

**LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN MASYARAKAT SKEMA KKN - PPM**



**DIGITAL MARKETING DAN BRANDING PRODUK OLAHAN BAWANG
MERAH DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT
DUSUN NGEPET SRIGADING SANDEN BANTUL**

Erni Suryandari Fathmaningrum, S.E., M.Si. (0522037001)

Sigit Arie Wibowo, S.E., M.Acc., Akt. (0506098601)

Fadel Muhammad Eskobar (20190130139)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

Dibiayai Oleh Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM)

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tahun Anggaran 2022/2023



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

Kampus terpadu: Jl. Brawijaya, Geblagan, Tamantirto, Bantul, Daerah Istimewa
Yogyakarta 55183

Telp. (0274) 387656 (hunting) Fax. (0274) 387646

PROTEKSI ISI LAPORAN AKHIR PENGABDIAN

Dilarang menyalin, menyimpan, memperbanyak sebagian atau seluruh isi laporan ini dalam bentuk apapun kecuali oleh pengabdian dan pengelola administrasi pengabdian.

LAPORAN AKHIR PENGABDIAN

Informasi Data Usulan Pengabdian

1. IDENTITAS PENGABDIAN

A. JUDUL PENGABDIAN

Digital Marketing dan Branding Produk Olahan Bawang Merah dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Dusun Ngepet Srigading Sanden Bantul

B. SKEMA, BIDANG, TEMA, DAN TOPIK PENGABDIAN

Skema Pengabdian	Bidang Fokus Pengabdian	Tema Pengabdian	Topik Pengabdian
KKN - PPM	Sosial Humaniora - Seni Budaya - Pendidikan	Ekonomi dan sumber daya manusia	Kewirausahaan, koperasi, dan UMKM.

C. RUMPUN ILMU PENGABDIAN

Rumpun Ilmu 1	Rumpun Ilmu 2	Rumpun Ilmu 3
ILMU SOSIAL HUMANIORA	ILMU SOSIAL	Humaniora

2. IDENTITAS PENGABDIAN

Nama	Peran	Tugas
Erni Suryandari Fathmaningrum, S.E., M.Si.	Ketua Pengusul	
Sigit Arie Wibowo, S.E., M.Acc., Akt.	Anggota Pengabdian	sumit jurnal
Fadel Muhammad Eskobar	Angota Mahasiswa	Pembantu Pelaksana

3. MITRA KERJASAMA PENGABDIAN (JIKA ADA)

Pelaksanaan pengabdian dapat melibatkan mitra kerjasama, yaitu mitra kerjasama dalam melaksanakan pengabdian, mitra sebagai calon pengguna hasil pengabdian, atau mitra investor

Mitra	Nama Mitra	Kepakaran
UMKM dusun Ngepet	Kusnanto	Pemilik UMKM

4. KOLABORASI PENGABDIAN (JIKA ADA)

Pelaksanaan pengabdian dapat melibatkan kolaborasi, yaitu kolaborasi kerjasama dalam melaksanakan pengabdian.

Nama	NIK/NIDN/NIK	Instansi
------	--------------	----------

5. LUARAN DAN TARGET CAPAIAN

Luaran Wajib

Tahun	Jenis Luaran
1	Publikasi di Jurnal / Publikasi Forum Ilmiah Nasional
1	Publikasi Media Masa
1	Video Program Pengabdian

Luaran Tambahan

Tahun	Jenis Luaran
-------	--------------

6. ANGGARAN

Rencana anggaran biaya pengabdian mengacu pada PMK yang berlaku dengan besaran minimum dan maksimum sebagaimana diatur pada buku Panduan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat.

Total Keseluruhan RAB Rp. 8,000,000

Tahun 1 Total Rp. 8,000,000

Jenis Pembelian	Komponen	Item	Satuan	Vol.	Harga Satuan	Total
BAHAN	Hibah Alat/Barang	Wajan Plat Baja Jumbo 115 cm	Unit	2	Rp. 500,000	Rp. 1,000,000
BAHAN	Hibah Alat/Barang	Alat press plastik 30 cm	Unit	2	Rp. 250,000	Rp. 500,000
BAHAN	Hibah Alat/Barang	Kompur gas tungku 1	Unit	2	Rp. 300,000	Rp. 600,000
BAHAN	Bahan (Habis Pakai)	Platik Ziploc Pouch Transparan isi 100 pack	Unit	4	Rp. 100,000	Rp. 400,000
BAHAN	Bahan (Habis Pakai)	Pulsa HP (Ketua, anggota	Unit	3	Rp. 100,000	Rp. 300,000

Jenis Pembelanjaan	Komponen	Item	Satuan	Vol.	Harga Satuan	Total
		dan pembantu pelaksana)				
BAHAN	Bahan (Habis Pakai)	Cetak dan desain stiker	Unit	200	Rp. 5,000	Rp. 1,000,000
PENGUMPULAN DATA	Biaya Konsumsi Harian	Biaya Komsumsi rapat (makan dan snack) pendampingan branding produk dan digital marketing	OH	20	Rp. 50,000	Rp. 1,000,000
PENGUMPULAN DATA	Transportasi/BBM	Transport ketua dan pembantu pelaksana	OK(Kali)	3	Rp. 250,000	Rp. 750,000
PELAPORAN, LUARAN WAJIB, DAN LUARAN TAMBAHAN	Article Processing Charge (APC)	Publikasi Jurnal Nasional	Artikel	1	Rp. 1,000,000	Rp. 1,000,000
PELAPORAN, LUARAN WAJIB, DAN LUARAN TAMBAHAN	Biaya Seminar Nasional	Biaya seminar	Paket	1	Rp. 1,000,000	Rp. 1,000,000
ANALISIS DATA	Biaya Konsumsi Rapat	Konsumsi rapat pembuatan laporan	OH	3	Rp. 150,000	Rp. 450,000

7. LEMBAR PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR PENGABDIAN MASYARAKAT SKEMA:

Judul : Digital Marketing dan Branding Produk Olahan Bawang Merah dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Dusun Ngepet Srigading Sanden Bantul

Pengabd/Pelaksana : Erni Suryandari Fathmaningrum, S.E., M.Si.

NIDN : 0522037001

Jabatan Fungsional : Lektor

Program Studi/Fakultas : Akuntansi

Nomor HP : 081328727191

Alamat surel (e-mail) : erni@umy.ac.id

Anggota

Nama : Sigit Arie Wibowo, S.E., M.Acc., Akt.

NIDN : 0506098601

Jabatan Fungsional : Lektor

Program Studi/Fakultas : Akuntansi

Nama : Fadel Muhammad Eskobar
NIM : 20190130139
Prodi : S1 Teknik Mesin

Mitra : UMKM dusun Ngepet
Nama Mitra : Kusnanto
Kepakaran : Pemilik UMKM

Biaya : Rp. 8,000,000
Biaya Dari Institusi Lain : Rp. 0

Yogyakarta, 05 Juli 2023

Mengetahui,
Kepala LPM,



Dr. Ir. Gator Supangkat, M.P., IPM
NIK: 196210231991031003

8. RINGKASAN

Tujuan khusus yang ingin dicapai dalam kegiatan pengabdian ini adalah untuk membantu UMKM lebih mandiri dan meningkatkan daya saing. UMKM yang didampingi adalah Makanan Ringan Bawang Merah Goreng Dusun Ngepet Sanden Srigading Bantul. Berdasarkan hasil observasi UMKM ini kurang memiliki daya saing, karena kondisi dari tahun ke tahun relatif sama, padahal persaingan usaha bawang goreng, semakin hari semakin ketat. UMKM ini memiliki beberapa permasalahan antara lain label kemasan yang masih sederhana, kemasan produk masih biasa, pemasaran yang masih terbatas dan keadaan UMKM belum bisa berkembang. Pengabdian masyarakat ini menggunakan beberapa metode sebagai bentuk solusi dari permasalahan yang ada yaitu sosialisasi kegiatan; introduksi label, kemasan dan hand sealer; pelatihan kewirausahaan serta kegiatan pendampingan rebranding produk agar lebih marketable serta membantu membuat media pemasaran secara online melalui media sosial.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sendiri merupakan tulang punggung perekonomian bangsa Indonesia. Kesuksesan UMKM dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti pemasaran, teknologi, sumber daya manusia, dan modal. Jadi, salah satu hal yang harus dimanfaatkan oleh UMKM adalah kemajuan teknologi, yaitu sosial media. Sosial media ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pemasaran UMKM.

Kegiatan pengabdian masyarakat diharapkan memberikan perbaikan kondisi UMKM, pengetahuan UKM meningkat dan Program ini diharapkan bisa membantu usaha UMKM tersebut agar berkembang lebih baik dan mengalami peningkatan kapasitas

produksi maupun pemasaran. Program ini diharapkan juga memberikan efek multiplier bagi usaha yang sejenis atau usaha yang terkait serta bagi masyarakat sekitar.

9. KEYWORDS

UMKM, Rebranding, Pemasaran Online

10. HASIL PELAKSANAAN PENGABDIAN

Kegiatan ini dilaksanakan di Dusun Ngepet Srigading Sanden Bantul. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dibantu 10 orang mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan UMKM bawang merah goreng obyek dari pengabdian ini. Kegiatan pengabdian ini mendapat respon yang luar biasa dari perangkat desa dan masyarakat khususnya UMKM yang menjadi sasaran pengabdian.. Beberapa hambatan yang terjadi masih dapat teratasi. Semua kegiatan dilakukan secara bertahap dan kontinu serta terkoordinir. Kegiatan ini secara nyata berdampak positif dengan berubahnya pola pikir dan cara pandang masyarakat terutama UMKM tersebut yaitu pada pengembangan bawang merah goreng dengan berbagai varian rasa, pengemasan dan pemasaran produk mereka. Di mana tadinya dalam pengemasan masih sangat sederhana bahkan tanpa label dan pemasaran masih dilakukan seadanya, serta produk yang awalnya hanya bawang merah digoreng dengan rasa original. Kemudian dengan pengabdian ini varian rasa ditambah dengan rasa pedas dan rasa barbeque. Kegiatan yang lain adalah membuat label bagi UMKM, foto produk utk dipasang di sosial media dan melakukan pelatihan kewirausahaan dan Digital marketing. Hasil dari kegiatan ini sangat dirasakan manfaatnya oleh khususnya UMKM tersebut sehingga mereka mampu meningkatkan perekonomian mereka dengan memanfaatkan teknologi informasi yang ada seperti memasarkan melalui WA, instagram, facebook maupun media sosial lainnya.

Adapun Hasil Pengabdian adalah sebagai berikut:

- a. Terselenggaranya *Re-Branding* produk (desain *packaging*) dengan dibuatnya stiker, pembuatan logo maupun label dan pemakaian kemasan ziplock, standing pouch serta toples berbagai ukuran..
- b. Terlaksananya pengolahan bawang merah goreng dengan berbagai varian rasa, seperti rasa original, rasa pedas, dan rasa barbeque.
- c. Adanya foto produk yang akan diupload di sosial media dan terselenggarakannya pelatihan mengenai bagaimana cara memaksimalkan produk bawang merah goreng dan pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan produk (Pelatihan kewirausahaan dan *digital marketing*).

11. KESIMPULAN PENGABDIAN

1. Kegiatan pengabdian ini membawa dampak signifikan bagi UMKM terkait dengan pengetahuan tentang hasil panen bawang merah tidak hanya dijual langsung secara mentah namun bisa diolah menjadi produk makanan ringan yang nantinya bisa menjadi pemasukan bagi masyarakat
2. Pengembangan penambahan varian rasa pada produk bawang merah goreng dari rasa original bertambah dengan rasa pedas dan rasa barbeque.
3. Pemberian label produk dan *Re-Branding* produk (desain *packaging*) dengan dibuatnya stiker baru, pembuatan logo dan pemakaian kemasan ziplock, standing pouch serta toples berbagai ukuran..
4. Adanya pelatihan kewirausahaan dan digital marketing juga merubah pola pikir dan

cara pandang UMKM tersebut dalam memasarkan produk, tidak hanya secara tradisional

namun memanfaatkan media sosial guna mempromosikan produk secara online **1**

2. STATUS LUARAN WAJIB

Submit di Jurnal Abdi Insani

13. DOKUMEN LUARAN WAJIB

Digital Marketing dan Branding Produk Olahan Bawang Merah dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

Dusun Ngepet Srigading Sanden Bantul

Erni Suryandari Fathmaningrum*
Sigit Arie Wibowo

Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Jl. Brawijaya, Geblagan, Tamantirto, Kec. Kasihan, Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55183

*Alamat korespondensi : erni.suryandari34@gmail.com

RINGKASAN

Tujuan khusus yang ingin dicapai dalam kegiatan pengabdian ini adalah untuk membantu UMKM lebih mandiri dan meningkatkan daya saing. UMKM yang didampingi adalah Makanan Ringan Bawang Merah Goreng Dusun Ngepet Sanden Srigading Bantul. Berdasarkan hasil observasi UMKM ini kurang memiliki daya saing, karena kondisi dari tahun ke tahun relatif sama, padahal persaingan usaha bawang goreng, semakin hari semakin ketat. UMKM ini memiliki beberapa permasalahan antara lain label kemasan yang masih sederhana, kemasan produk masih biasa, pemasaran yang masih terbatas dan keadaan UMKM belum bisa berkembang. Pengabdian masyarakat ini menggunakan beberapa metode sebagai bentuk solusi dari permasalahan yang ada yaitu sosialisasi kegiatan; introduksi label, kemasan dan hand sealer; pelatihan kewirausahaan serta kegiatan pendampingan rebranding produk agar lebih marketable serta membantu membuat media pemasaran secara online melalui media sosial.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sendiri merupakan tulang punggung perekonomian bangsa Indonesia. Kesuksesan UMKM dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti pemasaran, teknologi, sumber daya manusia, dan modal. Jadi, salah satu hal yang harus dimanfaatkan oleh UMKM adalah kemajuan teknologi, yaitu sosial media. Sosial media ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pemasaran UMKM.

Kegiatan pengabdian masyarakat diharapkan memberikan perbaikan kondisi UMKM, pengetahuan UKM meningkat dan Program ini diharapkan bisa membantu usaha UMKM tersebut agar berkembang lebih baik dan mengalami peningkatan kapasitas produksi maupun pemasaran. Program ini diharapkan juga memberikan efek multiplier bagi usaha yang sejenis atau usaha yang terkait serta bagi masyarakat sekitar.

Kata Kunci: UMKM, Rebranding, Pemasaran Online,

PENDAHULUAN

UMKM mempunyai prospek dan potensi besar yang dapat membuat pendapatan dan penyerapan tenaga kerja meningkat. UMKM yang memiliki kontribusi tinggi belum dapat menjadikan UMKM mempunyai daya saing yang tinggi. Kendala secara internal dan eksternal banyak dirasakan oleh UMKM sehingga UMKM dinilai belum berdaya saing tinggi untuk dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan pendapatan masyarakat (Lantu et al., 2016).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi tulang punggung perekonomian bangsa Indonesia. Pada tahun 2014, UMKM memberikan kontribusi terhadap GDP sebesar 59% dan kontribusi terhadap lapangan pekerjaan sebesar 97% (Deni, 2014; Wardani dan Nugraha, 2018).

Dalam perkembangannya, ada UMKM yang dapat berkembang dan ada UMKM yang tidak gagal dan berhenti beroperasi. Keterbatasan sumberdaya yang dimiliki merupakan persoalan utama dari UMKM. Persoalan utama dari UMKM tersebut terutama yang mikro kecil tidak mempunyai sumberdaya yang berlebih, baik dari segi permodalan, kapasitas produksi, manajemen usaha maupun pemasaran produk (Susanta, 2009). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kesuksesan UMKM ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti pemasaran, teknologi, sumber daya manusia, dan modal (Rahmawati et al, 2017).

Daya saing memiliki pengertian sebagai kemampuan dari suatu industri yang memperlihatkan keunggulan dalam suatu perihal, dengan menunjukkan kondisi maupun situasi yang paling bisa memberikan keuntungan, hasil pekerjaan yang lebih bagus. apabila dibandingkan dengan industri lain. Dalam hal ini faktor yang wajib diperhatikan dalam persaingan ialah keunggulan (Wardhani & Agustina, 2015). Inovasi tidak dapat dilepaskan dari kehidupan berbisnis sebab inovasi adalah jiwa atau roh yang ada di dalam suatu usaha atau perusahaan supaya dapat hidup dan berkembang (Kusnandar dkk, 2020). Pada saat ini, inovasi bisa mengalami perkembangan di mana saja dan siapa saja bisa melakukan inovasi. Suatu inovasi tidak hanya bisa dilaksanakan oleh perusahaan skala besar. Perusahaan skala kecil juga wajib melakukan inovasi-inovasi. Hal tersebut bertujuan agar usaha tetap berjalan dan terus berlangsung (Sasono & Rahmi, 2014).

Bisnis kuliner merupakan suatu ragam usaha yang dapat senantiasa laris dan laku setiap waktu. Hal tersebut dikarenakan makanan atau minuman merupakan kebutuhan utama individu atau manusia yang selalu ada di dalam kehidupan kita. Bisnis kuliner mempunyai jangkauan yang sangat banyak, yaitu dimulai dari makanan yang bersifat ringan (cemilan), minuman sampai makanan pokok (Nasution & Limbong, 2018). Makanan ringan disebut juga dengan kudapan (snack) dan minuman ringan adalah suatu sebutan untuk jenis makanan yang tidak termasuk dalam kategori menu makanan utama (sarapan pagi hari atau makan siang maupun makan malam) (Utari, 2016), yang dapat disajikan di luar jam makan utama (Nurhayati et al., 2012).

Di negara Indonesia, istilah snack biasa dikenal dengan sebutan camilan maupun makanan ringan. Semua kalangan, dimulai dari anak-anak sampai orang tua menyukai camilan atau snack. Dengan demikian pola mengonsumsi camilan dapat menjadi sebuah kebiasaan yang dapat mengurangi rasa lapar sebelum datangnya jam makan yang utama (Lekahena, 2019).

Di dusun Ngepet, dapat dilihat beberapa warganya menggantungkan sektor ekonominya pada sektor produksi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), mulai dari terdapat UMKM makanan ringan berbahan dasar bawang merah. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, alasan dibalik terpilihnya mitra ini karena terdapat sejumlah masalah yaitu produk makanan ringan Bawang merah goreng yang diproduksi di UMKM di dusun Ngepet Sanden Srigading Bantul

label kemasannya masih sangat sederhana yang dimasukkan di dalam plastik yang diklip. Dimana hal ini menjadikan kemasan kurang menarik. Disamping itu terlihat bahwa usaha tersebut masih kurang berkembang secara pesat. Kondisi usaha belum mengalami perubahan berarti, apalagi dengan adanya pandemi Covid-19 di dua tahun kemarin menyebabkan terjadinya penurunan produksi.

Produk bawang merah goreng baru dipasarkan pada warung warung terdekat, padahal sesungguhnya memiliki prospek dan peluang yang baik. Berdasarkan kondisi itu bisa dikatakan bahwa UMKM kurang memiliki daya saing yang tinggi dan bagus dalam peningkatan usaha supaya menjadi lebih berkembang dan maju dengan pesat. Hal ini dikarenakan rendahnya pengetahuan dan kemampuan untuk menyusun strategi marketing dalam memasarkan produk yang dimiliki serta kemasan produk juga masih sangat sederhana, padahal kemasan produk memiliki peranan penting dalam sebuah industri. Dengan kemasan yang baik maka dapat meningkatkan omzet penjualan. Pelanggan akan tertarik dengan tampilan kemasan yang menarik, apalagi jika produk tersebut dipasarkan dengan produk sejenis lainnya (Mahmudi dan Suryandani, 2018).

Berdasarkan penjelasan di atas, permasalahan yang dihadapi UMKM adalah

(1) label kemasan yang masih sederhana, (2) kemasan produk masih biasa, dan (3) keadaan UMKM belum bisa berkembang (4) Pemasaran yang masih tradisional. Solusi untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi UMKM, antara lain dengan cara (1) memberikan pendampingan di dalam perbaikan terhadap label kemasan, (2) perbaikan terhadap kemasan produk, (3) introduksi hand sealer, dan (4) kegiatan pelatihan kewirausahaan serta (5) membantu pembuatan media pemasaran melalui media sosial seperti Whatsap, Facebook, Instagram.

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah penguatan daya saing melalui perbaikan kemasan agar UKM dapat berkembang lebih baik, terutama pada segi pemasaran dan memberikan efek yang positif bagi lingkungan sekitar serta mengangkat UMKM tersebut.

Program-program dan kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan disesuaikan dengan kebutuhan UMKM tersebut. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Dusun Ngepet Sanden Srigading Bantul dengan melibatkan 10 (sepuluh) mahasiswa.

Target dan tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan ini adalah penguatan daya saing melalui perbaikan kemasan agar UMKM dapat berkembang lebih baik, terutama pada segi pemasaran dan memberikan efek yang positif bagi lingkungan sekitar serta mengangkat makanan UMKM menjadi makanan yang berkelas.

METODE PELAKSANAAN

Metode pengabdian masyarakat yang digunakan meliputi 2 tahapan yaitu:

a. Tahap Persiapan dan pembekalan

Berupa sosialisasi dan penjangkaran peserta pengabdian. Pada saat sosialisasi dilakukan dengan meminta ijin kepada aparat setempat, kemudian penjangkaran untuk UMKM terkait. Sosialisasi kegiatan kepada UMKM Bawang Merah Goreng. Tim Pengabdian melakukan silaturahmi, perkenalan dan menjelaskan tentang program kegiatan yang akan dijalankan.

b. Tahap Pelaksanaan

1. Persiapan pelaksanaan kegiatan pengabdian. Kegiatan persiapan ini dimulai dengan Tim Pengabdian dan UMKM makanan berdiskusi untuk membuat desain label kemasan. Setelah selesai, Tim pengabdian menunjukkan kepada UMKM dan merevisi kembali apabila ada hal-hal yang perlu diperbaiki agar desain sesuai dengan keinginan UMKM. Tim Pengabdian juga mengenalkan kemasan yang bersifat marketable yang tersedia di pasaran, dan menjelaskan kelebihan maupun kekurangan dari masing-masing jenis kemasan. Tim Pengabdian juga mengenalkan tentang wadah yang akan digunakan untuk packing kemasan produk tidak hanya berupa plastic biasa namun ada standing pouch maupun toples berbagai ukuran.
2. Pelaksanaan introduksi meliputi introduksi label dan kemasan yang sudah disepakati dan akan digunakan oleh UMKM.
3. Pelatihan kewirausahaan, yang meliputi cara menjalankan usaha agar bisa tetap eksis, dengan cara membuat packaging menjadi lebih menarik, foto produk dan cara melakukan penjualan secara online

HASIL PELAKSANAAN PENGABDIAN

Kegiatan ini dilaksanakan di Dusun Ngepet Srigading Sanden Bantul. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dibantu 10 orang mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan UMKM bawang merah goreng obyek dari pengabdian ini. Kegiatan pengabdian ini mendapat respon yang luar biasa dari perangkat desa dan masyarakat khususnya UMKM yang menjadi sasaran pengabdian.. Beberapa hambatan yang terjadi masih dapat teratasi. Semua kegiatan dilakukan secara bertahap dan kontinu serta terkoordinir. Kegiatan ini secara nyata berdampak positif dengan berubahnya pola pikir dan cara pandang masyarakat terutama UMKM tersebut yaitu pada pengembangan bawang merah goreng dengan berbagai varian rasa, pengemasan dan pemasaran produk mereka. Di mana tadinya dalam pengemasan masih sangat sederhana bahkan tanpa label dan pemasaran masih dilakukan seadanya, serta produk yang awalnya hanya bawang merah digoreng dengan rasa original. Kemudian dengan pengabdian ini varian rasa ditambah dengan rasa pedas dan rasa barbeque. Kegiatan yang lain adalah membuat label bagi UMKM, foto produk utk dipasang di sosial media dan melakukan pelatihan kewirausahaan dan Digital marketing. Hasil dari kegiatan ini sangat dirasakan manfaatnya oleh khususnya UMKM tersebut sehingga mereka mampu meningkatkan perekonomian mereka dengan memanfaatkan teknologi informasi yang ada seperti memasarkan melalui WA, instagram, facebook maupun media sosial lainnya.

Adapun Hasil Pengabdian adalah sebagai berikut:

- a. Terselenggaranya *Re-Branding* produk (desain *packaging*) dengan dibuatnya stiker, pembuatan logo maupun label dan pemakaian kemasan ziplock, standing pouch serta toples berbagai ukuran..
- b. Terlaksananya pengolahan bawang merah goreng dengan berbagai varian rasa, seperti rasa original, rasa pedas, dan rasa barbeque.
- c. Adanya foto produk yang akan diupload di sosial media dan terselenggarakannya pelatihan mengenai bagaimana cara memaksimalkan produk bawang merah goreng dan pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan produk (Pelatihan kewirausahaan dan *digital marketing*).

Berikut Foto foto kegiatan:



Gambar 1. Foto proses pengolahan dan pemberian bumbu bawang merah



Gambar 2. Foto hasil penggorengan bawang merah



Gambar 4. Foto Produk Brambang Goreng Menggunakan kemasan Standing pouch



Gambar 5. Foto Produk Brambang Goreng Menggunakan kemasan toples dan berlabel



Gambar 5. Foto pelaksanaan pelatihan kewirausahaan dan digital marketing

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kegiatan pengabdian ini membawa dampak signifikan bagi UMKM terkait dengan

- pengetahuan tentang hasil panen bawang merah tidak hanya dijual langsung secara mentah namun bisa diolah menjadi produk makanan ringan yang nantinya bisa menjadi pemasukan bagi masyarakat
2. Pengembangan penambahan varian rasa pada produk bawang merah goreng dari rasa original bertambah dengan rasa pedas dan rasa barbeque.
 3. Pemberian label produk dan *Re-Branding* produk (desain *packaging*) dengan dibuatnya stiker baru, pembuatan logo dan pemakaian kemasan ziplock, standing pouch serta toples berbagai ukuran..
 4. Adanya pelatihan kewirausahaan dan digital marketing juga merubah pola pikir dan cara pandang UMKM tersebut dalam memasarkan produk, tidak hanya secara tradisional namun memanfaatkan media sosial guna mempromosikan produk secara online.

Dari hasil kegiatan disarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Masyarakat harus merubah pola pikirnya yang selama ini hanya menjual panen bawang merah secara mentah dengan adanya kegiatan pelatihan kewirausahaan diharapkan termotivasi dalam pengembangan atau diversifikasi produk bawang merah tersebut.
2. Masyarakat harus lebih antusias dan bertindak sebagai motivator yang membantu memecahkan masalah dan membantu membangun desa dan UMKM Dusun Ngepet Srigading Sanden Bantul.
3. Pemerintah desa harus lebih giat lagi mengadakan sosialisasi, pelatihan dan pemanfaatan teknologi informasi menggunakan sosial media dalam pemasaran produk-produk UMKM yang ada di dusun mereka

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada semua pihak terutama kepada Pemerintah Kabupaten Bantul terutama kepada Kepala Wilayah (Camat) Kec. Sanden, pihak Pemerintah Desa (Kepala Desa Srigading), Mahasiswa KKN-PPM UMY dan masyarakat dusun Ngepet Srigading Sanden Bantul, UMKM bawang merah goreng serta pihak LP3M UMY atas dukungannya sehingga terlaksananya kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

1. Denny, S, 2014, Ekonomi: UMKM 99% Masih Dominasi Perusahaan di Indonesia, www.bisnis.liputan6.com/read/211381/ukm-99-masih-dominasi-perusahaan-diIndonesia, diakses tanggal 23 Februari 2016
2. Kusnandar, Harisudin, M., Setyowati, N., Adi, R. K., & Qonita, R. R. A. (2020). Inovasi Bisnis : Upaya Adaptasi UKM Werkudoro di Era Adaptasi Kebiasaan Baru Business Innovation : Adaptation Efforts of SMEs Werkudoro in the New Normal Era. 1(2), 81–88.
3. Lantu, D. C., Triady, M. S., Utami, A. F., & Ghazali, A. (2016). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 77– 93. <https://doi.org/10.12695/jmt.2016.15.1.6>
4. Lekahena, V. N. J. (2019). Karakteristik Kimia dan Sensori Produk Stik di Fortifikasi dengan Tepung Ikan Madidihang. *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*, 12(2), 284–290. <https://doi.org/10.29239/j.agrikan.12.2.284-290>

5. Mahmudi, A Aviv; Suryandani, Wulan, 2018, Strategi Pengembangan UKM Kripik Tempe Desa Tahunan Kecamatan Sale Kabupaten Rembang, Prosiding Seminar Nasional Unimus.
6. Nasution, Z. A., & Limbong, H. P. (2018). Kajian Faktor-Faktor Penguat Usaha Pengembangan UKM Makanan Ringan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 29, 195–201.
7. Nurhayati, A. N., Lasmanawati, E., & Yulia, C. (2012). Pengaruh Mata Kuliah Berbasis Gizi pada Pemilihan Makanan Jajanan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Boga. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 13(1), 1–6. <http://jurnal.upi.edu/file/1-ai.pdf>
8. Rahmawati; Riani, A; Budiartanto, A; Purnamasari, D.I., 2017, “Pelatihan Pemasaran Berbasis Online pada UKM Lurik dan Batik di Surakarta”. <http://pspkumkm.lppm.uns.ac.id/files/2015/03/pelatihan-pemasaran-berbasisonline-padaukm.pdf> diakses 24 Maret 2017
9. Sasono, E., & Rahmi, Y. (2014). Manajemen Inovasi pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal STIE Semarang*, 6(3), 74–90. <http://jurnal3.stiesemarang.ac.id/index.php/jurnal/article/view/122/95>
10. Susanta, Gatut dan M. Azrin Syamsudin, 2009, Cara Mudah Mendirikan dan Mengelola UMKM, Jakarta: Raih Asa Sukses
11. Utari, D. T. (2016). Manajemen Pemasaran : Kasus dalam Pengembangan Pasar Wisata Kuliner Tradisional Betawi. CV Pena Persada.
12. Wardhani, R. S., & Agustina, Y. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka Di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 10(2), 64–96. <https://doi.org/10.19184/jauj.v10i2.1252>

14. LINK LUARAN WAJIB

<https://youtu.be/i4HS1FuNt2E>

15. STATUS LUARAN TAMBAHAN

-

16. DOKUMEN LUARAN TAMBAHAN

- .

17. LINK LUARAN TAMBAHAN

-

18. PERAN MITRA

Sebagai pelaksana dan Patner Pengabdian

19. DAFTAR PUSTAKA

1. Denny, S, 2014, Ekonomi: UMKM 99% Masih Dominasi Perusahaan di Indonesia, www.bisnis.liputan6.com/read/211381/ukm-99-masih-dominasi-perusahaan-diIndonesia, diakses tanggal 23 Februari 2016
2. Kusnandar, Harisudin, M., Setyowati, N., Adi, R. K., & Qonita, R. R. A. (2020). Inovasi Bisnis : Upaya Adaptasi UKM Werkudoro di Era Adaptasi Kebiasaan Baru Business Innovation : Adaptation Efforts of SMEs Werkudoro in the New Normal Era. 1(2), 81–88.
3. Lantu, D. C., Triady, M. S., Utami, A. F., & Ghazali, A. (2016). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 77– 93. <https://doi.org/10.12695/jmt.2016.15.1.6>
4. Lekahena, V. N. J. (2019). Karakteristik Kimia dan Sensori Produk Stik di Fortifikasi dengan Tepung Ikan Madidihang. *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*, 12(2), 284–290. <https://doi.org/10.29239/j.agrikan.12.2.284-290>
5. Mahmudi, A Aviv; Suryandani, Wulan, 2018, Strategi Pengembangan UKM Kripik Tempe Desa Tahunan Kecamatan Sale Kabupaten Rembang, Prosiding Seminar Nasional Unimus.
6. Nasution, Z. A., & Limbong, H. P. (2018). Kajian Faktor-Faktor Penguat Usaha Pengembangan UKM Makanan Ringan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 29, 195–201.
7. Nurhayati, A. N., Lasmanawati, E., & Yulia, C. (2012). Pengaruh Mata Kuliah Berbasis Gizi pada Pemilihan Makanan Jajanan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Boga. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 13(1), 1–6. <http://jurnal.upi.edu/file/1-ai.pdf>
8. Rahmawati; Riani, A; Budiarmanto, A; Purnamasari, D.I., 2017, “Pelatihan Pemasaran Berbasis Online pada UKM Lurik dan Batik di Surakarta”. <http://pspkumkm.lppm.uns.ac.id/files/2015/03/pelatihan-pemasaran-berbasisonline-padaukm.pdf> diakses 24 Maret 2017
9. Sasono, E., & Rahmi, Y. (2014). Manajemen Inovasi pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal STIE Semarang*, 6(3), 74–90. <http://jurnal3.stiesemarang.ac.id/index.php/jurnal/article/view/122/95>
10. Susanta, Gatut dan M. Azrin Syamsudin, 2009, Cara Mudah Mendirikan dan Mengelola UMKM, Jakarta: Raih Asa Sukses
11. Utari, D. T. (2016). Manajemen Pemasaran : Kasus dalam Pengembangan Pasar Wisata Kuliner Tradisional Betawi. CV Pena Persada.
12. Wardhani, R. S., & Agustina, Y. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka Di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 10(2), 64–96. <https://doi.org/10.19184/jauj.v10i2.1252>

20. LAMPIRAN-LAMPIRAN

A. SURAT KESEDIAN MITRA

**SURAT PERNYATAAN
KESEDIAAN MENJADI MITRA
PELAKSANAAN PROGRAM PENGABDIAN PADA MASYARAKAT**

Yang bertandatangan di bawah ini;

Nama : Kusnanto

Pimpinan Mitra : Produk Bawang Merah Goreng

Alamat : Ngepet Srigading Sanden bantul

menyatakan Bersedia untuk Bekerjasama dengan Pelaksana Kegiatan Program Pengabdian Masyarakat

Nama Ketua Tim Pengusul : Erni Suryandari Fathmasingrum, SE, M.Si

Program Studi : Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Pengabdian : Digital Marketing dan Branding Produk Olahan Bawang Merah dalam Meningkatkan
Perekonomian Masyarakat Dusun Ngepet Srigading Sanden Bantul

guna melaksanakan Program Pengabdian Masyarakat serta menerapkan dan/atau mengembangkan IPTEKS pada masyarakat.

Bersama ini kami menyatakan dengan sebenarnya bahwa di antara pihak Mitra dan Pelaksana Kegiatan Program Pengabdian Masyarakat tidak terdapat ikatan kekeluargaan dan ikatan usaha dalam wujud apapun juga.

Demikian Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab tanpa ada unsur pemaksaan dari pihak manapun dan dapat digunakan seperlunya.

Yogyakarta, 11 Januari 2023

Yang menyatakan,



Kusnanto

(Kusnanto)

B. BERITA ACARA HIBAH BARANG

**BERITA ACARA SERAH TERIMA HIBAH BARANG KEPADA
MITRA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

Pada hari Rabu tanggal 1 bulan Februari tahun 2023, yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama : Erni Suryandari Fathmaningrum, SE, M.Si
NIK/NIDN : 0522037001
Jabatan : Dosen Pembimbing Lapangan
Alamat : Jl MGR Suglyopranoto 17 Melikan Kidul Bantul Yogyakarta
Selanjutnya disebut Pihak Pertama bertindak sebagai dan atas nama perwakilan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Nama : Kusnanto
No. KTP : 3402020301770001
Jabatan : Pemilik UMKM Bawang Merah Goreng
Alamat : Dusun Ngepet Srigading Sanden bantul

selanjutnya disebut Pihak Kedua sebagai MITRA Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

PIHAK PERTAMA menyerahkan Hibah barang kepada **PIHAK KEDUA** dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dibiayai Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

PIHAK KEDUA menerima hibah barang dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

PARA PIHAK bersepakat untuk menandatangani berita acara ini sebagai kelengkapan serah terima barang yang dibubuhi materai cukup dan mempunyai kekuatan hukum yang sama.

Pihak Pertama



(Erni Suryandari F)
0522037001

Pihak Kedua



(Kusnanto)
3402020301770001

Lampiran Berita Acara Serah Terima Hibah Barang
Dari DPL KKN Kepada Pemilik UMKM Bawang merah goreng
Tanggal 1 Februari 2023
Daftar Barang :

No	Barang		Perolehan				Keterangan
	Nama	Merek, Type, Spek	Th	Jml	Harga	Juml Harga	
1	Wajan Kual Jumbo 80 cm stainless steel	Calypso		2	550.000	1.100.000	
2	Spinner peniris Minyak	Nakula-		1	1.200.000	1.200.000	

Pihak Pertama



Pihak Kedua



C. SURAT KETERANGAN SELESAI

**SURAT KETERANGAN
PROGRAM PENGABDIAN PADA MASYARAKAT**

Yang bertandatangan di bawah ini;

Nama : Suhartono
Pimpinan Mitra : UMKM Aloevera
Alamat : Kalijurang Srigading Sanden Bantul

menyatakan bahwa :

Nama Ketua Tim Pengusul : Erni Suryandari Fathmaningrum SE, M. Si
Program Studi : Akuntansi
Perguruan Tinggi : UMY
Judul Pengabdian : Peningkatan Ekonomi Masyarakat dan Peluang UMKM Melalui Branding Produk dan Promosi Online Minuman Makanan berbahan Dasar Aloevera Dusun Kalijurang Srigading Sanden Bantul

Telah Selesai melaksanakan Program Pengabdian Pada Masyarakat dengan baik. Demikian keterangan ini dibuat dan diberikan untuk dipergunakan seperlunya.

Yogyakarta, 17 Februari 2023

Yang menyatakan,

(Suhartono)