

AdindaMas

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Volume 4 Nomor 1, Juli 2024

DOI: <https://doi.org/10.37726/adindamas.v4i1.1096>

Penyuluhan Edukatif : Pentingnya *Branding*, Pemasaran Digital Syariah, Dan *Plotting* Lokasi Usaha Kepada UMKM Bioflok Desa Cibatu Purwakarta

Novi Mustika Mentari¹, Jalaludin², Rina Nurhayati³, Riki Yakub⁴
^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIES) Indonesia Purwakarta
Jalan Veteran No. 150-152 Ciseureuh Purwakarta Jawa Barat 411118

^{1*} 20461103@sties-purwakarta.ac.id

² jalaludin@sties-purwakarta.ac.id

³ rinanurhayati@sties-purwakarta.ac.id

⁴ 20461087@sties-purwakarta.ac.id

ABSTRAK

PKM ini dilatar belakangi hasil observasi tim PKM menemukan beberapa fenomena unik terkait UMKM yang ada di Desa Cibatu yaitu Bioflok, salah satunya lahan yang digunakan oleh UMKM Bioflok Desa Cibatu dengan pemanfaatan lahan yang terbatas. Fenomena *kedua*, pemanfaatan lahan bioflok tahan terhadap cuaca, karena cuaca di semua lokasi UMKM Bioflok Desa Cibatu hampir rata-rata panas yang dikelilingi oleh kawasan industri atau pabrik. Fenomena *ketiga*, tidak terdapat media periklanan yang menunjukkan lokasi UMKM Bioflok tersebut. Fenomena *Keempat*, dari sekian banyak UMKM Bioflok Desa Cibatu yang sudah menggunakan pemasaran digital baru 1 UMKM saja, itu pun baru menggunakan media facebook. Tujuan Pengabdian kepada masyarakat ini untuk melakukan penyuluhan edukatif pentingnya *branding*, pemasaran digital syariah, dan *Plotting* lokasi usaha kepada UMKM Bioflok Desa Cibatu Purwakarta. PKM ini menggunakan metode penyuluhan dan diskusi. Hasil PKM ini dapat disimpulkan bahwa penyuluhan edukatif pentingnya *branding*, pemasaran digital syariah, dan *Plotting* lokasi usaha kepada UMKM Bioflok telah mencapai tingkat memahami 95% terhadap pentingnya *branding* spanduk untuk mempromosikan produknya, 87,5% sudah memahami dan menggunakan media digital promosi whatsapp dan Instagram, dan 92,5% sudah

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)

memahami terhadap pentingnya penambahan lokasi usaha di Google Maps, serta lokasi UMKM Bioflok telah terdaftar di google maps.

Kata Kunci – Citra Merek, *Branding*, Pemasaran Digital, Pemasaran Digital Syariah, *Plotting* Lokasi Usaha, Google Maps.

ABSTRACT

Based on the observation results, the PKM team found several unique phenomena related to one of the MSMEs in Cibatu Village, namely Bioflok, one of which is the land used by Bioflok MSMEs in Cibatu Village with limited land utilization. The second phenomenon is that the utilization of biofloc land is resistant to weather, because the weather in all locations of Biofloc MSMEs in Cibatu Village is almost on average hot, which is surrounded by industrial areas or factories. The third phenomenon is that there is no advertising media that shows the location of the Biofloc MSMEs. Fourth phenomenon, of the many Biofloc MSMEs in Cibatu Village that have used digital marketing, only 1 MSME has used Facebook media. The purpose of this community service is to conduct educational counseling on the importance of branding, sharia digital marketing, and Plotting business locations to Bioflok MSMEs in Cibatu Village Purwakarta. This PKM uses counseling and discussion methods. The results of this PKM can be concluded that educational counseling on the importance of branding, sharia digital marketing, and Plotting business locations to Bioflok MSMEs has reached a 95% understanding level of the importance of banner branding to promote their products, 87.5% have understood and used whatshapp and Instagram promotional digital media, and 92.5% have understood the importance of adding business locations on Google Maps, and the location of Bioflok MSMEs has been registered on google maps.

Keywords-Brand Image, Branding, Digital Marketing, Sharia Digital Marketing, Business Location Plotting, Google Maps.

I. PENDAHULUAN

Desa Cibatu merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Cibatu Kabupaten Purwakarta. Luas Wilayah 56.50 km dengan jumlah penduduk 26.281 jiwa, jumlah RT 10, RW 04, dengan jumlah Dusun 2. Jarak dari Desa Cibatu ke kecamatan Cibatu 300 M. Mayoritas wilayah Desa Cibatu hampir sebagian besarnya lingkungan pabrik atau industri sehingga masyarakat mata pencaharian utamanya adalah sebagai karyawan swasta¹.

Betapa luasnya wilayah Desa Cibatu sebelum dimekarkan yang meliputi kawasan Perhutani dan Perkebunan Cikumpay yang sekarang PTP VIII Cikumpay. Wilayah Desa Cibatu yang merupakan hasil pemekaran wilayah Desa Cibatu. Sesuai Peraturan Daerah Nomor 15 Tahun 2007 tentang Pembentukan Desa – Desa baru hasil Pemekaran Desa di Kabupaten Purwakarta. Perkembangan Desa Cibatu kini begitu

¹ Atom, "Sejarah Desa Cibatu Purwakarta," <https://kartacibatupwk.blogspot.com/>, last modified 2015, accessed March 5, 2024, <https://kartacibatupwk.blogspot.com/2016/03/desa-cibatu-adalah-sebuah-desa-di.html>.

cepat terjadinya perubahan dari mata pencaharian bercocok tanam, petani penggarap sawah, peladang, pekebun, yang merupakan daerah agraris kini berubah menjadi daerah sentra peruntukan Industri baik skala sedang maupun skala besar. 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 asing pun nampaknya mulai berdatangan sebagai pemilik/pengusah/pekerja pabrik.

Perkembangan Desa Cibatu kini begitu cepat terjadinya perubahan dari mata pencaharian bercocok tanam, petani penggarap sawah, peladang, pekebun, yang merupakan daerah agraris kini berubah menjadi daerah industri baik skala sedang maupun skala besar. 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 asing pun nampaknya mulai berdatangan sebagai pemilik/pengusaha/pekerja pabrik².

Berdasarkan hasil observasi tim PKM menemukan beberapa fenomena unik terkait salah satu UMKM yang ada di Desa Cibatu yaitu Bioflok, salah satunya lahan yang digunakan oleh UMKM Bioflok Desa Cibatu dengan pemanfaatan lahan yang terbatas. UMKM Bioflok di Desa Cibatu Purwakarta memanfaatkan lahan atau halaman rumah untuk budidaya ikan nila dengan sistem bioflok. Sistem bioflok ini menggunakan kolam tertutup yang dilengkapi dengan sistem aerasi untuk menjaga kualitas air dan mencegah infeksi ikan. Selain itu, sistem ini mendorong pertumbuhan mikroorganisme sebagai sumber pakan alami bagi ikan, memantau dan mengatur faktor lingkungan seperti suhu air dan pH, serta mengurangi limbah dan penggunaan air secara signifikan³.

Dengan memanfaatkan lahan atau halaman rumah, UMKM bioflok memberikan manfaat berupa budidaya ikan sistem Bioflok dapat menjadi solusi pemenuhan pangan masyarakat Indonesia yang terus mengalami kesulitan⁴. Budidaya ikan nila dengan sistem Bioflok dapat memanfaatkan lahan terbatas, yang sangat berguna untuk UMKM yang memiliki lahan terbatas, dukungan dari dana desa untuk budidaya ikan nila dengan sistem Bioflok dapat membantu UMKM dalam mencapai ketahanan pangan, sehingga penyerapan dana dapat tersalurkan dengan baik dan dapat meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat khususnya masyarakat desa Cibatu Purwakarta.

Fenomena *kedua*, pemanfaatan lahan menjadi Bioflok tahan terhadap cuaca, karena cuaca di semua lokasi UMKM Bioflok Desa Cibatu hampir rata-rata panas

² Atom, "Sejarah Desa Cibatu Purwakarta."

³ Halida Kurnia, "Teknik Pembenihan Ikan Lele Masamo (*Clarias Sp.*) Dengan Metode Clear Water System Di Balai Layanan Usaha Produksi Perikanan Budidaya (Bluppb) Karawang, Jawa Barat" (Universitas Airlangga, 2017), <https://repository.unair.ac.id/62720/>.

⁴ Randy Fadillah Gustaman Et AL., "Penggunaan Teknologi Akuakultur Sistem Bioflok Dalam Proses Produksi Pembesaran Ikan Konsumsi Di Lahan Sempit," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 1, No. 4 (2023): 148-52.

yang dikelilingi oleh kawasan industri atau pabrik. Budidaya ikan dengan sistem Bioflok dapat mengurangi pengaruh cuaca yang tidak stabil terhadap produktivitas budidaya, seperti kondisi air dan ketersediaan makanan. Lain halnya jika mengelola ikan dengan sistem empang atau balong, para petani sangat kesulitan mencari sumber air yang mengalir, selain itu lingkungan tanah yang dikelilingi pabrik mempengaruhi kualitas air yang dihasilkan, sehingga jarang ditemukan petani ikan yang menggunakan sistem konvensional atau sistem empang di Desa Cibatu Purwakarta. Peningkatan suhu air dapat mengganggu kondisi lingkungan optimal bagi pertumbuhan ikan dalam sistem bioflok. Selain itu, penurunan kadar oksigen terlarut akibat suhu yang tinggi dapat menyebabkan stres pada ikan dan menghambat pertumbuhannya. Hal ini dapat berdampak negatif pada produktivitas UMKM Bioflok Desa Cibatu⁵.

Fenomena *ketiga*, tidak terdapat media periklanan yang menunjukkan lokasi UMKM Bioflok tersebut, sehingga belum banyak yang mengetahui lokasi budidaya bioflok termasuk jual beli ikan segar hasil budidaya bioflok. Padahal petunjuk dan spanduk dapat membangun *brand awareness* dan kualitas produk yang dijual, karena dapat dikenal dan dipercaya oleh konsumen maupun calon konsumen, spanduk dapat membantu menggambarkan produk usaha dengan gambar yang menarik dan menawarkan informasi tentang kandungan, dan instruksi penggunaan. Selain itu, spanduk dapat digunakan untuk menggambarkan produk, *brand*, dan informasi penting tentang bisnis yang dijalankan, yang dapat membantu mengatasi masalah ketahanan pangan nasional, dan desain spanduk UMKM unik dapat membantu UMKM memproduksi produk yang lebih efektif dan memperkuat *brand awareness*⁶.

Fenomena *Keempat*, dari sekian banyak UMKM Bioflok Desa Cibatu yang sudah menggunakan pemasaran digital baru 1 UMKM saja, itu pun baru menggunakan media facebook. Pemasaran digital sangat penting, karena pemasaran digital memungkinkan UMKM Bioflok untuk menjangkau konsumen secara luas, baik di dalam negeri maupun di luar negeri⁷. Dengan menggunakan strategi pemasaran digital yang tepat, UMKM Bioflok dapat meningkatkan angka penjualan produk, dengan mempelajari dan menerapkan pemasaran digital, UMKM Bioflok dapat memperbesar peluang untuk bersaing dengan kompetitor yang lebih besar⁸. Selain itu, pemasaran digital dapat membantu UMKM Bioflok menghemat biaya promosi

⁵ Salamah Salamah And Zulpikar Zulpikar, "Pemberian Probiotik Pada Pakan Komersil Dengan Protein Yang Berbeda Terhadap Kinerja Ikan Lele (*Clarias Sp.*) Menggunakan Sistem Bioflok," *Acta Aquatica: Aquatic Sciences Journal* 7, No. 1 (2020): 21–27.

⁶ Retno Adityarini Kusumoputri And Novian Denny Nugraha, "Perancangan Identitas Dan Kemasan Pada Produk Ikan Nila Pt. Indoachery Bangun Insan Sejahtera," *Eproceedings Of Art \& Design* 6, No. 2 (2019).

⁷ Vincentius A M Kusuma, Zainal A Sahabuddin, And Posma S J K Hutasoit, "Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Dan Menengah (Umkm) Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pendekatan Pemberdayaan Ekonomi Rakyat," *Jurnal Cafeteria* 3, No. 1 (2022): 24–35.

⁸ Qorry Ambiya, Siti Nur Asiah, And Nur Ngafiah, "Roleta (Roemah Lele Tarikan): Upaya Pemberdayaan Perempuan Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Melalui Diversifikasi Produk Olahan Ikan Lele Berbasis Digital Marketing," *Nusantara Hasana Journal* 2, No. 9 (2023): 26–30.

barang atau jasa, melalui pemasaran digital, UMKM Bioflok dapat dengan mudah merespon pertanyaan atau keluhan pelanggan secara *real-time*, yang dapat berdampak positif pada penjualan hasil budidaya bioflok, pemasaran digital memungkinkan UMKM Bioflok untuk mengukur tingkat keberhasilan dari strategi pemasaran yang tengah dijalankan, dan UMKM Bioflok dapat membuat banyak orang mengenal produk mereka dengan cepat.

Sistem pemasaran konvensional mungkin banyak masyarakat yang sudah tahu, tetapi masih minim pengetahuan masyarakat tentang sistem pemasaran Islami termasuk UMKM Bioflok masih tabu terhadap pemasaran Islami. Pemasaran menurut perspektif syariah yaitu kegiatan berbisnis yang memungkinkan siapapun melakukannya bertumbuh serta mempergunakan kemanfaatannya yang dilandasi sikap kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan prinsip pada akad bermuamalah Islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam⁹. Adapun tujuan dari penerapan syariah di dalam sebuah pemasarannya yaitu untuk kemaslahatan umat manusia, karena Allah SWT telah menurunkan perintah maupun larangan agar terjaga keseimbangan alam kehidupan dan manusia memperoleh kemaslahatan bagi dirinya.

Minimnya kajian tentang fiqih muamalah di daerah-daerah membuat masyarakat hanya memahami fiqih ibadah shalat saja. Fiqih muamalah adalah pengetahuan tentang kegiatan atau transaksi yang berdasarkan hukum-hukum syariat, yang berkaitan dengan perilaku manusia dalam kehidupannya dan diperoleh dari dalil-dalil syariat secara terperinci. Penting untuk membedakan antara persoalan dalam dimensi akidah, ibadah, dan muamalah. Setiap persoalan tersebut memiliki kekhasan, aturan main, dan pendekatan yang tidak selalu sama. Fiqih muamalah memiliki urgensi yang penting. Dengan memahami fiqih muamalah, masyarakat dapat memperoleh pengetahuan tentang hukum-hukum syariat yang terkait dengan kegiatan dan transaksi dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini memungkinkan masyarakat untuk menjalankan kegiatan tersebut sesuai dengan ajaran agama¹⁰.

Dalam bidang muamalah, ketetapan-ketetapan Allah terbatas pada yang pokok-pokok saja, sedangkan penjelasan Nabi tidak terperinci seperti halnya dalam masalah ibadah. Oleh karena itu, bidang muamalah terbuka untuk dikembangkan melalui *ijtihad*. Dengan mempelajari fiqih muamalah, masyarakat dapat memahami prinsip-prinsip hukum syariat yang berkaitan dengan hubungan antar manusia, transaksi, dan perilaku sosial. Ini akan membantu masyarakat dalam menjalankan kehidupan sehari-hari dengan berlandaskan pada ajaran agama. Memahami fiqih muamalah sangat penting bagi masyarakat agar dapat menjalankan kegiatan dan transaksi

⁹ Ahmad Yusuf Kholis Al-Afghan, "Strategi Pemasaran PT. Takaful Indonesia Cabang Yogyakarta Tahun 2011" (2012).

¹⁰ Jalaludin Jalaludin, Muhamad Iqbal Hoerudin, and Tri Mutiara Anaya, "Sosialisasi Pemasaran Islami Kepada Petani Ikan Lele Di Desa Salamjaya Pondoksalam Purwakarta," *ADINDAMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2023): 20-40.

sehari-hari sesuai dengan hukum-hukum syariat Islam. Dengan pemahaman yang baik tentang fiqih muamalah, masyarakat dapat menjalankan kehidupan sosial dan ekonomi.

Knowledge Gap yang peneliti atau pengabdian lain belum tahu terkait fenomena ini, dari hasil pencarian dengan kata kunci “Pentingnya Branding, Pemasaran Digital Syariah, Dan Plotting Lokasi Usaha” di dapatkan hasil ilmiah sebanyak 664 naskah yang ditemukan masih jarang bahkan belum ada yang membahas tentang Pentingnya Branding, Pemasaran Digital Syariah, Dan Plotting Lokasi Usaha, jika pun ada hanya . Seperti hasil publikasi yang dilakukan oleh Kenzy Roz, Chalimatuz Sa’diyah, Khusnul Rofida Novianti yang berjudul “Pendampingan Branding dan Packaging, Usaha Mikro Kopi Surodinawan Mojokerto”¹¹ penelitian ini membahas tentang pendampingan dan *packaging* pada mikro kopi yang mana produknya adalah kopi, berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian saat ini membahas tentang “Pentingnya Branding, Pemasaran Digital, Dan Plotting Lokasi Usaha”. Perbedaan pengabdian terdahulu dengan pengabdian saat ini, *Pertama* produk yang di *branding* yaitu produk Kopi, sedangkan pengabdian saat ini produk yang di *branding* adalah produk Bioflok Ikan Nila. *Kedua*, lokasi pengabdian terdahulu dilakukan di Mojokerto, sedangkan pengabdian saat ini berlokasi di Desa Cibatu Kecamatan Cibatu Kabupaten Purwakarta. *Ketiga*, Metode yang digunakan pengabdian terdahulu adalah Evaluasi dan Analisis situasi, sedangkan pengabdian saat ini menggunakan metode Sosialisasi dan pendampingan. *Keempat*, Tahun penelitian terdahulu di lakukan pada tahun 2022. Sedangkan peneliti saat ini di laksanakan pada tahun 2024.

Selanjutnya penelitian dilakukan oleh Feti Fitrianiingsih, M. Sofian Syaury dengan judul penelitian tentang “Pendampingan Pemasaran Dan Branding Produk UMKM Simpang di Desa Mekargalih”¹² Perbedaan pengabdian terdahulu dengan pengabdian saat ini, *Pertama*, produk yang di *branding* yaitu produk simpang, sedangkan pengabdian saat ini produk yang di *branding* adalah UMKM Bioflok, *Kedua*, lokasi pengabdian terdahulu dilakukan di Desa Mekargalih Kec. Jatiluhur 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*, Tahun penelitian terdahulu di lakukan pada tahun 2022. Sedangkan peneliti saat ini di laksanakan pada tahun 2024.

¹¹ Kenny Roz, Chalimatuz Sa’diyah, and Khusnul Rofida Novianti, “Pendampingan Branding Dan Packaging Usaha Mikro Kopi Surodinawan Mojokerto,” *“Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks Soliditas”(J-SOLID)* 5, no. 2 (2022): 339–345.

¹² Feti Fitrianiingsih, M Sofian Syaury, and Jalaludin Jalaludin, “Pendampingan Pemasaran Dan Branding Produk UMKM Simpang Di Desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta,” *ADINDAMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 2 (2022): 142–152.

Selanjutnya hasil publikasi yang dilakukan oleh Muhammad Iqbal Hoerudin dan Tri Mutiara Anaya yang berjudul "Sosialisasi Pemasaran Islami Kepada Petani Ikan Lele di Desa Salamjaya Pondoksalam Purwakarta"¹³. Perbedaan pengabdian terdahulu dengan pengabdian saat ini, *pertama*, objek kajian penelitian terdahulu melakukan Sosialisasi Pemasaran Islami Kepada Petani Ikan Lele di Desa Salamjaya Pondoksalam Purwakarta, sedangkan pada pengabdian saat ini berfokus pada Penyuluhan Edukatif Pentingnya *Branding*, Pemasaran Digital Syariah, Dan *Plotting* Lokasi Usaha Kepada UMKM Bioflok Desa Cibatu Purwakarta. *Kedua*, lokasi pengabdian terdahulu di Desa Salamjaya, Kecamatan Pondoksalam, Kabupaten Purwakarta, sedangkan pengabdian saat ini berlokasi di Desa Cibatu, Kecamatan Cibatu, Kabupaten Purwakarta. *Ketiga*, Tahun penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2023. Sedangkan peneliti saat ini dilaksanakan pada tahun 2024.

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan Pengabdian kepada masyarakat ini untuk melakukan Penyuluhan Edukatif Pentingnya *Branding*, Pemasaran Digital Syariah, Dan *Plotting* Lokasi Usaha Kepada UMKM Bioflok Desa Cibatu Purwakarta. PKM penyuluhan ini diharapkan bisa membantu membangun UMKM Bioflok di Desa Cibatu dan bisa memasarkan produk dengan jangka pasar yang lebih luas.

II. METODE

A. Tempat dan Waktu Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang Penyuluhan Edukatif Pentingnya *Branding*, Pemasaran Digital Syariah, dan *Plotting* Lokasi Usaha Kepada UMKM Bioflok. Di Desa Cibatu Purwakarta dilaksanakan pada tanggal 22 Januari – 25 Februari 2024, bertempat di Desa Cibatu Kecamatan Cibatu, Kabupaten Purwakarta.

B. Ruang Lingkup dan Objek Pengabdian

Ruang lingkup pengabdian kepada masyarakat tentang Penyuluhan Edukatif Pentingnya *Branding*, Pemasaran Digital Syariah, Dan *Plotting* Lokasi Usaha Kepada UMKM Bioflok. Di Desa Cibatu Purwakarta adalah pelaku UMKM Bioflok di lingkungan Desa Cibatu Purwakarta.

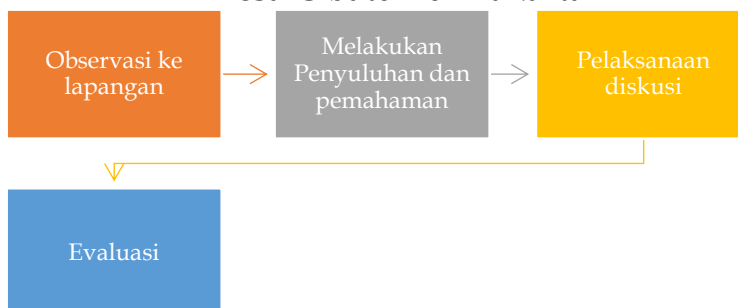
C. Pendekatan Atau Teknik Pengabdian

Tahapan kegiatan yang dilakukan oleh tim PKM dalam program kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Cibatu Kecamatan Cibatu Kabupaten Purwakarta dengan terjun ke lapangan melakukan penyuluhan dan diskusi mengenai pentingnya *branding*, pemasaran digital syariah, dan *Plotting* lokasi usaha kepada UMKM. Bioflok Desa Cibatu Purwakarta. Dalam metode kegiatan ini tim PKM membantu UMKM

¹³ Jalaludin, Hoerudin, and Anaya, "Sosialisasi Pemasaran Islami Kepada Petani Ikan Lele Di Desa Salamjaya Pondoksalam Purwakarta."

Bioflok dengan melakukan Pendampingan pelatihan *branding* dan Pemasaran Digital Berbasis Syariah dengan menggunakan media sosial Instagram.

Bagan 1.
Tahapan Pelaksanaan Kegiatan PKM kepada UMKM Bioflok
Desa Cibatupurwakarta



(Sumber: Diolah Oleh Penulis)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Edukasi Pentingnya *Branding*, Pemasaran Digital Syariah, dan *Plotting* Lokasi

1. *Branding* Usaha

Branding adalah aspek penting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), termasuk UMKM Bioflok di Cibatupurwakarta. *Branding* tidak hanya melibatkan pembuatan logo atau nama usaha, tetapi juga mencakup visi dan misi, produk dan layanan yang ditawarkan oleh usaha tersebut. Dengan *branding* yang efektif, UMKM dapat meningkatkan penjualan dan menarik lebih banyak pelanggan.

Branding dan komunikasi produk adalah hal penting yang harus dilakukan oleh UMKM agar bisa menembus pasar dan tetap eksis¹⁴. Dengan *branding* yang baik, UMKM dapat memperluas usahanya dan mencapai pasar yang lebih luas¹⁵. Selain itu, *branding* juga memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan medium-medium digital yang relatif terjangkau. Logo atau *brand* sangat penting bagi usaha apapun, termasuk UMKM Bioflok Cibatupurwakarta. Logo dan *brand* membuat usaha UMKM lebih dikenal oleh masyarakat. Logo atau spanduk harus bisa mencerminkan *brand* dalam bentuk visual atau gambar, sedangkan *brand* mencakup semua hal yang terkait dengan usaha tersebut, termasuk visi dan misi, produk dan layanan.

Edukasi tentang pentingnya *branding* sangat diperlukan untuk UMKM. Saat meluncurkan sebuah produk UMKM, *branding* sangat penting. UMKM

¹⁴ Moh Ainurrofiqin, 99 *Strategi Branding Di Era 4.0: Kupas Tuntas Metode Jitu Membangun Citra Baik, Meyakinkan Pelanggan, Dan Membangun Kesadaran Merek*, ed. Arif Ishartadi (Yogyakarta: Quadrant, 2021).

¹⁵ Ade Andri Hendriadi, Betha Nurina Sari, and Tesa Nur Padilah, "Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Karawang," *Jurnal Pengabdian Masyarakat (J-DINAMIKA)* 4, no. 2 (2019): 120-125.

dapat meningkatkan penjualan dan menarik pelanggan dengan merek sendiri¹⁶. Dengan membuat spanduk UMKM, website untuk UMKM, membuat platform media sosial, dan memberikan logo yang bermakna, *branding* UMKM memungkinkan UMKM untuk mencapai pasar yang lebih luas.

Edukasi *branding* yang tim PKM arahkan arahkan kepada UMKM bioflok Cibatu Purwakarta minimal mereka punya media iklan spanduk yang menunjukkan bahwa dilokasi tersebut terdapat jual beli ikan segar hasil dari sistem bioflok. Harapannya dengan *branding* berupa spanduk usaha yang efektif, UMKM bioflok Cibatu Purwakarta dapat meningkatkan penjualan, menarik lebih banyak pelanggan, dan mencapai pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, edukasi tentang pentingnya *branding* sangat diperlukan untuk UMKM, termasuk UMKM Bioflok di Cibatu, Purwakarta.

2. Pemasaran Digital Syariah

Pemasaran digital syariah merupakan strategi yang efektif untuk mempromosikan produk atau jasa dari UMKM Bioflok di Cibatu, Purwakarta. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat mencapai *audiens* yang lebih luas dan meningkatkan penjualan¹⁷. Pemanfaatan pemasaran digital melalui perkembangan teknologi internet telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk memasarkan produknya. Internet telah mengubah aturan dasar pemasaran dari yang tradisional menjadi digital. Dengan pemasaran digital, UMKM dapat mencapai penjualan yang lebih tinggi dan memperluas pasar¹⁸. Pemerintah Kabupaten Purwakarta mendorong UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital dalam memasarkan produk mereka. Untuk mendukung hal ini, Pemkab Purwakarta menyiapkan berbagai pelatihan *digitalpreneur* bagi pelaku UMKM¹⁹. Dengan pelatihan ini, UMKM diharapkan dapat memanfaatkan peluang untuk memperluas pemasaran produk mereka melalui jejaring pasar daring.

Pemasaran digital syariah adalah strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah²⁰. Ini melibatkan penggunaan teknologi digital untuk mempromosikan produk atau jasa yang sesuai dengan hukum Islam. Pemasaran digital syariah dapat mencakup berbagai strategi, termasuk pemasaran melalui

¹⁶ Nurul Ainun, Rian Maming, and Altri Wahida, "Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM," *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)* 6, no. 1 (2023): 674–681.

¹⁷ Jerry Maytanius et al., "Analisis Digital Marketing UMKM Creativ," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara* 4, no. 2 (2023): 1563–1567.

¹⁸ Lilik Handajani et al., "Penggunaan Pemasaran Digital Pada Usaha Home Industry Kopi Lombok Di Desa Sigerongan Kabupaten Lombok Barat," *Jurnal Abdi Insani* 6, no. 3 (2019): 409–421.

¹⁹ Admin, "Bupati Anne Dorong Digitalisasi UMKM Purwakarta," <https://Purwakartakab.Go.Id/>, last modified 2023, accessed March 18, 2024, <https://purwakartakab.go.id/read/2475>.

²⁰ Ananda Mega Pratiwi and Abdur Rohman, "Penerapan Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Dengan Pendekatan Analisis Swot Perspektif Marketing Syariah Pada Toko Fihadaessie Surabaya," *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)* 6, no. 1 (2023): 881–898.

media sosial, email *marketing*, dan pemasaran konten. Dalam hal ini tim PKM memberikan edukasi terhadap pentingnya pemasaran digital apalagi jika pemasaran tersebut dengan dilengkapi dengan prinsip-prinsip syariah atau pemasaran digital syariah, bukan hanya keuntungan semata yang didapatkan, akan tetapi keberkahan usaha pun Insyaallah didapatkan.

3. *Plotting* Lokasi Usaha

Pada tahapan ini tim PKM memberikan edukasi terhadap pentingnya *Plotting* lokasi usaha di Google Maps. Menambahkan lokasi usaha UMKM ke Google Maps penting, karena Google Maps membantu masyarakat luas untuk mudah mencari dan menemukan lokasi usaha UMKM Bioflok Cibatu Purwakarta, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dan mendapatkan lebih banyak pelanggan²¹. Selain itu, usaha yang tercantum di Google Maps lebih populer dan terpercaya, karena konsumen lebih mudah mencari dan melacak lokasi dan denah bisnis, yang akan membantu meningkatkan popularitas bisnis, dan Google Maps memungkinkan UMKM untuk memberi informasi tambahan seperti alamat email, nomor telepon, ulasan, dan foto. Informasi tambahan ini akan membantu konsumen untuk memilih dan membeli produk atau layanan dari UMKM.

Selanjutnya, Google Maps memungkinkan UMKM untuk menyediakan informasi tentang layanan antar. Ini akan membantu konsumen untuk memesan produk atau layanan dari UMKM dengan mudah melalui platform *online*. Google Maps juga dapat memungkinkan konsumen untuk memberi ulasan tentang kualitas produk atau layanan dari UMKM Bioflok Cibatu Purwakarta. Ulasan yang bagus akan membantu menarik lebih banyak konsumen dan memperbaiki kualitas bisnis. Serta dengan Google Maps memungkinkan konsumen untuk mencari titik temu dengan mudah.

Gambar 1.

Edukasi Tim PKM Kepada UMKM Bioflok Di Desa Cibatu Purwakarta
(a) UMKM Bioflok Mang Dodi, (b) UMKM Bioflok Mang Odih



(a)



(b)

(Sumber: Dokumentasi Tim PKM Cibatu)

²¹ Nadhiya Hana Aushafina and Ira Wikartika, "Pendampingan Digitalisasi Marketing Desa Kebondalem Melalui Aplikasi Google Maps: Upaya Meningkatkan Pengembangan UMKM," *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia* 4, no. 3 (2023): 477-483.

B. Pembuatan *Branding*, Pemasaran Digital Syariah, Dan *Plotting* Lokasi Usaha

1. Spanduk

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

Gambar 2.

Pembuatan Spanduk UMKM Bioflok Mang Odih Menggunakan Aplikasi Canva



(Sumber: Dokumentasi Tim PKM Cibatu)

Gambar 3.

Pembuatan Spanduk UMKM Bioflok Mang Dodi Menggunakan Aplikasi Canva



(Sumber: Dokumentasi Tim PKM Cibatu)

2. Feed Instagram

Tahapan program pengabdian selanjutnya dilakukan dengan pembuatan feed Instagram kepada kedua pelaku UMKM Bioflok di Desa Cibatu. Instagram saat ini merupakan media sosial yang paling populer dan banyak digunakan

masyarakat apalagi generasi Z. Instagram sebagai salah satu media sosial yang saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru ditengah-tengah masyarakat khususnya dikalangan anak muda yang memakai sosial media dikehidupan sehari-harinya. Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya²².

Gambar 4.

Pembuatan Feed Instagram UMKM Bioflok Menggunakan Aplikasi Canva :
(a) UMKM Bioflok Mang Odih, (b) UMKM Bioflok Mang Dodi Desa Cibatu Purwakarta



(Sumber: Dokumentasi Tim PKM Cibatu)

3. *Plotting* Google Maps

Proses selanjutnya yang dilakukan yaitu pembuatan *Plotting* Google Maps UMKM Bioflok. Google Maps ini berfungsi untuk membantu pembeli atau pelanggan dalam mencari usaha kita dengan mudah sehingga dengan adanya google maps ini penjualan akan meningkat dan dikenal banyak orang. Maka dari itu tim PKM memberikan edukasi tentang pentingnya *Plotting* lokasi usaha di google maps kepada pelaku UMKM Bioflok, Meliputi nama, alamat, nomor telepon, titik lokasi, dan foto usaha. Dengan menggunakan handphone pemilik usaha, Tim PKM memandu langkah demi langkah mulai dari pembuatan akun gmail jika belum punya, penambahan lokasi hingga penghimpunan data yang dibutuhkan untuk melengkapi google maps²³.

²² Kadek Anggi Dian Utami, Kadek Devi Kalfika Anggria Wardani, and A.A.Ngr.Eddy Supriyadinata Gorda, "Peningkatan Daya Saing Umkm Kuliner Di Desa Adat Panjer Melalui Pengembangan Media Pemasaran Berbasis Digital," *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6, no. 1 (2023): 1.

²³ Ayuk Sri Lestari et al., "Penggunaan Aplikasi Google Maps Dan Imooji Sebagai Media Promosi UMKM Desa Tiyanan," *Dikmas: Jurnal Pendidikan Masyarakat dan Pengabdian* 2, no. 3 (2022): 887-894.

Gambar 5.

Plotting Lokasi di Google Maps : (a) UMKM Bioflok Mang Dodi, (b) UMKM Bioflok Mang Odih Desa Cibatu Purwakarta



(Sumber: Dokumentasi Tim PKM Cibatu)

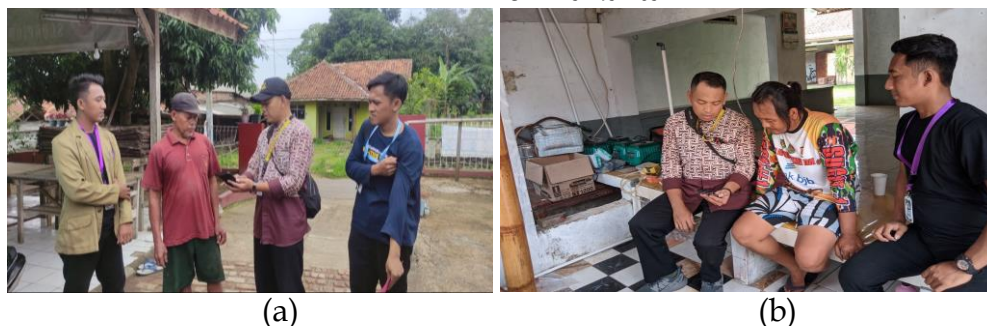
C. Pelatihan Cara Mengunggah Foto di Instagram

Setelah pembuatan feed instagram, langkah selanjutnya tim PKM mendampingi cara mengunggah foto atau media iklan di Instagram kepada pelaku UMKM Bioflok. Hal dilakukan supaya UMKM Bioflok nantinya bisa mandiri memasarkan produk Bioflok dengan sendiri tanpa bantuan tim PKM lagi, karena tim PKM tidak selamanya akan berkunjung ke lokasi UMKM Bioflok. Dalam pelatihan ini pelaku UMKM Bioflok dilatih bagaimana cara mengunggah foto ke dalam media sosial Instagram. Agar postingan foto banyak dilihat oleh pengguna Instagram²⁴, maka Tim PKM menyarankan untuk menggunakan hashtag @stie.syariah.indonesia, @kkn.desacibatu, @infoseminar.nasional, @idnnews, @beanusafest, @umkmjuarajabar, @umkmjuarapwk, @umkm.indonesia_, @sahabat_umkm, @bankbjb_divisiumkm. Pemasaran melalui media Instagram diharapkan mampu mempromosikan produk UMKM Bioflok Desa Cibatu kepada pelanggan baru yang lebih luas dan menambah relasi bisnis yang lebih luas, serta mudahnya akses permodalan dari berbagai lembaga baik lembaga perbankan maupun lembaga atau instansi yang mempunyai program perberdayaan pelaku UMKM se-Indonesia.

Gambar 6.

Pelatihan Pengunggahan Foto Ke Media Instagram

(a) UMKM Bioflok Mang Dodi, (b) UMKM Bioflok Mang Odih Desa Cibatu Purwakarta



(Sumber: Dokumentasi Tim PKM Cibatu)

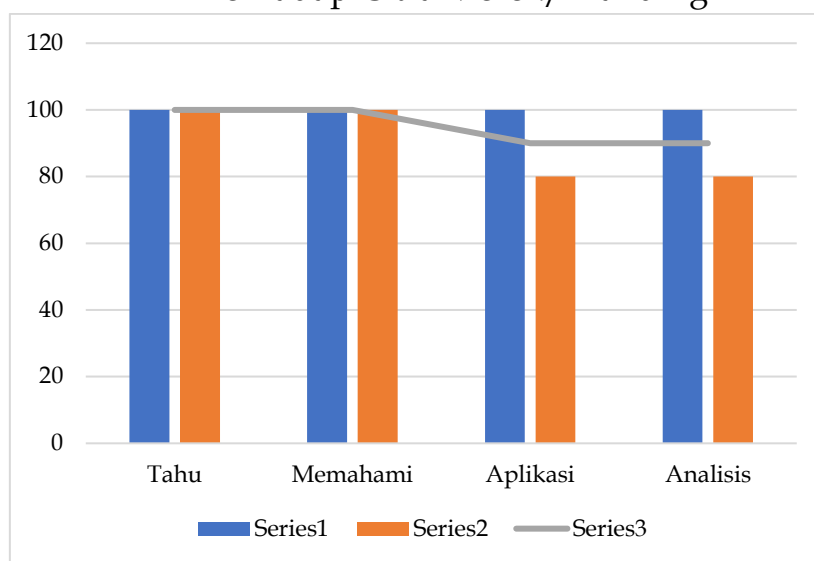
²⁴ Lidya Wati Evelina and Fitrie Handayani, "Penggunaan Digital Influencer Dalam Promosi Produk (Studi Kasus Akun Instagram@ Bylizzieparra)," *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia* 1, no. 01 (2018): 71-82.

D. *Monitoring* atau Pengawasan

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 risiko²⁵. *Monitoring* pertama yang dilakukan tim PKM mengenai pemahaman citra merek kepada pelaku UMKM Bioflok Desa Cibatu. Berdasarkan grafik 1 dibawah ini, hasil *monitoring* pemahaman UMKM Bioflok Desa Cibatu terhadap citra merek sebesar 95%.

Grafik 1

Hasil *Monitoring* Tingkat Pemahaman UMKM Bioflok Cibatu Purwakarta Terhadap Citra Merek/Branding

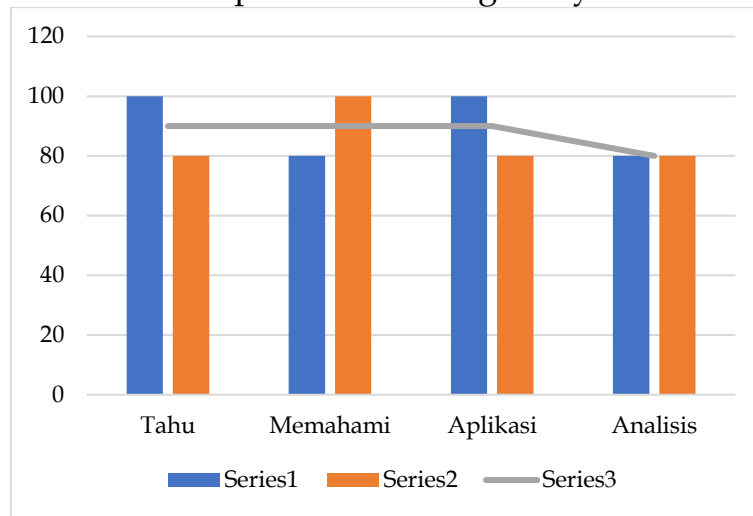


(Sumber: Diolah Oleh Penulis)

Selain itu Tim PKM juga memberikan penyuluhan terhadap pentingnya pemasaran digital syariah pada produk UMKM Bioflok Desa Cibatu Purwakarta, Alhamdulillah dari hasil penyuluhan media pemasaran UMKM Bioflok bukan hanya dilakukan oleh pemilik usahanya saja, akan tetapi pihak desa Cibatu pun ikut dalam mempromosikan ikan hasil bioflok. Perlahan-lahan konsumen baru mulai mengenal produk UMKM Bioflok yang ada di Desa Cibatu melalui akun instagram Desa Cibatu termasuk pemesanan luar daerah Cibatu pun mulai berdatangan. Berikut ini hasil *monitoring* tingkat pemahaman UMKM Bioflok Desa Cibatu Purwakarta terhadap pemasaran digital syariah sebesar 87.5%, seperti yang tertera dalam grafik 2 dibawah ini:

²⁵ 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.

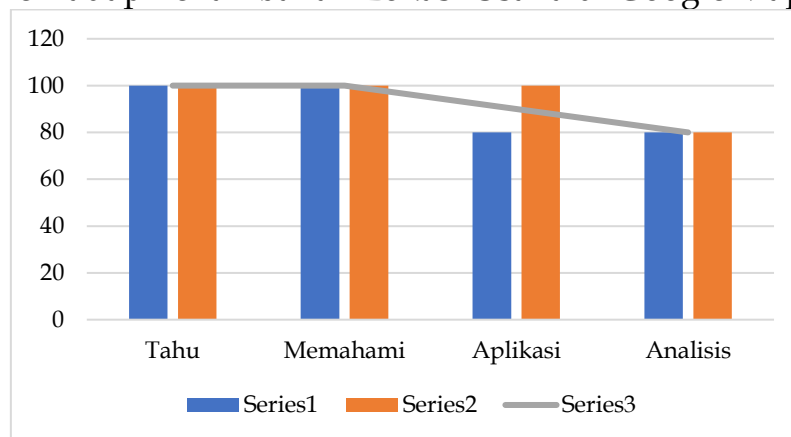
Grafik 2
 Hasil *Monitoring* Tingkat Pemahaman UMKM Bioflok Cibatu Purwakarta Terhadap Pemasaran Digital Syariah



(Sumber: Diolah Oleh Penulis)

Kemudian tim PKM juga melakukan *monitoring* terhadap tingkat pemahaman UMKM Bioflok Desa Cibatu Purwakarta terhadap pentingnya penambahan lokasi usaha di Google Maps, dan dihasilkan tingkat pemahaman sebesar 92,5 %. Hasil ini menurut tim PKM masuk kategori nilai sangat memuaskan atau sangat memahami terhadap pentingnya lokasi usaha terdaftar di Google Maps.

Grafik 3
 Hasil *Monitoring* Tingkat Pemahaman UMKM Bioflok Cibatu Purwakarta Terhadap Penambahan Lokasi Usaha di Google Maps



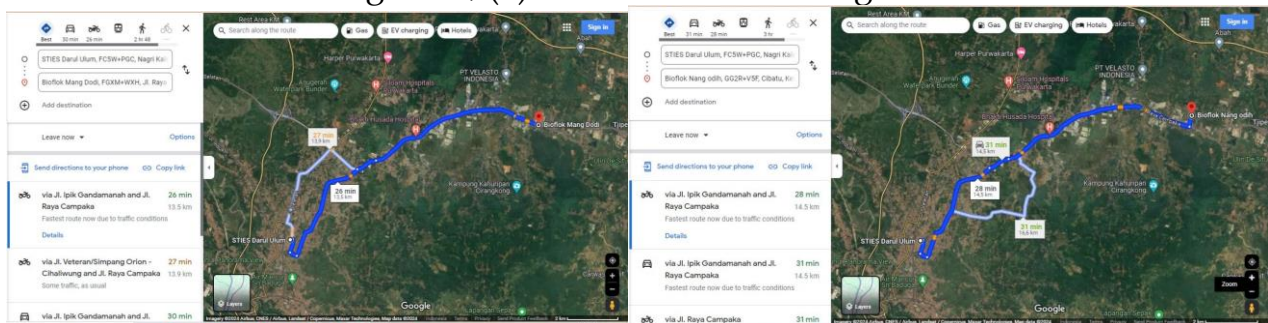
(Sumber: Diolah Oleh Penulis)

Selanjutnya, Tim PKM telah melakukan menambahkan lokasi usaha di Google Maps untuk memudahkan para konsumen mencari tempat UMKM Bioflok yang ada di Desa Cibatu. Dengan cara ini, para konsumen dapat dengan mudah menemukan tempat yang menyediakan produk Ikan yang dihasilkan oleh masyarakat lokal.

Pendampingan ini merupakan bagian dari strategi Tim PKM untuk membantu UMKM Bioflok Desa Cibatu dalam mengembangkan bisnis dan memperluas pasar produk Ikan yang dihasilkan. Sistem informasi geografis (SIG) yang dibangun berbasis aplikasi Google Maps dapat memberikan kemudahan kepada pengguna untuk mengetahui lokasi UMKM Tempe, termasuk informasi toko, posisi toko, dan petunjuk arah menuju toko yang diinginkan. Saat ini sudah banyak berkunjung ke lokasi usaha UMKM Bioflok menggunakan aplikasi google maps.

Gambar 8.

Salah Satu Rute Google Maps Yang Berkunjung Ke Lokasi : (a) UMKM Bioflok Mang Dodi, (b) UMKM Bioflok Mang Odih



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

E. Evaluasi

Tahap terakhir adalah evaluasi terhadap semua kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan dari tanggal 22 Januari s/d 25 Februari 2024. Hasil evaluasi UMKM Bioflok Desa Cibatu Purwakarta mengenai Penyuluhan Edukatif Pentingnya *Branding*, Pemasaran Digital Syariah, Dan *Plotting* Lokasi Usaha Kepada UMKM Bioflok adalah sebagai berikut :

Tabel 1.

Hasil Evaluasi Pentingnya *Branding*, Pemasaran Digital Syariah, Dan *Plotting* Lokasi Usaha Kepada UMKM Bioflok Di Desa Cibatu Purwakarta

No	Sebelum Pengabdian Kepada Masyarakat	Setelah Pegabdian Kepada Masyarakat
1.	UMKM Bioflok kurang memahami pentingnya media periklanan spanduk untuk mempromosikan produk	Pelaku UMKM telah memahami pentingnya media periklanan spanduk untuk mempromosikan produknya
2.	UMKM Bioflok masih menggunakan pemasaran sederhana melalui media whatshapp	UMKM Bioflok sudah menggunakan media digital promosi whatshapp dan Instagram
3.	Kurang pemahaman pelaku UMKM Bioflok terhadap	UMKM Bioflok sudah mulai memahami manfaat media

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)

No	Sebelum Pengabdian Kepada Masyarakat	Setelah Pegabdian Kepada Masyarakat
	pemanfaatan media digital sebagai media promosi yang efektif	digital sebagai media promosi yang efektif di era digital
4.	Lokasi UMKM Bioflok belum terdaftar di google maps	UMKM Bioflok telah terdaftar di google maps

(Sumber: Diolah Oleh Novi Mustika Mentari)

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa pengabdian kepada masyarakat tentang penyuluhan edukatif pentingnya *branding*, pemasaran digital syariah, dan *Plotting* lokasi usaha kepada UMKM Bioflok telah mencapai tingkat memahami 95% terhadap pentingnya *branding* spanduk untuk mempromosikan produknya, 87,5% sudah memahami dan menggunakan media digital promosi Whatsapp dan Instagram, dan 92,5% sudah memahami terhadap pentingnya penambahan lokasi usaha di Google Maps, serta lokasi UMKM Bioflok telah terdaftar di google maps. Harapannya semoga konsumen UMKM Bioflok Cibatu semakin meningkat, dan Keuntungan pun ikut meningkat, sehingga UMKM Bioflok di Cibatu bisa membantu masyarakat Desa Cibatu lebih banyak lagi melalui terciptanya lapangan pekerjaan.

V. UCAPAN TERIMAKASIH

Kami selaku Tim PKM Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Indonesia Purwakarta mengucapkan banyak-banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dalam kegiatan PKM tentang penyuluhan edukatif pentingnya *branding*, pemasaran digital syariah, dan *Plotting* lokasi usaha kepada UMKM Bioflok Desa Cibatu Purwakarta. Mulai dari Kepala Desa Cibatu, Kecamatan Cibatu, Purwakarta serta jajarannya yang telah mendukung dan terlibat kegiatan PKM ini. Tidak lupa kepada mitra PKM yakni UMKM Bioflok Cibatu, masyarakat, dan anak-anak Desa Cibatu Purwakarta yang telah berpartisipasi dan mendukung PKM ini. Dan terakhir kami mengucapkan terimakasih kepada kampus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIES) Indonesia Purwakarta yang telah memberikan kesempatan kami dalam melaksanakan PKM dari mulai tanggal 22 Januari hingga 25 Februari 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin. "Bupati Anne Dorong Digitalisasi UMKM Purwakarta." <https://Purwakartakab.Go.Id/>. Last modified 2023. Accessed March 18, 2024. <https://purwakartakab.go.id/read/2475>.
- Ainun, Nurul, Rian Maming, and Altri Wahida. "Pentingnya Peran Logo Dalam

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)

- Membangun Branding Pada UMKM." *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)* 6, no. 1 (2023): 674–681.
- Ainurrofiqin, Moh. 99 *Strategi Branding Di Era 4.0: Kupas Tuntas Metode Jitu Membangun Citra Baik, Meyakinkan Pelanggan, Dan Membangun Kesadaran Merek.* Edited by Arif Ishartadi. Yogyakarta: Quadrant, 2021.
- Al-Afghan, Ahmad Yusuf Kholis. "Strategi Pemasaran PT. Takaful Indonesia Cabang Yogyakarta Tahun 2011" (2012).
- Ambiya, Qorry, Siti Nur Asiah, and Nur Ngafiah. "Roleta (Roemah Lele Tarikan): Upaya Pemberdayaan Perempuan Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Melalui Diversifikasi Produk Olahan Ikan Lele Berbasis Digital Marketing." *Nusantara Hasana Journal* 2, no. 9 (2023): 26–30.
- Atom. "Sejarah Desa Cibatu Purwakarta." <https://Kartacibatupwk.Blogspot.Com/>. Last modified 2015. Accessed March 5, 2024. <https://kartacibatupwk.blogspot.com/2016/03/desa-cibatu-adalah-sebuah-desa-di.html>.
- Aushafina, Nadhiya Hana, and Ira Wikartika. "Pendampingan Digitalisasi Marketing Desa Kebondalem Melalui Aplikasi Google Maps: Upaya Meningkatkan Pengembangan UMKM." *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia* 4, no. 3 (2023): 477–483.
- 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.
- Evelina, Lidya Wati, and Fitri Handayani. "Penggunaan Digital Influencer Dalam Promosi Produk (Studi Kasus Akun Instagram@ Bylizzieparra)." *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia* 1, no. 01 (2018): 71–82.
- Gustaman, Randy Fadillah, Romy Faisal Mustofa, Defri Mulyana, and Ahmad Hamdan. "Penggunaan Teknologi Akuakultur Sistem Bioflok Dalam Proses Produksi Pembesaran Ikan Konsumsi Di Lahan Sempit." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 1, no. 4 (2023): 148–152.
- Handajani, Lilik, Lalu Muhammad Furkan, Ahmad Rifa'i, and others. "Penggunaan Pemasaran Digital Pada Usaha Home Industry Kopi Lombok Di Desa Sigerongan Kabupaten Lombok Barat." *Jurnal Abdi Insani* 6, no. 3 (2019): 409–421.
- Hendriadi, Ade Andri, Betha Nurina Sari, and Tesa Nur Padilah. "Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Karawang." *Jurnal Pengabdian Masyarakat (J-DINAMIKA)* 4, no. 2 (2019): 120–125.
- Jalaludin, Jalaludin, Muhamad Iqbal Hoerudin, and Tri Mutiara Anaya. "Sosialisasi Pemasaran Islami Kepada Petani Ikan Lele Di Desa Salamjaya Pondoksalam Purwakarta." *ADINDAMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2023): 20–40.
- Kurnia, Halida. "Teknik Pembenihan Ikan Lele Masamo (Clarias Sp.) Dengan Metode Clear Water System Di Balai Layanan Usaha Produksi Perikanan Budidaya

- (Bluppb) Karawang, Jawa Barat." Universitas Airlangga, 2017. <https://repository.unair.ac.id/62720/>.
- Kusuma, Vincentius A M, Zainal A Sahabuddin, and Posma S J K Hutasoit. "Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pendekatan Pemberdayaan Ekonomi Rakyat." *Jurnal cafetaria* 3, no. 1 (2022): 24–35.
- Kusumoputri, Retno Adityarini, and Novian Denny Nugraha. "Perancangan Identitas Dan Kemasan Pada Produk Ikan Nila Pt. Indoachery Bangun Insan Sejahtera." *eProceedings of Art \& Design* 6, no. 2 (2019).
- Lestari, Ayuk Sri, Novita Wahyuningsih, Nindita Maharani, Lucky Sanjaya, Ardian Prima Putra, and Ainur Khomariah. "Penggunaan Aplikasi Google Maps Dan Imooji Sebagai Media Promosi UMKM Desa Tiyan." *Dikmas: Jurnal Pendidikan Masyarakat dan Pengabdian* 2, no. 3 (2022): 887–894.
- Maytanius, Jerry, Haris Wahyudi, Ricky Lim, Anthony Sentoso, and others. "Analisis Digital Marketing UMKM Creativ." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara* 4, no. 2 (2023): 1563–1567.
- Pratiwi, Ananda Mega, and Abdur Rohman. "Penerapan Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Dengan Pendekatan Analisis Swot Perspektif Marketing Syariah Pada Toko Fihadaessie Surabaya." *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)* 6, no. 1 (2023): 881–898.
- Salamah, Salamah, and Zulpikar Zulpikar. "Pemberian Probiotik Pada Pakan Komersil Dengan Protein Yang Berbeda Terhadap Kinerja Ikan Lele (Clarias Sp.) Menggunakan Sistem Bioflok." *Acta Aquatica: Aquatic Sciences Journal* 7, no. 1 (2020): 21–27.
- Utami, Kadek Anggi Dian, Kadek Devi Kalfika Anggria Wardani, and A.A.Ngr.Eddy Supriyadinata Gorda. "Peningkatan Daya Saing Umkm Kuliner Di Desa Adat Panjer Melalui Pengembangan Media Pemasaran Berbasis Digital." *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6, no. 1 (2023): 1.