

AdindaMas

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Volume 4 Nomor 1, Juli 2024

DOI: <https://doi.org/10.37726/adindamas.v4i1.1097>

Pendampingan Media Iklan dan *Plotting* Lokasi Usaha UMKM Tahu dan Oncom di Desa Cibatu Purwakarta

Umi Latifah¹, Jalaludin², Fahri Fadilah³

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

¹20461113@sties-purwakarta.ac.id

²jalaludin@sties-purwakarta.ac.id

³20461121@sties-purwakarta.ac.id

ABSTRAK

Berdasarkan hasil observasi tim PKM menemukan beberapa fenomena unik terkait UMKM Tahu dan Oncom di Desa Cibatu, salah satunya jumlah UMKM Tahu dan Oncom di Desa Cibatu merupakan UMKM paling banyak kedua dari UMKM Tempe. Fenomena kedua, UMKM Tahu dan Oncom di Desa Cibatu belum mempunyai media periklanan baik spanduk maupun petunjuk memproduksi tahu dan oncom. Fenomena ketiga, lokasi usaha belum terdaftar di google maps, sehingga konsumen baru sangat kesulitan jika menginginkan langsung datang ke lokasi usaha. Maka dari itu, tujuan PKM ini untuk melakukan pendampingan media iklan dan plotting lokasi usaha UMKM Tahu di Desa Cibatu Purwakarta. Metode PKM ini menggunakan sosialisasi dan pendampingan. Adapun perlengkapan yang dibutuhkan dalam PKM ini adalah laptop, software canva pro, spanduk, dan foto lokasi usaha. Hasil PKM dapat disimpulkan bahwa kegiatan tim PKM mengenai pendampingan media iklan dan *plotting* lokasi UMKM Tahu Dan Oncom di Desa Cibatu Purwakarta mampu memberikan dampak positif, terlihat dari hasil monitoring tingkat pemahaman UMKM Tahu dan Oncom terhadap pentingnya media periklanan spanduk sebesar 90%, dan tingkat pemahaman UMKM Tahu dan Oncom terhadap pentingnya lokasi usaha di google maps sebesar 90% juga. Selain itu, UMKM Tahu dan Oncom sudah mengerti pentingnya media iklan melalui spanduk untuk mempromosikan produk,

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)

sudah mengerti pentingnya memiliki NIB (Nomer Induk Berusaha) guna kemajuan usaha, sudah menggunakan media digital instagram dan whatsapp sebagai media promosi, tempat UMKM Tahu dan Oncom sudah terdaftar di google maps guna mempermudah konsumen berkunjung ke lokasi usaha.

Kata Kunci—Media Iklan, Plotting Lokasi Usaha, Google Maps, UMKM Tahu, UMKM Oncom.

ABSTRACT

Based on the observation results, the PKM team found several unique phenomena related to Tofu and Oncom MSMEs in Cibatu Village, one of which is the number of Tofu and Oncom MSMEs in Cibatu Village is the second largest MSME from Tempe MSMEs. The second phenomenon is that Tofu and Oncom MSMEs in Cibatu Village do not have advertising media, either banners or instructions for producing tofu and oncom. The third phenomenon, the business location has not been registered on google maps, so new consumers have great difficulty if they want to come directly to the business location. Therefore, the purpose of this PKM is to provide assistance for advertising media and plotting the business location of Tofu MSMEs in Cibatu Purwakarta Village. This PKM method uses socialization and mentoring. The results of the PKM can be concluded that the PKM team's activities regarding the assistance of advertising media and plotting the location of Tofu and Oncom MSMEs in Cibatu Purwakarta Village were able to have a positive impact, seen from the results of monitoring the level of understanding of Tofu and Oncom MSMEs on the importance of banner advertising media by 90%, and the level of understanding of Tofu and Oncom MSMEs on the importance of business locations on google maps by 90% as well. In addition, Tofu and Oncom MSMEs already understand the importance of advertising media through banners to promote products, already understand the importance of having an NIB (Business Identification Number) for business progress, have used digital media instagram and whatsapp as promotional media, the place of Tofu and Oncom MSMEs has been registered on google maps to make it easier for consumers to visit business locations.

Keywords-Advertising Media, Business Location Plotting, Google Maps, Tofu UMKM, Oncom UMKM.

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.

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 di Desa Cibatu menemukan beberapa fenomena unik terkait UMKM Tahu dan Oncom di Desa Cibatu, salah satunya jumlah UMKM Tahu dan Oncom di Desa Cibatu paling banyak kedua dari UMKM Tempe. UMKM Tahu Dan Oncom ini bertempat di RT 09 RW 04 Desa Cibatu Kecamatan Cibatu. Olahan tahu ini berbahan dasar kedelai dengan memproduksi berbagai jenis tahu seperti tahu putih, tahu kuning, dan tahu sumedang. Sedangkan olahan Oncom dengan berbahan dasar ampas tahu³.

Fenomena kedua, media periklanan yang digunakan UMKM Tahu dan Oncom di Desa Cibatu bisa dikategorikan jarang ditemukan bahkan tidak ada. Produk yang dihasilkan masih polos atau masih belum mempunyai *branding* atau media iklan, sehingga masyarakat yang jauh dari tempat produksi belum begitu mengetahui adanya pabrik pembuatan tahu dan oncom. Menurut Kotler *branding* merupakan nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi usaha⁴.

Fenomena ketiga, lokasi usaha belum terdaftar di google maps, yang mengakibatkan konsumen baru sangat kesulitan jika menginginkan langsung datang ke lokasi usaha. Padahal penambahan lokasi usaha sangat penting, karena untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan mempermudah pelanggan mencari lokasi usaha yang lebih akurat. Selain itu, pengunjung juga akan mendapatkan tambahan informasi yang akurat tentang lokasi UMKM yang di daftarkan ke google maps. Google maps dapat membantu UMKM dalam meningkatkan *eksposur* dan reputasi pabrik UMKM Tahu dan Oncom, memungkinkan pelanggan untuk menemukan informasi alamat, deskripsi UMKM, dan foto produk yang dilampirkan⁵.

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>.

² Atom, "Sejarah Desa Cibatu Purwakarta."

³ Wiwi Wikanta, "Membuat Oncom Praktis Dan Aman Aflatoksin" (Depok: Rajawali Pers, 2019).

⁴ Pandi Putra, *Manajemen Pemasaran*, ed. Arifuddin and Nur Iqva Sari Taharuddin, Cetakan Pe. (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2023).

⁵ Finky Marghareth Valenthine, Suwandi Suwandi, and Afitra Kuntum Rahma Ari Prawita, "Pengembangan Perencanaan Umkm Produksi Tempe (Home Industri) Saat Covid-19 Di Desa Gunung Sulah," *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)* 2, no. 02 (2021): 122-155.

Sistem pemasaran konvensional mungkin banyak masyarakat yang sudah tahu, tetapi masih minim pengetahuan masyarakat tentang sistem pemasaran islami, termasuk UMKM Tahu dan Oncom masih tabu terhadap pemasaran islami hal ini terjadi karena kurangnya perhatian dan kemauan untuk belajar tentang pemasaran islami. Minimnya kajian tentang *fiqih muamalah* di daerah desa Cibatu membuat masyarakat hanya memahami *fiqih* ibadah shalat saja, *fiqih muamalah* biasanya berpatokan pada pemahaman nenek moyang secara turun temurun, yang masih perlu dikaji dari sisi kesesuaian syariahnya. Hal ini memerlukan pertimbangan lebih lanjut dari segi keseimbangan dengan syariah Islam, yang meminta adaptivitas dan transformasi dalam menerapkan hukum yang sesuai dengan zaman dan situasi.

Selain itu, syariah atau tidak akan berdampak terhadap pendapatan/keuntungan yang akan didapatkan, sehingga akan berpengaruh juga terhadap perilaku masyarakat. *Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam* pernah menasehati sahabat Ka'ab :

وَكَعْبُ بْنُ عُجْرَةَ إِنَّهُ لَا يَزُبُّ لَحْمَ نَبْتٍ مِنْ سُحْتٍ إِلَّا كَانَتْ النَّارُ أَوْلَىٰ بِهِ

"Wahai Ka'ab bin 'Ujroh, sesungguhnya tidaklah daging (anggota badan) yang tumbuh berkembang dari sesuatu yang haram kecuali semua itu lebih berhak dibakar dalam api neraka". (HR. Tirmidzi, no. 614. Al-Hafizh Abu Thahir mengatakan bahwa sanad hadits ini hasan).

Knowledge Gap yang peneliti/pengabdian lain belum tahu terkait fenomena ini dari hasil pencarian dengan kata kunci "Pendampingan *Branding* dan *Plotting* UMKM" didapatkan hasil publikasi ilmiah sebanyak 79 naskah. Akan tetapi dari 79 naskah yang ditemukan masih jarang bahkan belum ada yang membahas tentang pendampingan *branding* dan *plotting* lokasi pada UMKM Tahu dan Oncom. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Opan Arifudi, Rahman Tanjung dengan judul pengabdian "Pendampingan Usaha Oncom Dawuan Makanan Khas Kabupaten Subang Jawa Barat"⁶. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini, *Pertama*, objek kajian penelitian sebelumnya mengkaji pendampingan usaha oncom dawuan makanan khas, sedangkan penelitian saat ini mengkaji pendampingan media iklan dan *plotting* lokasi usaha UMKM Tahu dan Oncom. *Kedua*, metode penelitian terdahulu menggunakan metode pendekatan manajemen dalam strategi kemasan, meningkatkan hasil produksi dan memperluas hasil penjualan dengan 4 (empat) tahapan pelaksanaan program yaitu persiapan, implementasi kegiatan, monitoring dan evaluasi serta pelaporan. Sedangkan metode penelitian saat ini menggunakan metode sosialisasi dan pendampingan. *Ketiga*, lokasi terdahulu di Kecamatan Dawuan Kabupaten Subang, sedangkan penelitian saat ini berlokasi di Desa Cibatu Kecamatan Cibatu Kabupaten Purwakarta. *Keempat*, tahun penelitian peneliti terdahulu pada tahun 2020 sedangkan untuk saat ini pada tahun 2024.

⁶ Putra, *Manajemen Pemasaran*.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Siti Sarifah, Cece Andi⁷ dengan judul pengabdian "Pendampingan Branding dan *Plotting* UMKM Aneka Makanan Tradisional di Desa Salamjaya Pondoksalam Purwakarta". Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini, *Pertama*, objek kajian penelitian sebelumnya mengkaji pendampingan usaha makanan khas daerah, sedangkan penelitian saat ini mengkaji pendampingan media iklan dan *plotting* lokasi usaha UMKM Tahu dan Oncom. *Kedua*, metode penelitian terdahulu menggunakan penyuluhan dan pendampingan. Sedangkan metode penelitian saat ini menggunakan metode sosialisasi dan pendampingan. *Ketiga*, lokasi terdahulu di Desa Pondoksalam Kabupaten Purwakarta, sedangkan penelitian saat ini berlokasi di Desa Cibatu Kecamatan Cibatu Kabupaten Purwakarta. *Keempat*, tahun penelitian peneliti terdahulu pada tahun 2023 sedangkan untuk saat ini pada tahun 2024.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Slamet Asari, Khoirul Anwar⁸ dengan judul pengabdian "Menumbuhkan Kemandirian Kewirausahaan Dan Keterampilan Digital Marketing Melalui Pembuatan Kerajinan Tali Kur dan Merajut Warga Desa Rayunggumuk, Kecamatan Glagah, Kabupaten Lamongan". Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini, *Pertama*, objek kajian penelitian sebelumnya mengkaji pembuatan kerajinan tali kur, sedangkan penelitian saat ini mengkaji pendampingan media iklan dan *plotting* lokasi usaha UMKM Tahu dan Oncom. *Kedua*, metode penelitian terdahulu menggunakan pemberian ceramah dan pelatihan langsung. Sedangkan metode penelitian saat ini menggunakan metode sosialisasi dan pendampingan. *Ketiga*, lokasi terdahulu di Desa Rayunggumuk Kecamatan Glagah kabupaten Lamongan, sedangkan penelitian saat ini berlokasi di Desa Cibatu Kecamatan Cibatu Kabupaten Purwakarta. *Keempat*, tahun penelitian peneliti terdahulu pada tahun 2023 sedangkan untuk saat ini pada tahun 2024.

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan pengabdian masyarakat ini untuk melakukan pendampingan media iklan dan *plotting* lokasi pada UMKM Tahu dan Oncom yang berada di Desa Cibatu Kabupaten Purwakarta. Pengabdian masyarakat dalam pendampingan ini diharapkan dapat membantu UMKM bisa mengembangkan media iklan dengan mempunyai plang nama usaha seperti spanduk dan dapat memasarkan produk melalui media sosial, dan juga bisa menambahkan akses lokasi usaha di google maps agar memberi kemudahan dalam mencari lokasi usaha UMKM Tahu dan Oncom.

⁷ 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.

⁸ Djoko Soelistya, Slamet Asari, and Khoirul Anwar, "Menumbuhkan Kemandirian Kewirausahaan Dan Keterampilan Digital Marketing Melalui Pembuatan Kerajinan Tali Kur Dan Merajut Warga Desa Rayunggumuk, Kecamatan Glagah, Kabupaten Lamongan," *DedikasiMU: Journal of Community Service* 5, no. 4 (2023): 437–49.

II. METODE

A. Tempat dan Waktu

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang pendampingan media iklan dan *plotting* lokasi usaha UMKM Tahu dan Oncom di Desa Cibatu Purwakarta dilaksanakan pada tanggal 22 Januari – 25 Februari 2024, bertempat di Desa Cibatu Kecamatan Cibatu, Kabupaten Purwakarta.

B. Ruang Lingkup

Ruang lingkup atau subjek dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah semua pelaku UMKM Tahu dan Oncom di Desa Cibatu Purwakarta supaya memahami pentingnya media iklan dan *plotting* lokasi usaha di google maps atau media yang mudah diakses oleh semua calon pembeli atau konsumen.

C. Pendekatan dan Teknik

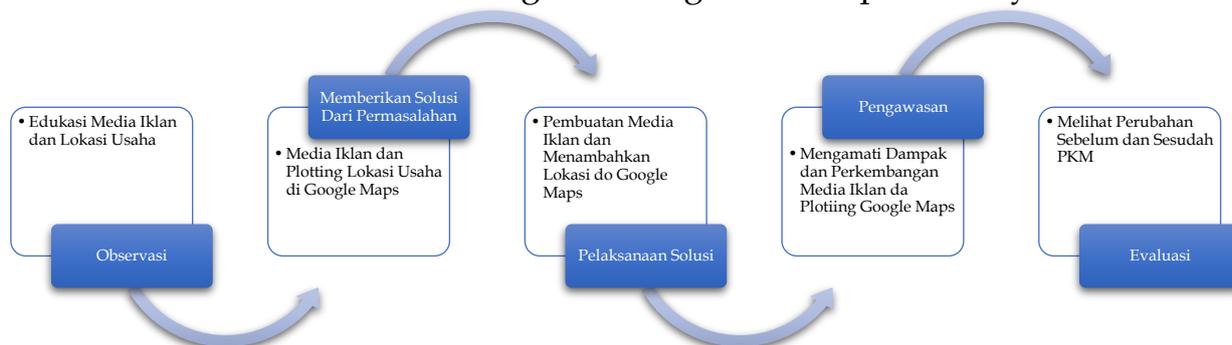
Kegiatan pengabdian masyarakat tentang pendampingan media iklan dan *plotting* lokasi usaha UMKM Tahu dan Oncom di Desa Cibatu Purwakarta menggunakan pendekatan sosialisasi dan pendampingan. Sosialisasi adalah proses belajar dan penyesuaian individu terhadap norma, nilai, dan aturan sosial dalam masyarakat. Ini membantu individu menjadi anggota masyarakat yang baik dan berfungsi dengan baik dalam komunitas. Terdapat dua jenis sosialisasi: primer (dalam keluarga) dan sekunder (di luar keluarga seperti di sekolah). Agen sosialisasi meliputi keluarga, sekolah, teman, media massa, dan institusi lainnya. Tujuan sosialisasi adalah memberikan keterampilan kepada individu untuk hidup bermasyarakat, memperkenalkan nilai-nilai sosial, serta memastikan kohesi sosial dan keberlangsungan masyarakat⁹. Sosialisasi ini untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan pentingnya media iklan dan *plotting* lokasi usaha di google maps kepada UMKM Tahu dan Oncom.

Pendampingan merupakan proses pertemuan pertolongan antara pendamping dan individu atau grup yang didampingi, dengan tujuan untuk menolong mereka dalam mencapai kebutuhan, mengembangkan kemandirian, dan mendorong peningkatan inisiatif dalam beragam bidang kehidupan¹⁰. Metode pendampingan ini digunakan untuk melakukan mengarahkan dalam pembuatan media iklan spanduk dan menambahkan lokasi usaha di google maps. Adapun perlengkapan yang dibutuhkan dalam PKM ini adalah laptop, software canva pro, spanduk, foto lokasi usaha, dan perlengkapan lainnya yang berhubungan pembuatan media iklan spanduk dan *plotting* lokasi usaha di google maps.

⁹ M. Aris, "Pengertian Sosialisasi: Fungsi, Tujuan, Dan Prosesnya," *Gramedia .Blog*.

¹⁰ Josias Jefry Suitela, "Pendampingan Sosial Dalam Pengembangan Kapasitas Kelompok Usaha Bersama Di Bandung," *Pekerjaan Sosial* 16, no. 1 (2017).

Bagan 1
Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat



(Sumber : Diolah Oleh Penulis, 2024)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Observasi Media Iklan dan *Plotting* Lokasi UMKM Tahu dan Oncom Desa Cibatu

Pelaksanaan program kerja yang pertama yaitu melakukan observasi ulang dengan tujuan kesediaan UMKM Tahu dan Oncom untuk dicarikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi. Observasi adalah suatu aktivitas pengamatan yang dilakukan secara cermat terhadap objek tertentu secara langsung di lokasi, termasuk kegiatan pencatatan sistematis tentang semua gejala objek yang diteliti. Observasi juga mencakup kegiatan mengamati, menyaksikan, dan memperhatikan sebagai cara pengumpulan data penelitian¹¹.

Observasi dalam PKM ini bertujuan untuk memberikan edukasi terhadap pentingnya media iklan dalam pemasaran dan *plotting* lokasi di google maps. Kegiatan observasi ini dilakukan secara langsung datang kerumah UMKM Tahu dan Oncom, hal ini dilakukan karena pelaku UMKM Tahu dan Oncom memiliki jam kerja yang berbeda-beda, sehingga Tim PKM melakukan observasi ini dengan menyesuaikan waktu senggang pelaku UMKM agar memudahkan kami untuk mensosialisasikan maksud dan tujuan program pendampingan diselenggarakan.

Gambar 1

Tim PKM Melakukan Observasi Media Periklanan : (a) UMKM Tahu dan Oncom Mas Slamet, (b) UMKM Tahu Intan



(Sumber : Dokumentasi Tim PKM Desa Cibatu)

¹¹ Qotrun. A, "Apa Itu Observasi, Pengertian Dan Jenisnya," *Gramedia .Blog*.
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)

Dari observasi tersebut pelaku UMKM Tahu dan Oncom bersedia untuk didampingi proses media iklan dan *plotting* lokasi di google maps oleh tim PKM STIES Indonesia Purwakarta. Pada tahapan observasi ini tim PKM memberikan edukasi terlebih dahulu terhadap pentingnya media iklan promosi, hal ini disampaikan berdasarkan hasil temuan awal tim PKM belum ditemukannya papan nama usaha baik itu spanduk atau nama petunjuk lainnya, termasuk juga belum ditemukannya akses lokasi di google maps pada UMKM Tahu dan Oncom Desa Cibatu. Apalagi di jaman sekarang yang serba canggih, suatu usaha atau bisnis yang tidak bisa menyesuaikan dengan perkembangan jaman akan kalah daya saingnya.

Pemasaran digital yang tim PKM arahkan menggunakan beberapa *platform* yang mudah digunakan oleh pelaku UMKM Tahu dan Oncom di Desa Cibatu, seperti Whatsapp, dan Instagram. Edukasi ini diharapkan mampu menambah pengetahuan pelaku UMKM Tahu dan Oncom terhadap pentingnya media iklan mulai dari akses lokasi di google maps, sampai spanduk plang nama dengan tampilan menarik.

B. Pembuatan Media Iklan dan Plotting Lokasi UMKM Tahu dan Oncom

1. Spaduk

Pada pendampingan kali ini tim PKM membuat media iklan produk melalui spanduk dengan menggunakan aplikasi Canva. Media iklan merupakan sarana komunikasi yang digunakan untuk mengantarkan dan menyebarkan pesan periklanan kepada publik¹². Iklan sendiri merupakan media informasi yang berisi tentang pesan yang membujuk dan mengajak orang untuk membeli dan menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan.

Media iklan spanduk atau banner UMKM Tahu dan Oncom dibuat dalam ukuran 2000px X 1000px, ukuran ini cukup besar, karena halaman lokasi usaha dan ruang untuk pemasangan media iklan UMKM Tahu dan Oncom di Cibatu tidak terlalu luas. Diharapkan dengan adanya media iklan melalui spanduk atau banner ini, produk UMKM Tahu dan Oncom Cibatu bisa meningkatkan penjualannya, dan meningkat pula pendapatannya, sehingga banyak masyarakat sekitar yang bisa terbantu adanya UMKM Tahu dan Oncom dengan menciptakan pekerjaan.

Gambar 2

Tim PKM Membuat Design Spanduk UMKM Tahu dan Oncom Dengan Menggunakan Aplikasi Canva



(Sumber : Dokumentasi Tim PKM Desa Cibatu)

¹² Riska Jamilia Sari, "Tinjauan Pelaksanaan Strategi Periklanan Pada Cv. Heaven Records" (Universitas Widyatama, 2010).

2. Feed Instagram

Pelaksanaan kegiatan pengabdian yang kedua dilakukan dengan pembuatan feed instagram, tim PKM melakukan pendampingan kepada 2 pelaku UMKM Tahu dan Oncom di Desa Cibatu dalam pembuatan feed instagram. Instagram adalah salah satu media sosial dengan pengguna terbanyak di dunia. Sebagai salah satu media sosial yang populer, instagram menyediakan berbagai macam fitur yang sangat berguna dan bisa diakses oleh siapa saja tanpa batasan usia. Instagram kini bahkan merambah ke dunia bisnis dan penjualan online¹³.

Manfaat memasarkan di instagram dapat meningkatkan visibilitas dan pemasaran produk pelaku usaha dengan pembuatan konten-konten yang menarik dan informatif. Alasan tim PKM melakukan pengembangan media sosial instagram karena instagram sebagai *platform* visual berbasis seluler yang menyediakan berbagai fitur untuk memasarkan produk, seperti *reels*, *IGTV*, *stories*, *live IG*, dan *feeds*. Algoritma instagram mengasumsikan bahwa orang yang pernah berinteraksi dengan akun tersebut akan tertarik dengan konten terbaru. Instagram menampilkan unggahan yang pernah berinteraksi dengan akunmu, seperti *likes*, *comment*, atau *direct message*, di bagian teratas feed dan urutannya. Hanya dengan mengunggah foto produk ke akun instagram, kemudian foto tersebut dilihat oleh konsumen, sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk yang dipromosikan.

Gambar 3

Pembuatan Feed Instagram Menggunakan Aplikasi Canva



(Sumber : Dokumentasi Tim PKM Desa Cibatu)

3. Google Maps

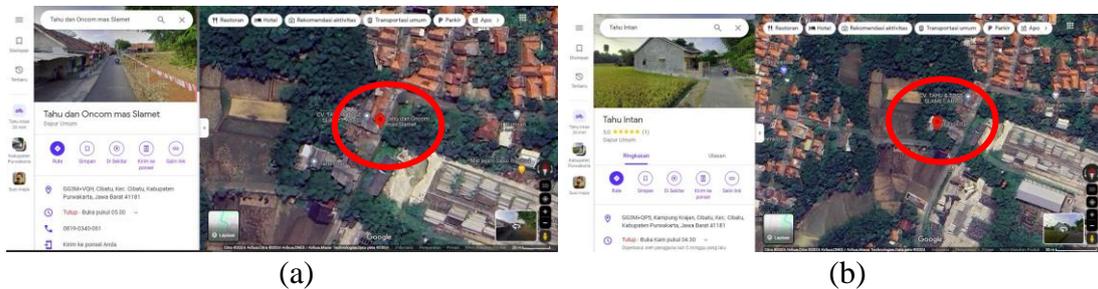
Selanjutnya Tim PKM melakukan penambahan lokasi UMKM Tahu dan Oncom di google maps. Ini dilakukan agar mempermudah konsumen untuk mengetahui tempat produksi tahu dan oncom juga memperluas pemasaran,

¹³ Merdeka.com, "Instagram Adalah Media Sosial Berbasis Foto Dan Video, Pahami Fungsi Dan Fiturnya," *Merdeka.Com*.

sehingga bisa bersaing di era digital, mengingat pelaku usaha sudah tua dan tidak mahir dalam digital di jaman sekarang, pelaku usaha pun belum pernah melakukan penambahan lokasi di Google Maps. Plotting lokasi UMKM ini diharapkan mampu memberikan kemudahan UMKM agar bisa memajukan dan memberikan kelancaran penjualan bagi pelaku usaha UMKM Tahu dan Oncom. Fungsi dari google maps itu sendiri diantaranya yaitu dapat menampilkan informasi-informasi penting UMKM seperti nama, alamat, titik koordinat lokasi di peta, foto produk, nomor kontak, jam layanan, penilaian, bahkan *testimony* dari pelanggan¹⁴. Google maps juga menyediakan fitur pemberian nilai atau *review* dari konsumen, sehingga mempermudah pemasaran dan meningkatkan penjualan.

Gambar 4

Plotting Lokasi di Google Maps : (a) UMKM Tahu dan Oncom Mas Slamet, (b) UMKM Tahu Intan



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

C. Pelatihan dan Mengunggah Foto

Setelah melakukan menyebarkan feed instagram di media sosial dan melakukan penambahan lokasi UMKM Tahu dan Oncom di google maps. Selanjutnya Tim PKM melakukan pelatihan dalam mengunggah foto atau feed instagram ke masing-masing 2 (Dua) UMKM Tahu dan Oncom di Desa Cibatu. Dalam pelatihan ini kedua pelaku UMKM Tahu dan Oncom ini dilatih cara mengunggah foto ke dalam media sosial instagram. Agar postingan foto banyak dilihat oleh pengguna instagram, maka tim PKM menyarankan untuk menggunakan tag @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 Tahu dan Oncom 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.

¹⁴ S Anwar et al., "Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Sarana Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm)," *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 7 (2022): 5571–80.

Gambar 5
Pelatihan Pengunggahan Foto Lewat Aplikasi Instagram



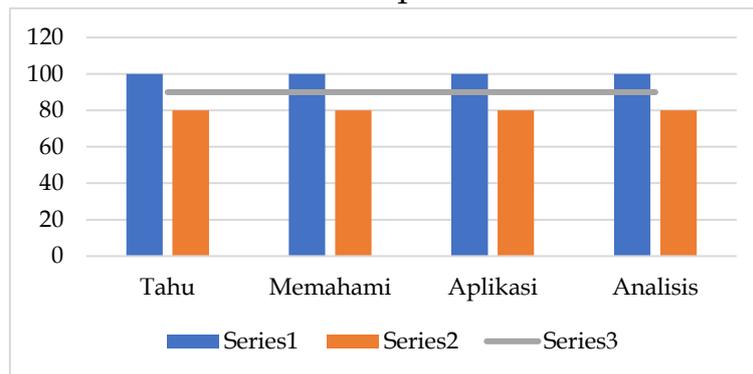
(Sumber : Dokumentasi Tim PKM Desa Cibatu)

D. Monitoring dan Pengawasan

Monitoring atau pengawasan adalah kegiatan yang dilakukan untuk melihat dan mengamati secara langsung objek atau proses untuk memperoleh informasi mengenai pengaruh, dampak, perkembangan, dan sebagainya. Monitoring yang dilakukan oleh tim PKM mengenai pemasangan *branding* melalui spanduk masyarakat sekitar khususnya masyarakat Desa Cibatu sudah mulai banyak yang mengetahui keberadaan tempat produksi tahu dan oncom walaupun berada di tempat yang terpencil. Berikut ini hasil monitoring tingkat pemahaman UMKM Tahu dan Oncom terhadap pentingnya media periklanan spanduk sebesar 90%, seperti yang tertera dalam grafik 1 dibawah ini:

Grafik 1

Hasil Monitoring Tingkat Pemahaman UMKM Tahu dan Oncom Desa Cibatu Purwakarta Terhadap Media Periklanan



Selain itu tim PKM juga mendapatkan informasi bahwa media pemasaran UMKM Tahu dan Oncom bukan hanya dilakukan oleh pemilik usahanya, akan tetapi pihak Desa Cibatu pun ikut andil dalam mempromosikan produk tahu dan oncom yang dihasilkan dari UMKM Tahu dan Oncom yang ada di Desa Cibatu. Perlahan-lahan konsumen baru mulai mengenal produk UMKM Tahu dan Oncom yang ada di

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

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

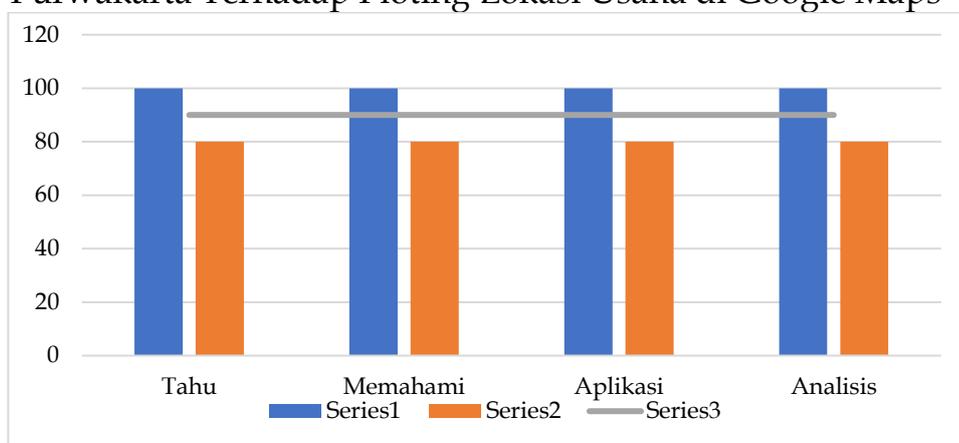
ISSN: 2798-2874 (Media Online) 2798-4702 (Media Cetak)

Desa Cibatu melalui akun instagram Desa Cibatu termasuk pemesanan luar daerah Cibatu pun mulai berdatangan seperti konsumen daerah Cilandak dan pasar Cipendeuy.

Selanjutnya, setelah tim PKM melakukan edukasi pentingnya penambahan lokasi usaha di google maps, dihasilkan tingkat pemahaman UMKM Tahu dan Oncom terhadap pentingnya lokasi usaha di google maps sebesar 90%. Penambahan lokasi usaha di google maps sudah memberikan dampak positif berupa mulai berdatangan para konsumen baru ke tempat UMKM Tahu dan Oncom di Desa Cibatu.

Grafik 2

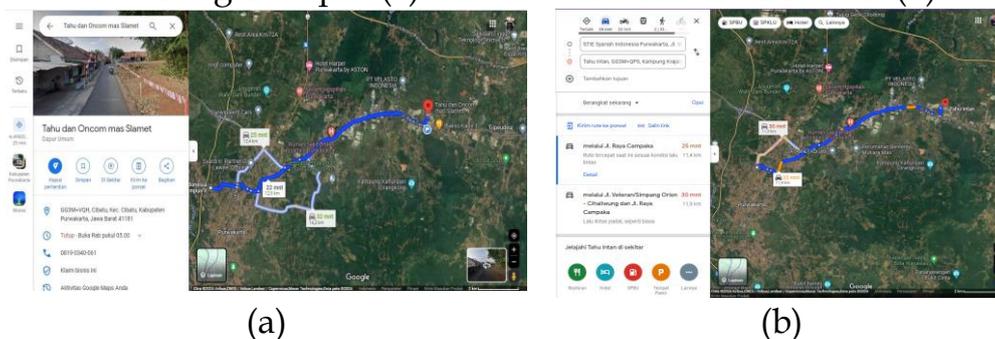
Hasil Monitoring Tingkat Pemahaman UMKM Tahu dan Oncom Desa Cibatu Purwakarta Terhadap Ploting Lokasi Usaha di Google Maps



Sistem Informasi Geografis (SIG) yang dibangun berbasis aplikasi google maps dapat memberikan kemudahan kepada pengguna untuk mengetahui lokasi UMKM Tahu dan Oncom, termasuk informasi toko, posisi toko, dan petunjuk arah menuju toko yang diinginkan. Saat ini sudah banyak berkunjung ke lokasi usaha UMKM Tahu dan Oncom menggunakan aplikasi google maps. Berikut ini adalah rute yang pernah digunakan oleh konsumen UMKM Tahu dan Oncom.

Gambar 8

Salah Satu Rute dari STIES IP Menuju UMKM Tahu dan Oncom Cibatu Purwakarta di Google Maps : (a) Tahu dan Oncom Mas Slamet (b) Tahu Intan



E. Evaluasi

Tahap terakhir adalah pengevaluasian terhadap kegiatan PKM media periklanan dan *plotting* lokasi UMKM Tahu dan Oncom yang telah dilaksanakan dari tanggal 22 Januari s/d 25 Februari 2024. Berikut ini adalah hasil evaluasi untuk pendampingan media iklan dan *plotting* lokasi UMKM Tahu dan Oncom :

Tabel 1.

Evaluasi UMKM Tahu dan Oncom Desa Cibatu Purwakarta Mengenai Pendampingan Media Iklan dan Plotting Lokasi di Google Maps

No.	Sebelum Pengabdian kepada Masyarakat	Setelah Pengabdian Kepada Masyarakat
1	UMKM Tahu dan Oncom masih menggunakan pemasaran secara konvensional	Untuk saat ini UMKM Tahu dan Oncom sudah menggunakan pemasaran secara online yaitu dengan media sosial WhatsApp dan Instagram
2	Kurangnya pemahaman pelaku UMKM Tahu dan Oncom mengenai pemanfaatan media digital sebagai media iklan atau promosi yang efektif	Kedua UMKM Tahu dan Oncom sudah mulai mengerti mengenai manfaat media digital sebagai media iklan yang efektif di era digital saat ini.
3	Pelaku UMKM Tahu dan Oncom belum bisa melegalitaskan usahanya	Setelah di edukasi oleh tim PKM, Pelaku UMKM sudah mulai paham pentingnya melegalitaskan usahanya dengan mendaftar di NIB (Nomor Induk Berusaha)
4	Tidak adanya tanda plang nama pada tempat usaha UMKM Tahu dan Oncom	Untuk saat ini sudah mempunyai plang nama seperti menggunakan Spanduk dan tertera nomer yang bisa dihubungi untuk memesan produk tahu dan oncom.

(Sumber: Diolah oleh Tim PKM, 2024)

IV. KESIMPULAN

Kegiatan tim PKM mengenai pendampingan media iklan dan *plotting* lokasi UMKM Tahu Dan Oncom di Desa Cibatu Purwakarta mampu memberikan dampak positif, terlihat dari hasil monitoring tingkat pemahaman UMKM Tahu dan Oncom terhadap pentingnya media periklanan spanduk sebesar 90%, dan tingkat pemahaman UMKM Tahu dan Oncom terhadap pentingnya lokasi usaha di google maps sebesar 90% juga. Selain itu, UMKM Tahu dan Oncom sudah mengerti

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)

pentingnya media iklan melalui spanduk untuk mempromosikan produk, sudah mengerti pentingnya memiliki NIB (Nomer Induk Berusaha) guna kemajuan usaha, sudah menggunakan media digital instagram dan whatsapp sebagai media promosi, tempat UMKM Tahu dan Oncom sudah terdaftar di google maps guna mempermudah konsumen berkunjung ke lokasi usaha. Harapannya semoga konsumen UMKM Tahu dan Oncom Desa Cibatu semakin meningkat, dan pendapatan pun ikut meningkat, sehingga UMKM Tahu dan Oncom bisa membantu masyarakat Desa Cibatu lebih banyak lagi melalui terciptanya lapangan pekerjaan.

V. UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada Ibu Loretta, S.E Selaku Ketua Desa Cibatu yang telah memberikan izin untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat di Desa Cibatu. Terimakasih juga kepada bapak Dusun 1 Bapak Isnain yang banayak membantu dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat yang kami lakukan. Pelaku UMKM Tahu dan Oncom Desa Cibatu, dan masyaraat 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 kelompok 10.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Qotrun. "Apa Itu Observasi, Pengertian Dan Jenisya." *Gramedia .Blog*.
- Anwar, S, A Mawarti, T Setiawati, S Natalia, and C Nurhayati. "Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Sarana Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)." *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 2, no. 7 (2022): 5571-5580.
- Aris, M. "Pengertian Sosialisasi: Fungsi, Tujuan, Dan Prosesnya." *Gramedia .Blog*.
- 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>.
- Merdeka.com. "Instagram Adalah Media Sosial Berbasis Foto Dan Video, Pahami Fungsi Dan Fiturenya." *Merdeka.Com*.
- Putra, Pandi. *Manajemen Pemasaran*. Edited by Arifuddin and Nur Iqva Sari Taharuddin. Cetakan Pe. Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2023.
- Sari, Riska Jamilya. "Tinjauan Pelaksanaan Strategi Periklanan Pada Cv. Heaven Records." Universitas Widyatama, 2010.
- 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.
- Soelistya, Djoko, Slamet Asari, and Khoirul Anwar. "Menumbuhkan Kemandirian Kewirausahaan Dan Keterampilan Digital Marketing Melalui Pembuatan Kerajinan Tali Kur Dan Merajut Warga Desa Rayunggumuk, Kecamatan Glagah, Kabupaten Lamongan." *DedikasiMU: Journal of Community Service* 5, no. 4 (2023): 437-449.

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)

- Suitela, Josias Jefry. "Pendampingan Sosial Dalam Pengembangan Kapasitas Kelompok Usaha Bersama Di Bandung." *Pekerjaan Sosial* 16, no. 1 (2017).
- Valenthine, Finkhy Marghareth, Suwandi Suwandi, and Afitra Kuntum Rahma Ari Prawita. "Pengembangan Perencanaan Umkm Produksi Tempe (Home Industri) Saat Covid-19 Di Desa Gunung Sulah." *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)* 2, no. 02 (2021): 122-155.
- Wikanta, Wiwi. "Membuat Oncom Praktis Dan Aman Aflatoksin." Depok: Rajawali Pers, 2019.