

Empowering MSME Through Digital Marketing and Product Branding in Tugu Selatan Village, Cisarua, Bogor

Nispi Yani Sya'banniah^{1*}, Dwi Gemina², Ade Budi Setiawan³, Imas Noer Septiani⁴, Muhamad Fadel Sukamto⁵
Universitas Djuanda, Bogor
Corresponding Author: Nispi Yani Sya'banniah nispiyani12@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: MSME
Empowerment, Digital
Marketing, Product
Branding

Received : 15, October
Revised : 20, November
Accepted: 26, December

©2023 Sya'banniah, Gemina,
Setiawan, Septiani, Sukamto: This is
an open-access article distributed
under the terms of the [Creative
Commons Atribusi 4.0
Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Community empowerment is an activity to increase community participation in fulfilling life needs and solving problems experienced by the community. This community service was carried out in Tugu Selatan Village, Cisarua District, Bogor Regency. This activity aims to empower MSMEs and provide knowledge and training to business actors in increasing competitiveness in this era of globalization. Because currently the economic conditions have followed the times that all use digital in their business, but many MSMEs do not take advantage of it. The problem faced by these MSMEs is that there is no utilization of digital marketing in promoting their products and no implementation of product branding, and digital marketing training, making social media accounts, and making packaging brand labels are expected to help MSMEs in introducing their products to consumers to increase their competitiveness so that marketing can be done effectively and efficiently.

Pemberdayaan UMKM Melalui Pemasaran Digital dan Branding Produk di Desa Tugu Selatan, Cisarua, Bogor

Nispi Yani Sya'banniah^{1*}, Dwi Gemina², Ade Budi Setiawan³, Imas Noer Septiani⁴, Muhamad Fadel Sukamto⁵

Universitas Djuanda, Bogor

Corresponding Author: Nispi Yani Sya'banniah nispiyani12@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Pemberdayaan UMKM, Digital Marketing, Branding Produk)

Received : 15, October

Revised : 20, November

Accepted: 26, December

©2023 Sya'banniah, Gemina, Setiawan, Septiani, Sukamto: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Pemberdayaan masyarakat merupakan kegiatan peningkatan partisipasi masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan hidup dan menyelesaikan permasalahan yang dialami masyarakat. Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan di Desa Tugu Selatan Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor. Kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM dan memberikan ilmu serta memberikan pelatihan kepada pelaku usaha dalam meningkatkan daya saing di era globalisasi ini. Karena saat ini kondisi perekonomian sudah mengikuti perkembangan zaman yang serba menggunakan digital dalam usahanya, namun banyak UMKM yang tidak memanfaatkannya. Permasalahan yang dihadapi UMKM ini yaitu belum adanya pemanfaatan digital marketing dalam mempromosikan produknya dan belum adanya implementasi dari branding produk, serta pelatihan digital marketing, pembuatan akun sosial media, dan pembuatan label merek kemasan diharapkan dapat membantu UMKM dalam mengenalkan produknya kepada konsumen untuk meningkatkan daya saingnya sehingga pemasaran dapat dilakukan secara efektif dan efisien.

PENDAHULUAN

Pengabdian Masyarakat adalah suatu bentuk pendidikan dengan cara memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa untuk hidup di tengah masyarakat, secara langsung mengidentifikasi dan menangani permasalahan masyarakat serta upaya meningkatkan isi dan bobot pendidikan bagi mahasiswa serta untuk mendapatkan nilai tambah yang lebih besar bagi pendidikan tinggi. Bagi perguruan tinggi penyelenggaraan Pengabdian Desa dilaksanakan dengan maksud meningkatkan relevansi pendidikan tinggi dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat akan IPTEK dan Seni untuk melaksanakan pembangunan serta meningkatkan persepsi mahasiswa tentang relevansi antara materi kurikulum di kampus dengan realita pembangunan dalam masyarakat.

Adapun sasaran dan manfaat penyelenggaraan Pengabdian Masyarakat bagi mahasiswa: (a) memperdalam cara berpikir dan bekerja secara interdisipliner; (b) menghayati dan mengerti kesulitan yang dihadapi oleh masyarakat; dan (c) melatih mahasiswa sebagai dinamisator dan problem solver. Kemudian bagi Masyarakat dan Pemerintah Daerah; (a) memperoleh metode baru dan bantuan pemikiran untuk merencanakan, merumuskan, dan melaksanakan pembangunan; (b) memberi pengalaman dalam menggali serta menumbuhkan potensi swadaya masyarakat sehingga mampu berpartisipasi aktif dalam pembangunan; dan (e) memperoleh manfaat dan bantuan tenaga mahasiswa dalam melaksanakan program pembangunan sebagai tanggung jawabnya.

Bagi Perguruan Tinggi, melalui Pengabdian Masyarakat dapat (a) memperoleh umpan balik sebagai hasil perintegrasian mahasiswa dengan masyarakat, sehingga kurikulum dan pengembangan IPTEK dapat lebih disesuaikan dengan tuntutan nyata pembangunan; (b) melalui kegiatan mahasiswa, dapat menelaah dan merumuskan kondisi nyata bagi pengembangan IPTEKS, serta dapat mendiagnosa secara tepat kebutuhan masyarakat, sehingga IPTEKS yang diamalkan dapat sesuai dengan tuntutan nyata, (d) meningkatkan, memperluas, dan mempererat kerjasama dengan instansi serta departemen lain melalui rintisan kerjasama mahasiswa yang melaksanakan Pengabdian Masyarakat.

Dapat dikatakan bahwa teknologi adalah semacam perpanjangan tangan manusia untuk dapat memanfaatkan alam dan sesuatu yang ada di sekitarnya secara lebih maksimal. dengan begitu, secara sederhana, teknologi bertujuan untuk mempermudah pemenuhan kebutuhan manusia. Hasil dari teknologi tersebut tidak lain UMKM (Usaha Mikro, kecil dan menengah) memiliki peran sangat penting untuk peningkatan perekonomian negara khususnya negara yang masih berkembang. Hal ini karna UMKM menjadi salah satu yang mampu mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia dan mampu meningkatkan pendapatan per kapita atau produk Domestik Bruto (PDB) sehingga menyerap tenaga kerja yang sangat banyak.

UMKM diatur dalam undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam bab 1 (ketentuan Umum). pasal 1 dari undang-undang tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha

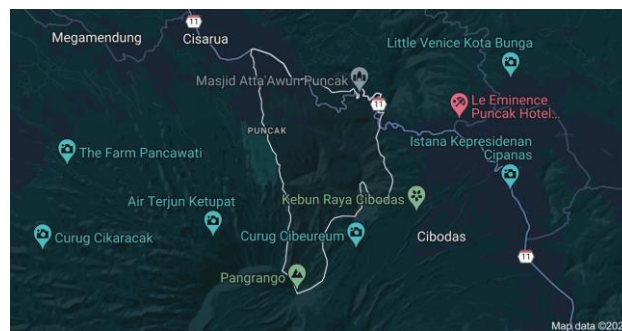
produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro atau usaha besar yang memenuhi kriteria 2 usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang tersebut. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha menengah sebagaimana dimaksud dalam undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM.

Usaha perdagangan adalah suatu kegiatan yang sifatnya melakukan transaksi jual-beli antara pedagang dengan pembeli. Kegiatan usaha ini mengutamakan keuntungan dari penjualnya, yang diputar kembali sebagai modal, biaya distribusi dan operasional. Bisnis ini bisa dimulai dari modal kecil hingga modal besar. Teknologi merupakan sebuah konsep yang berkaitan dengan jenis penggunaan dan pengetahuan tentang alat memberi pengaruh pada kemampuan manusia untuk mengendalikan dan mengubah sesuatu yang ada di sekitarnya.

PELAKSANAAN DAN METODE

Waktu dan Tempat

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama periode bulan Juli-Agustus 2023, bertempat di Desa Tugu Selatan Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor.



Gambar 1. Peta Lokasi KKN Desa Tugu Selatan

Khalayak Sasaran

Masyarakat umum Desa Tugu Selatan, Cisarua dan sasaran khusus Kelompok Usaha, dan Badan usaha milik Desa.

Metode Pengabdian

Pengabdian dilaksanakan dengan beberapa tahapan, meliputi observasi dan kunjungan ke lokasi guna mendapatkan informasi potensi yang dapat dikembangkan dan permasalahan yang harus diselesaikan. Berdasarkan dari

hasil observasi dan wawancara kepada Camat, Kepala Desa, dan Tokoh Masyarakat di Desa Tugu Selatan, maka teridentifikasi beberapa masalah yang dihadapi masyarakat Desa, antara lain:

1. Beberapa Badan Usaha Milik Desa dan kelompok usaha rumah tangga tidak aktif;
2. metode pemasaran masih menggunakan direct marketing sehingga jangkauan pemasaran produk sangat kurang;
3. manajemen dan proses pencatatan keluar masuknya uang masih kurang menyebabkan tidak jelasnya laba rugi dari usaha tersebut;

Selanjutnya menentukan metode pelaksanaan pengabdian yang terimplementasi dalam program-program kerja. Metode pengabdian dibuat secara terpadu meliputi penyuluhan, pelatihan, demonstrasi dan pendampingan kelompok. Kemudian program kerja disusun sebagai upaya memecahkan permasalahan masyarakat seperti :

1. Pembuatan titik lokasi di google maps
2. Pembuatan label merek pada kemasan
3. Pembuatan banner identitas UMKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kerja dibuat dan dilaksanakan untuk memecahkan berbagai masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Salah satu UMKM di Desa Tugu Selatan yaitu Warung Jajanan Barokah Ibu Uas adalah sebuah usaha makanan ringan yang menawarkan produk kripik dan basreng yang terbuat dari bahan berkualitas. UMKM Warung Jajanan Barokah ibu Uas didirikan oleh Ibu wasrinah atau lebih dikenal ibu Uas dan sudah berdiri sekitar 5 tahun yang lalu.

Dapat diketahui bahwa UMKM ini memiliki potensi yaitu dari UMKM yang berkembang menjadi UMKM yang unggul dan dapat bersaing dengan UMKM lainnya. Penggunaan bahan baku pilihan membuat cita rasa produk UMKM Warung Jajanan Barokah ibu Uas menjadi lebih enak sehingga diminati masyarakat sekitar dibandingkan dengan produk kripik dan basreng lainnya. Metode pemasaran langsung dimana para seller menjual kripik dan basreng langsung dari satu warung ke warung lainnya. Daerah pemasarannya meliputi daerah desa Tugu Selatan. Usaha Warung jajanan barokah ibu Uas ini secara bertahap terus berkembang hingga memproduksi lebih 500 pcs perhari nya. Namun , manajemen pemasaran yang digunakan ini kurang memanfaatkan digital marketing sebagai sarana penjualan sehingga penjualan belum optimal. Adapun pengertian manajemen pemasaran adalah seni atau ilmu mengenai suatu proses pemilihan target pasar untuk membangun hubungan yang menguntungkan dengan memilih target pasar tersebut (darmanto & wardaya, 2016). oleh karna itu pengabdian ini memberikan arahan kepada UMKM untuk mampu memanfaatkan digital marketing agar target penjualan tercapai.

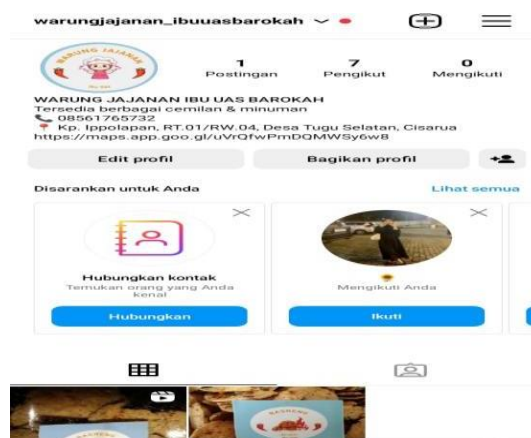
Pendampingan Membuat Sosial Media (DigitalMarketing)

Digital marketing merupakan kegiatan pemasaran melalui aplikasi dari internet dan berhubungan dengan teknologi digital dimana

didalamnyaberhubungan dengan komunikasi tradisional untukmencapai tujuan pemasaran(Chaffey danChadwick, 2016).

Pada dasarnya digital marketingmerupakan kegiatan pemasaran melalui media socialgunameningkatkan target konsumen dan untuk mengetahui profil, perilaku, nilai produk, sertaloyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran (Purwana,Rahmi, &Aditya, 2017). Hal tersebut dapat dicapai untuk meningkatkan pengetahuan tentangkonsumen seperti profil, perilaku, nilai, dan tingkat loyalitas, kemudian menyatukan komunikasi yang ditargetkandan pelayanan online sesuai kebutuhan masing-masing individu. Media digital yang dimaksud yaituseperti sosial media, *web*, *e-mail*, *database*,*mobile/wireless*dan *digital television* dan lainsebagainya.

Sosial media dapat dijadikan sebagai saranapenjualan yang dapat memudahkan konsumendalam transaksi. Menurut Stokes (2013) mengemukakan bahwa media sosial dapatdigunakan sebagai salah satu strategi dalammelakukan pemasaran suatu produk, karenapenggunaan media sosial dapat memberikan komunikasi dua arah yang efektif dan menjangkau masyarakat secara lebih luas, media sosial juga dapat menjadi saluran tambahan layanan pelanggan, dan merupakan salah satu ruang di mana produsen dapat dengan mudah menanggapi, menyebutkan, membuat viral, atau menemukan cara untuk memajukan usaha sendiri. Berikut ini adalah gambar sosial media yang dibuat ketika pelatihan berlangsung:



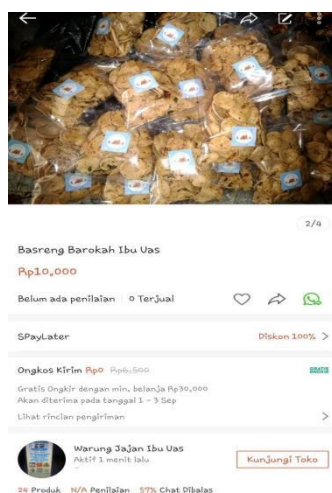
Gambar 2. Sosial Media UMKM Warung jajanan Barokah ibu Uas

Gambar tersebut merupakan pembuatan akun bisnis instagram UMKM Warung Jajanan Barokah ibu Uas sebagai sarana promosi dan penjualan dengan memberikan kesan yang menarik sehingga mencuri perhatian konsumen. Adanya digitalisasi marketing di era modern ini, produsen lebih mudah memasarkan produk meskipun tidak bertemu secara langsung dengan konsumennya. Selama kegiatan pengabdian di UMKM Warung jajan barokah ibu uasberlangsung, kami membantu UMKM memasarkan produk melalui media sosial

Instagram “warungjajanan_ibuuasbarokah” di mana pangsa pasar yang menjadi tujuan kami adalah masyarakat sekitar Sukabumi dan Bogor, dengan harapan penjualan adanya promosi melalui sosial media ini dapat meningkatkan penjualan produk untuk beberapa tahun kedepan, sehingga dapat menjadi contoh bagi UMKM lainnya yang berada di Desa Tugu Selatan. Dan adapun contoh lain dari pemanfaatan perkembangan teknologi yaitu dengan memanfaatkan *marketplace* karna banyak keuntungan yang di dapatkan pelaku UMKM dengan menerapkan bisnis *marketplace* ini seperti :

- a. tidak membutuhkan modal besar, transaksi yang Mudah dan aman,
- b. mempermudah manajemen *inventaris*,
- c. jangkauan konsumen yang lebih luas,
- d. hingga dapat memantau pertumbuhan usaha.

Dengan memanfaatkan teknologi yang semakin maju dan perilaku masyarakat yang mulai beralih menggunakan teknologi, pembuatan akun *marketplace* merupakan cara yang tepat untuk memperkenalkan produk yang kita jual.



Gambar 3. Akun Usaha UMKM Warung jajanan Barokah ibu Uas

Gambar tersebut merupakan contoh akun usaha di salah satu *marketplace* , dimana *marketplace* memiliki fitur-fitur yang dapat memudahkan pelaku bisnis masuk kedalam *platform digital* sehingga penjualan pun dapat meningkat dan keuntungan usaha juga semakin besar.

Google Maps merupakan fitur aplikasi berupa peta yang ada di smartphone sebagai petunjuk arah jalan yang telah ditentukan. Selain itu manfaat dari google maps yaitu dapat menampilkan informasi-informasi penting bisnis UMKM seperti nama, alamat, titik koordinat lokasi di peta, foto produk, nomor kontak, jam layanan, penilaian, serta bisa melihat testimoni dari pelanggan. Pada UMKM ini belum menentukan titik lokasi *google maps*, sehingga belum dikenal oleh masyarakat luas serta sulit ditemui oleh konsumen atau distributor, oleh karena itu pengabdian ini memberikan arahan kepada UMKM untuk membuat titik lokasi di *Google Maps* agar konsumen

mudah mencari dan mengetahui alamat UMKM Keripik dan basreng Ibu Uas. Berikut gambar titik lokasi yang berada di *Google Maps*:



Gambar 4. Titik Lokasi Google Maps
Sumber: Google Maps

(<https://maps.app.goo.gl/d6bFzRN3mFjtPuCHA>)

Pendampingan Membuat Label Kemasan

Brand (merek) adalah nama atau simbol yang bersifat membedakan antara satu produk dengan produk lainnya (seperti sebuah logo, cap, atau kemasan) yang bertujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual atau sebuah kelompok penjual tertentu, dengan demikian dapat lebih mudah membedakan barang dan jasa yang dihasilkan oleh para kompetitor (Aaker, 2018). merek dapat bermanfaat bagi produsen, yaitu sebagai berikut (Tjiptono, 2014):

1. Sarana identifikasi untuk memudahkan proses penanganan atau pelacakan produk bagi perusahaan, terutama dalam pengorganisasian sediaan dan pencatatan akuntansi.
2. Bentuk proteksi terhadap fitur atau aspek produk yang unik.
3. Bagi para pelanggan yang puas, mereka bisa dengan mudah memilih dan membelinya lagi dilain waktu.
4. Sarana menciptakan asosiasi dan makna unik yang membedakan produk dari para pesaing.
5. Sumber keunggulan kompetitif, terutama melalui perlindungan hukum, loyalitas pelanggan, dan citra unik terbentuk dalam benak konsumen.
6. Sumber *financial returns*, terutama menyangkut pendapatan dimasa mendatang

Pada pelaksanaan pengabdian masyarakat di UMKM Warung Jajanan Barokah ibu Uas kami mengidentifikasi bahwa belum adanya penerapan branding produk yang baik, memiliki program kerja salah satunya yaitu pendampingan dalam membuat label kemasan untuk produk. Tujuan dari program kerja ini yaitu agar produk ini lebih dikenal dan konsumen mengetahui berasal darimana produk tersebut sehingga dapat meningkatkan penjualan di kemudian hari. Berikut adalah gambar label kemasan yang akan selalu akan dipasang disetiap penjualan kripik dan basreng dalam kemasan plastik.



Gambar 5. label merek kemasan produk
Warung jajanan Barokah ibu Uas

Dicetak dengan print digital dengan tujuan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Biasanya banner ini dibuat untuk menarik perhatian konsumen sehingga memerlukan desain yang menarik dengan bentuk portrait atau vertical.

Adapun manfaat dari banner diantaranya:

1. Sebagai media informasi, pemasangan banner merupakan cara yang sangat efektif sebagai media informasi kepada masyarakat luas, baik itu banner offline maupun banner di website/ blog.
2. Sebagai media promosi, pemasangan banner menjadi salah satu media promosi. Namun, tentu saja pemasangan banner ini harus di tempat yang strategis dan dapat dilihat oleh masyarakat.
3. Identitas/Ciri Khas, banner menjadi ciri khas dari produk tersebut atau sebagai identitas yang mampu dikenal atau diingat oleh masyarakat sehingga mudah dicari baik itu offline maupun online.

Berbagai macam manfaat dari banner yang telah dikemukakan, akan tetapi Pada UMKM ini belum ada banner yang dipasang baik di tempat lokasi ataupun di online, oleh karena itu pengabdian ini memberikan pendampingan pembuatan banner dari mulai mendesain hingga di print lalu di pasang di online dan offline. Berikut gambar banner UMKM Warung jajanan Barokah ibu Uas.



Gambar 6. Banner Warung Jajanan Barokah Ibu Uas

Pelatihan Laporan Keuangan Sederhana

Laporan keuangan adalah dokumen perusahaan yang memuat laporan mengenai keuangan suatu perusahaan, dalam istilah moneter laporan keuangan menyediakan informasi untuk membantu orang membuat keputusan bisnis berdasarkan informasi tersebut, dengan kata lain laporan keuangan menjelaskan kinerja perusahaan dalam satu periode (Horngren & Harrison, 2017). Pembukuan dalam sebuah usaha merupakan dasar dari sistem akuntansi. Semua jenis usaha baik usaha skala kecil hingga usaha skala besar perlu membuat catatan keuangan.

Pencatatan sederhana terkait dengan kondisi keuangan sebuah usaha sangat berpengaruh pada perkembangan usaha tersebut. Melalui pencatatan laporan keuangan pemilik usaha dalam hal ini UMKM Warung jajanan Barokah Ibu Uas akan dapat melihat kondisi keuangan usaha, mulai dari keuntungan yang didapat, kerugian yang mungkin didapat, perkiraan biaya-biaya yang akan dikeluarkan dan lain sebagainya. Sebelumnya UMKM ini belum mengetahui cara menghitung laba atau rugi, setelah dianalisis dan diteliti maka kegiatan pengabdian ini membantu UMKM sehingga mengetahui posisi keuangannya. Berikut adalah laporan laba/rugi UMKM Warung Jajanan Barokah Ibu Uas per bulan Agustus Tahun 2023:

Laporan Harga Pokok Produksi		
LAPORAN HARGA POKOK PRODUKSI		
UMKM WARUNG JAJAN BAROKAH IBU UAS		
Agustus 2023		
Biaya Bahan Baku		
Bakso Ikan (25 Ball @150.000)	Rp	3.750.000
Bawang Putih (15 Kg @33.000)	Rp	495.000
Tepung Tengu (12 Kg @12.000)	Rp	144.000
Cabai Bubuk Halus (5 Kg @95.000)	Rp	475.000
Cabai Bubuk Kasar (5 Kg @120.000)	Rp	600.000
Bumbu Balado (5 Kg @45.000)	Rp	225.000
Kaldu Jamur (5 Kg @100.000)	Rp	500.000
Minyak Goreng (1000 Liter @20.500)	Rp	20.500.000
Total Biaya Bahan Baku		Rp26.689.000
Biaya Overhead Pabrik		
Gas (70 Unit @23.000)	Rp	1.610.000
Plastik (70 Pack @36.000)	Rp	2.520.000
Tk Tidak Langsung (1 orang)	Rp	750.000
Biaya Listrik	Rp	400.000
Total BOP		Rp 5.280.000
Harga Pokok Produksi		
(Bahan Baku + BOP)	Rp	31.969.000
HPP Per Unit (3000 unit)	Rp	10.656.33
Sumber: Data UMKM Warung Jajan Barokah Ibu Uas, 2023 (dicetak)		

Gambar 7. Laporan Harga Pokok Produksi UMKM Warung Jajanan Barokah Ibu Uas

Laporan Laba Rugi		
LAPORAN LABA RUGI		
UMKM WARUNG JAJAN BAROKAH IBU UAS		
Agustus 2023		
Penjualan (3000 @15.000)	Rp	45.000.000
HPP	Rp	31.969.000
Lab Kotor		Rp 13.031.000
Beban-Beban		
Upah Karyawan (2 orang @705.000)	Rp	1.400.000
Beban Lainnya	Rp	2.500.000
Total Beban		Rp 3.900.000
Lab Bersih		Rp 9.131.000
Sumber: Data UMKM Warung Jajan Barokah Ibu Uas, 2023 (dicetak)		

Gambar 8. Laporan Laba Rugi UMKM Warung Jajanan Barokah Ibu Uas

Laporan keuangan tersebut menunjukkan posisi keuangan UMKM Warung Jajanan Barokah Ibu Uas pada bulan Agustus 2023 yaitu mendapatkan laba bersih sebesar Rp. 9,131,000. UMKM dapat mengetahuinya setelah melakukan pelatihan keuangan dengan menggunakan Ms. Excel. Adanya laporan keuangan pada perusahaan bisnis dapat menjadi tolak ukur pelaku bisnis mendapat keuntungan (laba) ataupun kerugian. Selain itu dengan adanya laporan keuangan pelaku bisnis juga dapat mengurangi potensi kerugian di kemudian hari serta mampu mengevaluasi mengenai pembiayaan yang dikeluarkan agar mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Di laporan laba/rugi membutuh data HPP atau Harga Pokok penjualan, maka jumlah HPP harus diketahui lebih dahulu. Harga pokok produksi merupakan semua biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu produk baik barang atau jasa selama periode tertentu, atau dapat didefinisikan sebagai atau biaya untuk memperoleh barang jadi yang siap jual (Mulyadi, 2015). Pengabdian ini memberikan pendampingan juga kepada UMKM mengenai hitungan dalam menentukan HPP. Hal ini dapat membantu UMKM mengetahui jumlah dana yang dikeluarkan untuk membuat atau memproduksi kripik dan basreng. Dapat diketahui data diatas menunjukkan bahwa Harga Pokok Penjualan pada bulan Agustus Tahun 2023 sebesar Rp. 31,969,000

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, dapat ditarik kesimpulan antara lain:

1. Pengabdian masyarakat telah melaksanakan program kerja bidang ekonomi, sebagai upaya memecahkan masalah yang dihadapi masyarakat. Pelaksanaan program kerja mendapat respon positif dari pemerintah dan masyarakat sehingga semua berjalan lancar meski memiliki banyak rintangan.
2. Program-program kerja yang dilaksanakan juga menghasilkan beberapa luaran dan produk diantaranya: Peningkatan daya saing dan penerapan IPTEK di masyarakat berupa pengetahuan packing produk menggunakan desain modern, serta teknik pemasaran Internet Marketing dengan pembuatan sosial media, pembuatan merek dan logo dagang dan banner agar UMKM Warung Jajanan Barokah ibu Uas lebih menarik dan lebih dikenal tidak hanya di lingkungannya tetapi bisa dikenal diseluruh Indonesia maupun diluar Indonesia.

UMKM sebaiknya lebih memanfaatkan digital marketing agar mampu bersaing dengan kompetitor di era digital ini seperti menjual produk di online shop. Kemudian sebagai tindak lanjutnya kami akan terus mengawasi dan membantu UMKM untuk terus menerapkan sistem digital marketing sebagai media promosi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami selaku penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan pengabdian ini, semoga pengabdian ini bermanfaat khususnya untuk pelaku UMKM dan Umumnya bagi kita semua.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. 2018. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Anonim 2019. Peraturan Rektor No.6/UN4.1/2019 tentang Penyelenggaraan KKN Universitas Hasanuddin.
- Chaffey, D., & Ellis, C. 2016. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (6th ed.). Pearson
- Darmanto & Wardaya, S. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 17.
- Mulyadi. 2015. *Akutansi Biaya* (5th ed.).
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017, July). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha.
- Rosyda, 22 juli 2022. usaha perdagangan : Gramedia Blog.
- Stokes, R. 2013. *e-Marketing: The Essential Guide To Marketing In a Digital World* (5th ed.). Quirk Education Pty.
- Yogyakarta: UPP STIM KPN.