

**PENINGKATAN USAHA MELALUI DIVERSIFIKASI PRODUK
PADA UMKM KEJU AROMA DAPUR IBU RINA
DESA CANDIMAS LAMPUNG UTARA**

PRAKTIK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT



Disusun Oleh :

Lisbet Septiana Sirait 1812110368

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG
2021**

LAPORAN
PRAKTIK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT (PKPM)

PENINGKATAN USAHA MELALUI DIVERSIFIKASI PRODUK PADA UMKM KEJU
AROMA DAPUR IBU RINA DESA CANDIMAS LAMPUNG UTARA

Oleh :

Lisbet Septiana Sirait 1812110368

Telah memenuhi syarat untuk diterima

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Lapangan

Pembimbing Lapangan

Ketua RT. 005 RW. 002

Anandha Sartika Putri, SE., MSM

NIK. 14930419

Thamriani

Disetujui Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Anggalia Wibasuri, S.Kom., MM

NIK. 11310809



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Profil Desa.....	1
1.1.2 Profil UMKM.....	2
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat	4
1.3.1 Tujuan Dilaksanakannya PKPM	4
1.3.2 Manfaat Dilaksanakannya PKPM	5
1.4 Mitra Yang Terlibat.....	6
BAB II.....	7
2.1 Program-Program yang Dilaksanakan.....	7
2.1.1 Diversifikasi Produk UMKM Keju Aroma.....	8
2.1.2 Pembuatan <i>Branding</i>	
2.1.3 Pelatihan Pembuatan <i>Desain Merk</i>	8
2.1.4 Membuat Packaging.....	9
2.1.5 Mengenalkan dan Memasarkan Produk.....	10
2.1.6 Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan.....	12
2.1.7 Kegiatan Tambahan.....	13
2.2 Waktu Kegiatan.....	13
2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi	15
2.3.1 Diversifikasi Produk Keju Aroma.....	15
2.3.2 Pembuatan <i>Desain Merk</i>	17
2.3.3 Pembuatan Penyusunan Laporan Keuangan.....	17

2.3.4 Mengkenalkan dan Memasarkan Produk.....	18
2.3.5 Kegiatan Tambahan.....	27
2.4.1 Dampak Usaha Melalui Diversifikasi Produk Keju Aroma.....	27
2.4.2 Dampak Pembuatan <i>Desain Merk</i>	28
2.4.3 Dampak Pembuatan Packaging.....	28
2.4.4 Dampak Mengkenalkan dan Memasarkan Produk.....	28
2.4.5 Dampak Penyusunan Laporan Keuangan.....	29
2.4.6 Dampak Kegiatan Tambahan.....	29
BAB III.....	30
3.1 Kesimpulan	30
3.2 Saran.....	31
3.3 Rekomendasi	31
Daftar Pustaka.....	35
Lampiran.....	36
1. Bukti Aktivitas di media <i>online</i> dan media lainnya.....	36
2. Bukti Aktivitas lainnya.....	36

DAFTAR GAMBAR

2.3.1 Meningkatkan Usaha Melalui Diversifikasi Produk.....	18
2.3.2 <i>Desain Merk</i> UMKM Keju Aroma.....	19
2.3.3 Penyusunan Laporan keuangan <i>BukuKas</i>	20
2.3.4 Mempromosikan menggunakan <i>Media Sosial</i>	21
2.3.5 <i>Desain Merk</i> UMKM Warung Kelontong.....	22
2.3.6 Penyusunan Laporan Keuanga Menggunakan <i>BukuWarung</i>	23
2.3.7 Mendampingi Anak-Anak Belajar.....	24
2.3.8 Mengajari Anak-Anak Mencuci Tangan.....	26
2.3.9 Membantu Gotong Royong Masyarakat.....	27

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.1 Profil Desa.....	1
Tabel 1.1.2 Profil UMKM.....	2
Tabel 2.2 Waktu Kegiatan.....	16

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga saya dapat melaksanakan dan menyelesaikan kegiatan PKPM Mandiri dari tanggal 16 Agustus 2021 sampai dengan tanggal 16 September 2021 di Desa Candimas, Kabupaten Lampung Utara.

Dalam pembuatan laporan ini, saya telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya menghaturkan banyak terimakasih kepada dosen serta semua pihak yang terlibat dalam pembuatan Laporan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini.

Seiring dengan terselesainya Laporan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr.(can) Ir. Hi. Firmansyah YA, MBA., M.Sc selaku Rektor Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.
2. Ibu Dr. Anggalia Wibasuri, S.Kom., M.M selaku ketua jurusan program studi manajemen Institut Infromatika dan Bisnis Darmajaya.
3. Ibu Anandha Sartika Putri, SE., M.S.M selaku dosen pembimbing lapangan yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, serta saran-saran yang sangat berharga dalam kegiatan PKPM dan menyusun Laporan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM).
4. Ibu Thamriani selaku ketua RT 005 Desa Candimas, Kabupaten Lampung Utara yang telah memberikan arahan dan bimbingan serta membantu setiap kegiatan yang saya lakukan.
5. Ibu Rina selaku pemilik UMKM Keju Aroma yang telah membantu saya dalam melaksanakan program kerja saya.
6. Tidak lupa juga kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu pelaksanaan PKPM di Desa Candimas yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Saya menyadari bahwa Laporan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini belum sempurna, untuk itu saran dan kritik dari semua pihak yang saya harapkan agar menjadi bekal pengetahuan untuk membuat Laporan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yang lebih baik dimasa yang akan datang.

Bandar Lampung, 24 September 2021

Lisbet Septiana Sirait

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Profil Desa

Sejarah singkat, Desa Candimas merupakan salah satu desa yang cukup tua di Kabupaten Lampung Utara khususnya Kecamatan Abung Selatan. Desa Candimas berdiri pada tanggal 26 Februari 1971, beralamat di Jalan Raya Candimas KM 41 Kecamatan Abung Selatan. Desa Candimas terdiri dari lahan seluas 3.574 ha/m² dan terdiri dari 3 dusun atau desa, kemudian tahun 2010 di pecah menjadi Desa Candimas, Desa Kalibening Raya, Desa Kembang Gading, dan Desa Abung Jayo.

Tabel 1.1
Letak Geografis

No	Letak Bujur	Batas Wilayah
1.	Sebelah Utara	Desa Abung Jayo
2.	Sebelah Selatan	Desa Kembang Gading
3.	Sebelah Timur	Desa Kalibening Raya
4.	Sebelah Barat	Kelurahan Kelapa Tujuh Kecamatan Kotabumi Selatn

Sumber : Data Aparat Desa Candimas (2021)

Tabel 1.2
Luas Wilayah

No	Wilayah	Luas (ha/m ²)
1.	Pemukiman	371,5
2.	Persawahan	1,5
3.	Perkebunan	2,750
4.	Kuburan	0,5
5.	Perkarangan	235,75
6.	Perkantoran	0,05
7.	Ladang	254,5

Sumber : Data Aparat Desa Candimas (2021)

Tabel 1.3
Demografi Penduduk

No	Jenis Kelamin	Jiwa
1.	Laki-Laki	820
2.	Perempuan	809
	Jumlah	1.629

Sumber : Data Aparat Desa Candimas (2021)

1.1.2 Profil UMKM

Tabel 1.4
Profil UMKM

No	Nama UMKM	Keju Aroma Dapur Ibu Rina
1.	Bediri	23 Desember 2019
2.	Lokasi	GG. Melati 7
3.	Produk	Keju Aroma
4.	Nama Pemilik	Rina
5.	Tempat, tanggal lahir	Lampung, 4 juli 1970
6.		SMA

Sumber : Wawancara Pemilik UMKM

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu bentuk pengaplikasian ilmu yang telah didapat dikampus dan kegiatan yang bersifat sosial atau praktik kerja yang dilakukan oleh mahasiswa yang bersifat mengabdikan terhadap masyarakat. Kehadiran mahasiswa peserta PKPM diharapkan mampu membagikan ilmu dan pengetahuannya kepada masyarakat sehingga menjadi motivasi dan menumbuhkan inovasi dalam bidang sosial kemasyarakatan. Hal ini selaras dengan fungsi perguruan tinggi sebagai jembatan (komunikasi) dalam proses pembangunan dan penerapan IPTEK pada khususnya. Dengan tema kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) Mandiri adalah “Lampung *Economic Recovery* Melalui Optimalisasi *Digital Smart Solution* Darmajaya”. Tujuannya membantu pemulihan kegiatan UMKM, menciptakan ruang pasar melalui *digital marketing*, dan membangkitkan ekonomi masyarakat dengan menyelenggarakan berbagai kegiatan atau pelatihan serta pendampingan.

Pada tahun 2021 ini, Pandemi Covid-19 ini menjadi pertimbangan IIB Darmajaya dalam melaksanakan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM)

secara berkelompok di tengah masyarakat kemudian menimbulkan keramaian dan lainnya dalam jumlah yang besar. Oleh karena itu, berdasarkan pertimbangan Pandemi Covid-19, maka pelaksanaan Periode Genap 2020/2021 akan dilaksanakan secara mandiri/individu oleh mahasiswa dan berlokasi di daerah domisili tempat tinggal peserta PKPM dengan tetap menerapkan prosedur dan protokol kesehatan yang ketat. Hal ini juga bertujuan untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19. Pelaksanaan PKPM secara individu/mandiri akan lebih efektif dari sisi penjangaan diri dari penularan daripada berkelompok yang justru memiliki potensi penularan lebih besar. Lokasi yang menjadi tempat PKPM Mandiri ini berada di Desa Candimas, Kecamatan Abung Selatan, Kabupaten Lampung Utara.

Desa Candimas terdapat UMKM yaitu Keju Aroma. UMKM Keju Aroma merupakan salah satu yang masih aktif dalam melakukan produksi di Desa Candimas dan UMKM ini akan saya coba untuk kembangkan. Berdasarkan survey yang dilakukan, yang menjadi permasalahan UMKM ini kurangnya efektifitas dalam proses pemasaran, pembuatan desain *merk* dan logo, pengemasan pada produk, mengelola penyusunan laporan, penambahan inovasi produk dan rasa. Semenjak adanya pandemi Covid-19, dalam pembuatan Keju Aroma ini hanya mempunyai 2 orang saja yaitu pemilik dan anak pemilik, karyawannya diberhentikan dikarenakan tidak mampu untuk membayar karena hanya mendapat sedikit pemasukan. Dalam proses pelaksanaannya banyak ditemui hambatan yaitu mengalami kesulitan dalam segi pemasaran dan pengelolaan keuangan. Program ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk membantu UMKM dalam mengaplikasikan inovasi secara nyata dan handal sehingga dapat memberikan nilai dan manfaat bagi UMKM dalam mengembangkan UMKM ke depannya.

Sehubungan dengan uraian masalah diatas maka saya akan memberi Laporan PKPM ini dengan judul : **“PENINGKATAN USAHA MELALUI**

DIVERSIFIKASI PADA UMKM KEJU AROMA DAPUR IBU RINA DESA CANDIMAS LAMPUNG UTARA”

1.2 Rumusan Masalah

Melihat dari latar belakang masalah yang ada pada Laporan PKPM ini, dapat saya simpulkan bahwa permasalahan yang terjadi diantaranya :

1. Bagaimana upaya meningkatkan usaha melalui diversifikasi UMKM Keju Aroma?
2. Bagaimana upaya pembuatan desain merk dan logo, pengemasan pada produk?
3. Bagaimana upaya penyusunan laporan keuangan pada UMKM Keju Aroma?
4. Bagaimana cara mengenalkan produk Keju Aroma pada masa pandemi Covid-19 ini dan memasarkan produk menggunakan *media sosial*?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Dilaksanakannya PKPM

Tujuan dalam pelaksanaan PKPM di Desa Candimas, Kabupaten Lampung Utara yaitu :

1. Untuk meningkatkan usaha UMKM Keju Aroma dengan inovasi dimasa pandemi Covid-19 ini.
2. Untuk memberikan pelatihan pembuatan merk dan logo serta pengemasan pada produk Keju Aroma.
3. Agar penyusunan laporan keuangan pada UMKM Keju Aroma tidak menggunakan secara manual.
4. Mensosialisasikan produk melalui teman-teman, atau masyarakat di sekitar tempat tinggal, dan memasarkan melalui *media sosial*.

1.3.2 Manfaat Dilaksanakannya PKPM

A. Manfaat Bagi IIB Darmajaya

Manfaat yang diperoleh dari Kampus IIB Darmajaya yaitu :

1. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian IIB Darmajaya kepada masyarakat.
2. Menjadi media promosi dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap IIB Darmajaya.
3. Hasil dari laporan PKPM diharapkan dapat menjadi bahan referensi mahasiswa yang akan membuat Laporan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat.

B. Manfaat Bagi Mahasiswa

Manfaat yang diperoleh dari mahasiswa dalam kegiatan PKPM Mandiri ini yaitu:

1. Menambah wawasan dan pengalaman yang dapat dipergunakan untuk bekal di masa depan baik dalam lingkungan bermasyarakat serta lingkungan pekerjaan.
2. Menjadi lebih disiplin, bersosial, tanggung jawab, beretika, dan mandiri.
3. Memotivasi mahasiswa untuk dapat mengembangkan potensi yang dimilikinya.

C. Manfaat Bagi Masyarakat

Manfaat yang diperoleh dari masyarakat dalam kegiatan PKPM di Desa Candimas yaitu :

1. Membantu untuk melaksanakan program desa.
2. Masyarakat dapat mengelola potensi desa secara lebih baik.

D. Manfaat Bagi UMKM Keju Aroma

Manfaat yang diperoleh dari UMKM Keju Aroma yaitu :

1. Membantu UMKM Keju Aroma untuk pembuatan merk dan logo.
2. Membantu UMKM Keju Aroma dalam penyusunan laporan keuangan.
3. Membantu dalam marketing produk agar lebih luas melalui Teknologi.

1.4 Mitra Yang Terlibat

Kegiatan PKPM ini dapat berjalan dengan lancar karena adanya mitra yang telah terlibat diantaranya :

1. Ketua RT 005 Desa Candimas Kabupaten Lampung Utara.
2. Pemilik UMKM Keju Aroma.
3. UMKM Warung Kelontong
 - a. Pemilik
 - b. Anak Pemilik
4. Masyarakat RT 005 di Desa Candimas.
5. Anak-anak sekolah SD

BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program-Program yang Dilaksanakan

2.1.1 Diversifikasi Produk UMKM Keju Aroma

Dalam upaya meningkatkan volume penjualan suatu produk, salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan strategi diversifikasi. Strategi diversifikasi adalah suatu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru atau keduanya dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas (elshinta, 2018). Hal inilah yang akan saya coba kembangkan pada UMKM Keju Aroma. Karena selama ini UMKM Keju Aroma hanya menjual produk yang sudah matang saja dan mempunyai satu jenis produk.

Alasan saya untuk diversifikasi produk adalah karena UMKM ini hanya mempunyai satu produk saja dan akan saya kembangkan menjadi Cimol Keju karena berbahan dasar keju saya akan membuat produk jenis baru agar tidak mempunyai satu jenis produk saja. Kemudian saya akan memberi varian rasa pedas dan gurih. Untuk Keju Aroma sendiri saya akan mengeluarkan varian rasa baru seperti rasa coklat, matcha, dan vanilla serta saya akan melakukan perubahan untuk menjadi Cemilan *Frozen Food*. Hal itu bertujuan untuk menghambat pertumbuhan bakteri dan enzim sehingga daya simpan produk menjadi lebih panjang. Apalagi dimasa pandemi Covid-19 ini, semenjak PPKM masyarakat lebih memilih membeli Frozen Food untuk dijadikan stok cadangan makanan dirumah dan dimakan kapan saja dengan keadaan yang masih hangat.

2.1.2 Pembuatan *Branding*

Alasan saya membuat *Branding* adalah untuk membuat masyarakat menjadi sadar akan kehadiran *brand* tersebut serta pada produk yang ditawarkan. Berdasarkan pembuatan *branding* yang saya buat, saya memberi *brand* Dapur Ibu Rina. Mengapa saya memberi kata Dapur, agar sang pemilik menambah produk lain dan tidak hanya keju aroma saja tetapi akan mengeluarkan berbagai macam jenis produk untuk meningkatkan penjualannya.

2.1.3 Pelatihan *Desain Merk* pada UMKM Keju Aroma Dapur Ibu Rina

Pembuatan *Desain Merk* pada UMKM Keju Aroma Dapur Ibu Rina guna untuk pengembangan produk. *Merk* adalah suatu nama, symbol, tanda, desain atau gabungan diantaranya untuk dipakai sebagai identitas suatu perorangan, organisasi atau perusahaan pada barang dan jasa yang dimiliki untuk membedakan dengan produk jasa lainnya. *Merk* juga merupakan salah satu faktor yang penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen dengan bertujuan untuk mengembangkan produk Keju Aroma itu sendiri (Kotler, 2000). *Merk* dipandang dapat menaikkan gengsi atau status seorang pembeli. Dalam pembuatan *merk* pun harus memperhatikan hal-hal, seperti: sederhana dan ringkas, mengandung keaslian, mudah dibaca atau diucapkan, mudah diingat, tidak sulit digambarkan, dan tidak mengandung konotasi yang negatif.

Merk yang kuat menikmati loyalitas pelanggan, potensi membebaskan harga premium, dan kekuatan merk yang cukup besar mendukung peluncuran produk dan layanan baru. Jika reputasi berkurang, maka merk juga rusak. Kepercayaan dan kesetiaan konsumen dapat berubah dan jika ini terjadi, akan sulit untuk diperbaiki (Kotler, 2000).

Dengan adanya *design merk* bisa dijadikan sebagai sarana untuk mengembangkan produk salah satunya adalah promosi. Design merk yang baik dapat mensinergikan dan mengintegrasikan dari beberapa elemen design dan fungsi kemasan. Dengan itu perlu, perlu dibuatkan merk

dagang yang mencantumkan nama UMKM dan contact person. Karena UMKM Keju Aroma belum memiliki merk dagang dengan tujuan agar hasil penjualan UMKM tersebut dapat meningkat, serta UMKM tersebut lebih mudah diingat dan mudah untuk dihubungi apabila ingin memesan Keju Aroma baik dalam jumlah sedikit ataupun jumlah banyak.

Pelatihan pembuatan *Desain Merk* yang saya gunakan adalah melalui aplikasi *Canva*. *Canva* adalah sebuah aplikasi untuk *desain grafis* yang menjembati penggunaanya agar dapat dengan mudah merancang berbagai jenis desain kreatif secara online. Mulai dari mendesain kartu ucapan, poster, brosur, infografik, logo, hingga presentasi.

Tahapan untuk membuat *merk* dengan menggunakan aplikasi *Canva* adalah:

1. Buka *Canva*, cari logo dihalaman beranda, lalu klik halaman kosong atau template untuk memulai desain.
2. Pilih template profesional, telusuri perpustakaan lengkap *Canva* berisi template logo untuk dapat disesuaikan. Temukan *layout* logo untuk berbagai bisnis dan kebutuhan seperti *game*, makanan dan minuman, olahraga, dan banyak lagi.
3. Sesuaikan desain logo, pastikan logo benar-benar sesuai identitas *merk* dengan menyesuaikan setiap komponen desain. Ganti *font*, ubah kombinasi warna, serta tambahkan teks dan gambar milik pribadi untuk memastikan logo mencerminkan bisnis tersebut.
4. Unduh, setelah puas dengan desain logo yang dibuat lalu dapat langsung mempublikasikannya di semua materi pemasaran dan pencitraan *merk*. Simpan dalam format JPEG, PNG, atau bahkan PDF untuk dicetak.

2.1.4 Membuat Packaging Pada Produk Keju Aroma

Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik sebuah produk bisa dilihat dari kemasannya, dengan memiliki kemasan yang sangat rapih dengan membuat konsumen tertarik untuk membeli. Untuk para pedagang

online, ketika mengirim barang dan sampai ke tangan konsumen merasa puas dengan apa yang diterima. Kedepannya konsumen akan dapat membeli produk kita kembali dan pastinya kita mendapatkan *review* yang baik oleh para konsumen dengan packaging yang rapih.

2.1.5 Mengkenalkan Produk dan Memasarkan Produk Menggunakan *Media Sosial*

Pengenalan produk Keju Aroma kepada masyarakat sekita merupakan hal yang diperlukan untuk membantu memasarkan produk dengan mudah. Keju Aroma adalah cemilan yang sangat enak untuk dikonsumsi, apalagi jika dalam keadaan masih hangat. Keju Aroma merupakan cemilan yang terdiri dari kulit lumpia, keju dan gila pasir yang digulung. Cemilan satu ini ada cemilan yang sangat digemari para anak-anak hingga dewasa. Cemilan Keju Aroma ini juga sempat viral dikalangan masyarakat, apalagi sekarang sudah mempunyai varian rasa baru yaitu coklat, matcha, dan vanilla. UMKM Keju Aroma juga mengeluarkan jenis produk baru yaitu Cimol Keju, yang terdiri dari cimol diisi dengan keju serta dalam kemasan Frozen Food yang bisa dimakan kapan saja dan dalam keadaan masih hangat.

Dalam penjualan Keju Aroma melalui *Media Sosial* bertujuan untuk membantu menjual Keju Aroma karena *Media Sosial* adalah sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi instagram, jejaring sosial, facebook, forum, dan blog. Jejaring sosial merupakan bentuk *Media Sosial* yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia, dan di zaman sekarang wajib owner menggunakan *Media Sosial* untuk menjual dan memasarkan melalui online karena di masa pandemi Covid-19 ini orang-orang lebih suka menggunakan *Media Sosial*.

Media Sosial yang digunakan adalah *Instagram* dan *WhatsApp*. Pentingnya *Instagram* bagi UMKM ini sebagai meningkatkan *Brand Awareness* karena banyak pengguna *Instagram* yang sangat suka dalam mencari produk yang diinginkan melalui *Instagram*. Terdapat langkah-langkah untuk meningkatkan *Brand Awareness* yaitu:

1. Sempurnakan profil, dengan menyempurnakan profil akun bisnis konsumen akan lebih mudah mengenali produk yang akan dijual dan kredibilitas bisnis. Setidaknya harus bis membuat orang-orang yang berkunjung ke profil dapat mengenali produk yang dijual dalam beberapa detik.
2. Postingan kreatif, deretan konten yang sesuai dengan produk akan membuat calon-calon *customer* lebih mudah mengenali produk yang dimiliki.
3. Keterlibatan yang tinggi, posting dengan menyisipkan *hashtag* memiliki keterlibatan yang lebih banyak dibandingkan yang tidak memiliki *hashtag*. Ini menandakan bahwa para pebisnis harus bisa memanfaatkan *Instagram* untuk mendapatkan konsumen lebih banyak lagi.
4. Menyasar target iklan spesifik, meskipun tidak ada iklan yang gratis, namun *instagram* memberikan kesan yang lebih baik dalam beriklan. Para pebisnis bisa menyasar iklan kepada target market yang sesuai dengan jenis produk. Sehingga kesuksesan beriklan bisa terukur dengan tepat dibandingkan dengan platform lainnya dalam beriklan.

Lalu menggunakan *WhatsApp* untuk memudahkan komunikasi dengan pelanggan dan meningkatkan impresi terhadap usaha yang dijalankan. Selain menggunakan *instagram* sebagai alat media promosi *WhatsApp* ini juga bisa menjadi media promosi karena bisa membuat *group* atau *personal chat* untuk promosi produk yang sedang dijalankan.

2.1.6 Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Keju Aroma Dapur Ibu Rina Menggunakan Aplikasi *BukuKas*

Laporan keuangan merupakan informasi yang menggambarkan kondisi keuangan suatu usaha kecil dan menjadi sebagai gambaran kinerja keuangan usaha tersebut. Tujuan laporan baik untuk UMKM atau bisnis lainnya adalah menyediakan informasi posisi keuangan dan kinerja keuangan perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pengguna untuk pengambilan keputusan ekonomi. Manfaat dari laporan keuangan adalah untuk menjadi alat ukur dan analisa apakah UMKM sedang dalam kondisi yang baik atau tidak. Dengan demikian, pelaku usaha bisa memantau perkembangan usaha dari waktu ke waktu.

Pelatihan penyusunan laporan keuangan yang digunakan melalui aplikasi *BukuKas* adalah aplikasi keuangan berbasis mobile, yang dapat membantu para pelaku UMKM dalam mencatat hasil penjualan atau pemasukkan, serta pengeluaran dan hutang/piutang secara digital.

Kegiatan ini bertujuan untuk memudahkan para pelaku usaha memonitor transaksi keuangan, menyusun laporan keuangan secara otomatis, dan mengetahui keuntungan usaha mereka setiap saat, sehingga bisa membantu usaha mereka agar lebih berkembang dan memiliki daya saing yang tinggi.

Tahapan menggunakan aplikasi *BukuKas* adalah:

1. Klik button “Tambah Transaksi” yang telah didownload di smartphone.
2. Masukkan harga produk yang di jual pada hari ini di kolom “Nominal Penjualan”.
3. Selanjutnya akan muncul kolom lainnya. Persis dibawah nominal penjualan ada kolom “Pengeluaran/Harga Pokok”. Angka yang ditulis adalah modal yang dikeluarkan untuk satu produk.
4. Lalu akan ada button slide bertuliskan “Lunas” dan “Belum Lunas”. Kalau pembeli sudah bayar lunas, maka slide button ke arah “Lunas”.

5. Bisa memasukkan detail produk yang dijual dan bisa menambahkan jumlahnya jika pembeli membeli lebih dari satu.
6. Memilih metode pembayaran yang dilakukan oleh pembeli. Apakah transfer, tunai, kredit, dan lain sebagainya.
7. Sebelum menyimpan transaksi, masukkan dulu kontak alias nama pembeli agar data transaksi yang dimiliki semakin lengkap.
8. Jika sudah, langsung klik “Simpan Transaksi”. Nanti akan dilemparkan ke halaman berikutnya yang memperlihatkan *invoice* dari transaksi tersebut. *Invoice* ini bisa dikirimkan ke *customer* via *WhatsApp*, *E-mail*, *Media Sosial*, dan lain sebagainya.

2.1.7 Kegiatan Tambahan

2.1.7.1 Pelatihan Pembuatan *Desain Merk* Pada Warung Kelontong

Warung kelontong adalah toko kecil yang menjual kebutuhan sehari-hari dan terletak didekat perumahan atau lokasi umum lainnya supaya bisa lebih mudah diakses banyak orang. UMKM Warung kelontong ini belum mempunyai merk, lalu saya memberikan pelatihan untuk pembuatan *Desain Merk* kepada UMKM Warung kelontong.

Kegiatan ini bertujuan agar UMKM Warung Kelontong mempunyai identitas dan dikenal oleh lingkungan sekitar. *Merk* yang kuat akan menikmati loyalitas pelanggan, potensi membebaskan harga premium, dan kekuatan merk yang cukup besar mendukung peluncuran produk dan layanan baru. Jika reputasi berkurang, maka merk juga rusak. Kepercayaan dan kesetiaan konsumen dapat berubah dan jika ini terjadi, akan sulit untuk diperbaiki.

2.1.7.2 Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Menggunakan Aplikasi *Buku Warung*

Kegiatan ini bertujuan untuk memudahkan pemilik UMKM Warung Kelontong dalam mencatat pembukuan usahanya secara digital. Di dalamnya, terdapat fitur catat utang dan piutang. Pemilik warung dapat

mencatat transaksi pelanggan yang membeli dengan cara utang atau jika pemilik warung memiliki utang terhadap penyuplai atau pihak lain. Tersedia notifikasi tagihan melalui SMS atau WhatsApp yang akan dikirim sebagai tagihan. Fitur lainnya adalah pencatatan pemasukan dan pengeluaran agar arus kas tetap tercatat dan laporan pembukuan usaha yang dapat diakses per hari, minggu, atau bulanan.

Tahapan menggunakan aplikasi *BukuWarung* sebagai berikut:

1. Download aplikasi *BukuWarung* dan *instal* pada perangkat yang digunakan.
2. Buka aplikasi *BukuWarung*, silahkan masukkan nomor hp yang aktif untuk mengirimkan kode OTP agar bisa masuk dan bisa menggunakan aplikasi *BukuWarung*.
3. Setelah kode dikirimkan, langsung saja masukkan kode tersebut. Tunggulah sampai *verifikasi* nomor, jika sudah berhasil masuk ke aplikasi *BukuWarung*.
4. Selanjutnya mulailah menggunakan aplikasi *BukuWarung* untuk hal yang berhubungan dengan warung yang sedang dijalankan.
5. Klik button Transaksi di menu utama, tekan tab Utang dibagian tab ini terdapat pilihan Bei Pembayaran dan Terima Pembayaran. Untuk pilihan Bei Pembayaran digunakan untuk memberi pinjaman atau membayar utang, sementara Terima Bayaran digunakan untuk pelunasan atau menerima pinjaman.
6. Tekan bagian Transaksi, ada pilihan pengeluaran dan penjualan. Untuk Pengeluaran dipilih jika melakukan transaksi keluar, sementara Penjualan dipilih jika menerima transaksi.
7. Pilih status Transaksi dan masukan jumlah uang sesuai dengan yang akan dikeluarkan dan diterima. Pilih simpan Transaksi.

2.1.7.3 Pendampingan Pembelajaran *Daring* Pada Anak-Anak SD

Pada masa pandemi Covid-19 seperti ini mengharuskan semua anak-anak SD yang berada di zona bukan hijau harus belajar dirumah atau online dan untuk anak-anak yang berada di zona hijau boleh melakukan pertemuan secara langsung namun tetap memperhatikan protokol kesehatan untuk mencegah bertambahnya jumlah pasien positif Covid-19, belajar dirumah atau online menyebabkan anak-anak tidak bisa belajar secara maksimal seperti belajar di sekolah. Kurangnya maksimalnya belajar dirumah disebabkan beberapa faktor yaitu terbatasnya fasilitas, materi, ekonomi, dan kurang mempunyai orangtua untuk membimbing belajar anak-anak. Oleh karena itu, kegiatan ini bertujuan untuk membantu anak-anak untuk belajar secara maksimal.

2.1.7.4 Sosialisasi Protokol Kesehatan Pada Anak-Anak

Kegiatan bertujuan untuk memberikan anak-anak pemahaman tentang virus corona serta cara pencegahan dengan menerapkan gerakan protokol kesehatan 5M dan kondisi yang saat ini oleh warga dunia bukanlah untuk menakut-nakuti anak. Melainkan membuat anak tetap terhubung dengan dunia sekitar sehingga ia bisa berkontribusi untuk dirinya maupun lingkungan sekitar.

Untuk anak-anak usia lebih muda, yaitu jenjang SD memberikan edukasi yang tepat bagi anak akan membuat orangtua lebih mudah saat meminta anak melakukan langkah pencegahan. Misalnya, saat meminta anak untuk rutin mencuci tangan dengan sabun, menggunakan masker saat sakit, hingga anjuran "*social distancing*". Diharapkan, anjuran tersebut lebih mudah diikuti anak bila ia mengetahui manfaat dari kegiatan-kegiatan tersebut untuk dirinya. Dengan begitu, secara tak langsung orangtua sudah memberi bekal bagi anak untuk melindungi dirinya sendiri dari virus corona.

2.2 Waktu Kegiatan

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan kegiatan pengabdian masyarakat kurang lebih 1 bulan dari tanggal 16 Agustus 2021 sampai dengan tanggal 16 September 2021. Kegiatannya berada di Desa Candimas Kecamatan Abung Selatan Kabupaten Lampung Utara.

Tabel 2.2 Waktu Kegiatan

No.	Tanggal	Kegiatan	Waktu Pelaksana
1.	16 Agustus 2021	Melakukan perizinan PKPM Mandiri Kepada Ketua RT	Terlaksana dalam 1 hari.
2.	17 Agustus 2021	Membantu memeriahkan acara Lomba untuk memperingati Hari Kemerdekaan	Terlaksana dalam 2 hari.
3.	19 Agustus 2021	Melakukan wawancara kepada pemilik UMKM Keju Aroma	Terlaksana dalam 1 hari.
4.	20 Agustus 2021	Menginovasi varian rasa baru	Terlaksana dalam 1 hari.
5.	21 Agustus 2021	Menginovasi produk	Terlaksana dalam 1 hari.
6.	22 Agustus 2021	Pelatihan <i>Re-Branding</i> logo menggunakan aplikasi canva	Terlaksana dalam 3 hari.
7.	25 Agustus 2021	Menginovasi packaging	Terlaksana dalam 1 hari.
8.	26 Agustus 2021	Membantu membuat akun <i>Media Sosial</i> dan memasarkan produk	Terlaksana dalam 2 hari.
9.	28 Agustus 2021	Pelatihan penyusunan laporan keuangan menggunakan aplikasi <i>BukuKas</i>	Terlaksana dalam 3 hari.
10.	31 Agustus 2021	Membantu membeli bahan-bahan pembuatan produksi	Terlaksana dalam 1 hari.

11.	1 September 2021	Membantu pembuatan Keju Aroma	Terlaksana dalam 2 hari.
12.	3 September 2021	Melakukan mewawancara pemilik UMKM Warung Kelontong	Terlaksana dalam 1 hari
13.	4 September 2021	Pelatihan pembuatan <i>Re-Branding</i> logo	Terlaksana dalam 2 hari
14.	6 September 2021	Pelatihan penyusunan laporan keuangan menggunakan aplikasi <i>BukuWarung</i>	Terlaksana dalam 2 hari.
15.	8 September 2021	Membantu masyarakat bergotong royong	Terlaksana dalam 4 hari.
16.	11 September 2021	Mendampingi anak-anak belajar	Terlaksana dalam 4 hari.
17.	14 September 2021	Sosialisasi Covid-19 kepada anak-anak	Terlaksana dalam 1 hari.
18.	15 September 2021	Membantu RT	Terlaksana dalam 1 hari.
19.	16 September 2021	Penyelesaian PKPM Mandiri kepada RT	Terlaksana dalam 1 hari.

2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

2.3.1 Diversifikasi Produk UMKM Keju Aroma

Diversifikasi produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan volume penjualan yang dapat dilakukan oleh UMKM jika UMKM tersebut telah berada dalam tahap kedewasaan. Dengan diversifikasi produk, suatu usaha tidak akan bergantung pada satu jenis produk saja, tetapi usaha juga dapat mengandalkan jenis produk yang lainnya (produk diversifikasi). Karena jika salah satu produknya tengah mengalami penurunan, maka

akan dapat teratasi dengan produk jenis lainnya. Diversifikasi produk ini harus terus melakukan inovasi-inovasi, dan melakukan pembaruan pada produk yang sudah ada.

Dengan demikian konsumen akan lebih tertarik untuk membeli karena mempunyai banyak inovasi-inovasi yang baru.



Gambar 2.3.1 Kemasan Yang Sudah Matang



Gambaran 2.3.1 Diversifikasi Produk Cimol Keju

Kemasan juga menjadi hal yang penting bagi usaha cemilan. Mengingat UMKM Keju Aroma mengeluarkan *Frozen Food* jadi kemasannya dirubah menjadi cointainer atau kotak plastik yang cocok untuk tidak kemasukan air. Bentuk kemasan juga digunakan sebagai media komunikasi untuk menerangkan produk, karena tulisan yang tertera pada kemasan harus mudah dilihat, dibaca, dipahami dan diingat sehingga citra

produk semakin baik. UMKM ini awalnya hanya menggunakan plastik kiloan biasa, tetapi karena ada diversifikasi produk mengharuskan untuk menggunakan container atau kotak plastik.



Gambar 2.3.1 Kemasan *Frozen Food*

2.3.2 Pelatihan Pembuatan Desain Merk pada UMKM Keju Aroma Dapur Ibu Rina

Dengan adanya pembuatan *Desain Merk* pada UMKM Keju Aroma maka dapat menjadi daya tarik dan kebanggaan, merk yang dikenal baik dan menjadi *top of mind* akan menjadi daya tarik dan kebanggaan bagi konsumen yang mengkonsumsi merk tersebut. Menciptakan nama merk harus unik yang bertujuan sebagai pembeda dan mempermudah konsumen untuk mengingat. Awalnya tidak mempunyai jadi mempunyai merk, dan sesuai dengan apa yang diinginkan pemilik UMKM Keju Aroma.



Gambar 2.3.2 logo UMKM

2.3.3 Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Keju Aroma Dapur Ibu Rina Menggunakan Aplikasi *BukuKas*

BukuKas adalah aplikasi keuangan berbasis mobile, yang dapat membantu para pelaku UMKM dalam mencatat hasil penjualan atau pemasukkan, serta pengeluaran dan hutang/piutang secara digital. Dari hasil pencatatan tersebut, pengguna aplikasi dapat melihat laporan transaksi beserta keuntungan dan kerugiannya yang dapat diunduh dalam format PDF. Dengan menggunakan aplikasi *BukuKas* tidak perlu lagi UMKM mencatat secara manual menulis dengan pulpen dan kertas serta jumlah transaksi yang bisa dicatat oleh buku kas tidak terbatas. UMKM Keju Aroma yang awalnya tidak pernah mencatat laporannya sekarang pemilik UMKM lebih mudah untuk mencatat laporan keuangan hanya menggunakan handphone dengan aplikasi *BukuKas*.



Gambar 2.3.3 Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan

2.3.4 Mengenalkan produk Keju Aroma dan Memasarkan Produk Menggunakan *Media Sosial*

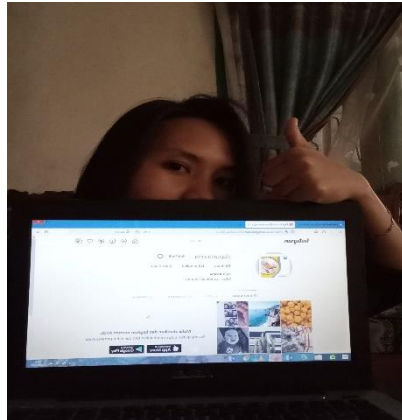
Lalu saya akan mengenalkan produk Keju Aroma menggunakan *Media Sosial*. *Media Sosial* adalah sebuah media daring yang digunakan satu sama lain yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berinteraksi, berbagi, dan menciptakan isi blog, dan jejaring sosial.

Pemilik atau pelaku usaha *e-commerce* bisa memanfaatkan *Media Sosial* yang ada sebagai strategi marketing. Bahkan saat ini, media sosial menjadi cara yang paling ampuh dalam mempromosikan produk yang ada. Potensi bisnis yang sangat besar di *Media Sosial* tentunya mendorong pelaku usaha untuk semakin meningkatkan kualitas yang ada agar mempromosikannya dengan baik dan menarik konsumen yang akhirnya mendapat pelanggan yang cukup besar untuk melampaui target penjualan. Didalam mempromosikan bisnis di *Media Sosial* tentunya membutuhkan strategi komunikasi yang matang agar pasar di *Media Sosial* ini tergarap secara efektif dan efisien.

Salah satu *Media Sosial* yang paling berpengaruh terhadap penjualan produk suatu bisnis adalah Instagram. Apapun produk dan layanan yang ditawarkan kepada pelanggan, Instagram menjadi bagian utama dari setiap inisiatif pemasaran digital yang dapat dibuat.



Gambar 2.3.4 Mengenalkan Produk



Gambar 2.3.4 Pembuatan Akun Instagram

2.3.5 Kegiatan Tambahan

2.3.5.1 Pelatihan Pembuatan Desain Merk Pada Warung Kelontong

Dari hasil pembuatan *desain merk* yang dilakukan UMKM Warung mempunyai logo yang sesuai dengan keinginannya. Jika sang pemilik ingin mengganti desain merk tersebut ia bisa langsung membuatnya karena sudah diajari cara membuat desain merk secara detail. Merk merupakan hal yang paling penting dalam ber Usaha. Jika tidak mempunyai merk masyarakat akan lebih sulit untuk mengetahui atau mengenal apa nama dari usaha tersebut sehingga mereka akan hanya menyebut nama pemilik UMKM tersebut tanpa mengetahui merk dari UMKM Warung tersebut.



Gambar 2.3.5.1 logo warung

2.3.5.2 Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Menggunakan Aplikasi *BukuWarung*

Berdasarkan melakukan pelatihan penyusunan laporan keuangan menggunakan aplikasi *BukuWarung* pemilik UMKM akan mudah mencatat keuangan bisnis, perhitungannya pun dilakukan secara otomatis sehingga sang pemilik UMKM dapat mengetahui kondisi untung dan rugi dari usaha yang dijalankan secara real time. Pemilik UMKM hanya memantau aplikasi ini dimana pun dan kapan pun serta tidak perlu khawatir jika adanya data yang tidak sinkron.

Sehingga menggunakan aplikasi *BukuWarung* akan bisa menyusun strategi untuk meningkatkan penjualan produk tersebut di periode berikutnya.



Gambar 2.3.5.2 Pelatihan laporan keuangan

2.3.5.3 Pendampingan Pembelajaran pada Anak-Anak

Dimasa Pandemi Covid-19 ini, anak-anak melakukan pembelajaran secara *online*. Pembelajaran *online* yaitu pembelajaran dalam jaringan yang dilakukan dirumah masing-masing. Beberapa masalah muncul dalam pembelajaran daring berupa kurangnya motivasi siswa dalam mengikuti pembelajaran dan meningkatnya kekerasan terhadap anak. Beberapa kendala dalam pelaksanaan pembelajaran daring, antara lain keterbatasan interaksi guru dalam menjelaskan materi sehingga banyak siswa yang tidak paham, dan ketidaksiapan orangtua dalam membimbing anaknya belajar.

Lalu saya mendampingi anak-anak SD belajar dan membantu mengerjakan tugas yang diberikan gurunya. Kemudian saya mengajari anak-anak tersebut membaca, berhitung, dan menulis dengan sabar serta menggunakan inotasi yang lembut. Dengan begitu, anak-anak tidak mudah bosan, tidak takut untuk belajar, memotivasi, serta meringankan beban orangtua.



Gambar 2.3.5.3 Pendampingan Belajar Bersama Anak-Anak

2.3.5.4 Sosialisasi Protokol Kesehatan Kepada Anak-Anak

Untuk memberikan partisipasi kepada anak-anak agar mentaati protokol kesehatan. Kegiatan ini bertujuan agar anak-anak dan masyarakat mengetahui bahayanya Covid-19 ini jika kita tidak mentaati protokol kesehatan. Dan saya mengajari anak-anak cara untuk mencuci tangan yang baik dan benar, serta menjelaskan pentingnya memakai masker dan tidak boleh dalam kerumunan. Dengan begitu, anak-anak tersebut akan lebih berhati-hati atau waspada jika saat ingin berpergian dan sudah mengetahui apa saja yang akan dilakukan saat sedang berpergian agar tidak terlalu merepotkan orangtuanya untuk mengajari caranya mencuci tangan.



Gambar 2.3.5.4 Mengajari Mencuci Tangan Yang Benar

2.3.5.5 Membantu Kegiatan Gotong Royong

Gotong royong adalah kegiatan yang dilakukan bersama-sama dan bersifat sukarela agar kegiatan tersebut berjalan lancar. Saya membantu masyarakat muslim untuk membersihkan mushola yang berada di RT 005 Desa Candimas Lampung Utara. Dikarenakan ada masyarakat nonmuslim, saya juga membantu membersihkan gereja yang sudah lama tidak bersihkan akibat PPKM tempah ibadah tersebut diberhentikan sementara waktu sampai waktu yang ditentukan. Lalu saya membantu ibu-ibu PKK bercocok tanam.





Gambar 2.3.5.5 Membantu bercocok tanam

2.4 Dampak Kegiatan

Berdasarkan penjelasan program kerja diatas Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yang saya telah lakukan selama kurang lebih 1 bulan memiliki beberapa dampak kegiatan dari dampak inilah dapat dilihat bahwa solusi yang sudah dapat diatasi yaitu:

2.4.1 Dampak Diversifikasi Produk UMKM Keju Aroma

Dampak jangka pendek, pemilik UMKM mendapatkan pengetahuan dan penekanan biaya produksi Keju Aroma, sehingga keuntungan yang mereka dapatkan bisa lebih besar dibandingkan sebelumnya. Kemudian untuk jangka panjang saya mengharapkan adanya diversifikasi produk karena dapat meningkatkan penjualan, dan membuat pemilik memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan mereka tidak hanya dari Keju Aroma saja.

2.4.2 Dampak Pembuatan *Branding*

Dampak pembuatan *branding* untuk jangka pendek saya mengharapkan pembuatan *branding* ini dapat menjadi motivasi untuk meningkatkan produknya lagi. Untuk jangka panjang saya berharap bisa membangun *image* yang dapat bertahan lama dan dapat membangun hubungan baik dengan pelanggan, sehingga memiliki banyak pelanggan setia yang membantu mempertahankan pemasukan sekalipun ditengan kondisi yang sulit.

2.4.3 Dampak Pelatihan Pembuatan Desain Merk UMKM Keju Aroma Dapur Ibu Rina

Berdasarkan pelatihan pembuatan *desain merk* saya mengharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu alat promosi yang efektif sehingga dapat mempromosikan hasil produksi cukup dengan menyebut merk nya, dan menjamin sebagai jaminan atas mutu barang yang diperdagangkan serta merk juga menunjukkan asal barang tersebut dihasilkan.

Untuk jangka panjang saya berharap UMKM ini bisa memperkuat *merk* agar bisa menempatkan bisnis pada posisi yang strategis.

2.4.4 Dampak Pembuatan Packaging

Dampak jangka pendek dapat menerima progja yang saya kerjakan dalam UMKM ini dan dapat melakukan packaging yang menarik dengan menggunakan *desain merk*. Karena merk yang baik yaitu meningkatkan daya tarik konsumen dan *merk* dapat dipandang oleh *customer*. Untuk jangka panjang saya berharap dapat menaikkan penjualan atau status pembeli, dalam pembuatan *merk* harus ada namanya yaitu antara lain: ringkasan dan sederhana, mengandung keaslian, mudah di mengerti dan mudah dibaca tidak bersifat negatif karena supaya mudah dikenal oleh masyarakat.

2.4.5 Dampak Mengenalkan dan Memasarkan Produk Melalui *Media Sosial*

Di jangka pendek saya harap dapat melakukan pemasaran dengan baik agar dapat mengenalkan produk-produk yang sudah dibuat dan dipasarkan di *media sosial*. Dalam jangka panjang nya UMKM dapat menjadikan teknologi pemasaran dengan alat-alat yang canggih di zaman sekarang ini. Sehingga menggunakan pemasaran lewat *media sosial* akan membuat usaha lebih gampang dalam mencari pelanggan, karena di zaman sekarang banyak orang-orang yang menggunakan *media sosial* dan mereka lebih suka membeli melalui *online* karena sangat mudah dan simpel tidak harus

menuju ke store, cukup melalui *media sosial* bisa melihat apa saja yang sedang dijual dan bisa konsultasi kepada owner.

2.4.6 Dampak Pelatihan Pembuatan Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Keju Aroma Dapur Ibu Rina Menggunakan Aplikasi *BukuKas*

Dampak pelatihan penyusunan laporan keuangan untuk jangka pendek saya berharap dapat menjadi sebagai pengingat atas menyusun laporan keuangan. Jangka panjangnya pemilik UMKM terus menggunakan aplikasi *BukuKas* agar mengetahui apakah UMKM ini sedang mengalami keuntungan atau kerugian. Sehingga pemilik UMKM Keju Aroma mengetahui laju arus kas dan dapat mengurangi berbagai macam persepsi negatif atas aliran dana yang dirasa kehilangan tiba-tiba. Kemudian aplikasi *BukuKas* menjadi sebagai pengingat atas uang piutang, mempunyai data lengkap atas konsumen dan supplier potensial, dan mengetahui perkembangan bisnis serta bisa memmanage uang.

2.4.7 Dampak Kegiatan Tambahan

2.4.7.1 Dampak Pelatihan Pembuatan *Desain Merk* Pada Warung Kelontong

Dalam mengadakan pelatihan pembuatan *desain merk* pada UMKM Warung Kelontong membuat UMKM mempunyai identitas yang akan dikenal masyarakat sekitar. Serta pemilik UMKM bisa membuat *desain merk* lainnya jika membutuhkan dan sudah mengetahui caranya untuk membuat *desain merk*.

Dampak dari pelatihan ini menambah wawasan pemilik, yang tadinya tidak tahu cara membuatnya menjadi tahu. Yang tadinya tidak mempunyai *desain merk* jadi mempunyai merk. Karena *Desain Merk* adalah untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi atau dibuat usaha. Dengan

demikian merk merupakan tanda pengenal asal barang atau jasa yang bersangkutan dengan produsennya.

2.4.7.2 Dampak Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Menggunakan Aplikasi *Buku Warung*

Dengan mengadakan pelatihan atau pembuatan *desain merk* pada UMKM Warung Kelontong membuat UMKM mempunyai identitas yang akan dikenal masyarakat sekitar. Serta pemilik UMKM bisa membuat *desain merk* lainnya jika membutuhkan dan sudah mengetahui caranya untuk membuat *desain merk*.

Dampak dari pelatihan ini menambah wawasan pemilik, yang tadinya tidak tahu cara membuatnya menjadi tahu. Yang tadinya tidak mempunyai *desain merk* jadi mempunyai merk. Karena *Desain Merk* adalah untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi atau dibuat usaha. Dengan demikian merk merupakan tanda pengenal asal barang atau jasa yang bersangkutan dengan produsennya.

2.4.7.3 Dampak Pendampingan Pembelajaran Anak-Anak SD

Dampak untuk mendampingi anak-anak SD dalam pembelajaran adalah anak-anak menjadi tidak takut untuk belajar, karena jika diajari oleh orangtua akan ada kekerasan seperti dibentak bahkan dicubit. Dengan saya mengajarkan membaca, menulis, berhitung serta menggambar dengan menggunakan inotasi yang lembut itu akan memudahkan anak-anak untuk menyerap perkataan yang saya jelaskan. Serta anak-anak tidak akan mudah bosan untuk belajar karena pembelajaran diselingkan dengan menggambar agar anak-anak mempunyai motivasi dan kreativitas dalam berfikir.

2.4.7.4 Dampak Sosialisasi Protokol Kesehatan Kepada Anak-Anak

Dampak sosialisasi untuk pencegahan Covid-19 kepada anak-anak dan masyarakat adalah untuk memberikan partisipasi kepada anak-anak dan

masyarakat agar mentaati protokol kesehatan dan menjaga kesehatan agar terhindar dari Covid-19 ini. Dengan sosialisasi maka anak-anak dan masyarakat akan mengetahui bahayanya Covid-19 ini jika tidak mentaati protokol kesehatan. Apalagi untuk anak-anak, saya mengajarkan arti pentingnya memakai masker dan mencuci tangan menggunakan sabun yang baik dan benar agar virusnya tidak tersebar dimana-mana.

2.4.7.5 Dampak Membantu Kegiatan Gotong Royong

Dampak membantu kegiatan gotong royong bersama masyarakat adalah untuk meringankan beban masyarakat membersihkan mushola, gereja dan bercocok tanam. Serta masyarakat akan lebih rajin lagi untuk mengadakan kegiatan gotong royong guna untuk mempererat tali persaudaraan antar masyarakat dan lingkungan sekitar menjadi bersih, aman, dan nyaman untuk dilihat. Apalagi tempat ibadah harus selalu bersih untuk kenyamanan saat beribadah berlangsung.

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Desa Candimas Kecamatan Abung Selatan Kabupaten Lampung Utara pada peningkatan usaha melalui diversifikasi produk UMKM Keju Aroma Dapur Ibu Rina ditengah pandemi Covid-19 dengan menggunakan teknologi informasi yang dapat disimpulkan yaitu:

1. Dengan meningkatkan usaha melalui diversifikasi produk dapat meningkatkan pendapatan pemilik UMKM.
2. Pembuatan merk dan kemasan yang kreatif dapat membantu masyarakat mengenal produk dan meningkatkan nilai jual. Memasarkan dan mempromosikan dengan melalui media sosial guna meningkatkan nilai jual dan dapat membantu masyarakat mengenal produk secara luas.
3. Penyusunan laporan keuangan menggunakan aplikasi *BukuKas* dan *BukuWarung* guna mempermudah pemilik UMKM mengetahui keuntungan dan kerugian dari bisnis yang ia jalani.
4. Mendampingi anak-anak dalam pembelajaran guna memotivasi dan kreativitas anak-anak dalam berfikir.
5. Sosialisasi pencegahan Covid-19 dapat meningkatkan kesadaran masyarakat pentingnya menerapkan protokol kesehatan dilingkungan sekitar.
6. Membantu gotong royong bersama masyarakat guna untuk menjalin tali persaudaraan antar masyarakat.

3.2 Saran

3.2.1 Bagi Institusi

1. Kedepannya dalam melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) panitia pelaksana dan pihak-pihak yang terkait

lebih mempersiapkan dengan matang lagi terutama dalam menjalin koordinasi dengan lapangan atau desa lokasi pelaksana PKPM.

2. Kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini sebaiknya diadakan kembali pada periode mendatang. Karena kegiatan ini memberikan nilai positif bagi mahasiswa dalam mengembangkan potensi dalam diri, sehingga terciptanya empati dalam diri mahasiswa melalui program interaksi dan sosialisasi terhadap masyarakat setempat.

3.2.2 Bagi Mahasiswa

1. Perlu adanya kerjasama dan koordinasi yang baik dengan masyarakat sehingga program kerja dapat berjalan dengan lancar.
2. Mahasiswa harus dapat mengelola waktu yang dimiliki selama kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) dengan sebaik-baiknya.
3. Mahasiswa harus mempunyai niat dan tujuan yang baik, rasa ikhlas, tanggung jawab yang besar, sehingga perlu persiapan secara fisik, mental, emosional, dan dana yang cukup agar kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) tersebut dapat berjalan dengan lancar dan baik.

3.2.3 Bagi Masyarakat

1. Mencari dan menggali apa saja potensi-potensi yang ada didalam desa untuk dijadikan UKM sehingga secara tidak langsung membuat lapangan pekerjaan baru dan mengurangi pengangguran yang ada.
2. Meningkatkan semangat dalam mencari ilmu dimanapun, kapanpun, dan kepada siapapun.
3. Selalu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam bidang ilmu pengetahuan teknologi, bisnis dan dalam kegiatan organisasi desa yang dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan karakter masyarakat yang cekatan, cerdas dan berakhlak mulia.

3.2.4 Bagi Pemilik UMKM

1. Dengan adanya Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini diharapkan usaha keju aroma mendapat gambaran bagaimana dalam memanfaatkan peluang, meningkatkan diversifikasi produk lainnya, dan strategi dalam penjualan keju aroma.
2. Lebih dapat memanager uang usaha untuk dipergunakan sebaik mungkin dan mencatat laporan keuangannya menggunakan aplikasi *BukuWarung*.

3.3 Rekomendasi

1. Untuk pemilik UMKM dapat menerapkan protokol kesehatan dalam produksi Keju Aroma, dan dapat meningkatkan usaha melalui diversifikasi produk agar mendapat nilai jual yang lebih.
2. Masyarakat dapat menggunakan teknologi yang tersedia agar memudahkan para masyarakat dalam melakukan berbagai kegiatan, seperti melakukan jual beli secara *online*.
3. Untuk masyarakat dilingkungan sekitar tempat tinggal Desa Candimas supaya selalu menerapkan protokol kesehatan sesuai dengan anjuran pemerintah dengan selalu menggunakan masker dan rajin mencuci tangan saat keluar rumah.

DAFTAR PUSTAKA

djp. (2019, 01 18). Diambil kembali dari pengertian merk: <https://accurate.id>

elshinta. (2018, 08 28). Diambil kembali dari Diversifikasi Produk: <https://elshinta.com>

Kotler. (2000, 08 19). Diambil kembali dari <https://accurate.id>

LAMPIRAN

1. Bukti Aktivitas di Media Sosial dan Media Lainnya



Mempromosikan Melalui WhatsApp

2. Bukti Aktivitas Lainnya



Meminta perizinan RT



Membantu memeriahkan acara 17an



Membantu membuat hadiah



Meminta Perizinan pemilik UMKM



Menjelaskan diversifikasi produk



Membantu membeli bahan



Pelatihan Re-branding



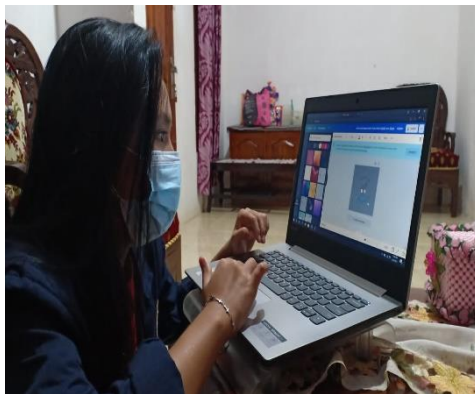
Pelatihan menyusun laporan keuangan



Perizinan pada UMKM WarungKelontong



Pelatihan Pembuatan logo



Pembuatan logo



Penyerahan logo



**FORMULIR KEGIATAN PRAKTEK KERJA
PENGABDIAN MASYARAKAT (PKPM)**

Desa : Candimas
Kecamatan : Abung Selatan
NPM : 1812110368
Nama : Lisbet Septiana Sirait
Kelompok :

No	HARI/TANGGAL	KEGIATAN	TTD*
1	16 Agustus 2021	Melakukan Perizinan PKPM kepada RT	<i>[Signature]</i>
2	17 Agustus 2021	Membantu memeriahkan 17-an	<i>[Signature]</i>
3	19 Agustus 2021	Mewawancarai Pemilik UMKM	<i>[Signature]</i>
4	20 Agustus 2021	Menginovasi produk, rasa & kemasan	<i>[Signature]</i>
5	22 Agustus 2021	Pelatihan membuat desain merk	<i>[Signature]</i>
6	25 Agustus 2021	Membantu membuat akun media sosial untuk memasarkan produk	<i>[Signature]</i>
7	26 Agustus 2021	Pelatihan Penyusunan laporan keuangan menggunakan Aplikasi Bukukas	<i>[Signature]</i>
8	30 Agustus 2021	Membantu dalam pembuatan keju Aroma	<i>[Signature]</i>
9	31 Agustus 2021	Membantu memasarkan produk	<i>[Signature]</i>
10	1 September 2021	Membantu membersihkan mushola, gereja & bercocok tanam	<i>[Signature]</i>
11	2 September 2021	Meminta Perizinan kepada Pemilik UMKM warung kelontong	<i>[Signature]</i>
12	4 September 2021	Pelatihan Penyusunan laporan keuangan menggunakan Aplikasi BukuWarung	<i>[Signature]</i>
13	6 September 2021	Pelatihan membuat desain merk & logo	<i>[Signature]</i>
14	14 September 2021	Mendampingi anak-anak belajar & Sosialisasi tentang Covid-19	<i>[Signature]</i>
15	16 September 2021	Penyelesaian kegiatan PKPM bersama ketua RT	<i>[Signature]</i>

*) TTD oleh Penanggung jawab kegiatan

Kepala Desa,

[Signature]
Triamriani

NIK.



FORMULIR KUNJUNGAN PRAKTEK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT

Desa : Candimas
Kecamatan : Abung Selatan
Kelompok :

NO	HARI/TANGGAL	HASIL KUNJUNGAN	TTD Mahasiswa & NPM	TTD Aparat Desa	Paraf Koordinator DPL
1	Senin, 16 Agustus 2021	Pelepasan dan pengenalan mahasiswa terkait dengan masing-masing sasaran & tujuan wilayah PKM.	1. Ttd 1812110368 2.	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
2	Sabtu, 28 Agustus 2021	Penentuan Program kerja dan progress kegiatan yang akan dilakukan	1. Ttd 1812110368 2.	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
3	Sabtu, 4 September 2021	Melaporkan kegiatan yang sedang dan yang sudah dilaksanakan	1. Ttd 1812110368 2.	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
4	Sabtu, 11 September 2021	Progres Program kerja dari desa yang masih perlu ditindak lanjuti dan diperbaiki persiapan pembuatan laporan kerja PKM.	1. Ttd 1812110368 2.	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>

Dosen Pembimbing Lapangan
[Signature]
Anandha Sartika Putri, SE., MSM
NIK. 19930414.....