

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



**PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DAN PELUANG UMKM
MELALUI BRANDING PRODUK DAN PROMOSI ON LINE MINUMAN
BERBAHAN DASAR ALOEVERA DI DUSUN KALIJURANG SRIGADING
SANDEN**

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

Arum Indrasari, Dra., M.Buss(inAcc)., Akt. (0512076702)

Muhammad Hasbi Asyidiqi (20200410186)

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

Peningkatan Ekonomi Masyarakat dan Peluang UMKM melalui Branding Produk dan Promosi On Line Minuman Berbahan dasar Aloe vera di Dusun Kalijurang Srigading Sanden

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	
Arum Indrasari, Dra., M.Buss(inAcc), Akt.	Anggota Pengabdian	membantu pelaksanaan program pengabdian
Muhammad Hasbi Asyidiqi	Anggota 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 Aloe vera	Suhartono	Kepala Dusun

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 Pembelanjaan	Komponen	Item	Satuan	Vol.	Harga Satuan	Total
BAHAN	Bahan (Habis Pakai)	Alat press plastik 30 cm	Unit	2	Rp. 500,000	Rp. 1,000,000
BAHAN	Bahan (Habis Pakai)	Platik Ziploc Pouch Transparan isi 100 pack	Unit	4	Rp. 100,000	Rp. 400,000
BAHAN	Bahan (Habis Pakai)	Cetak dan desain stiker	Unit	200	Rp. 500	Rp. 100,000
PENGUMPULAN DATA	Biaya Telepon	Pulsa HP (Ketua, anggota dan pembantu pelaksana)	OK(Kali)	3	Rp. 100,000	Rp. 300,000

Jenis Pembelanjaan	Komponen	Item	Satuan	Vol.	Harga Satuan	Total
PENGUMPULAN DATA	Transportasi/BBM	BBM ketua dan anggota pelaksana	OK(Kali)	3	Rp. 100,000	Rp. 300,000
ANALISIS DATA	Biaya Konsumsi Rapat	Konsumsi rapat pembuatan laporan	OH	3	Rp. 50,000	Rp. 150,000
BAHAN	Hibah Alat/Barang	Kompas gas tungku 1	Unit	2	Rp. 300,000	Rp. 600,000
BAHAN	Bahan (Habis Pakai)	botol plastik	Unit	100	Rp. 2,500	Rp. 250,000
PELAPORAN, LUARAN WAJIB, DAN LUARAN TAMBAHAN	Article Processing Charge (APC)	Publikasi Jurnal Nasional	Artikel	1	Rp. 1,000,000	Rp. 1,000,000
PENGUMPULAN DATA	Biaya Konsumsi Harian	Biaya Konsumsi rapat (makan dan snack) pendampingan branding produk dan digital marketing	OH	20	Rp. 50,000	Rp. 1,000,000
BAHAN	Hibah Alat/Barang	Wajan Plat Baja Jumbo 115 cm	Unit	2	Rp. 950,000	Rp. 1,900,000
PELAPORAN, LUARAN WAJIB, DAN LUARAN TAMBAHAN	Biaya Seminar Nasional	Biaya Seminar	Paket	1	Rp. 1,000,000	Rp. 1,000,000

7. LEMBAR PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR PENGABDIAN MASYARAKAT SKEMA:

Judul	: Peningkatan Ekonomi Masyarakat dan Peluang UMKM melalui Branding Produk dan Promosi On Line Minuman Berbahan dasar Aloe vera di Dusun Kalijurang Srigading Sanden
Pengabdian/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 : Arum Indrasari, Dra., M.Buss(inAcc)., Akt.
NIDN : 0512076702
Jabatan Fungsional : Lektor
Program Studi/Fakultas : Akuntansi

Nama : Muhammad Hasbi Asyidiqi
NIM : 20200410186
Prodi : S1 Manajemen

Mitra : UMKM Aloe vera
Nama Mitra : Suhartono
Kepakaran : Kepala Dusun

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

Aloe Vera atau Lidah Buaya sudah dikenal sebagai bahan kecantikan, baik untuk kulit maupun rambut. Banyak produk kecantikan menggunakan lidah buaya sebagai bahan utama, umumnya dalam bentuk Gel yang khasiatnya membersihkan wajah dan menghilangkan jerawat. Selain untuk kecantikan, ada manfaat lain yang belum dikenal kalangan umum, yaitu sebagai minuman sehat. Di dusun Kalijurang terdapat UMKM yang mengolah produk berbahan dasar Aloe vera menjadi minuman, namun terdapat beberapa kendala yang terdapat pada UMKM tersebut antara lain pada kemasan produk, label maupun pemasaran.

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.

Tujuan khusus yang ingin dicapai dalam kegiatan ini adalah untuk membantu UMKM lebih mandiri dan meningkatkan daya saing. UMKM yang didampingi adalah Usaha minuman yang terletak di dusun Kalijurang Sanden Srigading Bantul. Berdasarkan hasil observasi UMKM ini kurang memiliki daya saing, karena kondisi dari tahun ke tahun relatif sama, padahal persaingan usaha minuman, 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.

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

Rebranding, Pemasaran Online, Aloe vera

10. HASIL PELAKSANAAN PENGABDIAN

Kegiatan ini dilaksanakan di Dusun Kalijurang Sanden Srigading Bantul. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dibantu 9 orang mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan UMKM aloe vera 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 minuman makanan berbahan dasar Aloe vera, pengemasan dan pemasaran produk mereka. Dimana tadinya dalam pengemasan masih sangat sederhana bahkan tanpa label dan pemasaran masih dilakukan seadanya, serta produk yang awalnya hanya minuman kemudian dengan pengabdian ini bertambah dengan produk makanan ringan berupa BASRENG dengan berbagai varian rasa. Kegiatan yang lain adalah membuat label bagi UMKM, mengganti kemasan menjadi lebih marketable, foto produk untuk dipasang di sosial media dan melakukan workshop 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 dan pemakaian kemasan ziplock dan standing pouch.
- b. Terlaksananya pengolahan aloe vera tidak hanya menjadi produk minuman, natadecoco, namun juga menjadi produk makanan berupa basreng dari aloe vera
- c. Adanya foto produk yang akan diupload di sosial media dan terselenggarakannya pelatihan mengenai bagaimana cara memaksimalkan pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan produk (workshop digital marketing).
- d. Tersedianya alat pengemas produk dan label usaha,

11. KESIMPULAN PENGABDIAN

1. Kegiatan pengabdian ini membawa dampak signifikan bagi UMKM terkait dengan pengetahuan tentang rebranding produk (desain *packaging* maupun label produk) maupun diversifikasi produk
2. Pada produk aloe vera pengembangan dari produk minuman ke makanan berupa basreng bisa meningkatkan kreatifitas masyarakat walau di rumah saja dengan bahan yang ada di rumah, yang nantinya bisa menjadi pemasukan bagi masyarakat
3. 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.

12. STATUS LUARAN WAJIB

Submit ke jurnal Gema Ngabdi

13. DOKUMEN LUARAN WAJIB

PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DAN PELUANG UMKM

MELALUI BRANDING PRODUK DAN PROMOSI ONLINE

MINUMAN MAKANAN BERBAHAN DASAR ALOEVERA

DI DUSUN KALIJURANG SRIGADING SANDEN BANTUL

Erni Suryandari Fathmaningrum*
Arum Indrasari

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

*Alamat korespondensi : erni.suryandari34@gmail.com

RINGKASAN

Aloe Vera atau Lidah Buaya sudah dikenal sebagai bahan kecantikan, baik untuk kulit maupun rambut. Banyak produk kecantikan menggunakan lidah buaya sebagai bahan utama, umumnya dalam bentuk Gel yang khasiatnya membersihkan wajah dan menghilangkan jerawat. Selain untuk kecantikan, ada manfaat lain yang belum dikenal kalangan umum, yaitu sebagai minuman sehat. Di dusun Kalijurang terdapat UMKM yang mengolah produk berbahan dasar Aloe vera menjadi minuman, namun terdapat beberapa kendala yang terdapat pada UMKM tersebut antara lain pada kemasan produk, label maupun pemasaran.

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.

Tujuan khusus yang ingin dicapai dalam kegiatan ini adalah untuk membantu UMKM lebih mandiri dan meningkatkan daya saing. UMKM yang didampingi adalah Usaha minuman yang terletak di dusun Kalijurang Sanden Srigading Bantul. Berdasarkan hasil observasi UMKM ini kurang memiliki daya saing, karena kondisi dari tahun ke tahun relatif sama, padahal persaingan usaha minuman, 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.

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: Rebranding, Pemasaran Online, Aloe vera

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. 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 ini, dapat dilihat beberapa warganya menggantungkan sektor ekonominya pada sektor produksi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), mulai dari terdapat UMKM makanan ringan termasuk minuman. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, alasan dibalik terpilihnya mitra ini karena terdapat sejumlah masalah yaitu produk minuman berbahan dasar aloevera yang diproduksi di UMKM di dusun Kalijurang Sanden Srigading Bantul label kemasannya masih sangat sederhana yang dimasukkan di dalam plastik akua gelas. 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 minuman berbahan dasar aloevera 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 Kalijurang Sanden Srigading Bantul dengan melibatkan 9 (sembilan) 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 izin kepada aparat setempat, kemudian penjangkaran untuk UMKM terkait. Sosialisasi kegiatan kepada UMKM aloevera. Tim Pengabdian melakukan silaturahmi, pengenalan 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 aloevera 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 UKM. 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 hand sealer yang akan digunakan untuk packing kemasan produk.
2. Pelaksanaan introduksi meliputi introduksi label dan kemasan yang sudah disepakati dan akan digunakan oleh UMKM. Selain itu Tim Pengabdian juga memperkenalkan hand sealer, cara menggunakan hand sealer pada kemasan dan cara melakukan perawatan termasuk mengganti kawat pemanas.
3. Pelaksanaan diversifikasi dari produk yang tadinya hanya berupa minuman kemudian dikembangkan dengan makanan berupa basreng berbahan dasar Aloe vera
4. Pelatihan kewirausahaan dan digital marketing, yang meliputi cara menjalankan usaha agar bisa tetap eksis, dengan cara membuat packaging menjadi lebih menarik, foto produk dan cara melakukan penjualan secara online
5. Pemasaran produk makanan minuman melalui WA, instagram, facebook maupun media sosial lainnya

HASIL PELAKSANAAN PENGABDIAN

Kegiatan ini dilaksanakan di Dusun Kalijurang Sanden Srigading Bantul. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dibantu 9 orang mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan UMKM aloevera 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 minuman makanan berbahan dasar Aloe vera, pengemasan dan pemasaran produk mereka. Dimana tadinya dalam pengemasan masih sangat sederhana bahkan tanpa label dan pemasaran masih dilakukan seadanya, serta produk yang awalnya hanya minuman kemudian dengan pengabdian ini bertambah dengan produk makanan ringan berupa BASRENG dengan berbagai varian rasa. Kegiatan yang lain adalah membuat label bagi UMKM, mengganti kemasan menjadi lebih marketable, foto produk untuk dipasang di sosial media dan

melakukan workshop 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 dan pemakaian kemasan ziplock dan standing pouch.
- b. Terlaksananya pengolahan aloevera tidak hanya menjadi produk minuman, natadecoco, namun juga menjadi produk makanan berupa basreng dari aloevera
- c. Adanya foto produk yang akan diupload di sosial media dan terselenggarakannya pelatihan mengenai bagaimana cara memaksimalkan pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan produk (workshop digital marketing).
- d. Tersedianya alat pengemas produk dan label usaha,

Berikut Foto foto kegiatan:



Gambar 1. Kegiatan Workshop Kewirausahaan dan Digital Marketing



Gambar 2. Kegiatan pelatihan produk aloevera



Gambar 3. Foto produk Basreng aloevera



Gambar 4. Foto Label Produk Aloe vera



Gambar 5. Foto Produk Minuman Aloe vera

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 rebranding produk (desain *packaging* maupun label produk) maupun diversifikasi produk

2. Pada produk aloe vera pengembangan dari produk minuman ke makanan berupa basreng bisa meningkatkan kreatifitas masyarakat walau di rumah saja dengan bahan yang ada di rumah , yang nantinya bisa menjadi pemasukan bagi masyarakat
3. 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 terutama UMKM yang ada harus merubah pola pikirnya dalam pengembangan atau diversifikasi produk dan dengan melihat perkembangan teknologi informasi khususnya media sosial sebagai bagian dari pemasaran produk mereka.
2. Masyarakat harus lebih antusias dan bertindak sebagai motivator yang membantu memecahkan masalah dan membantu membangun desa dan UMKM Dusun Kalijurang 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 TERIMA KASIH

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 Kalijurang Srigading Sanden Bantul, UMKM aloe vera 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](http://www.bisnis.liputan6.com/read/211381/ukm-99-masih-dominasi-perusahaan-diIndonesia), diakses tanggal 23 Februari 2016
2. Hendrawati. 2017. Proses Industri Berbahan Baku Tanaman Aloe Vera, Diterbitkan oleh: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI) Jln. Jomblangan Gg. Ontoseno B.15 RT 12/30 Banguntapan Bantul DI Yogyakarta Email/FB : psambiru@gmail.com website: www.cetakbuku.biz/www.samudrabiru.co.id Phone: 0813-2752-4748 <https://tekim.umj.ac.id/wp-content/uploads/2018/03/Tri-YuniHendrawati-Industri-Aloe-Vera-ebook.pdf>
3. 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.
4. 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>
5. Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, M., Zoraifi, R., & Hantoro, S. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui

Pelatihan Kewirausahaan dan Pemasaran Digital Pada BUMDes Blulukun Gemilang.
Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat 2021 327 Kumawula : Jurnal
Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(1), 8–14

6. Purwidianoro, MH; Kristanto, FD; dan Hadi, Widiyanto, 2016, Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UMK), Jurnal Eka Cida, Vol. 1, No. 1, Maret 2016, hlm 30-39
7. 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
8. Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha UMKM Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(1), 108–123. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
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. Siswanto, Tito, 2013, “Optimalisasi Sosial media sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah”, Jurnal Liquidity, Vol. 2, No. 1, Januari – Juni 2013, hlm. 80-86
11. Susanta, Gatut dan M. Azrin Syamsudin, 2009, Cara Mudah Mendirikan dan Mengelola UMKM, Jakarta: Raih Asa Sukses
12. Verisign, 2013, Benefits and Barriers of Bringing A Small Business Online: Perspective from Global Small Business
13. Wardani, Dewi Kusuma; Nugraha, Simon P, 2019, Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Kelompok Usaha Dappika dan Osaka, Jurnal Stmikelahma. ac.id
14. 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>
15. Wirda, F., Herizon, & Putra, T. J. (2020). Penguatan Daya Saing UKM Pada Usaha Makanan Khas Daerah Sumatera Barat. Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(4), 579–587. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i4.4165>

14. LINK LUARAN WAJIB

<https://youtu.be/GRWROPie3DQ>

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. Hendrawati. 2017. Proses Industri Berbahan Baku Tanaman Aloe Vera, Diterbitkan oleh: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI) Jln. Jomblangan Gg. Ontoseno B.15 RT 12/30 Banguntapan Bantul DI Yogyakarta Email/FB : psambiru@gmail.com website: www.cetakbuku.biz/www.samudrabiru.co.id Phone: 0813-2752-4748 <https://tekim.umj.ac.id/wp-content/uploads/2018/03/Tri-YuniHendrawati-Industri-Aloe-Vera-ebook.pdf>
3. 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.
4. 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>
5. Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, M., Zoraifi, R., & Hantoro, S. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan dan Pemasaran Digital Pada BUMDes Blulukun Gemilang. *Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2021 327 *Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 8–14
6. Purwiantoro, MH; Kristanto, FD; dan Hadi, Widiyanto, 2016, Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UMK), *Jurnal Eka Cida*, Vol. 1, No. 1, Maret 2016, hlm 30-39
7. 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
8. Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha UMKM Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108–123. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
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. Siswanto, Tito, 2013, “Optimalisasi Sosial media sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah”, *Jurnal Liquidity*, Vol. 2, No. 1, Januari – Juni 2013, hlm. 80-86
11. Susanta, Gatut dan M. Azrin Syamsudin, 2009, Cara Mudah Mendirikan dan Mengelola UMKM, Jakarta: Raih Asa Sukses
12. Verisign, 2013, Benefits and Barriers of Bringing A Small Business Online: Perspective from Global Small Business
13. Wardani, Dewi Kusuma; Nugraha, Simon P, 2019, Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Kelompok Usaha Dappika dan Osaka, *Jurnal Stmikelahma. ac.id*

14. 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>
15. Wirda, F., Herizon, & Putra, T. J. (2020). Penguatan Daya Saing UKM Pada Usaha Makanan Khas Daerah Sumatera Barat. Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(4), 579–587. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i4.4165>

20. LAMPIRAN-LAMPIRAN

A. SURAT KESEDIAAN MITRA

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

Yang bertandatangan di bawah ini;

Nama : Suhartono

Pimpinan Mitra : Produk Minuman Aloe vera

Alamat : Kalijurang Srigading Sanden bantul

menyatakan Bersedia untuk Bekerjasama dengan Pelaksana Kegiatan Program Pengabdian Masyarakat

Nama Ketua Tim Pengusul : Eri Suryandari Fathmaningrum, SE, M.Si

Program Studi : Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Pengabdian : Peningkatan Ekonomi Masyarakat dan Peluang UMKM melalui Branding Produk dan Promosi On Line Minuman Berbahan dasar Aloe vera di Dusun Kalijurang Srigading Sanden

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 sepenuhnya.

Yogyakarta, 10 Januari 2023

Yang menyatakan,



(Suhartono)

B. BERITA ACARA HIBAH BARANG

**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)

Lampiran Berita Acara Serah Terima Hibah Barang

Dari DPL KKN Kepada Pemilik UMKM Aloe vera

Tanggal 1 Februari 2023

Daftar Barang :

No	Barang		Perolehan				Keterangan
	Nama	Merek, Type, Spek	Th	Jml	Harga	Juml Harga	
1	Wajan Kuall Jumbo 80 cm stal'ess steel	Calypso		1	550.000	550.000	
2	Impulse Sealer mesin press plastik	Double leopard SP 300H aluminium		1	600.000	600.000	
3	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 Aloe vera
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 Aloe vera 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,



10000
METERAI
TEMPEL
24EF7A0X129734730

(Suhartono)