

AdindaMas

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Volume 3 Nomor 1, Juli 2023

DOI: <https://doi.org/10.37726/adindamas.v3i1.790>

Pendampingan *Branding* dan *Plotting* Lokasi UMKM Aneka Snack Tradisional di Desa Salamjaya Pondoksalam Purwakarta

Siti Sarifah^{1*}, Cece Andi²

^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIES) Indonesia Purwakarta

Jalan Veteran No. 150-152 Ciseureuh Purwakarta Jawa Barat 41118

^{*}19461084@sties-purwakarta.ac.id

²19461107@sties-purwakarta.ac.id

ABSTRAK

Salahsatu UMKM yang ada di Desa Salamjaya adalah UMKM Aneka Snack Tradisional yang masih belum mengetahui labeling atau branding produk, alhasil produk yang dihasilkan masih polos. Selain itu, lokasi pelaku UMKM Aneka Snack Tradisional masih belum terdapat di aplikasi *Google Maps*, lokasi UMKM di *Google Maps* sangat penting sebagai salah satu sarana meningkatkan penjualan UMKM, jaman sekarang konsumen pesan semua kebutuhan tinggal duduk dirumah, termasuk pesan makanan. Perkembangan teknologi yang semakin canggih ini mendorong pelaku UMKM Desa Salamjaya memilih salah satu diantara mengikuti perkembangan jaman sesuai kemampuan, atau di paksa untuk mengikuti perkembangan jaman. Tujuan PKM ini untuk melakukan pendampingan branding dan plotting lokasi UMKM Aneka Snack Tradisional di desa Salamjaya Pondoksalam Purwakarta. Metode yang digunakan dalam PKM ini adalah penyuluhan dan pendampingan. Hasil PKM tentang Pendampingan Branding dan *Plotting* Lokasi UMKM Aneka Snack Tradisional Di Desa Salamjaya Pondoksalam Purwakarta berjalan dengan baik dan lancar, terlihat pelaku UMKM Aneka Snack Tradisional merasa terbantu sekali dengan adanya program PKM ini. Pelaku UMKM Aneka Snack Tradisional bisa memahami terhadap pentingnya Branding produk dan *Plotting* Lokasi usaha sebagai sarana meningkatkan jumlah konsumen, dan meningkatkan pendapatan. Selain itu, program penunjang pun tidak kalah menarik dan terlaksanakan dengan lancar dan baik, yakni kegiatan gerakan bersih-bersih

ADINDAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), Volume 3, Nomor 1, Juli 2023

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

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

(geberber) dan posyandu. Kegiatan penunjang PKM ini sangat menonjolkan ciri khas pedesaan yang memiliki karakter saling gotong royong, lingkungan asri, dan warga masyarakat yang "someah".

Kata kunci— Pendampingan Branding, Pendampingan Plotting, Plotting Lokasi Snack Tradisional.

ABSTRACT

One of the MSMEs in Salamjaya Village is the MSMEs of Various Traditional Snacks which still do not know product labeling or branding, as a result the products produced are still plain. In addition, the location of MSMEs in Various Traditional Snacks is still not available in the Google Maps application, the location of MSMEs on Google Maps is very important as a means of increasing MSME sales, nowadays consumers order all their needs to stay at home, including ordering food. This increasingly sophisticated technological development has encouraged the Salamjaya Village MSMEs to choose one of them to keep up with the times according to their abilities, or be forced to keep up with the times. The purpose of this PKM is to assist with branding and Plotting the location of UMKM Various Traditional Snacks in the village of Salamjaya Pondoksalam, Purwakarta. The method used in this PKM is counseling and mentoring. The results of the PKM regarding Branding and Plotting Assistance for Various Traditional Snack UMKM Locations in Salamjaya Pondoksalam Purwakarta Village are going well and smoothly, it can be seen that the UMKM players of Various Traditional Snacks feel very helped by this PKM program. MSME practitioners of Various Traditional Snacks can understand the importance of product branding and Plotting of business locations as a means of increasing the number of consumers and increasing income. Apart from that, supporting programs are no less interesting and implemented smoothly and well, namely the clean-up movement (geberber) and posyandu. This PKM supporting activity really highlights the characteristics of the countryside which has the character of mutual cooperation, a beautiful environment, and "someah" community members.

Keywords— Branding Assistance, Plotting Assistance, Traditional Snack Location Plotting.

I. PENDAHULUAN

Desa Salamjaya merupakan desa yang ada di tengah-tengah dari ke-3 desa hasil pemekaran yang jumlah penduduknya ke-3 terkecil Se-Kecamatan Pondoksalam, selain itu Desa Salamjaya memiliki padat penduduk dan Desa Salamjaya merupakan salah satu daerah pemekaran desa dari 3 desa yakni desa Parakansalam, Salamjaya, dan Tanjungsari. Dampak dari pemekaran desa tersebut jumlah UMKMnya pun terpecah belah ada yang di daerah Parakansalam, dan ada juga yang di daerah Tanjungsari. Dalam meningkatkan perekonomiannya masyarakat Desa Salamjaya berprofesi sebagai pelaku usaha UMKM untuk menopang berbagai macam kebutuhan.

Berdasarkan hasil observasi tim PKM di Desa Salamjaya, terdapat UMKM yang bergerak dibidang makanan yang terletak di Dusun 2 Rt 13/Rw 1 Desa Salamjaya, Produk tersebut adalah Aneka Snack Tradisional yang mana produk tersebut

ADINDAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), Volume 3, Nomor 1, Juli 2023

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

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

memproduksi peyek kacang, peyek teri, kue putu ayu dan bolu kukus. Olahan ini berbahan dasar dari bahan-bahan tradisional seperti terigu, telur, kemiri, kunyit, kacang, asin, teri, gula putih dan santan.

Masalah pertama yang ditemukan tim PKM pada UMKM yang memproduksi Aneka Snack Tradisional masih belum mengetahui labeling atau *branding* produk, alhasil produk yang dihasilkan masih polos atau belum mempunyai label produk, sehingga masyarakat belum begitu mengetahui produk aneka snack tradisional yang diproduksi.

Menurut Kotler, label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan¹. Label bisa hanya mencantumkan merek atau informasi. Label bukan hanya sebagai alat penyampai informasi, namun juga berfungsi sebagai iklan dan *branding* sebuah produk, dapat mengidentifikasi produk, menentukan kelas produk dan menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, dan bagaimana menggunakannya secara aman)².

Selain itu, Lokasi pelaku UMKM Aneka Snack Tradisional masih belum ditemukan di *Google Maps*, Sehingga membuat pelaku usaha hanya memasarkan produknya dilingkungan sekitar rumah saja dan tidak terjangkau oleh konsumen luar. Dampak dari *Google Maps* sangat besar bagi pelaku UMKM karena *Google Maps* merupakan produk google yang dapat menampilkan titik lokasi berbasis peta, dan merupakan aplikasi peta yang paling favorit saat ini serta dibekali fitur yang beraneka macam seperti: menyetel, mengedit, menemukan, dan memasang pin pada rute atau rumah ke alamat UMKM³.

Lokasi UMKM di *Google Maps* sangat penting sebagai salah satu sarana meningkatkan penjualan UMKM⁴, di jaman sekarang konsumen memesan semua kebutuhan hanya tinggal duduk dirumah saja termasuk pesan makanan. Konsumen bisa memesan makanan via Whatsapp atau media sosial lainnya, dan penjual tinggal minta bantuan kurir untuk mengirimkan pesannya dengan cara kirimkan lokasi penjemputan dan lokasi konsumennya. Perkembangan teknologi yang semakin canggih ini mendorong pelaku UMKM Desa Salamjaya harus memilih salah satu diantaranya mengikuti perkembangan zaman sesuai kemampuan, atau di paksa untuk mengikuti perkembangan zaman. Jika UMKM Aneka Snack Tradisional bisa

¹ Pawestri Winahyu and Ira Puspita Samsuryaningrum, "Pembekalan Manajemen Usaha Dan Labeling Produk Pada Usaha Onde-Onde Bu Jaka Bondowoso," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage* 3, no. 1 (2022): 9-16.

² Muchlisin Riadi, "Pengertian, Fungsi, Jenis Dan Ketentuan Label," <https://www.kajianpustaka.com/>, last modified 2018, accessed March 7, 2023, <https://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-fungsi-jenis-dan-ketentuan-label.html>.

³ 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.

⁴ Joko Pramono Ayuni, Rafika Rahmawati, and Luthpiyah Juliandara, "Pemanfaatan Digital Marketig Sebagai Strategi Pemasaran Pada Produk Umkm Desa Kutamukti," *Jurnal Pengabdian PENEROKA* 2, no. 1 (2022): 64-73.

berkembang pesat, bukan hanya pelaku UMKM Aneka Snack Tradisional yang akan mendapatkan keuntungannya, akan tetapi masyarakat sekitar tetangga UMKM Aneka Snack Tradisional ini akan merasakan manfaatnya dengan terciptanya lapangan pekerjaan baru.

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 503 naskah. Akan tetapi dari 503 naskah yang ditemukan masih jarang bahkan belum ada yang membahas tentang pendampingan *branding* dan *Plotting* lokasi pada UMKM. Jikapun ada hanya pendampingan *branding* dan *packaging* saja dan jarang membahas tentang *Plotting* lokasi UMKM. seperti yang dilakukan oleh Kenzy Roz, Chalimatuz Sa'diyah, Khusnul Rofida Novianti⁵ yang berjudul "Pendampingan *Branding* dan *Packaging*, Usaha Mikro Kopi Surodinawan Mojokerto" penelitian ini membahas tentang pendampingan *branding* dan *packaging* pada mikro kopi yang mana produknya adalah kopi, berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian saat ini membahas tentang "Pendampingan *Branding* dan *Plotting* Lokasi UMKM Aneka Snack Tradisional".

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 Aneka Snack. *Kedua*, lokasi pengabdian terdahulu dilakukan di Mojokerto, sedangkan pengabdian saat ini berlokasi di Desa Salamjaya Kecamatan Pondoksalam Kabupaten Purwakarta. *Ketiga*, Metode yang digunakan pengabdian terdahulu adalah Evaluasi dan Analisis situasi, sedangkan pengabdian saat ini menggunakan metode penyuluhan dan pendampingan.

Selanjutnya penelitian dilakukan oleh Feti Fitriyaningsih, M. Sofian Syauri⁶ dengan judul penelitian tentang "Pendampingan Pemasaran Dan *Branding* Produk UMKM Simpang di Desa Mekargalih", perbedaan pengabdian terdahulu dengan pengabdian saat ini, *Pertama*, produk yang di *branding* yaitu produk simpang, sedangkan pengabdian saat ini produk yang di *branding* adalah produk Aneka Snack Tradisional, *Kedua*, lokasi pengabdian terdahulu dilakukan di Desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Kab. Purwakarta sedangkan pengabdian saat ini berlokasi di Desa Salamjaya Kec. Pondoksalam Kab. Purwakarta. *Ketiga*, Metode yang digunakan pengabdian terdahulu adalah metode pemberian materi, *re-branding* dan pendampingan. Sedangkan metode pengabdian saat ini adalah metode penyuluhan dan pendampingan.

⁵ 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.

⁶ Feti Fitriyaningsih, M Sofian Syauri, 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.

Berdasarkan data tersebut, maka tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk melakukan Pendampingan *Branding* dan *Plotting* Lokasi UMKM Aneka Snack Tradisional Di Desa Salamjaya Pondoksalam Purwakarta untuk membantu pendampingan *branding* dan *Plotting* lokasi UMKM aneka snack tradisional.

II. METODE

A. Tempat dan Waktu

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang Pendampingan *Branding* dan *Plotting* UMKM Aneka Snack Tradisional dilaksanakan pada tanggal 21 Januari - 21 Februari 2023, bertempat di Desa Salamjaya Kec. Pondoksalam Kab. Purwakarta.

B. Ruang Lingkup

Objek yang menjadi sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah para pelaku UMKM dan masyarakat di Desa Salamjaya Kecamatan Pondoksalam Kab. Purwakarta yang mempunyai atau menghasilkan Produk Makanan.

C. Pendekatan dan Teknik

Kegiatan pengabdian masyarakat tentang Pendampingan *Branding* dan *Plotting* UMKM Aneka Snack Tradisional menggunakan pendekatan dan teknik Penyuluhan dan pendampingan. Penyuluhan digunakan untuk memberi pemahaman kepada pelaku UMKM Aneka Snack Tradisional terhadap pentingnya *branding* dan *Plotting* lokasi UMKM di *Google Maps*. Sedangkan pendampingan dilakukan untuk membantu UMKM Aneka Snack Tradisional membuat *Branding* produk dan *Plotting* Lokasi sesuai kondisi riil usaha.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penyuluhan *Branding* dan *Plotting* Lokasi UMKM Aneka Snack Tradisional Di Desa Salamjaya Pondoksalam Purwakarta

Home Industry/UMKM Aneka Snack Tradisional yang ada di Desa Salamjaya Kec. Pondoksalam Purwakarta merupakan usaha yang berawal dari keinginan Pelaku UMKM untuk membantu menambah penghasilan keluarga. Selain itu untuk menambah penghasilan, usaha Aneka Snack Tradisional juga dilakukan agar aneka snack tradisional tersebut dapat terlestarikan. Namun selama berjalannya waktu masih mengalami kendala terkait volume penjualan yang masih rendah. Hal ini dikarenakan *branding* (pengemasan dan pelabelan) yang masih sederhana dan pemasaran yang masih tradisional sehingga pengembangan usaha ini menjadi terhambat. Sebuah produk seharusnya dapat dikemas dengan kemasan yang modern dan praktis sehingga dapat mendorong calon pembeli untuk melakukan pembelian, dengan adanya kemasan yang lebih modern dan menarik dapat meningkatkan volume penjualan dalam suatu produk. Pemasaran yang dilakukan

hanya di sekitar lingkungan desa Salamjaya namun produk yang dipasarkan belum memiliki label. Sehingga konsumen yang membeli produk tidak mengetahui produk aneka snack tradisional lainnya yang diproduksi oleh Pelaku UMKM Aneka Snack Tradisional. Dalam kegiatan PKM ini tim mencoba melakukan penyuluhan terhadap pelaku UMKM Aneka Snack Tradisional terhadap pentingnya branding atau label sebuah dan produk dan lokasi usaha yang dilakukan oleh UMKM Aneka Snack Tradisional⁷.

1. Penyuluhan *Branding* Kepada UMKM Aneka Snack Tradisional

Penyuluhan adalah suatu kegiatan mendidik sesuatu kepada individu ataupun kelompok, memberi pengetahuan, informasi-informasi dan berbagai kemampuan agar dapat membentuk sikap dan perilaku hidup yang seharusnya. Hakekatnya penyuluhan merupakan suatu kegiatan nonformal dalam rangka mengubah masyarakat menuju keadaan yang lebih baik seperti yang dicita-citakan⁸. Dalam hal ini penyuluhan dilaksanakan kepada UMKM Aneka Snack Tradisional, dengan tujuan pelaku UMKM Aneka Snack Tradisional bisa memahami tentang pentingnya *Branding* dalam meningkatkan jumlah konsumen dan pendapatan⁹.

Branding merupakan identitas unik yang membedakan antar produk. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kegiatan branding adalah aktivitas pencitraan yang dilakukan agar sebuah merek terlihat berbeda dari merek lain, sehingga menarik dan mudah diingat oleh masyarakat. Branding dapat pula diartikan sebagai sebuah kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk memperkuat dan mempertahankan sebuah brand dalam rangka memberikan perspektif kepada orang lain yang melihatnya, branding bisa diartikan sebagai praktik pemasaran sebuah perusahaan dengan menciptakan nama, simbol, atau desain yang mudah diidentifikasi sebagai milik suatu bisnis atau perusahaan¹⁰.

Penyuluhan branding dalam PKM dimaksudkan untuk membantu memberikan informasi dan mengajak pelaku UMKM Aneka Snack Tradisional agar usaha Aneka Snack Tradisional bisa berkembang secara luas, dan diketahui oleh banyak konsumen. Hal tersebut berhubungan dengan landasan utama bimbingan dan penyuluhan dalam perspektif syari'ah adalah Al-Qur'an dan sunnah Rasul, sebab keduanya merupakan sumber pedoman kehidupan umat

⁷ Fitrianiingsih, Syaury, and Jalaludin, "Pendampingan Pemasaran Dan Branding Produk UMKM Samping Di Desa Mekargalih Kec. Jatiluhur Purwakarta."

⁸ Muchlisin Riadi, "Penyuluhan (Pengertian, Tujuan, Program, Metode Dan Media)," <https://www.kajianpustaka.com/>, last modified 2020, accessed March 24, 2023, <https://www.kajianpustaka.com/2020/01/penyuluhan-pengertian-tujuan-program.html>.

⁹ Reni Febriani, "Penyuluhan Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Keripik Ciping Desa Sukawana Curug Kota Serang," *ABDIKARYA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat* 3, no. 2 (2021): 194-202.

¹⁰ Kikit Azeharie, "Branding Adalah: Definisi, Tujuan, Dan Contoh," <https://majoo.id/>, last modified 2022, accessed March 17, 2023, <https://majoo.id/solusi/detail/apa-itu-branding>.

Islam. Untuk menjaga agar manusia tetap menuju ke arah bahagia, menuju ke citranya yang terbaik ke arah "*ahsanitaqwim*". Yang mana seperti yang dilandaskan Allah SWT dalam surat At-Tin ayat 4-6 :

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ ۖ ثُمَّ رَدَدْنَاهُ أَسْفَلَ سَافِلِينَ ۖ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ فَلَهُمْ أَجْرٌ غَيْرُ مَمْنُونٍ ۖ

"*Sesungguhnya kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya, kemudian kami kembalikan dia ke tempat yang serendah-rendahnya, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan, maka mereka akan mendapatkan pahala yang tidak ada putusnya*"¹¹.

Pelaksanaan kegiatan penyuluhan *branding* dilakukan pertama kali setelah melakukan peninjauan lapangan, pada kegiatan penyuluhan ini pelaku UMKM diberikan edukasi dan pemahaman tentang pentingnya *branding* dengan adanya edukasi dan pemahaman tentang pentingnya penggunaan label produk usaha ini dapat memudahkan pelaku UMKM untuk bisa mengembangkan produk yang dipasarkan.

Gambar 3.1

Penyuluhan *Branding* UMKM Aneka Snack Tradisional



2. Observasi Kondisi Produk UMKM Aneka Snack Tradisional

Berdasarkan hasil observasi tim PKM yang dilakukan bersamaan dengan penyuluhan *branding*, ditemukan bahwa kondisi produk dari Aneka Snack Tradisional masih belum mempunyai label atau dalam kemasan polos. Maka dari itu Kegiatan *branding* dilakukan untuk membuat dan menambah kepercayaan baru dari konsumen terkait label produk dan memudahkan konsumen untuk mengenali pelaku produksi UMKM dari Aneka Snack Tradisional, Maka dari itu tim PKM melakukan penyuluhan *branding* terhadap produk UMKM Aneka Snack Tradisional.

¹¹ Andi Subarkah et al., *Himpunan Al-Qur'an Dan Terjemah New Cordova* (Bandung: Syaamil Quran, 2012). **ADINDAMAS** (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), **Volume 3, Nomor 1, Juli 2023**
<http://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/adindamas/>
 ISSN: 2798-2874 (Media Online) 2798-4702 (Media Cetak)

Gambar 3.2
Kondisi Produk UMKM Aneka Snack Tradisional Before branding



3. Legalitas UMKM Aneka Snack Tradisional

Selanjutnya tim PKM menemukan bahwa Pelaku UMKM Aneka Snack Tradisional yang ada didesa Salamjaya belum memiliki legalitas izin usaha dikarenakan masih terbilang baru dan kurangnya pengetahuan tentang legalitas izin usaha, maka dari itu tim PKM melakukan penyuluhan legalitas label dan izin usaha dengan memberikan edukasi tentang NIB untuk pelaku UMKM, NIB tersebut dapat membantu dalam pembuatan tanda pengenal bagi pelaku usaha, NIB (Nomor Induk Berusaha) merupakan nomor identitas pelaku usaha sesuai dengan bidang usaha yang diatur dalam Klasifikasi Buku Lapangan Usaha Indonesia hal ini merupakan salah satu strategi dalam pemasaran dan penjualan sehingga mudah untuk menarik konsumen.

Adapun Beberapa manfaat pentingnya izin usaha bagi UMKM, yaitu: 1) UMKM akan mendapatkan jaminan perlindungan hukum. 2) Memudahkan dalam mengembangkan usaha. 3) Membantu memudahkan pemasaran usaha. 4) Akses pembiayaan yang lebih mudah. 5) Memperoleh pendampingan usaha dari pemerintah¹²

Gambar 3.4
Penyuluhan Legalitas NIB untuk pelaku UMKM



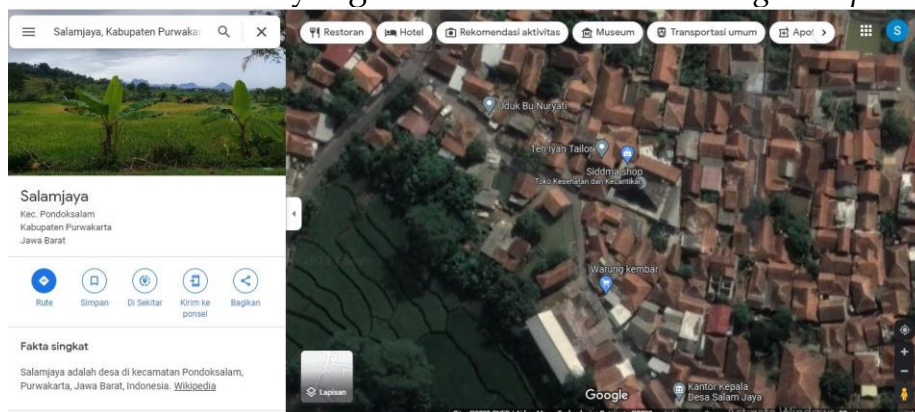
¹² Rahmanisa Anggraeni, "Pentingnya Legalitas Usaha Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah," *Eksaminasi: Jurnal Hukum* 1, no. 1 (2021): 77-83.

4. Melihat lokasi UMKM Aneka Snack Tradisional di *Google Maps*

Tahapan yang terakhir setelah proses penyuluhan *branding* Aneka Snack Tradisional adalah penyuluhan tentang *Plotting* lokasi *Google Maps*, tim PKM juga menemukan bahwa lokasi pelaku UMKM belum ditemukan di *Google Maps*, Maka dari itu tim PKM memberikan edukasi tentang pentingnya *Plotting* lokasi bagi pelaku UMKM, *Plotting* lokasi ini dilakukan agar mempermudah konsumen untuk mengetahui tempat produksi dari Aneka Snack Tradisional juga memperluas pemasaran sehingga bisa bersaing di era digital, mengingat pelaku UMKM belum pernah melakukan *Plotting* lokasi *Google Maps*. *Plotting* lokasi UMKM ini diharap mampu memberikan kemudahan agar bisa memajukan dan memberikan kelancaran penjualan bagi pelaku UMKM.

Gambar 3.5

Lokasi UMKM yang belum ditemukan di *Google Maps*



B. Pendampingan *Branding* dan Ploting Lokasi UMKM Aneka Snack Tradisional Di Desa Salamjaya Pondoksalam Purwakarta

1. Pendampingan Pembuatan label UMKM Aneka Snack Tradisional

Kegiatan pendampingan pembuatan label 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 lainnya. Maka dari itu tim PKM melakukan pendampingan pembuatan label terhadap produk UMKM Aneka Snack Tradisional dengan tampilan yang lebih menarik, sehingga memudahkan UMKM Aneka Snack Tradisional dikenal oleh masyarakat luas dan menghasilkan kepuasan konsumen yang lebih banyak. Adapun dalam pelaksanaan pendampingan pembuatan label UMKM Aneka Snack Tradisional adalah sebagai berikut :

a. Persiapan

Dalam persiapan pembuatan label, tim PKM membuat desain label terlebih dahulu dengan menyiapkan bentuk (bulat, persegi panjang, kotak, dll), instrumen pelengkap (gambar koki wanita, gambar peyek, bumbu rempah-rempah tradisional), dan jenis tulisan yang akan digunakan. Awalnya

tim PKM mengalami kesulitan, karena produk yang dibuat oleh UMKM Aneka Snack Tradisional sebagian besar produknya tersedia jika ada pesanan, produk yang selalu tersedia hanya produk peyek dan kariwel. Tim PKM mencoba pembuatan label sesuai dengan karakteristik usaha yang dilakukan oleh UMKM Aneka Snack Tradisional, supaya label yang dihasilkan sangat mudah di kenal oleh masyarakat dan calon konsumen.

Gambar 3.6

Persiapan Pembuatan Label UMKM Aneka Snack Tradisional



b. Pelaksanaan Pembuatan Label

Pelaksanaan pembuatan desain label, tim PKM memadukan berbagai warna, dari hasil perpaduan tersebut kurang begitu menarik, sehingga warna yang terpilih hanyalah warna putih, hitam, merah, hijau dan ungu. Kelima warna tersebut dianggap tim PKM sudah mewakili semuanya baik pelaku usahanya, maupun pembuatnya yakni tim PKM dari kampus ungu, sehingga warna-warna tersebut diharapkan mampu menjadi daya tarik konsumen untuk membeli produk UMKM Aneka Snack Tradisional. Selanjutnya, jenis huruf yang digunakan dalam desain adalah *Arial Black* dengan ukuran font 18, font ini dimaksudkan agar konsumen dapat melihat dengan jelas tata letak, gambar dan tulisan dari label UMKM Aneka Snack Tradisional.

Gambar 3.7

Pelaksanaan Pembuatan Label UMKM Aneka Snack Tradisional



c. Finishing Pembuatan

Selanjutnya finishing pembuatan label, dalam finishing pembuatan label tim PKM meminta persetujuan dari pelaku UMKM Aneka Snack Tradisional terkait desain label yang sudah dibuatkan, supaya label yang dibuatkan oleh tim PKM bisa bermanfaat secara berkepanjangan. Dari hasil diskusi tersebut, pelaku UMKM Aneka Snack Tradisional menyetujui desain label dan bersedia untuk menggunakan label yang sudah dibuatkan oleh tim PKM.

Gambar 3.8

Finishing Pembuatan Label Produk UMKM Aneka Snack Tradisional



Selain pembuatan label, tim PKM juga membuat desain spanduk atau banner sebagai salah satu media periklanan UMKM Aneka Snack Tradisional. Spanduk atau banner UMKM Aneka Snack Tradisional dibuat dalam ukuran 3000px X 1000px, ukuran ini cukup besar, karena halaman rumah dan ruang untuk pemasangan media iklan UMKM Aneka Snack Tradisional tidak terlalu luas. Diharapkan dengan adanya media iklan melalui spanduk atau banner ini, produk UMKM Aneka Snack Tradisional bisa meningkat penjualannya, dan meningkat pula pendapatannya, sehingga banyak masyarakat sekitar yang bisa terbantu dengan adanya UMKM Aneka Snack Tradisional.

Gambar 3.9

Pemasangan Media Iklan Spanduk UMKM Aneka Snack Tradisional



2. Pendampingan Pembuatan NIB

Selanjutnya Tim PKM melakukan pendampingan pembuatan NIB yang di akses melalui website OSS (Online Single Submission) yang menyediakan

informasi, seperti data permohonan data berusaha dengan persyaratan KTP dan nomor telepon yang akan digunakan untuk melengkapi fitur skala usaha UMK atau non UMK, verifikasi data lalu membuat deskripsi untuk melengkapi profil pelaku usaha. Pembuatan NIB ini sangat bermanfaat bagi pelaku UMKM, salah satunya pelaku UMKM Aneka Snack Tradisional agar bisa memiliki identitas usaha sehingga menjadi titik awal dalam membuat sertifikasi halal¹³.

Pelaku UMKM yang sudah mengurus dan memiliki NIB artinya usahanya sudah terlegalisasi, karena teregister dalam database Kementerian UMKM. Jika sudah terdata maka akan lebih mudah dalam mengembangkan usahanya. Selain manfaat diatas, Pembuatan NIB ini juga bisa mempermudah pelaku UMKM untuk melakukan pinjaman kredit dalam menjalankan usahanya, untuk mempermudah menerima bantuan dari Pemerintah daerah /pusat ketika usaha mereka sudah dinyatakan terlegalisir. Tujuan harusnya memiliki status legal ini yaitu sebagai kepastian suatu usaha dan perlindungan usaha bagi pelaku UMKM.

Gambar 3.6
Pendampingan Pembuatan NIB



3. Pendampingan *Plotting* UMKM Aneka Snack Tradisional di *Google Maps*

Selanjutnya tim PKM melakukan pendampingan *Plotting* UMKM Aneka Snack Tradisional *Plotting* lokasi ini dilakukan agar mempermudah konsumen untuk mengetahui tempat produksi dari Aneka Snack Tradisional juga memperluas pemasaran sehingga bisa bersaing di era digital, mengingat pelaku UMKM belum pernah melakukan *Plotting* lokasi *Google Maps*. *Plotting* lokasi UMKM ini diharap mampu memberikan kemudahan agar bisa memajukan dan memberikan kelancaran penjualan bagi pelaku UMKM.

Plotting UMKM ini sangat penting bagi pelaku UMKM apalagi di era teknologi yang semakin mengikuti perkembangan zaman, agar pelaku UMKM Aneka Snack Tradisional dapat bersaing dengan pelaku UMKM yang sudah berkembang, Pembuatan atau mendaftarkan usaha ke *Google Maps*, yang

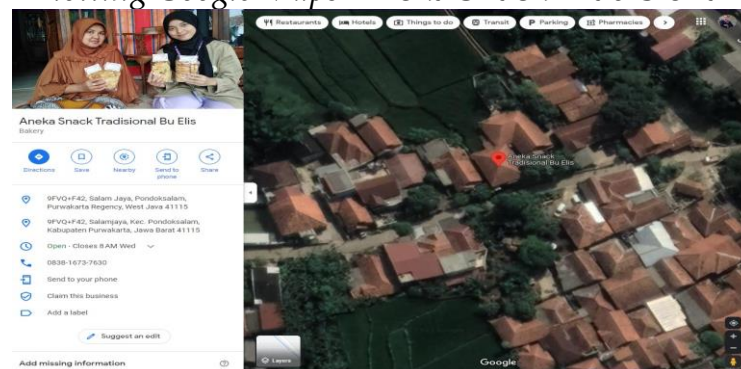
¹³ Admin BFI, "NIB Adalah: Definisi, Manfaat, Syarat Dan Cara Membuatnya," <https://www.bfi.co.id/>, last modified 2023, accessed March 17, 2023, <https://www.bfi.co.id/id/blog/nib-adalah-definisi-syarat-dan-cara-membuatnya>.

dijelaskan disini pembuatannya dilakukan melalui laptop. Sedangkan untuk pembuatan melalui HP caranya hampir mirip, yang membedakan jika di HP harus men-download aplikasi Maps terlebih dahulu, Adapun caranya sebagai berikut:

- a. Buka *Google Maps*
- b. Ketika muncul tampilan *Google Maps*, klik pada tiga baris yang ada di bagian pojok kiri atas
- c. Klik tambahkan tempat bisnis/add your business
- d. Lalu isi pop up yang lengkap dan jelas, biasanya akan muncul berupa pertanyaan mengenai nama, tempat, alamat, email, kategori, nomor telepon, website dan gambar lokasi terbaru
- e. Atur pada pointer untuk memudahkan pencarian seperti isi pop up. Klik 'Submit'
- f. Periksa Gmail akun. Jika memang data sudah masuk maka akan mendapatkan keterangan email berupa data-data yang sudah dimasukkan dalam pop up
- g. Jika ternyata tidak mendapatkan email berarti bahwa data yang dimasukkan gagal disimpan dan ulangi lagi sampai berhasil
- h. Jika ada email yang masuk ke Gmail berisi data-data yang sudah dimasukkan dan ada keterangan berhasil bahwa Google telah mengkonfirmasi dan me-review alamat email yang terdaftar
- i. Untuk bisa menunggu lokasi rumah atau lokasi usaha yang sudah didaftarkan bisa masuk, prosesnya cukup lama
- j. Biasanya membutuhkan waktu selama beberapa hari sampai dengan lokasi yang di daftarkan bisa aktif
- k. Jika sampai beberapa minggu data sudah masuk dan masih belum aktif maka cobalah untuk menghubungi pihak Google¹⁴

Gambar 3.7

Plotting Google Maps Aneka Snack Tradisional



¹⁴ Arditya Prayogi and M Ikhwanul Kirom, "Pendampingan Pengembangan Digitalisasi UMKM Masyarakat Desa Wonoyoso Pekalongan Menghadapi Era New Normal," *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM)* 3, no. 1 (2022): 14–24.

C. Program PKM Penunjang

Selain program utama, PKM ini didukung juga dengan program-program penunjang seperti gerakan bersih-bersih (Geberber) bersama masyarakat desa Salamjaya, dan program Posyandu di lingkungan desa Salamjaya.

1. Gerakan Bersih-Bersih (GEBERBER)

Kegiatan atau program gerakan bersih-bersih (Geberber) bagian dari program penunjang dalam melaksanakan PKM di Desa Salamjaya selama 1 bulan. Gerakan bersih-bersih adalah gerakan gotong royong tim PKM mengajak semua masyarakat desa Salamjaya untuk melakukan bersih baik di halaman rumah masing-masing, maupun di lingkungan desa Salamjaya. Kegiatan bersih-bersih ini rutin dilaksanakan setiap jum'at pagi, dilakukan dan diikuti oleh masyarakat untuk membersihkan lingkungan yang ada di Desa Salamjaya. Biasanya masyarakat akan membersihkan bagian halaman depan dan jalan yang ada di Desa Salamjaya.

Maksud dan tujuan dari kegiatan gerakan bersih-bersih (GEBERBER) ini untuk menciptakan lingkungan Desa Salamjaya menjadi lebih bersih dan asri. Sehingga masyarakat yang berada di Desa Salamjaya menjadi jauh rentan dari serangan penyakit. Sasaran yang ingin dicapai dalam kegiatan geberber ini melibatkan seluruh masyarakat Desa Salamjaya untuk menciptakan lingkungan yang bersih dan asri melalui kegiatan gotong royong yang rutin.

Gambar 3.8
Gerakan bersih-bersih (GEBERBER)



2. Posyandu

Selanjutnya dalam melaksanakan program penunjang Tim PKM Desa Salamjaya membantu dalam pelaksanaan kegiatan posyandu, yang mana kegiatan posyandu ini rutin dilakukan oleh kader-kader posyandu desa Salamjaya, Kegiatan posyandu balita merupakan pelayanan kepada balita dan anak dengan melakukan penimbangan agar bisa dipantau pertumbuhan dan perkembangan balita dan anak. Manfaat posyandu balita ialah memberikan layanan kesehatan anak, imunisasi, pemberian makanan tambahan, dan penyuluhan tentang kesehatan¹⁵.

¹⁵ Awu Langit Bregodo, "Kegiatan Posyandu Balita Di Desa Ngombol," <https://Kec-Ngombol.Purworejokab.Go.Id/>, last modified 2022, accessed March 31, 2023, <https://kec-ngombol.purworejokab.go.id/kegiatan-posyandu--balita-di-desangombol>.

Kegiatan Posyandu khususnya penimbangan balita berguna untuk mengetahui pertumbuhan dan mendeteksi sedini mungkin penyimpangan pertumbuhan balita seperti kelebihan berat badan, dan kekurangan berat badan. Dari penimbangan tersebut kemudian dicatat di Kartu Menuju Sehat (KMS), dari data tersebut dapat diketahui status pertumbuhan balita¹⁶. Apabila penyelenggaraan posyandu baik, maka upaya untuk pemenuhan dasar pertumbuhan anak akan baik pula. Selain itu kegiatan posyandu bisa mencegah bayi yang mengalami stunting yang merupakan salah satu program pokok pemerintah daerah terutama program desa Salamjaya.

Gambar 3.9

Pelaksanaan Kegiatan Posyandu Desa Salamjaya



IV. KESIMPULAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat tentang Pendampingan *Branding* dan *Plotting* Lokasi UMKM Aneka Snack Tradisional Di Desa Salamjaya Pondoksalam Purwakarta berjalan dengan baik dan lancar, terlihat pelaku UMKM Aneka Snack Tradisional merasa terbantu sekali dengan adanya program PKM ini. Pelaku UMKM Aneka Snack Tradisional bisa memahami terhadap pentingnya *Branding* produk dan *Plotting* Lokasi usaha sebagai sarana meningkatkan jumlah konsumen, dan meningkatkan pendapatan. Harapannya melalui program PKM ini, UMKM Aneka Snack Tradisional bisa meningkatkan jumlah konsumen, sehingga pendapatan pun ikut meningkat, semakin meningkat pendapatan UMKM Aneka Snack Tradisional, semakin banyak pula masyarakat yang akan menikmati kebermanfaatannya adanya UMKM Aneka Snack Tradisional di Desa Salamjaya. Dengan demikian, perekonomian masyarakat Desa Salamjaya ikut meningkat.

Selain itu, program penunjang pun tidak kalah menarik dan terlaksanakan dengan lancar dan baik, yakni kegiatan gerakan bersih-bersih (geberber) dan posyandu. Kegiatan penunjang PKM ini sangat menonjolkan ciri khas pedesaan yang

¹⁶ Admin, "Kegiatan Posyandu Dan Manfaatnya Bagi Ibu Dan Anak," [Http://Binapemdes.Kemendagri.Go.Id/](http://Binapemdes.Kemendagri.Go.Id/), last modified 2021, accessed March 10, 2023, <http://binapemdes.kemendagri.go.id/blog/detil/575-kegiatan-posyandu-dan-manfaatnya-bagi-ibu-dan-anak>.

memiliki karakter saling gotong royong, lingkungan asri, dan warga masyarakat yang “someah”. Mudah-mudahan kegiatan penunjang ini bisa terus berjalan dengan baik, supaya kelestarian lingkungan tetap terjaga, dan tumbuh kembang anak-anak di Desa Salamjaya tetap terpantau dengan baik, sehingga masyarakat desa Salamjaya terhindar dari stunting, dan bisa menghasilkan generasi muda yang hebat, berbakti kepada nusa, bangsa, dan agama.

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 Pendampingan *Branding* dan *Plotting* Lokasi UMKM Aneka Snack Tradisional Di Desa Salamjaya Pondoksalam Purwakarta. Mulai dari Kepala Desa Salamjaya, Pondoksalam, Purwakarta serta jajarannya yang telah mendukung dan mensukseskan kegiatan PKM ini. Tidak lupa kepada mitra PKM yakni UMKM Aneka Snack Tradisional, masyarakat, dan anak-anak Desa Salamjaya Pondoksalam Purwakarta yang telah berpartisipasi dan mensukseskan 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 21 Januari hingga 21 Februari 2023.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Admin. “Kegiatan Posyandu Dan Manfaatnya Bagi Ibu Dan Anak.” [Http://Binapemdes.Kemendagri.Go.Id/](http://Binapemdes.Kemendagri.Go.Id/). Last modified 2021. Accessed March 10, 2023. <http://binapemdes.kemendagri.go.id/blog/detil/575-kegiatan-posyandu-dan-manfaatnya-bagi-ibu-dan-anak>.
- Admin BFI. “NIB Adalah: Definisi, Manfaat, Syarat Dan Cara Membuatnya.” [Https://Www.Bfi.Co.Id/](https://Www.Bfi.Co.Id/). Last modified 2023. Accessed March 17, 2023. <https://www.bfi.co.id/id/blog/nib-adalah-definisi-syarat-dan-cara-membuatnya>.
- Anggraeni, Rahmanisa. “Pentingnya Legalitas Usaha Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah.” *Eksaminasi: Jurnal Hukum* 1, no. 1 (2021): 77–83.
- Ayuni, Joko Pramono, Rafika Rahmawati, and Luthpiyah Juliandara. “Pemanfaatan Digital Marketig Sebagai Strategi Pemasaran Pada Produk Umkm Desa Kutamukti.” *Jurnal Pengabdian PENEROKA* 2, no. 1 (2022): 64–73.
- Azehirie, Kikit. “Branding Adalah: Definisi, Tujuan, Dan Contoh.” [Https://Majoo.Id/](https://Majoo.Id/). Last modified 2022. Accessed March 17, 2023. <https://majoo.id/solusi/detail/apa-itu-branding>.
- Bregodo, Awu Langit. “Kegiatan Posyandu Balita Di Desa Ngombol.” [Https://Kec-Ngombol.Purworejokab.Go.Id/](https://Kec-Ngombol.Purworejokab.Go.Id/). Last modified 2022. Accessed March 31, 2023. <https://kec-ngombol.purworejokab.go.id/kegiatan-posyandu--balita-di-desa->

ADINDAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), Volume 3, Nomor 1, Juli 2023

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

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

ngombol.

- Febriani, Reni. "Penyuluhan Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Keripik Ciping Desa Sukawana Curug Kota Serang." *ABDIKARYA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat* 3, no. 2 (2021): 194–202.
- Fitrianingsih, Feti, 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.
- 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 Tiyanan." *Dikmas: Jurnal Pendidikan Masyarakat dan Pengabdian* 2, no. 3 (2022): 887–894.
- Prayogi, Arditya, and M Ikhwanul Kirom. "Pendampingan Pengembangan Digitalisasi UMKM Masyarakat Desa Wonoyoso Pekalongan Menghadapi Era New Normal." *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM)* 3, no. 1 (2022): 14–24.
- Riadi, Muchlisin. "Pengertian, Fungsi, Jenis Dan Ketentuan Label." <https://www.kajianpustaka.com/>. Last modified 2018. Accessed March 7, 2023. <https://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-fungsi-jenis-dan-ketentuan-label.html>.
- — —. "Penyuluhan (Pengertian, Tujuan, Program, Metode Dan Media)." <https://www.kajianpustaka.com/>. Last modified 2020. Accessed March 24, 2023. <https://www.kajianpustaka.com/2020/01/penyuluhan-pengertian-tujuan-program.html>.
- Roz, Kenny, 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.
- Subarkah, Andi, Heri Tohari, Muhammad Kafiyanto, Hedi Fajar Rahadian, and Saefudin. *Himpunan Al-Qur'an Dan Terjemah New Cordova*. Bandung: Syaamil Quran, 2012.
- Winahyu, Pawestri, and Ira Puspita Samsuryaningrum. "Pembekalan Manajemen Usaha Dan Labeling Produk Pada Usaha Onde-Onde Bu Jaka Bondowoso." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage* 3, no. 1 (2022): 9–16.