

## PEMBUATAN BRAND SAMBAL DAN MEDIA PROMOSI PADA KEDAI YONO DI TANJUNG BATU KUNDUR KEPULAUAN RIAU

Wisnu Yuwono, Chris Tan, Jerry, El Vin Ho, Reddyson, Dimas Firmansyah Nasution

Universitas Internasional Batam

Email korespondensi: [hoelvin03@gmail.com](mailto:hoelvin03@gmail.com)

### Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu mitra dalam meningkatkan omzet penjualan mitra. Mitra dalam kegiatan ini adalah Kedai Yono yang berlokasi di Tanjung Batu Kundur Kepulauan Riau. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah berkaitan dengan produk sambalnya. Meskipun produk sambalnya memiliki kekhasan dan keistimewaan, namun produk sambalnya ini kurang dikenal oleh konsumen karena tidak memiliki merek dan hanya dikenal di kalangan toko tersebut. Maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, bertujuan membantu pemilik usaha tersebut mempromosikan produk sambalnya. Dengan membuat sebuah desain/logo dan mencetaknya di sebuah spanduk dan sticker dan juga membuat sebuah akun sosial media untuk membantu mempromosikan produknya. Setelah diimplementasikan selama kurang lebih satu bulan, menunjukkan bahwa produk sambal mitra mulai sudah dikenal masyarakat melalui sosial media, dan menunjukkan peningkatan omzet penjualan dari sebelumnya.

**Kata Kunci:** *Sosial Media, Pengabdian Masyarakat, Promosi, Sambal.*

### Abstract

This community service program aims to help partners to increase partner sales turnover. The partner in this activity is Kedai Yono which located in Tanjung Batu Kundur Riau Islands. The main problem faced by partners is related to the sambal products. Although the sambal products have peculiarities and privileges, but this sambal product is less known by consumers because it does not have a brand and is only known among these stores. So, this community service activity aims to help the business owner promote his sambal product by making a design / logo and printing it on a banner and sticker and create a social media account to help promote the product. After being implemented for approximately one month, shows that the product of sambal partners began to be popular to the public community, and showed an increase in sales turnover than before.

**Keywords:** *Social Media, Community dedication, Promotion, Sambal*

### Pendahuluan

Masa pandemi ini dimana kasus penyakit virus corona (*covid-19*) semakin meningkat dan sejak pemerintah telah menerapkan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di berbagai daerah kabupaten atau kota dimulai tepatnya pada tanggal 3 Juli hingga 25 Juli 2021 untuk mengurangi penyebarannya virus corona (*covid-19*). Jadi kebijakan baru ini telah mengakibatkan banyak toko-toko kecil, mall, swalayan ataupun pasar-pasar baik besar maupun kecil harus dibatasi waktu operasionalnya

dan itu mengakibatkan dampak-dampak negatif kepada para pengusaha-pengusaha karena kurangnya pembelanjaan dari pelanggan dan sehingga mengakibatkan terjadinya permasalahan perekonomian (Aida, 2021).

Kegiatan SePORA (*Society Empowerment Program*) yang diselenggarakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) dan Universitas Internasional Batam (UIB) sebagai program kerja pengabdian kepada masyarakat dan juga untuk mahasiswa-mahasiswa Universitas Internasional

Batam (UIB) yang mengambil mata kuliah Kewarganegaraan. Tujuan dari program kegiatan SePORA (*Society Empowerment Program*) yang diselenggarakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) dan Universitas Internasional Batam (UIB) adalah untuk membangun para generasi muda dengan karakteristik yang berempati, menunjukkan sikap dan perilaku yang menggambarkan nilai-nilai kebangsaan dan peduli terhadap lingkungan disekitar kehidupan masyarakat (Kompasiana, 2020). Upaya dalam kegiatan PkM ini bertujuan untuk membantu para pengusaha-pengusaha untuk bagaimana meningkatkan pendapatan omzet mereka, bukan hanya untuk membantu kepada para pengusaha-pengusaha (HANDOYO, 2019). Tetapi juga membantu mahasiswa untuk mengasah kemampuan mereka dalam berinovasi, berkreaitivitas, berpikir kritis, supaya mendapatkan pengakuan, mendapat pengalaman, mendapatkan koneksi atau kenalan dan menjadi masyarakat yang kompetitif, fleksibel, adaptif, produkti dan mampu bersaing dalam dunia kerja bahkan bisa membantu negara Indonesia dengan ide-ide yang berkreaitif (Echo, 2021).

Dalam rangka kegiatan program SePORA ini upaya yang dilakukan adalah melakukan evaluasi kinerja produk dari Kedai Yono yang telah kami targetkan yang berlokasi di daerah Tanjung Batu Kundur Jl. Abdul Latif (SETIAWAN, 2020). Pemilik dari toko kelontong ini telah berdiri sejak tahun 2011 dan sudah sangat dikenal di kalangan daerahnya tersebut, dengan bantuannya ibu mertua dari pemilik toko kelontong tersebut, produk sambalnya yang telah dibuat akan dijual kepada pelanggan dengan meletaknya di toko mitra tersebut (Effendi, 2020).

Permasalahan:

- (1) Masalah yang sedang dihadapi oleh mitra tersebut adalah kondisi pandemi yang kasusnya makin meningkat

didaerah Tanjung Batu Kota dan harus dibatasi waktu operasionalnya.

- (2) Permasalahannya juga dari kualitas bahan pangannya karena masukan bahan pangan dengan kualitas yang tidak bisa ditentukan.
- (3) Produk sambalnya kurang dikenal oleh konsumen yang ada di Tanjung Batu Kota karena sambal tersebut tidak memiliki merek dan hanya dikenal di kalangan toko tersebut. Sehingga daerah pemasaran sangat terbatas dan omzet penjualan yang belum optimal.

### Metode

Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini (Suprijadi, 2020), metode yang akan digunakan adalah mempromosikan produk sambalnya dengan membuat sebuah desain. Dan mencetaknya di sebuah spanduk dan sticker dan juga membuat sebuah akun sosial media untuk membantu mempromosikam produknya dan serta diimplementasikan dengan metode sebagai berikut:

1. Metode Mediasi

Pelaksana abdimas melakukan metode ini dengan cara kelompok kami langsung turun ke mitra untuk membantu memecahkan masalah yang terjadi kepada mitra kami tersebut.

2. Metode Pengamatan

Pelaksana abdimas mengamati apa yang terjadi kepada mitra dan juga latar belakang masalah yang terjadi kepada mitra yang dilakukan secara offline di toko mitra.

3. Metode Diskusi

Pelaksana abdimas mulai melakukan diskusi dimana disetiap anggota didalam tim berhak memberikan ide yang akan digunakan untuk memecahkan masalah yang terjadi kepada mitra yang dilakukan secara daring dengan menggunakan media obrolan di grup Line.

4. Metode Desain  
Pelaksana abdimas mulai membuat desain untuk spanduk, sticker dan poster yang kemudian akan dicetak dan diserahkan kepada mitra. Metode desain ini kami menggunakan aplikasi CorelDraw.
5. Metode Evaluasi/*Monitoring*  
Pelaksana abdimas melakukan evaluasi yang terjadi kepada mitra kami dan melihat sejauh mana dan bagaimana perkembangannya setelah pelaksana abdimas melakukan implementasi untuk memecahkan masalah yang terjadi.

Lokasi, waktu, dan durasi kegiatan. Pada pelaksanaan kegiatan ini berlangsung dengan sekali pertemuan dengan berikut dari tabel dibawah ini:

No	Lokasi	Waktu	Kegiatan
1	Tanjung batu, Jl Abdul Latif	12.00 – 13.30	Implementasi, Dokumentasi dan Penyerahan Spanduk dan Sticker dan file desainnya
2	Tanjung batu, Jl Abdul Latif	13.30 – 13.40	Menunjukkan tempat pencetak spanduk dan sticker yang nanti kelak bisa memesan bahannya sendiri

No	Lokasi	Waktu	Kegiatan
1	Tanjung batu, Jl Abdul Latif	12.00 – 13.00	Interview dengan mitra dan membahas hasil dari kegiatan sePORA
2	Tanjung batu, Jl Abdul Latif	13.30 – 13.40	Penutupan dengan mitra dan ucapan terima kasih

Sumber : Kegiatan 17-18 Juli 2021

### Pembahasan

Program pengabdian kepada masyarakat ini dibangun secara

terstruktur berdasarkan metode pelaksanaan yang diusulkan. Berikut hasil pengabdian tersebut berdasarkan metode yang telah direncanakan. Dari hasil implementasi dari kelompok kami mitra sudah dapat memesan stickernya sendiri dengan file design diserahkan kepada mereka maka mitra bisa menggunakan kapanpun dan dipromosikannya. Dan barang yang sangat penting sekali tentunya adalah spanduk dan sticker sebagai barang utama dalam promosi produk ini.



Gambar 1 Implementasi dan Penyerahan Stiker



Gambar 2 Implementasi dan Penyerahan Spanduk



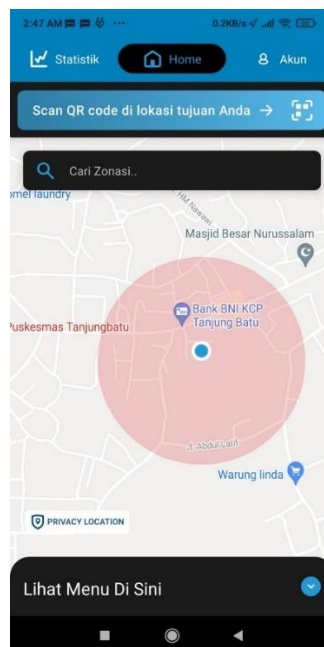
Gambar 3 Implementasi dan Dokumentasi



Gambar 4 Lokasi Pencetakan Stiker dan Spanduk

Keunggulan dan kelemahan dari kegiatan ini terletak dari bagian stiker dan spanduknya, pada bahan yang digunakan pada stiker adalah bahan yang sangat bagus dibagian luar karena bahan yang digunakan adalah stiker vinyl, stiker ini bahannya sangat tahan pada air. Titik letak kelemahannya adalah pada bagian dalamnya, dari hasil monitoring bahwa stiker yang sudah ditempel pada botol sambal jika dikeluarkan dari dalam kulkas maka botolnya akan mulai mengeluarkan embun air dan ini mengakibatkan warna stikernya menjadi pudar dan sedangkan spanduk keunggulannya adalah lebih tahan lama dan juga bisa dilihat dari pelanggannya langsung dan juga berfungsi sebagai penghalang sinar matahari dan air hujan dan letak kelemahan yang terletak pada spanduknya adalah lama kelamaan warna dari spanduk tersebut akan mulai memudar ataupun robek.

Kesulitan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah situasi Covid-19 di daerah Tanjung Batu Kota karena di daerah tersebut sudah termasuk dalam zona merah dan dikarenakan itu kegiatan ini menjadi lebih sulit untuk dilaksanakan dan juga harus mengikuti protokol kesehatan dan juga harus lebih ekstra hati-hati saat berpergian keluar rumah untuk pergi melakukan implementasi.



Gambar 5 Situasi Tanjung Batu Kota

### Kesimpulan

Berikut adalah manfaat dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Jam operasional mitra sekarang sudah fleksibel. Jika kasus covid semakin melonjak maka toko mitra akan tutup dan ketika kasus berkurang maka toko kembali dibuka. Tetapi jika ada yang ingin membeli sambalnya bisa juga dibeli di rumah pribadi mitra. Tentunya harus dengan protokol kesehatan.
2. Jika di Tanjung Batu kekurangan bahan pangan atau kualitas bahan pangannya tidak bagus maka mitra tidak akan memproduksi sambalnya. Jika sudah ada bahan pangan yang kualitasnya bagus maka produksi sambal akan kembali dilanjutkan.
3. Produk sambal mitra lebih dikenal di masyarakat Tanjung Batu.
4. Omzet penjualan dari sambal mitra lebih optimal dan telah meningkat dari sebelum dilakukannya pengabdian masyarakat ini.

5. Dengan telah diserahkan file desain ke mitra maka mitra bisa memesan ulang stickernya jika sudah habis.
6. Mitra juga bisa mempromosikan produk sambalnya lagi di akun media sosial yang telah dibuatkan.

Ada juga beberapa rekomendasi yang diperlukan untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini:

1. File desain yang diserahkan kepada mitra harus disimpan dengan aman dan juga dibuat sebuah *backup* jika kalanya file tersebut hilang.
2. Untuk kedepannya mitra juga harus sering-sering mempromosikannya melewati sosial media agar produknya bisa dijangkau lebih luas lagi.

#### Daftar Pustaka

Aida, N. R. (2021). *Melihat PPKM*

*Darurat dan Dampaknya terhadap Penanganan Pandemi di Indonesia...*  
Kompas.Com.

<https://www.kompas.com/tren/read/2021/07/02/082800565/melihat-ppkm-darurat-dan-dampaknya-terhadap-penanganan-pandemi-di-indonesia?nomgid=1&page=all#page2>

Echo, P. (2021). *Perbedaan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) dan Program Kewirausahaan Mahasiswa Indonesia (PKMI)*.

<https://www.umko.ac.id/2021/02/24/perbedaan-program-kreativitas-mahasiswa-pkm-dan-program-kewirausahaan-mahasiswa-indonesia-pkmi/>

Effendi, R. A. (2020). *Perancangan Brand Campaign dan Media Promosi untuk Madre Tiramisu*.

<http://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/3368>

HANDOYO, K. L. (2019).

PERANCANGAN BRAND ACTIVATION DAN MEDIA PROMOSI UNTUK BISNIS HOME DÉCOR “PEPAKATTO.”

*Universitas Ciputra*.

<https://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/3361>

Kompasiana. (2020). *The 2nd National Conference for Community Service Project (NaCosPRO) 2020*.

Kompas.Com.

[https://www.kompasiana.com/lppmui/b/5f6087b69cac1b772a283b92/the-2nd-national-conference-for-community-service-project-nacospro-2020?page=all&page\\_images=1#:~:text=NaCosPRO merupakan salah satu program,dan mahasiswa serta masyarakat umum.&text=Nacospro dii](https://www.kompasiana.com/lppmui/b/5f6087b69cac1b772a283b92/the-2nd-national-conference-for-community-service-project-nacospro-2020?page=all&page_images=1#:~:text=NaCosPRO%20merupakan%20salah%20satu%20program,dan%20mahasiswa%20serta%20masyarakat%20umum.&text=Nacospro%20dii)

SETIAWAN, T. C. (2020).

PERANCANGAN BRAND IDENTITY BESERTA MEDIA PROMOSI RELIANCE FURNITURE SOLUTIONS.

*Universitas Ciputra*.

<https://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/3379>

SUPRIJADI, S. Y. (2020).

PERANCANGAN BRAND CAMPAIGN DAN MEDIA PROMOSI UNTUK 504SLOWBAR.

<http://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/3376>

Aida, N. R. (2021). *Melihat PPKM*

*Darurat dan Dampaknya terhadap Penanganan Pandemi di Indonesia...*  
Kompas.Com.

<https://www.kompas.com/tren/read/2021/07/02/082800565/melihat-ppkm-darurat-dan-dampaknya-terhadap-penanganan-pandemi-di-indonesia?nomgid=1&page=all#page2>

Echo, P. (2021). *Perbedaan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) dan Program Kewirausahaan Mahasiswa Indonesia (PKMI)*.

<https://www.umko.ac.id/2021/02/24/p>

- erbedaan-program-kreativitas-mahasiswa-pkm-dan-program-kewirausahaan-mahasiswa-indonesia-pkmi/  
 Effendi, R. A. (2020). *Perancangan Brand Campaign dan Media Promosi untuk Madre Tiramisu*.  
<http://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/3368>
- HANDOYO, K. L. (2019).  
 PERANCANGAN BRAND  
 ACTIVATION DAN MEDIA  
 PROMOSI UNTUK BISNIS HOME  
 DÉCOR “PEPAKATTO.”  
*Universitas Ciputra*.  
<https://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/3361>
- Kompasiana. (2020). *The 2nd National Conference for Community Service Project (NaCosPRO) 2020*.  
 Kompas.Com.  
[https://www.kompasiana.com/lppmui/b/5f6087b69cac1b772a283b92/the-2nd-national-conference-for-community-service-project-nacospro-2020?page=all&page\\_images=1#:~:text=NaCosPRO merupakan salah satu program,dan mahasiswa serta masyarakat umum.&text=Nacospro dii](https://www.kompasiana.com/lppmui/b/5f6087b69cac1b772a283b92/the-2nd-national-conference-for-community-service-project-nacospro-2020?page=all&page_images=1#:~:text=NaCosPRO%20merupakan%20salah%20satu%20program,dan%20mahasiswa%20serta%20masyarakat%20umum.&text=Nacospro%20dii)
- SETIAWAN, T. C. (2020).  
 PERANCANGAN BRAND  
 IDENTITY BESERTA MEDIA  
 PROMOSI RELIANCE  
 FURNITURE SOLUTIONS.  
*Universitas Ciputra*.  
<https://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/3379>
- SUPRIJADI, S. Y. (2020).  
 PERANCANGAN BRAND  
 CAMPAIGN DAN MEDIA PROMOSI  
 UNTUK 504SLOWBAR.  
<http://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/3376>