



DIGITAL MARKETING DAN BRANDING PRODUK PADA UMKM DE'SNACK R&R DESA BANJARSARI KABUPATEN BOGOR

Oleh

Yuppy Triwidatin¹, Azhirni Alpha Khasanah², Desi Yusefa³, Silviana Marwa Hadi⁴, Sulastris Aulia⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Djuanda

E-mail: ¹yuppygumelar@gmail.com

Article History:

Received: 05-10-2022

Revised: 20-10-2022

Accepted: 15-11-2022

Keywords:

Digital Marketing, Branding
dan Promosi Penjualan

Abstract: Usaha Mikro Kecil Menengah atau dikenal dengan UMKM yang memiliki banyak peran dalam anggota yang miskin, mengurangi pengangguran, serta meningkatkan pendapatan masyarakat sehingga dapat mandiri dalam menopang ekonominya. Pelaku UMKM harus mampu berkembang dan bertahan seiring dengan persaingan usaha yang ketat. Kemampuan bersaing dalam perdagangan merupakan hal penting agar perekonomian Indonesia tetap kuat terutama dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Oleh sebab itu pemerintah terus berupaya agar UMKM di berbagai daerah dapat berkembang sehingga menopang perekonomian masyarakat kecil dengan memberikan berbagai hal baik dari segi, pemasaran, fasilitas-fasilitas lain yang mendukung.

Hadirnya revolusi industri 4.0 menimbulkan dampak persaingan yang ketat, UMKM harus mampu mengatasi tantangan itu dengan kreatif, inovasi produk, pemasaran, kemasan produk, pengembangan sumberdaya manusia dan teknologi. Strategi pemberdayaan UMKM dapat dicapai melalui peran Pemerintah mengeluarkan kebijakan fiskal maupun non fiskal, perguruan tinggi perguruan tinggi dalam melaksanakan pengabdian untuk mencerdaskan dan mensejahterakan masyarakat dan peran pendukung mendorong UMKM semakin mandiri dan inovatif.

Hal ini merupakan salah satu implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian masyarakat. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan strategi pemasaran dengan memanfaatkan teknologi dan menyesuaikannya dengan perkembangan zaman agar UMKM dapat bersaing, dan meningkatkan brand image usaha yang dijalani. Jenis pengabdian yang dilakukan adalah survey, Study Kasus dengan Metode Deskriptif. Ada beberapa permasalahan di tempat UMKM diantaranya



tidak adanya logo produk, tidak adanya laporan pencatatan keuangan, kurang luasnya target pasar dan inovasi produk. Dalam pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini kami membantu dan membuat beberapa program diantaranya memberikan inovasi produk yang bertujuan untuk mengembangkan produk agar variasi produk lebih berkembang dan dapat bersaing dengan produk lain.

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Pengabdian Masyarakat merupakan salah satu implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian masyarakat. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan dapat memberikan ilmu dan pengalaman yang didapatkan sehingga dapat memberikan pengarahan dalam menanggulangi dan memecahkan sebuah permasalahan secara tepat.

Adapun yang menjadi sasaran untuk kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Menurut Warkum Sumitro (2017:10), usaha mikro kecil dan menengah adalah usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tenaga kerja yang digunakan tidak melebihi dari 50 orang. UMKM sendiri memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja. Keberadaan UMKM juga memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap perekonomian daerah dimana dapat mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya lokal yang ada di daerah, meningkatkan kreatifitas masyarakat, penyumbang terbesar PDB (Produk Domestik Bruto), serta menambah pendapatan asli daerah (PAD) (Haris dan Puspaningrum, 2016). Perananan UMKM dalam pembangunan ekonomi nasional mendapat perhatian dari pemerintah dan legislatif dengan meluncurkan Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Adanya peraturan tersebut menjadi payung hukum bagi UMKM agar semakin leluasa dalam bergerak membangun ekonomi nasional. Menurut Muljono (2018:5), Digital marketing menggunakan internet dan teknologi informasi sebagai media pemasaran. Akan tetapi masih banyak kendala dan hambatan yang dialami oleh pelaku UMKM salah satunya terkait digitalisasi dan dampak dari peralihan masa pandemi menuju endemi yang menjadi hambatan UMKM dalam melakukan perkembangannya.

Hambatan dan kendala tersebut pula dirasakan oleh UMKM De'Snack R & R yang terletak di Desa Banjarsari. Kecamatan Ciawi. Kab. Bogor. UMKM tersebut mengalami kendala seperti penurunan penjualan pada UMKM De'Snack R & R yang disebabkan karena adanya kelangkaan minyak goreng, masa transisi pandemic menuju endemic serta belum pahamnya pelaku usaha tersebut terkait digitalisasi.

Berdasarkan uraian tersebut, maka melalui program Pengabdian Masyarakat ini kami akan berusaha mengimplementasikan kepada masyarakat pelaku UMKM melalui pendekatan dan pendampingan dari berbagai ilmu pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki guna menghadapi dan mengatasi permasalahan yang dialami oleh dan UMKM De'Snack R & R di Desa Banjarsari. Kecamatan Ciawi. Kabupaten Bogor tersebut.

Adapun permasalahan yang dihadapi oleh UMKM De'Snack R&R adalah sebagai berikut:



1. UMKM belum memiliki kelengkapan yang mendukung tindakan pemasaran seperti logo, merk, dan label kemasan.
2. Kurang berkembangnya strategi pemasaran yang dilakukan
3. Pencatatan atau administrasi yang tidak teratur sehingga data tidak akurat saat diperlukan.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada UMKM De'Snack R&R, maka ada beberapa tujuan dari Pengabdian Masyarakat ini :

1. Mengembangkan strategi pemasaran dengan memanfaatkan teknologi dan menyesuaikannya dengan perkembangan zaman agar UMKM dapat bersaing.
2. Meningkatkan *brand image* usaha yang dijalani.

Adapun manfaat yang dapat dirasakan dari pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Usaha Mikro
Memperoleh bantuan tenaga dan pikiran yang konstruktif dalam merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan program pembangunan, khususnya pembangunan dan pengembangan usaha masyarakat Desa Banjarsari.
2. Bagi Pelaku
Memperoleh umpan balik integrasi dan keikutsertaan . dengan kegiatan masyarakat, sehingga pada gilirannya program akan lebih berdayaguna dan berhasil sesuai dengan tuntutan pembangunan yang terus berkembang.
3. Bagi Penulis
Sebagai pengalaman langsung dalam menghadapi dinamika kehidupan bermasyarakat, khususnya dalam pengembangan usaha masyarakat Desa Banjarsari, serta mengembangkan wawasan, nalar dan keterampilan . dalam upaya meningkatkan kehidupan masyarakat, baik dalam beragama, bermasyarakat dan bernegara dan sebagai salah satu syarat kelulusan mata kuliah yaitu pengabdian masyarakat

Permasalahan

Lokasi Pengabdian masyarakat merupakan tempat produksi makanan ringan yang berlokasi di kabupaten Bogor, Jawa Barat. Beliau memproduksi makanan ringan di rumahnya sendiri setiap hari. Produk yang dihasilkan akan dipasarkan sendiri ke pasar-pasar atau pedagang-pedagang langganannya. Inovasi dalam hal kemasanpun tidak terlalu berpengaruh karena setiap konsumen mempunyai selera masing-masing. Dalam hal keuangan, beliau selama ini tidak pernah mencatat pengeluaran dan pendapatannya sehingga dari segi keuangan perlu manajemen yang baik. Kapasitas produksi dan pasar yang terbatas juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan usaha makanan ringan tersebut cenderung stagnan. Bila dirangkum, permasalahan yang didapatkan yaitu:

1. Kurangnya pemahaman dalam manajemen keuangan setiap hari.
2. Terbatasnya pasar dan koneksi.
3. Kurangnya pengetahuan mengenai strategi dalam mengembangkan UMKM.
4. Belum memiliki Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK).

Tujuan

Adapun tujuan dari Pengabdian masyarakat ini diantaranya adalah:

1. Memberikan pengetahuan tentang manajemen keuangan.
2. Membantu memperluas pasar atau koneksi.



3. Memberikan pemahaman dalam strategi pengembangan UMKM.
4. Membantu membuat Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK).

Target Yang Ingin Dicapai

Secara spesifik, target yang ingin dicapai adalah:

1. Dikenalnya produk secara luas.
2. Terkelola nya keuangan untuk melihat pertumbuhan usaha dengan laporan keuangan sederhana.
3. Bertambahnya koneksi dan pasar.
4. Memiliki IUMK sebagai legalitas usaha.
5. Mampu membuat inovasi dalam menjalankan usaha.

Landasan Hukum dan Operasional

Landasan hukum dalam pelaksanaan kegiatan PENGABDIAN MASYARAKAT antara lain:

1. UU No. 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil Menengah.
2. PP No. 32 tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil.
3. UU No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Sistematika

Jenis Pengabdian Masyarakat yang digunakan dalam Pengabdian Masyarakat ini adalah survey, Study Kasus dengan Metode Deskriptif. Tempat dan Waktu Pengabdian. Kegiatan ini dilaksanakan mengikuti lamanya masa Pengabdian Masyarakat, yaitu satu bulan yang dimulai dari tanggal 21 Juli sampai dengan 21 Agustus 2022. Kegiatan yang meliputi survey, persiapan, pengumpulan data, menganalisis data, dan penyusunan laporan. Waktu dan kegiatan ini bersifat fleksibel. Tempat (Objek) pada Pengabdian Masyarakat ini yaitu UMKM De'Snack R&R yang terletak di Desa Banjarsari, Kec. Ciawi, Kab. Bogor.

Jenis Pengumpulan Data, Jenis data yang digunakan dalam Pengabdian Masyarakat ini adalah Data Subyek. Untuk Sumber Data yang digunakan adalah Data primer dan Data Sekunder.

1. Data Primer

Sumber Data Primer diperoleh melalui wawancara dengan para informan. Informan adalah orang yang diminta keterangan tentang suatu fakta atau pendapat melalui Tanya jawab / wawancara. Informan dalam Pengabdian Masyarakat ini adalah pemilik UMKM De'Snack R&R. Dalam Pengabdian Masyarakat ini Data Primer yang digunakan adalah observasi dan wawancara langsung dengan para informan selama di lapangan.

2. Data Sekunder

Data Sekunder didapat dari objek mengenai sejarah, profil, peraturan dan kebijakan, serta dokumentasi kegiatan- kegiatan yang berkaitan dengan tempat usaha mikro di di Desa Banjarsari. Kecamatan Ciawi. Kab. Bogor.

Teknik Pengumpulan Data Studi Lapangan, Pengabdian Masyarakat lapangan merupakan teknik pengumpulan data dan informasi dengan cara mengadakan peninjauan dan Pengabdian Masyarakat langsung di lapangan.

1. Observasi

Observasi dilakukan agar mendapatkan informasi di lapangan yang berkaitan dengan pelaku usaha mikro dalam memproduksi UMKM De'Snack R&R, peneliti menggunakan teknik observasi secara langsung. Dalam hal ini peneliti terjun ke



lapangan mencari berbagai informasi yang dibutuhkan, sehingga Pengabdian Masyarakat ini bersifat riil atau fakta dan sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan.

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai media dalam mengumpulkan data agar dapat menggali atau memperoleh informasi untuk memenuhi kebutuhan Pengabdian Masyarakat, antara lain mengenai bagaimana sumber daya manusia yang dilakukan oleh pengelola kerajinan UMKM De'Snack R&R, peneliti langsung mencari informan yang menurutnya berkaitan dengan apa yang dibutuhkan dalam produksi UMKM De'Snack R&R, wawancara dilakukan dengan cara terstruktur dan terukur.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara memotret keadaan dan proses yang sedang dilakukan di usaha mikro De'Snack R&R sebagai bukti nyata bahwa peneliti benar-benar meneliti tempat tersebut. Dokumentasi dapat digunakan sebagai bahan acuan dan data awal dalam melakukan wawancara dengan melakukan penelusuran tentang kegiatan yang terjadi dalam data yang ada melalui observasi dan wawancara, sekaligus dapat dijadikan sebagai bahan pendamping dari informasi yang telah diperoleh sebelumnya melalui observasi dan wawancara.

Studi kepustakaan adalah kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi obyek Pengabdian Masyarakat. Informasi tersebut dapat diperoleh dari buku-buku, karya ilmiah, tesis, disertasi, ensiklopedia, internet, dan sumber-sumber lain.

Kajian Teori

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Sugiyono (2009:297) Pengembangan atau Research and Development (R&D) merupakan aktivitas riset dasar untuk mendapatkan informasi kebutuhan pengguna (need assessment) kemudian dilanjutkan kegiatan pengembangan (development) untuk menghasilkan produk dan mengkaji keefektifan produk tersebut. Pengembangan merupakan proses, cara perbuatan mengembangkan, sedangkan mengembangkan merupakan perintah selalu berusaha di pembangunan secara bertahap dan teratur yang menjurus pada sasaran yang dikehendaki (dikutip dari KBBI, 1989:414).

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa pengembangan merupakan suatu upaya untuk meningkatkan segala aspek dalam tubuh organisasi agar mengarah pada pencapaian tujuan. Adapun menurut Amin Widajaja Tunggal yang menyatakan pengembangan merupakan suatu usaha yang dilakukan organisasi untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang mengacu pada kemampuan meningkatkan daya tanggap organisasi terhadap perubahan lingkungan untuk mencapai efisiensi dan efektivitas. Sedangkan menurut Moekijat dalam Wijayanti (2002:33) mengemukakan pendapat bahwa pengembangan merupakan setiap usaha untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memberi keterangan, mempengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan.

Hasil yang diharapkan dari pengembangan agar UMKM mempunyai pengetahuan informasi baru, kemudian mampu menerapkan ilmu pengetahuan tersebut guna meningkatkan kinerja dan kecakapan serta mengubah perilaku menjadi lebih baik sebagai salah satu usaha dalam rangka pencapaian organisasi. Sementara dalam kaitannya dengan pengembangan sektor UMKM ini, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha



Mikro Kecil dan Menengah menjelaskan bahwa hakikat pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia usaha dan masyarakat untuk memperdayakan Usaha Mikro kecil dan Menengah melalui pemberian fasilitas bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Prinsip dan tujuan pengembangan UMKM menurut Bab II pasal 4 dan pasal 5 UU No. tentang UMKM, prinsip dan tujuan pengembangan UMKM adalah:

1. Pengembangan UMKM

Penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan UMKM untuk berkarya dengan prakarsa sendiri. Mewujudkan kebijakan publik yang transparan, akuntabel dan berkeadilan. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi UMKM. Peningkatan daya saing UMKM penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

2. Tujuan Pengembangan UMKM

Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan Daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan kemiskinan. Dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tersebut juga dijelaskan bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan usaha dalam bidang:

- a. Produksi dan Pengelolaan
- b. Pemasaran
- c. Sumber Daya Manusia
- d. Desain Teknologi

Klasifikasi UMKM

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang mempunyai jumlah paling besar. Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok UMKM yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah:

1. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum bisa disebut sektor informasi.
2. *Micro Enterprise* merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mempunyai sifat kewirausahaan.
3. *Smail Dynamic Enterprise*, merupakan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang lebih memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah mempunyai jiwa kewirausahaan dan akan melakukan tranformasi menjadi Usaha Besar (UB)

Peran UMKM

Usaha Mikro Kecil dan Menengah mempunyai peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di Negara-Negara Sedang Berkembang (NSB), tetapi



juga di Negara-Negara Maju (NM). Di Negara maju, UMKM sangat penting, tidak hanya kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan Usaha Besar (UB), seperti halnya di negara sedang berkembang, tetapi juga kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi Usaha Besar (UB).

Kekuatan dan Kelemahan UMKM

UMKM mempunyai beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah:

1. Penyedia lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia.
2. Sumber wirausaha baru keberadaan UMKM selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru.
3. Mempunyai segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar.
4. Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.

Kelemahan yang sering juga menjadi faktor penghambat dan permasalahan dari Usaha Mikro terdiri dari 2 faktor:

1. Faktor internal faktor merupakan masalah klasik dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yaitu diantaranya:
 - a. Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia
 - b. Kendala pemasaran produk sebagian besar pengusaha industri kecil lebihmemprioritaskan pada aspek produksi sedangkan fungsi-fungsi pemasaran kurang mampu dalam mengaksesnya, khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar, sehingga sebagian besar hanya berfungsi sebagai tukang saja
 - c. Kecenderungan konsumen yang belum mempercayai untuk produk industri kecil
 - d. Kendala permodalan usaha sebagian besar industri kecil memanfaatkan modal sendiri dalam jumlah yang relative kecil.
2. Faktor eksternal, faktor eskternal merupakan masalah yang muncul dari pihak pengembang dan pembina UMKM. Misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran tidak adanya monitoring dan program yang sangat timpang tindih. Dari kedua faktor tersebut munculah kesenjangan diantara faktor internal dan eksternal, yaitu disisi perbankan, BUMN dan lembaga pendampingan lainnya sudah siap dengan pemberian kredit. Disisi lain UMKM juga mengalami kesulitan mencari dan menentukan lembaga mana yang dapat membantu dengan keterbatasan yang mereka miliki dan kondisi ini ternyata masih berlangsung meskipun berbagai usaha telah diupayakan untuk memudahkan bagi para pelaku UMKM memperoleh kredit, dan ini telah berlangsung 20 tahun. Pola yang ada sekarang adalah masing-maisng lembaga atau instansi yang mempunyai fungsi yang sama tidak berkoordinasi tapi berjalan sendiri-sendiri, apakah itu perbankan, BUMN, departemen, LSM, perusahaan swasta. Disisi lain dengan keterbatasannya UMKM menjadi penopang perekonomian menjadi roda perekonomian menjadi kenyataan.



Input dan Output hasil Pengabdian Masyarakat

1. Pembuatan Laporan Keuangan Sederhana

Pembukuan dalam perusahaan bisnis adalah dasar dari sistem akuntansi. Semua jenis bisnis dari skala kecil hingga skala besar perlu untuk membuat catatan keuangan. Pencatatan sederhana terkait dengan keuangan bisnis sangat berpengaruh pada perkembangan bisnis. Melalui pembukuan maka pemilik usaha dapat melihat kondisi keuangan bisnis, keuntungan, kerugian dan lain sebagainya.

2. Pembuatan Media Pemasaran Secara *Online*

Menurut Anggraini (2017) pada dasarnya pemasaran *online* adalah kegiatan komunikasi pemasaran dengan menggunakan media internet sesuai perkembangannya pemasaran *online* tidak hanya menggunakan website, tapi juga email dan aplikasi-aplikasi lain yang berjalan diatas protokol internet. Bagi para penjual, menerapkan sistem seperti ini berarti memangkas pengeluaran yang bisa dikeluarkan dalam system lama. Seperti, jika pada system lama kita harus membuka cabang baru demi melebarkan sayap bisnis, tidak dengan sistem online. Karena dengan system ini penjual dapat mengenalkan produknya melalui suatu web atau aplikasi.

3. Pengelolaan Administrasi

Dalam mengelola kegiatan administrasi di UMKM De'Snack R&R dilakukan secara profesional dan kooperatif. Pengelolaan administrasi perlu dilakukan efektif dan efisien dalam pengambilan keputusan usaha, karena jika pengelolaan keuangan yang kurang baik akan berdampak pada pembukuan dan menjadikan pemasukan serta pengeluaran menjadi rancu.

4. Pengelolaan Manajemen Operasional

Mengelola manajemen operasional ini menjadi satu yang penting dalam mengolah sumber daya yang tersedia secara optimal demi menciptakan kualitas bahan baku dan produk yang bernilai lebih, memberikan nilai tambah atau manfaat dan keuntungan yang besar dan agar output yang dihasilkan semakin diminati konsumen dan masyarakat.

Saran

Demi terwujudnya pelaksanaan program Pengabdian Masyarakat di Desa Banjarsari yang dapat memberikan hasil yang optimal atau maksimal pada masa depan, dapat meningkatkan beberapa saran, yaitu:

- a. Pemenuhan fasilitas dan kebutuhan yang diperlukan oleh. untuk tahun yang akan datang lebih ditingkatkan.
- b. Dalam pelaksanaan pembekalan Pengabdian Masyarakat, diharapkan pihak-pihak dapat menambahkan lebih banyak pelatihan- pelatihan yang bersifat pemberdayaan bagi masyarakat
- c. Sebaiknya dana bantuan untuk UMKM lebih dinaikan lagi karena dengan keadaan sekarang harga kebutuhan semakin meningkat serta kebutuhan lapangan berbeda-beda.
- a. Kepada mitra UMKM, agar apa yang telah diberikan. Pengabdian Masyarakat dapat diterima dan diterapkan untuk usahanya.
- b. Untuk mitra UMKM agar lebih terbuka lagi dengan kehadiran. karena semata-mata kehadiran. untuk membantu mengembangkan usahanya.



- c. UMKM diharapkan dapat melengkapi program. Pengabdian Masyarakat yang belum sesuai dan melanjutkan program-program yang berkelanjutan.
- d. Meningkatkan komunikasi dan sikap yang baik dengan pihak UMKM dan masyarakat.

Implikasi

Sebagai suatu kegiatan yang telah di lakukan di lingkungan pendidikan yang berhubungan langsung dengan masyarakat sekitar, Pengabdian masyarakat ini tentu mempunyai implikasi dalam bidang pendidikan maupun sosial. Hasil akhir dari kegiatan Pengabdian masyarakat yang berfokus pada kajian perihal UMKM menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara para pelajar dengan masyarakat yang menjalankan UMKM tersebut. Dampak atau akibat yang di timbulkan dengan adanya kegiatan Pengabdian masyarakat, membawa pengaruh baik untuk para mahasiswa yang mengikutinya antara lain:

1. Mengasah pengetahuan sosial dan budaya dalam masyarakat
2. Menumbuhkan rasa empati, simpati dan partisipatif di lingkungan sekitar
3. Mampu mengimplementasikan potensi akademik yang didapat selama mengemban ilmu di lingkungan pendidikan
4. Mengembangkan cara berpikir yang kreatif dan inovatif sebagai mahasiswa fakultas ekonomi dalam berwirausaha

Adapun dampak yang di rasakan oleh para pelaku UMKM dan masyarakat sekitar dengan adanya program Pengabdian masyarakat yaitu sebagai berikut :

1. Menambah pengetahuan secara teoritis dalam menjalankan sebuah usaha
2. Mengetahui pentingnya laporan keuangan dalam berwirausaha
3. Mampu menyusun laporan keuangan sederhana
4. Perencanaan dalam membuat produk baru yang lebih kreatif agar mampu bersaing secara sehat

Sesuai dengan hasil Pengabdian masyarakat, bahwa dengan adanya sistem pembukuan proses produksi UKM tempe di Desa Ciderum sangat terbantu dalam upaya meningkatkan pendapatan pengrajin tempe melalui program-program Pengabdian masyarakat yang telah di laksanakan dengan program-program seperti pencatatan keuangan harian, pembuatan IUMK dan pembuatan logo tempe. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa program-program Pengabdian masyarakat telah diterapkan pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) produk tempe di Ciderum sudah berjalan cukup efektif dan efisien sesuai dengan rencana

DAFTAR REFERENSI

- [1] Tambunan, TH. 2009. UMKM di Indonesia. Ghalia Indonesia. Bogor.
- [2] Undang-Undang Nomor tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal 6
- [3] Tambunan, Tulus. 2012. Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia : Isu-Isu penting. LP3ES: Jakarta.
- [4] Amalia, Euis dan M. Nur Rianto Al Arif. 2010. Teori Mikro ekonomi : Suatu Perbandingan Ekonomi Konvensional. Penerbit Kencana Prenada Media Group : Jakarta.
- [5] Permenpan No.21 tahun 2008
- [6] Titik Sartika Partomo & Abd Rachman Soedodono. 2004. Ekonomi Skala Kecil
- [7] Pandi Anoraga. 2010. Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro. Yogyakarta

2028

JPM

Jurnal Pengabdian Mandiri

Vol.1, No.11, November 2022



-
- [8] Ade Resalawati. 2011. Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah
[9] Haris, R. A., & Puspaningrum, I. I. (2016). Strategi Pembinaan Usaha