

LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN MASYARAKAT SKEMA KKN - PPM

**PENGEMBANGAN POTENSI UMKM DI MASA PANDEMI MELALUI
DIVERSIFIKASI PRODUK, REBRANDING DAN PENGELOLAAN MEDIA
DIGITAL DI DUSUN GUNUNGSAREN LOR TRIMURTI SRANDAKAN
BANTUL**

Erni Suryandari Fathmaningrum, S.E., M.Si.	(0522037001)
Alek Murtin, S.E., M.Si. Akt., CA.	(0503016901)
Arum Indrasari, Dra., M.Buss(inAcc)., Akt.	(0512076702)
Shinta Rara Tri Laksana	(20190410456)
Listiyarini	(20190530201)
Muhamad Dzulfikar	(20190430197)
Senja Rahmadani P	(20190430229)
Kiki Rizki Oktafiandri	(20190610155)
Muhamad Albi Sa'af	(20190220024)
Putri Sherin	(20190220096)
Nurul Izzatil Khusna	(20190720034)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

Dibiayai Oleh Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengabdian Masyarakat (LP3M)
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Tahun
Anggaran 2021/2022



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

Pengembangan Potensi UMKM di Masa Pandemi Melalui Diversifikasi Produk, Rebranding dan Pengelolaan Media Digital di Dusun Gunungsaren Lor Trimurti Srandakan 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	
Alek Murtin, S.E., M.Si. Akt., CA.	Anggota Pengabdian	membantu survey UMKM , pendampingan UMKM dan menyusun artikel Jurnal
Arum Indrasari, Dra., M.Buss(inAcc)., Akt.	Anggota Pengabdian	membantu pelaksanaan pengabdian, membuat laporan hasil dan review naskah publikasi
Shinta Rara Tri Laksana	Angota Mahasiswa	Pembantu Pelaksana
Listiyarini	Angota Mahasiswa	Pembantu Pelaksana
Muhamad Dzulfikar	Angota Mahasiswa	Pembantu Pelaksana
Senja Rahmadani P	Angota Mahasiswa	Pembantu Pelaksana
Kiki Rizki Oktafiandri	Angota Mahasiswa	Pembantu Pelaksana
Muhamad Albi Sa'af	Angota Mahasiswa	Pembantu Pelaksana
Putri Sherin	Angota Mahasiswa	Pembantu pelaksana
Nurul Izzatil Khususna	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 Gunungsaren Lor	Suwardi	Kadus Gunungsaren Lor

4. LUARAN DAN TARGET CAPAIAN

Luaran Wajib

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

Luaran Tambahan

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

5. 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	Hibah Alat/Barang	Alat press plastik 30 cm	Unit	3	Rp. 300,000	Rp. 900,000
BAHAN	Hibah Alat/Barang	Wajan Plat Baja Jumbo 115 cm	Unit	3	Rp. 500,000	Rp. 1,500,000
BAHAN	Bahan (Habis Pakai)	Cetak dan desain stiker	Unit	200	Rp. 5,000	Rp. 1,000,000
BAHAN	Bahan (Habis Pakai)	Pulsa HP (Ketua, anggota dan 3 pembantu pelaksana	Unit	5	Rp. 100,000	Rp. 500,000
PENGUMPULAN DATA	Biaya Konsumsi Harian	Biaya Komsumsi rapat (makan dan snack) pendampingan branding produk dan digital marketing	OH	15	Rp. 50,000	Rp. 750,000

PENGUMPULAN DATA	Transportasi/BBM	Transport ketua dan pembantu pelaksana	OK(Kali)	3	Rp. 100,000	Rp. 300,000
ANALISIS DATA	Biaya Konsumsi Rapat	Konsumsi rapat pembuatan laporan	OH	4	Rp. 50,000	Rp. 200,000
PELAPORAN, LUARAN WAJIB, DAN LUARAN TAMBAHAN	Article Processing Charge (APC)	Publikasi Jurnal Nasional	Artikel	1	Rp. 1,200,000	Rp. 1,200,000
PELAPORAN, LUARAN WAJIB, DAN LUARAN TAMBAHAN	Biaya Seminar Nasional	Seminar Nasional	Paket	1	Rp. 1,000,000	Rp. 1,000,000
BAHAN	Bahan (Habis Pakai)	Bahan bahan untuk	Unit	1	Rp. 400,000	Rp. 400,000
Jenis Pembelian	Komponen	Item	Satuan	Vol.	Harga Satuan	Total
		diversifikasi olahan tahu				
ANALISIS DATA	Honorarium Narasumber	Narasumber pendampingan UMKM	OJ	1	Rp. 250,000	Rp. 250,000

5. LEMBAR PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR PENGABDIAN MASYARAKAT SKEMA:

Judul : Pengembangan Potensi UMKM di Masa Pandemi Melalui Diversifikasi Produk, Rebranding dan Pengelolaan Media Digital di Dusun Gunungsaren Lor Trimurti Srandakan Bantul

Pengabdi/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 : Alek Murtin, S.E., M.Si. Akt., CA.
NIDN : 0503016901
Jabatan Fungsional : Lektor
Program Studi/Fakultas : Akuntansi

Nama : Arum Indrasari, Dra., M.Buss(inAcc)., Akt.
NIDN : 0512076702
Jabatan Fungsional : Lektor
Program Studi/Fakultas : Akuntansi

Nama : Shinta Rara Tri Laksana
NIM : 20190410456
Prodi : S1 Manajemen

Nama : Listiyarini
NIM : 20190530201
Prodi : S1 Ilmu Komunikasi

Nama : Muhamad Dzulfikar
NIM : 20190430197
Prodi : S1 Ekonomi

Nama : Senja Rahmadani P
NIM : 20190430229
Prodi : S1 Ekonomi

Nama : Kiki Rizki Oktafiandri
NIM : 20190610155
Prodi : S1 Hukum

Nama : Muhamad Albi Sa'af
NIM : 20190220024
Prodi : S1 Agribisnis

Nama : Putri Sherin
NIM : 20190220096
Prodi : S1 Agribisnis

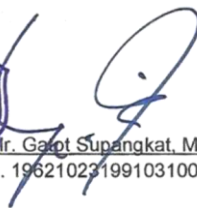
Nama : Nurul Izzatil Khusna
NIM : 20190720034
Prodi : S1 Pendidikan Agama Islam

Mitra : UMKM Gunungsaren Lor
Nama Mitra : Suwardi
Kepakaran : Kadus Gunungsaren Lor

Biaya : Rp. 8,000,000

Yogyakarta, 04 Juni 2022

Mengetahui,
Kepala LPM,

 
Dr. Ir. Gatot Supangkat, MP., IPM
NIP. 196210231991031003

6. RINGKASAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah suatu bentuk pendidikan dengan cara memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa untuk berinteraksi dengan masyarakat di luar kampus, dan secara langsung mengidentifikasi masalah-masalah serta membantu menangani permasalahan yang dihadapi masyarakat dalam pembangunan wilayah di lokasi KKN.

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta mengadakan KKN dengan melihat potensi apa yang ada di lokasi KKN yang dapat di jadikan potensi dalam masa pandemic, salah satunya yaitu dengan melakukan pengembangan makanan yang berbahan dasar tahu dan produk olahan ikan serta bakpia. Kegiatan ini mencoba mengembangkan makanan dari UMKM yang menghasilkan produk tahu serta olahan ikan dan bakpia, terutama pada perbaikan kemasan, label dan pemasaran

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) 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 variatif dalam mengolah produknya, dan meningkatkan daya saing. Kegiatan ini ditujukan membantu UMKM yang berbahan dasar tahu, olahan ikan dan bakpia di dusun Gunungsaren Lor Trimurti Srandakan Bantul. Karena berdasarkan hasil observasi UMKM ini kurang memiliki daya saing, dikarenakan kondisi dari tahun ke tahun relatif sama, produk olahan hanya tahu mentah tanpa diolah menjadi bentuk makanan yang marketable, padahal persaingan usaha makanan, semakin hari semakin ketat.

Beberapa permasalahan yang ada pada UMKM antara lain jenis produk tahu yang dihasilkan masih berupa tahu mentah dan belum dimodifikasi secara maksimal menjadi olahan makanan dengan banyak varian, kemudian untuk produk olahan ikan dan bakpia 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; diversifikasi olahan tahu, memberi label kemasan yang menarik; 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 UMKM 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.

7. KEYWORDS

Diversifikasi, Rebranding, Media Digital

8. HASIL PELAKSANAAN PENGABDIAN

Kegiatan ini dilaksanakan di Dusun Gunungsaren Lor Trimurti Srandakan Bantul. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dibantu 8 orang mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan 3 UMKM yaitu tahu, olahan ikan dan bakpia sebagai 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 produk tahu, pengemasan dan pemasaran produk mereka baik tahu, olahan ikan dan bakpia. Dimana tadinya dalam pengemasan masih sangat sederhana bahkan tanpa label dan pemasaran masih dilakukan seadanya. Kegiatan yang lain adalah membuat label bagi UMKM, foto produk utk dipasang di sosial media dan melakukan workshop Digital marketing. Hasil dari kegiatan ini sangat dirasakan manfaatnya oleh khususnya UMKM tersebut yaitu UMKM tahu, olahan ikan dan bakpia, 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 tahu menjadi berbagai varian: perkedel tahu, nugget tahu
- 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 Digital Marketing



Gambar 2. Kegiatan di produk olahan ikan Nugs Food



Gambar 3. Foto produk olahan ikan



Gambar 4. Kemasan baru Bakpia Supardi dan tas



Gambar 5. Foto Produk Bakpia Supardi



Gambar 6. Logo Tahu Pak Pujo



Gambar 7. Foto Produk tahu Pak Pujo

9. KESIMPULAN PENGABDIAN

- a. Kegiatan pengabdian ini membawa dampak signifikan bagi UMKM terkait dengan pengetahuan tentang rebranding produk (desain *packaging* maupun label produk)
- b. Pada produk tahu pengembangan makan yang berbahan dasar tahu bisa meningkatkan kreatifitas masyarakat walau diruma saja dengan bahan yang ada di rumah , yang nantinya bisa menjadi pemasukan bagi masyarakat
- c. Adanya pelatihan kewirausahaan dan digital marketing juga merubah pola pikir dan cara pandang 3 UMKM tersebut dalam memasarkan produk, tidak hanya secara tradisional namun memanfaatkan media sosial guna mempromosikan produk secara online.

10. STATUS LUARAN WAJIB

Publikasi: akan mengikuti semnas abdimas UMY, sudah dibuat draft Publikasi Media Massa:

https://kumparan.com/umylpm/1yGKmG7vN5F?utm_source=Desktop&utm_medium=copy-to-clipboard&shareID=xN0fYFySe1d5

Video kegiatan: https://youtu.be/hjm_jxCeKkop

11. DOKUMEN LUARAN WAJIB

**Pengembangan Potensi UMKM di Masa Pandemi Melalui Diversifikasi Produk,
Rebranding dan Pengelolaan Media Digital di Dusun
Gunungsaren Lor Trimurti Srandakan Bantul**

Erni Suryandari Fathmaningrum
Alex Murtin
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

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah suatu bentuk pendidikan dengan cara memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa untuk berinteraksi dengan masyarakat di luar kampus, dan secara langsung mengidentifikasi masalah-masalah serta membantu menangani permasalahan yang dihadapi masyarakat dalam pembangunan wilayah di lokasi KKN.

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta mengadakan KKN dengan melihat potensi apa yang ada di lokasi KKN yang dapat dijadikan potensi dalam masa pandemic, salah satunya yaitu dengan melakukan pengembangan makanan yang berbahan dasar tahu dan produk olahan ikan serta bakpia. Kegiatan ini mencoba mengembangkan makanan dari UMKM yang menghasilkan produk tahu serta olahan ikan dan bakpia, terutama pada perbaikan kemasan, label dan pemasaran

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) 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 variatif dalam mengolah produknya, dan meningkatkan daya saing. Kegiatan ini ditujukan membantu UMKM yang berbahan dasar tahu, olahan ikan dan bakpia di Dusun Gunungsaren Lor Trimurti Srandakan Bantul. Karena berdasarkan hasil observasi UMKM ini kurang memiliki daya saing, dikarenakan kondisi dari tahun ke tahun relatif sama, produk olahan hanya tahu mentah tanpa diolah menjadi bentuk makanan yang marketable, padahal persaingan usaha makanan, semakin hari semakin ketat.

Beberapa permasalahan yang ada pada UMKM antara lain jenis produk tahu yang dihasilkan masih berupa tahu mentah dan belum dimodifikasi secara maksimal menjadi olahan makanan dengan banyak varian, kemudian untuk produk olahan ikan dan bakpia 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; diversifikasi olahan tahu, memberi label kemasan yang menarik; 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 UMKM 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: Diversifikasi, Rebranding, Media Digital

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).

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).

Di dusun Gunungsaren Lor ini, dapat dilihat beberapa warganya menggantungkan sektor ekonominya pada sektor produksi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), mulai dari terdapat UMKM makanan ringan dan berbagai macam UMKM Kerajinan. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, alasan dibalik terpilihnya mitra ini karena terdapat sejumlah masalah yaitu tahu yang diproduksi di UMKM di dusun Gunungsaren Lor Trimurti Srandakan Bantul masih berupa tahu mentah yang belum diolah mejadi cemilan ataupun produk makanan jadi, di samping itu label kemasannya masih sangat sederhana yang dimasukkan di dalam plastic dan tidak berlabel. UMKM tersebut juga mengemas menggunakan plastik kemasan biasa yang 'dikunci' menggunakan karet gelang maupun stapler. 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 menyebabkan terjadinya penurunan produksi. Sedangkan pada produk olahan ikan dan bakpia belum berlabel dan kemasan masih sangat sederhana, serta pemasaran masih tradisional .

Produk tahu ini hanya dipasarkan ke warung dan pasar, padahal sesungguhnya memiliki prospek dan peluang yang baik, demikian juga dengan olahan ikan dan bakpia. Berdasarkan kondisi itu bisa dikatakan bahwa UMKM kurang kreatif mengolah bahan tahu dan olahan ikan tersebut serta masih sangat sederhana dalam pengemasan maupun pemasarannya. Hal ini dikarenakan rendahnya pengetahuan dan kemampuan untuk melakukan diversifikasi produk dan 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) produk yang belum diolah secara maksimal menjadi aneka olahan, (2) label kemasan yang masih sederhana dan 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) Diversifikasi Produk (2) memberikan pendampingan di dalam perbaikan terhadap label kemasan dan perbaikan terhadap kemasan produk (baik tahu maupun olahan ikan dan bakpia), (3) introduksi hand sealer, dan (4) kegiatan pelatihan pengolahan tahu menjadi berbagai makanan olahan dan pelatihan kewirausahaan (digital marketing) serta (5) membantu pembuatan media pemasaran melalui media sosial seperti Whatsap, Facebook, Instagram.

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah penguatan daya saing melalui diversifikasi produk, pemberian label produk serta perbaikan kemasan agar UMKM dapat berkembang lebih baik, terutama pada segi pemasaran dan memberikan efek yang positif bagi lingkungan sekitar serta mengangkat tahu, olahan ikan dan bakpia menjadi makanan yang berkelas.

Program-program dan kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan disesuaikan dengan kebutuhan UMKM tersebut. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Dusun Gunungsaren Lor Trimurti Srandakan Bantul dengan melibatkan 8 (delapan) mahasiswa.

Target dan tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan ini adalah penguatan daya saing melalui diversifikasi produk, 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.

Berdasarkan uraian diatas, maka program pengabdian yang akan dilakukan untuk membantu memecahkan masalah dengan melaksanakan pengabdian masyarakat dengan disusun program pengabdian sebagai berikut:

1. Sosialisasi dan koordinasi program pengabdian masyarakat

Kegiatan ini dilakukan untuk saling memberikan informasi dan menyepakati secara bersama antara UMKM dan pengabdian atas program program yang akan dilaksanakan.

2. Melakukan pengolahan produk tahu menjadi aneka makanan

3. Melakukan *Re-Branding* produk (desain *packaging*), Pemberian label dan Foto produk

4. Sosialisasi dan pelatihan *digital marketing*, untuk memberikan pengetahuan bagi para pelaku UMKM serta membantu pembuatan media pemasaran melalui media sosial seperti Whatsap, Facebook, Instagram.

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 ke 3 UMKM. 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 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.
 - Pelatihan pengolahan produk tahu mentah menjadi aneka masakan
 - Tim Pengabdian juga mengenalkan kemasan yang bersifat marketable yang tersedia di pasaran, dan menjelaskan kelebihan maupun kekurangan dari masing-masing jenis kemasan.
2. Pelaksanaan introduksi meliputi introduksi label dan kemasan yang sudah disepakati dan akan digunakan oleh UMKM, juga dilakukan foto produk
3. Pelatihan kewirausahaan, yang meliputi cara menjalankan usaha agar bisa tetap eksis di saat pandemi Covid-19, cara membuat packaging menjadi lebih menarik, foto produk dan cara melakukan penjualan secara online.
4. Membantu pembuatan media pemasaran melalui media sosial seperti Whatsap, Facebook, Instagram.

HASIL PELAKSANAAN PENGABDIAN

Kegiatan ini dilaksanakan di Dusun Gunungsaren Lor Trimurti Srandakan Bantul. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dibantu 8 orang mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan 3 UMKM yaitu tahu, olahan ikan dan bakpia sebagai 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 produk tahu, pengemasan dan pemasaran produk mereka baik tahu, olahan ikan dan bakpia. Dimana tadinya dalam pengemasan masih sangat sederhana bahkan tanpa label dan pemasaran masih dilakukan seadanya. Kegiatan yang lain adalah membuat label bagi UMKM, foto produk utk dipasang di sosial media dan melakukan workshop Digital marketing. Hasil dari kegiatan ini sangat dirasakan manfaatnya oleh khususnya UMKM tersebut yaitu UMKM tahu, olahan ikan dan bakpia, 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 tahu menjadi berbagai varian: perkedel tahu, nugget tahu
- 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 Digital Marketing



Gambar 2. Kegiatan di produk olahan ikan Nugs Food



Gambar 3. Foto produk olahan ikan



Gambar 4. Kemasan baru Bakpia Supardi dan tas



Gambar 5. Foto Produk Bakpia Supardi



Gambar 6. Logo Tahu Pak Pujo



Gambar 7. Foto Produk tahu Pak Pujo

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)
2. Pada produk tahu pengembangan makan yang berbahan dasar tahu bisa meningkatkan kreatifitas masyarakat walau dirumah 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 3 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 Klurahan Trimurti Srandakan 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. Srandakan, pihak Pemerintah Desa (Kepala Desa Trimurti) , Mahasiswa KKN-PPM UMY dan masyarakat dusun Gunungsaren Lor Trimurti Srandakan Bantul, UMKM tahu, ikan dan bakpia serta pihak LP3M UMY atas dukungannya sehingga terlaksananya kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

1. 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.
2. 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>
3. 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.12.2.2.84-290>
4. Mahmudi, A Aviv; Suryandani, Wulan, 2018, Strategi Pengembangan UKM Kripik Tempe Desa Tahunan Kecamatan Sale Kabupaten Rembang, Prosiding Seminar Nasional Unimus.
5. Nasution, Z. A., & Limbong, H. P. (2018). Kajian Faktor-Faktor Penguat Usaha Pengembangan UKM Makanan Ringan. Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, 29, 195–201.
6. 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 Blulukan Gemilang. Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat 2021 327 Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(1), 8–14
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. 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
9. 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
10. 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>
11. 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>
12. Siswanto, Tito, 2013, “Optimalisasi Sosial media sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah”, Jurnal Liquidity, Vol. 2, No. 1, Januari – Juni 2013, hlm. 80-86
13. Susanta, Gatut dan M. Azrin Syamsudin, 2009, Cara Mudah Mendirikan dan Mengelola UMKM, Jakarta: Raih Asa Sukses
14. Utari, D. T. (2016). Manajemen Pemasaran : Kasus dalam Pengembangan Pasar Wisata Kuliner Tradisional Betawi. CV Pena Persada.
15. Verisign, 2013, Benefits and Barriers of Bringing A Small Business Online: Perspective from Global Small Business
16. Wardani, Dewi Kusuma; Nugraha, Simon P, 2019, Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Kelompok Usaha Dappika dan Osaka, Jurnal Stmikelahma. ac.id

17. 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>
18. 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>

12. LINK LUARAN WAJIB

Publikasi: akan mengikuti semnas abdimas UMY, sudah dibuat draft Publikasi Media Massa:

https://kumparan.com/umylpm/1yGKmG7vN5F?utm_source=Desktop&utm_medium=copy-to-clipboard&shareID=xN0fYFySe1d5

Video kegiatan: https://youtu.be/hjm_jxCeKkop

13. STATUS LUARAN TAMBAHAN

-

14. DOKUMEN LUARAN TAMBAHAN

-

15. LINK LUARAN TAMBAHAN

-

16. PERAN MITRA

Melaksanakan Program Pengabdian

17. DAFTAR PUSTAKA

1. 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.
2. 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>
3. 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>
4. Mahmudi, A Aviv; Suryandani, Wulan, 2018, Strategi Pengembangan UKM Kripik Tempe Desa Tahunan Kecamatan Sale Kabupaten Rembang, Prosiding Seminar Nasional Unimus.
5. Nasution, Z. A., & Limbong, H. P. (2018). Kajian Faktor-Faktor Penguat Usaha Pengembangan UKM Makanan Ringan. Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, 29, 195–201.

6. 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 Blulukan Gemilang. Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat 2021 327 Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(1), 8–14
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. 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
9. 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
10. 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>
11. 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>
12. Siswanto, Tito, 2013, “Optimalisasi Sosial media sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah”, Jurnal Liquidity, Vol. 2, No. 1, Januari – Juni 2013, hlm. 80-86
13. Susanta, Gatut dan M. Azrin Syamsudin, 2009, Cara Mudah Mendirikan dan Mengelola UMKM, Jakarta: Raih Asa Sukses
14. Utari, D. T. (2016). Manajemen Pemasaran : Kasus dalam Pengembangan Pasar Wisata Kuliner Tradisional Betawi. CV Pena Persada.
15. Verisign, 2013, Benefits and Barriers of Bringing A Small Business Online: Perspective from Global Small Business
16. Wardani, Dewi Kusuma; Nugraha, Simon P, 2019, Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Kelompok Usaha Dappika dan Osaka, Jurnal Stmikelrahma. ac.id
17. 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>
18. 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>.

18. LAMPIRAN-LAMPIRAN

A. SURAT KESEDIAAN MITRA

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

Yang bertandatangan di bawah ini;

Nama : Suwardi
Pimpinan Mitra : UMKM Gunungsaren Lor
Alamat : Dusun Gunungsaren Lor Trimurti Srandakan Bantul

menyatakan **Bersedia untuk Bekerjasama** dengan Pelaksana Kegiatan **Program Pengabdian Masyarakat**

Nama Ketua Tim Pengusul : Erni Suryandari Fathmaningrum
Program Studi : Akuntansi
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Judul Pengabdian : Pengembangan Potensi UMKM di Masa Pandemi Melalui Diversifikasi Produk, Rebranding dan Pengelolaan Media Digital di Dusun Gunungsaren Lor Trimurti Srandakan 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, 20 Desember 2021

Yang menyatakan,



(Suwardi)

B. BERITA ACARA HIBAH BARANG

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

Pada hari Kamis tanggal 12 bulan Februari tahun 2022, yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama : Erni Suryandari Fathmaningrum, SE, M.Si
NIK/NIDN : 0522037001
Jabatan : Dosen Pembimbing Lapangan
Alamat : Jl MGR Sugiyopranoto 17 Melikan Kidul Bantul Yogyakarta
Selanjutnya disebut Pihak Pertama bertindak sebagai dan atas nama perwakilan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Nama : Dwi Nugroho
No. KTP : 3402012004950001
Jabatan : Pemilik UMKM Olahan Ikan dan tahu
Alamat : Dusun Gunungsaren Lor Trimurti Srandakan 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



(Dwi Nugroho)
3402012004950001

Lampiran Berita Acara Serah Terima Hibah Barang
 Dari DPL KKN Kepada Pemilik UMKM olahan ikan dan tahu
 Tanggal 12 Februari 2022
 Daftar Barang :

No	Barang		Perolehan			Keterangan
	Nama	Merek, Type, Spek	Th	Jml	Harga	
1	Impulse Sealer mesin press plastik	Double leopard SP 300W aluminium		3	550.000	Untuk 3 UMKM
2	Penggangan ikan perabel			1	328.000	

Terbilang :

Pihak Pertama

(Erni Suryandari F)
 0522037001

Pihak Kedua



(Dwi Nugroho)
 3402012004950001

**SURAT KETERANGAN
PROGRAM PENGABDIAN PADA MASYARAKAT**

Yang bertandatangan di bawah ini;

Nama : Dwi Nugroho
Pimpinan Mitra : UMKM Olahan Ikan dan Tahu
Alamat : Gunungsaren Lor Trimurti Srandakan Bantul

menyatakan bahwa :

Nama Ketua Tim Pengusul : Erni Suryandari Fathmaningrum SE, M. Si
Program Studi : Akuntansi
Perguruan Tinggi : UMY
Judul Pengabdian : Pengembangan Potensi UMKM di Masa Pandemi Melalui Diversifikasi Produk, Rebranding dan Pengelolaan Media Digital di Dusun Gunungsaren Lor Trimurti Srandakan Bantul

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

Yogyakarta, 19 Februari 2021

Yang menyatakan,



(Dwi Nugroho)