

AdindaMas

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Volume 2 Nomor 2, Januari 2023

DOI: <https://doi.org/10.37726/adindamas.v2i2.351>

Pendampingan Pemasaran Dan *Branding* Produk UMKM Simping Di Desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta

Jalaludin¹, Feti Fitrianiingsih², M Sofian Syaury³

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

¹Jalaludin@sties-purwakarta.ac.id

²FitriaFeti91@gmail.com

³18461067@sties-purwakarta.ac.id

ABSTRAK

Jumlah UMKM yang ada di desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta lumayan banyak, seperti UMKM simping, UMKM aneka keripik, UMKM kerajinan pot, dan lain-lain. Dari sekian banyak UMKM terdapat beberapa pelaku UMKM yang masih memasarkan produknya secara tradisional dan masih menggunakan label/merk yang sederhana sehingga sulit untuk menarik minat beli konsumen. Alasan mereka belum memasarkan produknya secara online karena kurangnya pemahaman para pelaku UMKM terhadap pentingnya pemasaran secara online dan *branding* produk, serta keterbatasan kemampuan mereka terhadap dunia teknologi (IPTEK). Tujuan PKM ini untuk memaksimalkan Pemasaran Dan *Branding* Produk UMKM Simping Di Desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta dari sistem tradisional dibantu dengan sistem digital, serta melakukan *rebranding* tampilan produk dari tampilan sederhana menjadi tampilan atau label yang menarik agar meningkatkan daya tarik konsumen. Metode yang digunakan PKM ini menggunakan metode pemberian materi, *rebranding* label, dan pendampingan. Kesimpulan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul pendampingan pemasaran dan *branding* produk UMKM simping di Desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta meningkatnya jumlah penjualan produk UMKM simping yang tadinya hanya beberapa bungkus saja dalam sehari, sekarang sudah mencapai 50-200 bungkus sehari. Selain program pendampingan pemasaran dan *branding* pada produk UMKM simping, tim PKM juga

ADINDAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), Volume 2, Nomor 2, Januari 2023

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

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

memiliki program penunjang lainnya yaitu pengajian di Mushola Al-Mustaba, Private Inggris dan Calistung, dan mengajar di RA Al-Irfan. Program-program tersebut melibatkan anak-anak di sekitar desa Mekargalih, responnya mereka sangat antusias sekali dan merasa terbantu dengan adanya program penunjang ini, selain mereka bisa bermain mereka pun bisa sambil belajar meningkatkan kemampuan menulis, membaca dan berbahasa inggris.

Kata kunci – Pemasaran Online, *Branding* Produk, Pendampingan Pemasaran, UMKM Simping.

ABSTRACT

The number of MSMEs in the village of Mekargalih, Kec. Jatiluhur Purwakarta is quite a lot, such as scallop SMEs, various chips SMEs, pot craft SMEs, and others. Of the many MSMEs, there are several MSME actors who still market their products in the traditional way and still use simple labels/brands, making it difficult to attract consumers' buying interest. The reason they haven't marketed their products online is due to the lack of understanding of MSME actors on the importance of online marketing and product branding, as well as their limited ability in the world of technology (IPTEK). The aim of this PKM is to maximize the Marketing and Branding of MSME Simping Products in Mekargalih Village, Kec. Jatiluhur Purwakarta from the traditional system assisted by a digital system, as well as rebranding product appearance from a simple display to an attractive display or label in order to increase consumer appeal. The method used by this PKM uses the method of providing material, rebranding labels, and mentoring. The conclusion of community service activities with the title marketing assistance and branding of MSME scallop products in Mekargalih Village, Kec. Jatiluhur Purwakarta, the increase in sales of MSME scallop products, which were only a few packs a day, now has reached 50-200 packs a day. In addition to marketing and branding assistance programs for MSME scallop products, the PKM team also has other supporting programs, namely recitation at the Al-Mustaba Mosque, Private English and Calistung, and teaching at RA Al-Irfan. These programs involve children around the village of Mekargalih, their response is very enthusiastic and they feel helped by this support program, besides being able to play they can also learn to improve their writing, reading and speaking English skills.

Keywords – Online Marketing, Product Branding, Marketing Assistance, Simping MSMEs.

I. PENDAHULUAN

UMKM merupakan elemen yang paling banyak menunjang dalam perekonomian suatu negara. Apalagi di era pandemi saat ini, pelaku UMKM harus bisa beradaptasi dengan cepat untuk mengubah strategi bisnis, agar bisa bertahan

hidup dan bisa mengembangkan bisnisnya¹. Dalam sejarah perekonomian Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai penunjang pertumbuhan perekonomian bahkan dalam kondisi krisis sekalipun. Oleh karena itu, UMKM tersebar hampir di seluruh pelosok Indonesia². Begitu juga jumlah UMKM yang terdapat di Desa Mekargalih, Kec. Jatiluhur lumayan banyak, salah satunya UMKM simping.

Simping merupakan makanan khas dari daerah Jawa Barat khususnya di kabupaten Purwakarta. Bahan dasar pembuatan simping adalah tepung tapioka, tepung terigu, santan kelapa, dan garam dengan ditambah bumbu penyedap, serta aneka rasa dari rempah dan buah-buahan³. Bentuknya berupa lembaran bulat dan tipis, biasanya berupa warna putih dan rasanya sangat gurih. Simping tergolong makanan ringan yang mempuyai rasa yang khas. Selain dikonsumsi langsung, simping juga bisa menjadi bahan pelengkap atau dicampur dengan makanan lain, seperti sekoteng, oncom, atau diberi es krim dan aromanis (rambut nenek)⁴.

Dalam memasarkan produk UMKM simping yang berada di Desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta masih memiliki beberapa permasalahan/kendala, salah satunya adalah tampilan kemasan atau produk yang masih sederhana, dan masih menggunakan promosi atau pemasaran secara tradisional. Hal ini disebabkan oleh minimnya pengetahuan dan penguasaan teknologi dari pelaku usaha UMKM simping, yang menyebabkan mereka tidak dapat bersaing dengan UMKM lain. Selama ini strategi penjualan yang dilakukan oleh UMKM simping hanya fokus dengan berjualan ditempat saja, yaitu mengandalkan penjualan hanya yang kenal saja, dan melakukan pemasaran secara offline. Sehingga terjadi penurunan yang signifikan terhadap hasil produksi UMKM simping dan daya beli konsumen, apalagi pandemi covid-19 membatasi aktifitas semua lapisan masyarakat tanpa terkecuali⁵.

Perubahan dan perkembangan di dunia IPTEK ini, tidak dipungkiri sedikit banyaknya pasti mempengaruhi segala aspek kehidupan kita saat ini, terutama dalam aspek kegiatan ekonomi⁶. Para pelaku UMKM dituntut untuk meningkatkan

¹ Siska Yuningsih et al., "Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Mie Ayam Melalui Sistem Digitalisasi Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Wilayah Cinere, Kota Depok, Jawa Barat," in *Prosiding Semnaskat LPPM UMJ 2021* (Jakarta: Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2021), <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/10686>.

² Ahmad Jupri et al., "Pendampingan Branding Packaging Dan Digital Marketing Pada Produk UMKM Keripik Talas Di Lingkungan Bagek Longgek, Kelurahan Rakam," *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA 4*, no. 3 (2021).

³ Rafdi Raka Naufaldi, "Perancangan Sales Promotion Simping H. Edi Melalui Media Kemasan" (Universitas Komputer Indonesia, 2020).

⁴ Akhmad Sutoni and Dwi Indrawati, "Konsep Pengembangan Inovasi Simping, Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Sukasirna, Kecamatan Sukaluyu, Kabupaten Cianjur," *IKRA-ITH ABDIMAS 3*, no. 3 (2020): 206-215.

⁵ Yuningsih et al., "Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Mie Ayam Melalui Sistem Digitalisasi Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Wilayah Cinere, Kota Depok, Jawa Barat."

⁶ Daryanto Setiawan, "Dampak Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Budaya," *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal) 4*, no. 1 (2018): 62-72.

kemampuan dalam memasarkan produk secara digital atau online agar dapat bersaing dengan para pelaku UMKM yang lain. Selain itu, dengan melakukan pemasaran produk secara online juga dapat memperluas jangkauan konsumen dan meningkatkan jumlah pendapatan. Apalagi ditambah dengan label atau *branding* yang menarik akan mempermudah masyarakat untuk mengingat label produk UMKM yang kita buat⁷.

Untuk memaksimalkan pemasaran dan *branding* produk UMKM simping dengan kondisi saat ini, maka Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) membuat program Pendampingan Pemasaran dan *Branding* Produk UMKM Siping di Desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta. Tujuannya untuk memaksimalkan Pemasaran Dan *Branding* Produk UMKM Siping Di Desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta dari sistem tradisional dibantu dengan sistem digital, serta melakukan *rebranding* tampilan produk dari tampilan sederhana menjadi tampilan atau label yang menarik agar meningkatkan daya tarik konsumen.

II. METODE

A. Tempat dan Waktu

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang Pendampingan Pemasaran Dan *Branding* Produk UMKM Siping dilakukan di Desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta, pada hari minggu tanggal 23 Januari – 23 Februari 2022.

B. Ruang Lingkup dan Objek Pengabdian

Objek yang menjadi sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah para pelaku UMKM simping yang ada di lingkungan Desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta.

C. Pendekatan Atau Teknik Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berlangsung di Desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta, Metode yang digunakan untuk memecahkan permasalahan mengenai pentingnya pemasaran dan *branding* yaitu dengan menggunakan metode pemberian materi, *rebranding* label, dan pendampingan.

1. Metode Pemberian Materi

Kegiatan dalam metode ini adalah dengan memberikan materi berupa informasi mengenai kegiatan pemasaran dan penjualan melalui media online. Pelaku UMKM simping diberikan arahan serta informasi mengenai pentingnya pemasaran dan penjualan secara online.

⁷ Miguna Astuti and Nurhafifah Matondang, *Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Sosial Media* (Yogyakarta: Deepublish, 2020).

2. Re-branding Label

Kegiatan dalam metode ini yaitu mengubah tampilan produk UMKM simping agar terlihat lebih menarik dan mudah diingat oleh masyarakat. Hal ini merupakan salah satu strategi dalam pemasaran dan penjualan sehingga mudah untuk menarik konsumen.

3. Metode Pendampingan

Metode terakhir adalah pendampingan, dimana pelaku UMKM setelah diberikan materi pentingnya *brand* produk dan pembuatan *brand* atau label produk, tahap selanjutnya pelaku UMKM simping didampingi secara bertahap oleh tim PKM untuk memasarkan produk secara online dengan label yang telah dibuat.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri rumahan/UMKM simping yang ada di Desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta merupakan usaha turun temurun yang berawal dari keinginan mereka untuk membantu menambah penghasilan keluarga. Selain itu untuk menambah penghasilan, usaha simping juga dilakukan agar usaha simping tersebut dapat terlestarikan. Namun pemasaran yang dilakukan hanya di sekitar lingkungan desa Mekargalih atau tetangga desa dan belum memasarkan produk simpingnya secara online. Sehingga pemasaran yang dilakukan masih kurang optimal dalam menarik minat konsumen.

A. Pemberian Materi *Branding*

Pemberian materi *branding* ditujukan untuk memberikan edukasi dan pemahaman pentingnya *brand* atau label pada produk yang di pasarkan, termasuk label UMKM simping yang dianggap tim PKM perlu penyesuaian *brand* atau label baru. Selain itu di lapangan masih terdapat pelaku UMKM simping belum memahami dan mengetahui pemasaran produk melalui platform digital (online). Penyampaian materi mengenai pentingnya pemasaran online dan *branding* sangat diperlukan bagi pelaku UMKM simping terutama di desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta. Karena hal tersebut dapat membantu produk UMKM simping lebih dikenal oleh masyarakat luas dan dapat menjangkau lebih banyak konsumen. Apalagi di masa pandemi Covid-19, dimana segala aktifitas menjadi terbatas. Sehingga para pelaku UMKM harus mencari solusi dan inovasi agar tetap bertahan demi kelangsungan usahanya, salah satunya yaitu dengan cara beralih menggunakan sistem digital (online).

Materi *Branding* disampaikan secara *door to door* karena adanya pembatasan aktivitas masyarakat, walaupun di sampaikan secara *door to door* tidak mengurangi semangat dan antusias pelaku UMKM dan tim PKM untuk terus berusaha memberikan materi pendampingan pemasaran dan *branding* produk UMKM simping. Materi *branding* di sampaikan mulai dari bentuk label, variasi warna yang digunakan, pencantuman P-IRT, pencantuman DEPKES, pencantuman label halal, pencantuman nomor pemesanan dan pencantuman alamat.

ADINDAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), Volume 2, Nomor 2, Januari 2023

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

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

Gambar 3.1
Penyampaian Materi Kepada Pelaku UMKM Sipping



B. Rebranding Label Produk UMKM Sipping

Kegiatan *rebranding* dilakukan untuk membuat dan menambah kepercayaan baru dari konsumen terkait label produk. Label atau merk merupakan nama atau panggilan yang akan diterapkan pada setiap produk yang akan dipasarkan. Label ini pada umumnya berfungsi untuk menciptakan kesan dari konsumen dan bisa menjadi pembeda terhadap produk atau usaha lainnya⁸. Dari beberapa UMKM sipping yang ada di desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta masih ada label atau tampilan produk yang terlihat biasa saja atau kurang menarik perhatian konsumen. Maka dari itu tim PKM melakukan pendampingan *rebranding* terhadap produk UMKM sipping dengan tampilan yang lebih menarik, sehingga memudahkan UMKM sipping dikenal oleh masyarakat luas dan menghasilkan kepuasan konsumen yang lebih banyak.

Gambar 3.2
Pendampingan *Rebranding* Label Produk UMKM Sipping



⁸ Sutoni and Indrawati, "Konsep Pengembangan Inovasi Sipping, Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Sukasirna, Kecamatan Sukaluyu, Kabupaten Cianjur."

ADINDAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), Volume 2, Nomor 2, Januari 2023

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

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

C. Pendampingan Pemasaran Secara Online/ Digital UMKM Sipping

Tahapan yang terakhir setelah proses penyampaian materi dan pendampingan *rebranding* produk UMKM sipping adalah pendampingan pemasaran secara online. Pendampingan ini dilakukan agar mempermudah pelaku UMKM sipping untuk memasarkan produknya, mengingat mereka belum pernah melakukan promosi sama sekali melalui media online. Pendampingan pemasaran ini diharapkan mampu membuat promosi yang menarik serta dapat meningkatkan penjualan produk-produk sipping yang UMKM pasarkan. Pendampingan pemasaran produk UMKM sipping juga diharapkan mampu membiasakan diri untuk mempromosikan produknya via media sosial atau secara online. Selain itu diharapkan mampu memberikan dorongan pada segmentasi pasar yang semakin luas dan potensi pendapatan penjualan yang meningkat.

Gambar 3.3

Proses pendampingan pemasaran secara online oleh tim PKM



Tim PKM dalam melakukan pendampingan secara online melalui pendekatan diskusi dan praktek baik di media social facebook, whatsapp, dan instagram. Pengenalan media social ini tidak langsung dipahami oleh pelaku UMKM sipping, karena belum terbiasanya dengan media social, tetapi tim PKM terus mencoba memberikan pemahaman dan keunggulan memasarkan produk via media social. Memasarkan produk melalui media social disisi lain bisa meningkatkan jumlah konsumen disisi lain juga bisa mendapatkan akses pembiayaan guna untuk mengembangkan usaha yang lebih besar dan menambah aneka jenis rasa sipping yang di produksi, dan bisa jadi menambah varian bentuk sipping yang biasanya berbentuk bulat menjadi kotak, oval, dan segitiga.

Gambar 3.4

Foto pemesanan produk sipping melalui media sosial (Whatsapp)



Selama pendampingan pemasaran secara online terdapat beberapa jenis sarana pemesanan seperti whatsapp, dan via telepon. Hal ini menjadi salah satu bukti bahwa pemasaran online bisa membantu meningkatkan jumlah produksi dan pendapatan tanpa harus mengeluarkan biaya yang cukup besar. Proses pemesanan produk siping secara online paling sedikit 12 bungkus, lebih banyak dibandingkan penjualan secara langsung, dan paling banyak 2,5 bal (125 bungkus).

D. Program PKM penunjang lainnya

Selain program Pengabdian Kepada Masyarakat berbasis ekonomi, tim PKM membuat program penunjang lainnya seperti:

1. Mengajar Ngaji di Mushola Al-Mustaba

Di zaman modern saat ini masih banyak anak-anak yang kurang termotivasi untuk belajar mengaji, Hal ini di disebabkan karena waktu yang kurang untuk mempelajari bacaan Al-Qur'an, dan anak jarang melakukan muthola'ah pelajaran saat di rumah. Maka dari itu tim PKM membuat program ini sebagai salah satu sarana untuk mengajak dan memotivasi anak-anak supaya mau belajar mengaji sejak dini. Karena belajar saat dini seperti mengukir diatas batu, artinya susah hilang ilmu tersebut. Sebaliknya jika belajar saat dewasa diibaratkan seperti melukis diatas air karena saking cepat hilangnya ilmu yang dipelajari. Seperti keterangan hadits Rasul shallallahu 'alaihi wa sallam pernah mendidik 'Umar bin Abi Salamah adab makan yang benar. Beliau berkata pada 'Umar,

يَا غُلَامُ سَمِّ اللَّهَ ، وَكُلْ بِيَمِينِكَ وَكُلْ مِمَّا بِيَلَيْكَ

“Wahai anak kecil, sebutlah nama Allah (bacalah bismillah) ketika makan. Makanlah dengan tangan kananmu. Makanlah yang ada di dekatmu⁹.” (HR. Bukhari no. 5376 dan Muslim no. 2022).

Hadits diatas mengajarkan kepada kita sebagai orang tua untuk selalu mengajarkan hal-hal yang baik dalam kehidupan sehari-hari pada anak. Karena anak akan meniru kebiasaan yang dilakukan oleh orang tua nya, termasuk adab atau etika yang biasa dilakukan oleh orang tua nya.

⁹ Masganti Masganti, “Aktivitas-Aktivitas Pengembangan Perilaku Beragama Anak Usia Dini,” *JURNAL RAUDHAH* 5, no. 1 (2017).

Pengajian di Mushola Al-Mustaba dilakukan secara rutin setiap hari kecuali hari jum'at, pengajian tersebut dimulai dari pukul 10:00 hingga pukul 22:00 yang diikuti oleh kalangan anak-anak sampai remaja. Dalam pengajian tersebut anak-anak memperoleh banyak pembelajaran mulai dari baca tulis Al - Qur'an, menghafal Al - Qur'an, sampai mempelajari kitab-kitab kuning. Hal ini tentu sangat bagus dan diharapkan dapat memotivasi anak-anak lain yang belum memiliki keinginan atau motivasi untuk belajar ilmu agama lebih dalam lagi.

Gambar 3.5

Kegiatan pengajian di Mushola Al-Mustaba



2. Private Bahasa Inggris & Calistung

Di lingkungan RT.08/03 masih banyak ditemukan anak-anak yang kurang mendapatkan pendidikan tambahan diluar sekolah, sehingga kebanyakan waktu mereka digunakan untuk bermain game. Maka dari itu tim PKM membuat program private inggris dan calistung untuk membantu anak-anak yang masih mempunyai keterbatasan dalam membaca, berhitung, dan berbahasa inggris. Program ini selain ditujukan untuk anak-anak baik yang mahir maupun belum mahir membaca, menulis, dan berhitung, serta ditujukan juga untuk anak-anak yang memiliki motivasi belajar yang kuat dan keingintahuan yang tinggi. Waktu pelaksanaan program ini yaitu setiap hari sabtu-minggu pukul 09:00 WIB sampai pukul 12:00 WIB yang diikuti sekitar 20 orang anak-anak.

Gambar 3.6

Kegiatan Calistung dan Private Bahasa Inggris



ADINDAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), Volume 2, Nomor 2, Januari 2023

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

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

3. Mengajar di RA Al-Irfan

Program PKM penunjang lainnya adalah berpartisipasi dalam proses belajar mengajar di Raudhatul Atfal (RA) Al-Irfan Desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta. Program ini sebagai salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat di bidang pendidikan, program partisipasi ini dalam bentuk mengajar membaca, menulis, dan berhitung. Selain itu program ini sebagai salah satu alternative meringankan beban guru RA dan membuat suasana baru di kalangan anak-anak, serta meningkatkan motivasi belajar anak RA.

Gambar 3.7

Foto kegiatan mengajar di RA Al-Irfan



IV. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul pendampingan pemasaran dan *branding* produk UMKM simping di Desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta dilakukan dengan 3 metode pendekatan, yaitu penyampaian informasi kepada pelaku UMKM simping mengenai pentingnya pemasaran produk secara online, melakukan *rebranding* label produk UMKM simping, dan pendampingan pemasaran secara online/digital. Dampak setelah dilakukannya pendampingan pemasaran secara online pada produk UMKM simping yaitu meningkatnya jumlah penjualan produk UMKM simping yang tadinya hanya beberapa bungkus saja dalam sehari, sekarang sudah mencapai 50-200 bungkus sehari.

Selain program pendampingan pemasaran dan *branding* secara online pada produk UMKM simping, tim PKM juga memiliki program penunjang lainnya yaitu pengajian di Mushola Al-Mustaba, Private Inggris dan Calistung, dan mengajar di RA Al-Irfan. Program-program tersebut melibatkan anak-anak di sekitar desa Mekargalih, responnya mereka sangat antusias sekali dan merasa terbantu dengan adanya program penunjang ini, selain mereka bisa bermain mereka pun bisa sambil belajar meningkatkan kemampuan menulis, membaca dan berbahasa inggris.

V. UCAPAN TERIMAKASIH

Kami selaku tim PKM mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dalam kegiatan PKM ini, mulai dari Kepala Desa Mekargalih, pelaku UMKM, dan masyarakat serta anak-anak di lingkungan Desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta serta Kampus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIES) Indonesia Purwakarta yang telah dilaksanakan dari tanggal 23 Januari 2022 sampai 23 Februari 2022.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Miguna, and Nurhafifah Matondang. *Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Jupri, Ahmad, Bayu Herlembang, M Anggiri Jauzy Ariyansyah, Baiq Yolanda Ika Anggari, Tapaul Rozi, and Eka S Prasdyai. "Pendampingan Branding Packaging Dan Digital Marketing Pada Produk UMKM Keripik Talas Di Lingkungan Bagek Longgek, Kelurahan Rakam." *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA* 4, no. 3 (2021).
- Masganti, Masganti. "Aktivitas-Aktivitas Pengembangan Perilaku Beragama Anak Usia Dini." *JURNAL RAUDHAH* 5, no. 1 (2017).
- Naufaldi, Rafdi Raka. "Perancangan Sales Promotion Simping H. Edi Melalui Media Kemasan." Universitas Komputer Indonesia, 2020.
- Setiawan, Daryanto. "Dampak Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Budaya." *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)* 4, no. 1 (2018): 62-72.
- Sutoni, Akhmad, and Dwi Indrawati. "Konsep Pengembangan Inovasi Simping, Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Sukasirna, Kecamatan Sukaluyu, Kabupaten Cianjur." *IKRA-ITH ABDIMAS* 3, no. 3 (2020): 206-215.
- Yuningsih, Siska, Reffandi Sudya, Hanifah Ismi Amhal, and Fitri Gupitasari. "Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Mie Ayam Melalui Sistem Digitalisasi Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Wilayah Cinere, Kota Depok, Jawa Barat." In *Prosiding Semnaskat LPPM UMJ 2021*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2021.
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/10686>.