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 2 (2023): 13801-13813.

⁶ Andi Setiawan, "Aspek Perizinan Usaha Mikro Bidang Warung Makan Pasca Berlakunya Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja," *MORALITY: Jurnal Ilmu Hukum* 8, no. 1 (2022): 75-89.

tidak ada identitas pengrajin, alamat produk, dan kontak pengrajin. Salah satu manfaat kemasan untuk UMKM adalah kemasan dapat memelihara produk dari kerusakan dan kontaminasi, serta meminimalisir pengurangan keawetan⁷, kemasan yang menarik dan unik dapat mengarahkan perhatian konsumen ke produk UMKM⁸, kemasan dapat digunakan untuk memberikan informasi mengenai produk⁹, seperti kandungan, instruksi penggunaan, dan lain-lain, dengan desain kemasan yang unik, UMKM dapat membangun brand awareness dan kualitas produk yang dimiliki, kemasan custom yang inovatif dapat membuat produk UMKM lebih daya saing tinggi dalam pasaran, dan kemasan yang standar dapat membantu menggerakkan pemasaran produk UMKM¹⁰.

Hal ini mengakibatkan produk menjadi kurang menarik karena tidak memiliki ciri yang unik dan juga produk menjadi kurang dikenal oleh masyarakat luas sehingga minat konsumen terhadap produk berkurang¹¹. Oleh karena itu *Branding* suatu produk menjadi tolak ukur dalam pemasaran produk. *Branding* dapat diartikan pula sebagai upaya identifikasi sebuah produk, yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen agar memilih produk tersebut dibandingkan produk pesaing lainnya¹². Tujuan *Branding* adalah untuk membangun persepsi terhadap suatu merek di dalam pemikiran dan perasaan konsumen¹³.

Fenomena ketiga, di lokasi usaha tidak terdapat media periklanan yang menunjukkan lokasi tersebut menjual Aneka Makanan dan Kue Tradisional desa Cibatu. Tanpa adanya papan nama mengakibatkan produk UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional dikenal hanya sekeliling tempat jualannya saja, belum secara meluas keluar dari wilayah Desa Cibatu¹⁴. Media periklanan dapat dilakukan melalui berbagai cara, mulai dari membuat spanduk dan menggunakan media sosial, iklan online, hingga ikut dalam event luar negeri yang sesuai dengan profil produk. Selain

⁷ Felicia Layrensus and I Nyoman Sutapa, "Perancangan Tindakan Pengurangan Komplain Produk Berkutu Pada Perusahaan Tepung Terigu," *Jurnal Titra* 8, no. 2 (2020): 146-156.

⁸ Moh Farid Najib et al., "Inovasi Desain Kemasan (Packaging) Sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM Di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat," *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6, no. 1 (2022): 56-64.

⁹ Gumar Herudiansyah, Mister Candra, and Reza Pahlevi, "Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir," *Suluh Abdi* 1, no. 2 (2019).

¹⁰ Ranita Rope, "Pola Pendampingan Akses Pemasaran Produk Pangan Olahan Pilot Di UMKM Kelurahan Loto," *Abdimu Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2021): 22-27.

¹¹ Ignatius Indra Kristianto, "Pengemasan Kreatif Dan Pemasaran Online Produk Makanan Di Desa Tayuban, Kulon Progo," *Jurnal Atma Inovasia* 1, no. 2 (2021): 147-153.

¹² V Rifianita et al., "Pelatihan Branding Produk UMKM Dan Digital Branding Kerupuk Kulit "Rambakku "," *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LP UMJ* 2, no. 1 (2022): 1-4.

¹³ Rifianita et al., "Pelatihan Branding Produk UMKM Dan Digital Branding Kerupuk Kulit "Rambakku ""

¹⁴ Maemunah, "Wawancara Tentang Media Periklanan Dengan UMKM Aneka Kue Tradisional" (Purwakarta: Pemilik UMKM Aneka Kue Tradisional, 2024).

itu, kerjasama dengan mitra distribusi juga dapat membuka peluang untuk mendorong produk UMKM ke pasar yang lebih luas¹⁵.

Fenomena keempat, akses lokasi usaha UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional bukan ditempat yang ramai atau jauh dari akses jalan raya, membuat pelaku UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional ini jarang banyak orang yang tahu keberadaannya¹⁶, apalagi pendatang baru atau konsumen baru yang ingin membeli langsung ke lokasi produksi. Wajar UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional mendapat keuntungan yang sedikit, karena belum memanfaatkan pemasaran berbasis digital, lokasi usaha belum terdaftar di google maps, sehingga konsumen baru sangat kesulitan jika menginginkan langsung datang ke lokasi usaha. Penambahan lokasi usaha di google maps sangat penting, salah satu manfaat google maps untuk UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional dapat memudahkan pelanggan untuk menemukan lokasi usaha¹⁷, google maps memungkinkan untuk menampilkan informasi akurat tentang usaha yang sedang dijalankan, seperti nama, alamat, nomor telepon, dan jam buka. Selain itu, google maps memungkinkan untuk mengoptimalkan pemasaran dengan budget seminim mungkin, memungkinkan untuk mengelola ulasan pelanggan, yang dapat membantu memperbaiki kualitas pelayanan, serta meningkatkan reputasi bisnis¹⁸. Kemudian google maps memungkinkan untuk berinteraksi dengan pelanggan melalui ulasan atau pertanyaan yang diteruskan langsung ke pemilik usaha, dan mengoptimalkan visibilitas pemilik toko atau bisnis sudah terdaftar di Google My Business, sehingga akan lebih mudah muncul di halaman paling atas saat pengguna mengetik keyword yang berkaitan¹⁹.

Knowlede Gap yang peneliti atau pengabdian lain belum tahu terkait fenomena ini, dari hasil pencarian dengan kata kunci "pendampingan *Branding* dan pemasaran islami UMKM" di dapatkan hasil publikasi ilmiah sebanyak 15.800 naskah. Akan tetapi dari 15.800 naskah yang ditemukan masih jarang bahkan belum ada yang membahas tentang pendampingan *Branding* dan pemasaran islami pada UMKM, jika pun ada hanya pendampingan *Branding* saja, atau pendampingan pemasaran secara umum bukan secara islami. Seperti hasil publikasi yang dilakukan oleh Wijanarko, Kukuh Dwi, Sarwido, Sugiarti, Meli Indah Erdiyansyah, Muhammad Ifan, dan Darnoto dengan judul pengabdian "Pemanfaatan Digital Marketing Dan Penerapan

¹⁵ Adnan Husada Putra, "Peran UMKM Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora," *Jurnal Analisa Sosiologi* 5, no. 2 (2016): 40-52.

¹⁶ Maemunah, "Wawancara Tentang Media Periklanan Dengan UMKM Aneka Kue Tradisional."

¹⁷ Salman Faris Insani, Yoppi Syahrial, and Ardian Prima Putra, "Optimalisasi Aplikasi Google Maps Sebagai Alternatif Media Promosi Pada UMKM Di Shelter Taman Sriwedari," *Warta LPM* 25, no. 1 (2022): 44-56.

¹⁸ Rusmanto Maryanto, *Pengantar Digital Marketing: Modul Praktikum Manajemen Pemasaran Berbasis IT*, vol. 1 (Jakarta: Rusmanto Self-publishing, 2017).

¹⁹ Antony Sentoso et al., "Penerapan Strategi Pemasaran Digital Pada Toko New Pelita Motor Di Kota Batam," *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 3, no. 2 (2023): 215-236.

*Branding Kemasan Dalam Pengembangan UMKM Kripik Tempe Saginah Desa Suwawal*²⁰.

Perbedaan pengabdian terdahulu dengan saat ini, *Pertama*, produk yang di *Branding* yaitu produk Kripik Tempe, sedangkan penelitian saat ini produk yang di *Branding* adalah produk makanan dan kue tradisional. *Kedua*, lokasi penelitian terdahulu dilakukan di Jepara, sedangkan penelitian saat ini berlokasi di Desa Cibatu Kecamatan Cibatu Kabupaten Purwakarta. *Ketiga*, Metode yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian tersebut meliputi tiga tahap, yaitu tahap observasi, tahap identifikasi masalah, dan tahap pelaksanaan kegiatan sedangkan metode pengabdian saat ini yaitu sosialisasi dan pendampingan. *Keempat*, penelitian terdahulu yaitu pada tahun 2022, sedangkan penelitian PKM ini pada tahun 2024.

Selanjutnya hasil publikasi yang dilakukan oleh Fika Dwi Octavia dan Syifa Aulia Nurahmah yang berjudul "Pendampingan *Branding* dan pemasaran islami UMKM Dodol di Desa Salamjaya Pondoksalam Purwakarta". Penelitian tersebut berlokasi di Desa Salamjaya Pondoksalam Kab. Purwakarta. Metode yang diterapkan dalam menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan UMKM dodol adalah metode penyuluhan dan pendampingan. Pendampingan dilakukan dalam melakukan *Branding* dan pemasaran islami UMKM dodol²¹, pendampingan diujukan kepada pemlik UMKM dodol. *Branding* yang dilakukan adalah dengan memperbaiki desain kemasan sederhana menjadi kemasan dengan tampilan menarik salah satunya memiliki label, sehingga produk mudah dikenal konsumen dan secara tidak langsung sistem pemasaran pun ikut terbantu dengan adanya *Branding* produk UMKM dodol²².

Perbedaan pengabdian terdahulu dengan pengabdian saat ini, *Pertama*, produk yang di *Branding* yaitu produk dodol, sedangkan pengabdian saat ini produk yang di *Branding* adalah produk makanan tradisional sumber rezeki, *Kedua*, lokasi pengabdian terdahulu dilakukan di Desa Salamjaya Pondoksalam Kab. Purwakarta sedangkan pengabdian saat ini berlokasi di Desa Cibatu Kec. Cibatu Kab. Purwakarta. *Ketiga*, Metode yang digunakan pengabdian terdahulu adalah metode pemberian materi, *re-Branding* dan pendampingan. Sedangkan metode pengabdian saat ini adalah metode sosialisasi dan pendampingan. *Keempat*, penelitian terdahulu yaitu pada tahun 2023, sedangkan penelitian PKM ini pada tahun 2024.

Selanjutnya hasil publikasi yang dilakukan oleh Nurmalia, Gustika, Astarika, Dela, Novianti, Clarissa, Handayani, Ani "Pendampingan *Branding* Produk UMKM Opak Singkong Di Desa Cilimus Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran Lampung", kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk

²⁰ Kuku Dwi Wijanarko et al., "Pemanfaatan Digital Marketing Dan Penerapan Branding Kemasan Dalam Pengembangan Umkm Kripik Tempe Saginah Desa Suwawal," *Khaira Ummah* 1, no. 01 (2022): 89-94.

²¹ Riska Nabila, Syukron Jayadi, and Miftahul Janna, "Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha Dan Branding Produk Pada UMKM Dodol Nangka Desa Nyurlembang," *Lumbang Ngabdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 3 (2023): 51-55.

²² Nabila, Jayadi, and Janna, "Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha Dan Branding Produk Pada UMKM Dodol Nangka Desa Nyurlembang."

memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM dalam memberikan pengetahuan mengenai *Branding* produk untuk meningkatkan daya tarik pembeli dan nilai jual UMKM Opak Singkong di Desa Cilimus, Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran, Lampung²³. Perbedaan pengabdian terdahulu dengan pengabdian saat ini, Pertama, produk yang di *Branding* yaitu produk Opak Singkong, sedangkan pengabdian saat ini produk yang di *Branding* adalah produk makanan tradisional sumber rezeki, Kedua, lokasi pengabdian terdahulu dilakukan di Desa Cilimus Kecamatan Teluk Pandan Kab. Pesawaran sedangkan pengabdian saat ini berlokasi di Desa Cibatu Kec. Cibatu Kab. Purwakarta. Ketiga, Metode yang digunakan pengabdian terdahulu adalah metode pemberian materi, *re-Branding* dan pendampingan, sedangkan metode pengabdian saat ini adalah metode sosialisasi dan pendampingan. Keempat, penelitian terdahulu yaitu pada tahun 2021, sedangkan penelitian PKM ini pada tahun 2024.

Berdasarkan data tersebut, maka tujuan PKM ini tentang melakukan pendampingan pembuatan NIB dan *Branding* pada UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu Purwakarta. PKM pendampingan ini diharapkan mampu merubah tampilan kemasan yang sederhana menjadi lebih menarik dengan memiliki label, spanduk produk dan membuat usaha ini menjadi berkembang dengan adanya NIB Aneka Makanan dan Kue Tradisional.

II. METODE

A. Tempat dan Waktu

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang Pengabdian Kepada Masyarakat Melalui Pendampingan Pembuatan NIB dan *Branding* Pada UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu Purwakarta dilaksanakan pada tanggal 22 Januari - 25 Februari 2024, bertempat di Desa Cibatu Kecamatan Cibatu, Kabupaten Purwakarta.

B. Ruang Lingkup

Ruang lingkup pengabdian kepada masyarakat tentang Pengabdian Kepada Masyarakat Melalui Pendampingan Pembuatan NIB dan *Branding* Pada UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu Purwakarta adalah semua pelaku UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional di lingkungan Desa Cibatu Purwakarta.

C. Pendekatan dan Teknik Pengabdian

Pendekatan adalah cara atau metode yang digunakan untuk mendekati atau menangani suatu masalah, situasi, atau topik tertentu. Pendekatan dapat bervariasi

²³ Gustika Nurmalia et al., "Pendampingan Branding Produk UMKM Opak Singkong Di Desa Cilimus Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran Lampung," *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 1, no. 4 (2023): 285–292.

tergantung pada konteksnya dan tujuan yang ingin dicapai²⁴. Teknik adalah metode atau cara khusus yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu dalam berbagai bidang²⁵. Pendekatan dan teknik PKM ini menggunakan sosialisasi dan pendampingan, sosialisasi terkait pembuatan NIB dan *Branding* Pada UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu Purwakarta. Sedangkan pendampingan digunakan untuk membantu Pembuatan NIB dan *Branding* Pada UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu Purwakarta. Adapun perlengkapan yang disiapkan adalah laptop, spanduk, dan beberapa alat pendukung lainnya

Bagan 1.



(Sumber: Diolah Oleh Penulis, 2024)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Observasi Media Periklanan dan Pemasaran Digital UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu

Observasi adalah pengujian dengan suatu tujuan tertentu untuk mengetahui sesuatu, terutama yang bertujuan mengumpulkan fakta, data, skor, serta nilai suatu verbalisasi²⁶. Bisa juga disebut dengan pengungkapan kata-kata mengenai segala sesuatu yang telah diamati serta diteliti dengan lebih lanjut²⁷. Tahapan pertama dalam PKM ini adalah melakukan observasi secara langsung dengan tujuan mengidentifikasi perkembangan masalah yang terjadi pada UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu. Dari observasi tersebut hasil yang diperoleh yaitu

²⁴ Basri Bado, "Model Pendekatan Kualitatif: Telaah Dalam Metode Penelitian Ilmiah" (Tahta Media Grup, 2022).

²⁵ La Moriansyah, "Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences Social Media Marketing: Antecedents and Consequences-," *Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* (2015): 187-196.

²⁶ Hilwa Syafira Barkah and Uus M D Fadli, "Peranan Kompensasi Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Dan Kinerja Karyawan Pada Roti Bakar Hj. Ade," *Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia* 2, no. 3 (2023).

²⁷ Fhadillah Albab M Galang, "Implementasi Komunikasi Verbal Dalam Penggunaan Metode Dakwah Pada Majelis Ta'lim Baiturrahman Sribasuki Kec. Kalirejo Kab. Lampung Tengah" (UIN Raden Intan Lampung, 2021).

masih kurangnya pemanfaatan media periklanan dan pemasaran digital sebagai media promosi pada UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu. Atas permasalahan yang terjadi, penulis memberikan solusi berupa pemanfaatan media periklanan dan pemasaran digital sebagai strategi pemasaran yang efektif di tengah perkembangan era digital saat ini. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan yaitu dengan menggunakan sosial media Instagram dan Whatsapp sebagai media promosi agar dapat meningkatkan daya saing pada UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu.

Gambar 1

Tim PKM melakukan Observasi Media Periklanan : (a) UMKM Aneka Makanan, (b) UMKM Aneka Kue Tradisional Desa Cibatu Purwakarta



(Sumber: Dokumentasi Tim PKM Desa Cibatu)

B. Pembuatan Media Periklanan dan Pemasaran Digital UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu

1. Spanduk

Pembuatan media periklanan spanduk dilakukan untuk menunjang promosi bagi UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu. Adapun proses pelaksanaan pendampingan pembuatan spanduk yaitu kami melakukan pembuatan desain spanduk dengan aplikasi Canva dan HTML Color, tim PKM berharap dengan pembuatan desain spanduk ini masyarakat yang lewat dapat mengetahui bahwa di tempat tersebut ada produksi pembuatan UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional. Selain itu, pada spanduk yang kami buat tertera nomor kontak UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional. Sehingga masyarakat atau konsumen dapat melakukan pemesanan secara langsung atau bisa menghubungi nomor kontak yang tertera pada media spanduk.

Gambar 2
Pembuatan Spanduk UMKM Aneka Kue Tradisional Ma Dedeh Dengan Menggunakan Canva Dan HTML Color



(Sumber: Dokumentasi Tim PKM Desa Cibatu)

Gambar 3
Pembuatan Spanduk UMKM Aneka Makanan Tradisional Sumber Rezeki Dengan Menggunakan Canva Dan HTML Color



(Sumber: Dokumentasi Tim PKM Desa Cibatu)

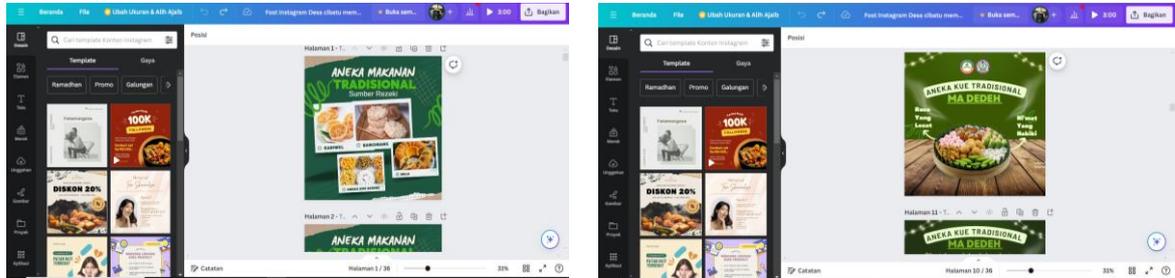
2. Feed Instagram UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu

Tahapan program pengabdian selanjutnya dilakukan dengan pembuatan feed Instagram kepada 2 pelaku UMKM Aneka Makanan Tradisional di Desa Cibatu. Instagram saat ini merupakan media sosial yang paling populer dan banyak digunakan masyarakat apalagi generasi Z. Instagram adalah sebuah aplikasi yang dapat digunakan sebagai media dalam berbagi foto di sebuah jejaring sosial dan menambahkan filter untuk menambah kesan menarik pada foto. Alasan penulis melakukan pengembangan sosial media Instagram karena Instagram juga memiliki kepraktisan dan memberikan manfaat terhadap penjualan yaitu dengan mengunggah foto produk ke akun Instagram, kemudian foto tersebut dilihat oleh konsumen, pada akhirnya konsumen tertarik untuk membeli produk yang dipromosikan. Selain mengunggah foto, penulis menandai beberapa instansi terkenal dengan tujuan mengenalkan UMKM Aneka Makanan Tradisional kepada lembaga-lembaga tersebut, dan mendapat pendampingan lanjutan dari lembaga-lembaga terkait termasuk lembaga keuangan supaya UMKM ini bisa berkembang lebih pesat, serta penulis berharap UMKM Anek Makanan

Tradisional Desa Cibatu dapat berkembang dan dikenal sampai kancah Internasional.

Gambar 4

Pembuatan Feed Sosial Media Instagram dan Whatsapp Menggunakan Aplikasi Canva : (a) UMKM Aneka Makanan Tradisional, (b) UMKM Aneka Kue Tradisional Desa Cibatu Purwakarta



(a) (b)
(Sumber: Dokumentasi Tim PKM Desa Cibatu)

3. Google Maps UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu

Lokasi Pelaku UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional yang ada di Desa Cibatu Kecamatan Cibatu belum terdaftar pada google maps, selain keterbatasan pengetahuan pelaku UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional masih merasa awam dengan teknologi google maps, sehingga kondisi ini membuka peluang bagi tim PKM untuk memberikan edukasi tentang pentingnya plotting lokasi usaha di google maps kepada pelaku UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional²⁸. Melalui optimalisasi teknologi informasi berbasis google maps, diharapkan mampu memberikan solusi alternatif sebagai media promosi UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu untuk meningkatkan jumlah penjualannya.

Gambar 5

Plotting Lokasi di Google Maps : (a) UMKM Aneka Makanan Tradisional, (b) UMKM Aneka Kue Tradisional Desa Cibatu Purwakarta



(a) (b)
(Sumber: Dokumentasi Tim PKM Desa Cibatu)

²⁸ Siti Sarifah and Cece Andi, "Pendampingan Branding Dan Plotting Lokasi UMKM Aneka Snack Tradisional Di Desa Salamjaya Pondoksalam Purwakarta," *ADINDAMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2023): 70–86.

4. NIB UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu

NIB atau Nomor Induk Berusaha adalah identitas unik yang diberikan kepada setiap pelaku usaha di Indonesia. Konsep NIB diperkenalkan sebagai bagian dari upaya pemerintah untuk mempermudah proses perizinan dan meningkatkan investasi di Indonesia. Pentingnya NIB terletak pada kemudahan akses pelaku usaha dalam mengurus perizinan, mempercepat proses investasi, meningkatkan transparansi, serta memberikan perlindungan hukum bagi para pelaku usaha. Dengan memiliki NIB, pelaku usaha dapat lebih mudah mengakses layanan perizinan secara online melalui sistem OSS (*Online Single Submission*) yang telah disediakan oleh pemerintah. Dengan demikian, NIB menjadi kunci penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan investasi di Indonesia²⁹.

Mendapatkan NIB atau Nomor Induk Berusaha memiliki berbagai manfaat bagi pelaku usaha, antara lain:

- a. Kemudahan dalam proses perizinan: Dengan NIB, pelaku usaha dapat mengakses layanan perizinan secara online melalui sistem OSS, mempercepat proses perizinan, dan mengurangi birokrasi.
- b. Meningkatkan investasi: NIB membantu mempercepat proses investasi dengan memberikan identitas resmi kepada pelaku usaha, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor.
- c. Transparansi: NIB membantu meningkatkan transparansi dalam berusaha dengan memberikan identitas yang jelas dan terverifikasi.
- d. Perlindungan hukum: Dengan NIB, pelaku usaha mendapatkan perlindungan hukum yang lebih kuat karena identitas mereka terdaftar secara resmi.
- e. Akses ke layanan dan fasilitas: Dengan NIB, pelaku usaha dapat lebih mudah mengakses berbagai layanan dan fasilitas yang disediakan oleh pemerintah maupun pihak terkait lainnya.

Dengan demikian, NIB menjadi kunci penting bagi UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional desa Cibatu guna mendorong pertumbuhan ekonomi³⁰.

5. Label UMKM Aneka Makanan Tradisional Sumber Rezeki Desa Cibatu

Pelaksanaan pembuatan label, tim PKM awalnya memadukan berbagai warna, dari hasil perpaduan tersebut menghasilkan label yang kurang begitu menarik, sehingga akhirnya warna yang terpilih hanyalah warna putih, hijau dan ungu. Ketiga warna tersebut dianggap tim PKM sudah mewakili semuanya baik pelaku usaha, maupun pembuatnya yakni tim PKM dari kampus ungu. Warna-warna tersebut diharapkan mampu menjadi daya tarik konsumen untuk membeli produk UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu.

²⁹ SUBAGYO SUBAGYO and HERY PURNOMO, "Manajemen UMKM" (Media Sains Indonesia, 2022).

³⁰ Ika Wulandari and Martinus Budiantara, "Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Melalui Online Single Submission," *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6, no. 2 (2022): 386–394.

Gambar 6
Pelaksanaan Pembuatan Label UMKM Aneka Makanan Tradisional Sumber Rezeki Desa Cibatu



(Sumber: Dokumentasi Tim PKM Desa Cibatu)

C. Pelatihan Cara Mengunggah Foto di Instagram dan Whatsapp

Selanjutnya penulis melakukan pelatihan cara mengunggah foto konten pemasaran ke Instagram dan Whatsapp masing-masing UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional di Desa Cibatu. Dalam pelatihan ini kedua pelaku UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional dilatih bagaimana cara pengunggahan foto ke dalam media sosial Instagram dan Whatsapp. Agar postingan foto banyak dilihat oleh pengguna Instagram, maka penulis menyarankan kepada kedua UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional ini untuk mengunggah foto sebanyak 3 foto dalam 1 hari dan diunggah pada waktu makan siang yaitu pukul 12.00 WIB dan waktu menuju istirahat malam hari pada pukul 19.30 WIB. Karena pada waktu siang hari dan waktu istirahat malam hari para pengguna akan memanfaatkan waktu luang mereka untuk membuka akun Instagram mereka dan akan melihat postingan yang telah diunggah oleh kedua UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu. Dengan memanfaatkan berbagai strategi dan kanal digital seperti media Instagram dan Whatsapp penulis berharap dapat memperluas jangkauan Pasar UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu, sehingga UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional bisa bersaing sampai kancah Internasional.

Gambar 7
Pelatihan Mengunggah Foto ke Instagram dan Whatsapp



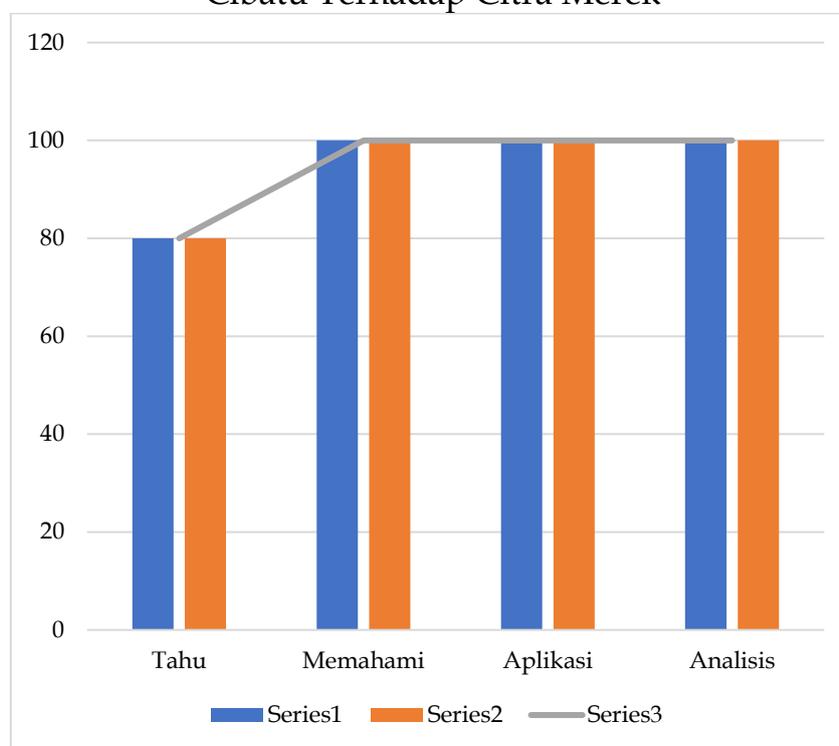
(Sumber: Dokumentasi Tim PKM Desa Cibatu)

D. Monitoring atau Pengawasan UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu

Monitoring dan pengawasan adalah kegiatan pengawasan yang dilakukan untuk memberikan saran atau rekomendasi atas beberapa aspek pengendalian internal, seperti dalam hal pengendalian operasional, pengendalian sumber daya, dan pengendalian risiko³¹. Monitoring *pertama* yang dilakukan tim PKM mengenai pemahaman citra merek terhadap produk UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu. Berdasarkan grafik 1 dibawah ini, hasil monitoring pemahaman UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu terhadap citra merek sebesar 95%.

Grafik 1

Hasil Monitoring Pemahaman UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu Terhadap Citra Merek



(Sumber: Diolah Oleh Penulis)

Selain citra merek dalam bentuk spanduk, tim PKM juga melakukan monitoring terhadap label pada UMKM Aneka Makanan Tradisional Sumber Rezeki Desa Cibatu, dengan harapan dapat memberikan, memperkuat dan mempertahankan identitas sebuah brand produk asli milik penjual. Karena kegiatan *Branding* adalah aktivitas pencitraan yang dilakukan agar sebuah merek terlihat berbeda dari merek lain, sehingga menarik dan mudah diingat oleh masyarakat atau calon konsumen³².

³¹ Stovika Eva Darmayanti and Udik Budi Wibowo, "Evaluasi Program Pendidikan Karakter Di Sekolah Dasar Kabupaten Kulon Progo," *Jurnal Prima Edukasia* 2, no. 2 (2014): 223-234.

³² Syahriyah Semaun, "Analisis Perbandingan Penentuan Profit Margin Pada Bank Syariah Dan Bunga Pada Bank Konvensional," *DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum* 13, no. 2 (2015): 164-173.

Gambar 8
Pendampingan Pemberian Label UMKM Aneka Makanan Tradisional Sumber Rezeki Desa Cibatu

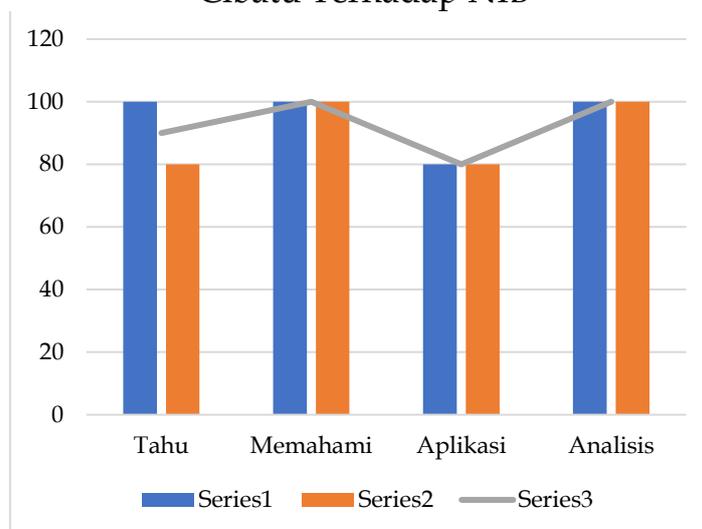


(Sumber: Dokumentasi Tim PKM Desa Cibatu)

Kedua tim PKM melakukan monitoring pemasaran digital melalui media instagram dan whatsapp, secara perlahan pemasaran mulai menjangkau area yang lebih luas bukan hanya daerah desa Cibatu saja, akan tetapi sudah mencakup wilayah kabupaten Purwakarta dan Provinsi. *Ketiga* tim PKM melakukan monitoring terhadap pentingnya pembuatan NIB (Nomor Induk Usaha) yang bisa memudahkan pelaku usaha untuk akses penambahan modal ke lembaga perbankan menjadi lebih mudah dan berbagai peluang lainnya yang berhubungan dengan pengembangan usaha. Hasil monitoring tingkat pemahaman UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu Terhadap NIB (Nomor Ijin Berusaha) sebesar 92.5%.

Grafik 2

Hasil Monitoring Pemahaman UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu Terhadap NIB



(Sumber: Diolah Oleh Penulis)

Keempat Tim PKM melakukan monitoring plotting UMKM di google maps yang bisa memudahkan konsumen untuk menemukan lokasi UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional. Selain itu, dapat meningkatkan jumlah kunjungan konsumen ke lokasi usaha dan memberikan ulasan positif serta meningkatkan citra merek produk UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu Purwakarta.

Selain itu, hasil tim PKM memberikan bimbingan mengenai cara memantau aktivitas yang terjadi di sosial media Instagram yang dimiliki oleh UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional, dan cara merespon pesan masuk dari calon konsumen di sosial media Instagram. Dari kedua pelaku UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional dihasilkan peningkatan jumlah follower (pengikut) pada setiap akun sosial media Instagram, jumlah like, jumlah share, dan komentar di setiap unggahan.

E. Evaluasi

Tahap terakhir adalah pengevaluasian terhadap semua program kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan dari tanggal 22 Januari s/d 25 Februari 2024. Hasil pendampingan pembuatan NIB dan *Branding*/citra merek pada UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu adalah sebagai berikut:

Tabel 1.

Evaluasi Hasil Pendampingan Pembuatan NIB dan *Branding*/Citra Merek Pada UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu

No	Sebelum Pengabdian Kepada Masyarakat	Setelah Pengabdian Kepada Masyarakat
	UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu kurang memahami pentingnya pemasangan media spanduk untuk promosi	Pelaku UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu kini telah memahami pentingnya pemasangan spanduk untuk mempromosikan produk
	UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu yang awalnya tidak mengerti pentingnya Nomor Induk Berusaha	UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu sudah mengerti pentingnya memiliki Nomer Induk Berusaha guna kemajuan usaha
1	UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu masih menggunakan pemasaran konvensional, yaitu hanya di tempat saja	Untuk saat ini UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu sudah menggunakan media digital sebagai media promosi yaitu sosial media Instagram dan Whatsapp
2	Kurangnya pemahaman pelaku UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu mengenai	UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu sudah mengerti mengenai manfaat media digital sebagai

No	Sebelum Pengabdian Kepada Masyarakat	Setelah Pengabdian Kepada Masyarakat
	pemanfaatan media digital sebagai media promosi yang efektif	media promosi yang efektif di era digital saat ini
6	UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu belum terdaftar di Google Maps	Tempat UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu sudah terdaftar di Google Maps guna mempermudah konsumen berkunjung ke lokasi usaha
7	UMKM Aneka Makanan Tradisional Sumber Rezeki tidak mengerti kegunaan label Produk	UMKM Aneka Makanan Tradisional Sumber Rezeki sudah mengerti dan memiliki kegunaan label produk untuk keamanan usaha

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu menyadari pentingnya citra merek melalui spanduk untuk mempromosikan produk, sudah mengerti pentingnya usaha memiliki Nomer Induk Berusaha guna kemajuan usaha dan menambah akses permodalan usaha. Selain itu, pelaku UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu juga sudah menggunakan media digital Instagram dan Whatsapp sebagai media promosi untuk menjangkau pasar yang lebih luas, tempat UMKM sudah terdaftar di Google Maps guna mempermudah konsumen berkunjung ke lokasi usaha, dan UMKM sudah mengerti serta memiliki label produk sebagai ciri khas dan kepemilikan produk yang di promosikan.

V. UCAPAN TERIMAKASIH

Kami Tim PKM mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dalam kegiatan PKM ini, mulai dari kepala Desa Cibatu, Pelaku UMKM Aneka Makanan dan Kue Tradisional Desa Cibatu, dan masyarakat Desa Cibatu Kecamatan Cibatu Kabupaten Purwakarta, serta STIES Indonesia Purwakarta yang telah di laksanakan dari tanggal 22 Januari 2022 sampai 25 Februari 2024, dan Tim PKM bersyukur di beri Dosen Pembimbing yang amanah, tegas, dan selalu memberikan solusi kepada kami. Tim PKM sekali lagi kami mengucapkan terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Bado, Basri. "Model Pendekatan Kualitatif: Telaah Dalam Metode Penelitian Ilmiah." Tahta Media Grup, 2022.
- Barkah, Hilwa Syafira, and Uus M D Fadli. "Peranan Kompensasi Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Dan Kinerja Karyawan Pada Roti Bakar Hj. Ade."

ADINDAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), Volume 4, Nomor 1, Juli 2024

<http://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/adindamas/>

ISSN: 2798-2874 (Media Online) 2798-4702 (Media Cetak)

- Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia* 2, no. 3 (2023).
- Cibatu, Blogg Karang Taruna Desa. "Sejarah Desa Cibatu." *Blogspot*.
- Darmayanti, Stovika Eva, and Udik Budi Wibowo. "Evaluasi Program Pendidikan Karakter Di Sekolah Dasar Kabupaten Kulon Progo." *Jurnal Prima Edukasia* 2, no. 2 (2014): 223–234.
- Galang, Fhadillah Albab M. "Implementasi Komunikasi Verbal Dalam Penggunaan Metode Dakwah Pada Majelis Ta'lim Baiturrahman Sribasuki Kec. Kalirejo Kab. Lampung Tengah." UIN Raden Intan Lampung, 2021.
- Herudiansyah, Gumar, Mister Candra, and Reza Pahlevi. "Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir." *Suluh Abdi* 1, no. 2 (2019).
- Insani, Salman Faris, Yoppi Syahrial, and Ardian Prima Putra. "Optimalisasi Aplikasi Google Maps Sebagai Alternatif Media Promosi Pada UMKM Di Shelter Taman Sriwedari." *Warta LPM* 25, no. 1 (2022): 44–56.
- Kristianto, Ignatius Indra. "Pengemasan Kreatif Dan Pemasaran Online Produk Makanan Di Desa Tayuban, Kulon Progo." *Jurnal Atma Inovasia* 1, no. 2 (2021): 147–153.
- Layrensus, Felicia, and I Nyoman Sutapa. "Perancangan Tindakan Pengurangan Komplain Produk Berkutu Pada Perusahaan Tepung Terigu." *Jurnal Titra* 8, no. 2 (2020): 146–156.
- Maemunah. "Wawancara Tentang Media Periklanan Dengan UMKM Aneka Kue Tradisional," 2024.
- Maryani, Dedeh, and Ruth Roselin E Nainggolan. *Pemberdayaan Masyarakat*. Sleman: Deepublish, 2019.
- Maryanto, Rusmanto. *Pengantar Digital Marketing: Modul Praktikum Manajemen Pemasaran Berbasis IT*. Vol. 1. Jakarta: Rusmanto Self-publishing, 2017.
- Moriansyah, La. "Pemasaran Melalui Media Sosial : Antecedents Dan Consequences Social Media Marketing : Antecedents and Consequenc-." *Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* (2015): 187–196.
- Nabila, Riska, Syukron Jayadi, and Miftahul Janna. "Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha Dan Branding Produk Pada UMKM Dodol Nangka Desa Nyurlembang." *Lambung Ngabdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 3 (2023): 51–55.
- Najib, Moh Farid, Agustunus Februadi, Tjetjep Djarnika, Wahyu Rafdinal, Carolina Magdalena Lasambouw, and Neneng Nuryati. "Inovasi Desain Kemasan (Packaging) Sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM Di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat." *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6, no. 1 (2022): 56–64.
- Nurmalia, Gustika, Dela Astarika, Clarissa Novianti, and Ani Handayani. "Pendampingan Branding Produk UMKM Opak Singkong Di Desa Cilimus Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran Lampung." *Jurnal Penelitian dan*

- Pengabdian Masyarakat* 1, no. 4 (2023): 285–292.
- Prayuti, Yuyut, and Mistunah Mistunah. "Perlindungan Konsumen Terhadap Makanan Produksi Umkm Tanpa Sertifikat Dan Label Halal." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 2 (2023): 13801–13813.
- Putra, Adnan Husada. "Peran UMKM Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora." *Jurnal Analisa Sosiologi* 5, no. 2 (2016): 40–52.
- Rifianita, V, R M Falah, S Pangestu, and ... "Pelatihan Branding Produk UMKM Dan Digital Branding Kerupuk Kulit "Rambakku "." *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LP UMJ* 2, no. 1 (2022): 1–4.
- Rope, Ranita. "Pola Pendampingan Akses Pemasaran Produk Pangan Olahan Pilot Di UMKM Kelurahan Loto." *Abdimu Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2021): 22–27.
- Sarifah, Siti, and Cece Andi. "Pendampingan Branding Dan Plotting Lokasi UMKM Aneka Snack Tradisional Di Desa Salamjaya Pondoksalam Purwakarta." *ADINDAMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2023): 70–86.
- Sasangka, Daru Teja, and Budi Prabowo. "Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Usaha (NIB), PIRT, Dan Sertifikat Halal Pada UMKM Di Desa Ngrimbi, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang." *Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia* 2, no. 4 (2023).
- Semaun, Syahriyah. "Analisis Perbandingan Penentuan Profit Margin Pada Bank Syariah Dan Bunga Pada Bank Konvensional." *DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum* 13, no. 2 (2015): 164–173.
- Sentoso, Antony, Novi Aprillia, Eddy Oktariantio, Kelvin Kwek, and others. "Penerapan Strategi Pemasaran Digital Pada Toko New Pelita Motor Di Kota Batam." *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 3, no. 2 (2023): 215–236.
- Setiawan, Andi. "Aspek Perizinan Usaha Mikro Bidang Warung Makan Pasca Berlakunya Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja." *MORALITY: Jurnal Ilmu Hukum* 8, no. 1 (2022): 75–89.
- SUBAGYO, SUBAGYO, and HERY PURNOMO. "Manajemen UMKM." *Media Sains Indonesia*, 2022.
- Wijanarko, Kukuh Dwi, Meli Indah Sugiarti, Muhammad Ifan Erdiyansyah, and others. "Pemanfaatan Digital Marketing Dan Penerapan Branding Kemasan Dalam Pengembangan Umkm Kripik Tempe Saginah Desa Suwawal." *Khaira Ummah* 1, no. 01 (2022): 89–94.
- Wulandari, Ika, and Martinus Budiantara. "Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Melalui Online Single Submission." *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6, no. 2 (2022): 386–394.