

**PENGEMBANGAN PRODUK DAN PROMOSI PADA UMKM  
AL-BAROKAH DI DUSUN KEDUNGPOH KIDUL**

*Product Development and Promotion*

Tugas Akhir Pengabdian Masyarakat

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan  
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
dari Program Studi Ekonomi Islam



A handwritten signature in black ink, enclosed in a simple oval shape. The signature appears to be 'Fanny Fatikha Ahmad'.

Acc Munaqosah  
18/02/2023

Oleh:  
Fanny Fatikha Ahmad  
18423185

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
2023**

# LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

**Nama** : **FANNY FATIKHA AHMAD**  
**NIM** : **18423185**  
**Program Studi** : **Ekonomi Islam**  
**Fakultas** : **Ilmu Agama Islam**  
**Judul Tugas Akhir** : **PENGEMBANGAN PRODUK DAN  
PROMOSI PADA UMKM  
AL-BAROKAH DI DUSUN  
KEDUNGOPOH KIDUL**  
*(Product Development and Promotion)*

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tugas Akhir Pengabdian Masyarakat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Tugas Akhir Pengabdian Masyarakat ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 18 Febuari 2023



Fanny Fatikha Ahmad



FAKULTAS  
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim  
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia  
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584  
T. (0274) 898444 ext. 4511  
F. (0274) 898463  
E. fiat@uii.ac.id  
W. fiat.uii.ac.id

**PENGESAHAN**

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 13 Maret 2023  
Judul Tugas Akhir : Pengembangan Produk dan Promosi pada UMKM Al-Barokah Di Dusun Kedungpoh Kidul  
Disusun oleh : FANNY FATIKHA AHMAD  
Nomor Mahasiswa : 18423185

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

**TIM PENGUJI:**

Ketua : Anom Garbo, SEI, ME  
Penguji I : Tulasmi, SEI, MEI  
Penguji II : Junaidi Safitri, SEI, MEI  
Pembimbing : Muhammad Iqbal, SEI, MSI

Yogyakarta, 15 Maret 2023



*Asmuni*  
Dr. Drs. Asmuni, MA

## REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir Pengabdian Masyarakat:

**Nama Mahasiswa** : **Fanny Fatikha Ahmad**  
**NIM** : **18423185**  
**Judul Tugas Akhir** : **PENGEMBANGAN PRODUK DAN  
PROMOSI PADA UMKM  
AL- BAROKAH DI DUSUN  
KEDUNGPOH KIDUL  
(*Product Development and Promotion*)**

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqosah Tugas Akhir Pengabdian Masyarakat pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 18 Febuari 2023



Muhammad Iqbal, SEI., MSI.

## NOTA DINAS

Yogyakarta, 18 Febuari 2023 M  
27 Rajab 1444 H

Hal : Pengabdian Masyarakat  
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama  
Islam Universitas Islam  
IndonesiaDI Yogyakarta.

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor :1133/Dek/60/DAATI/FIAI/IX/2022 tanggal 21 September 2022 M atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara :

Nama : Fanny Fatikha Ahmad  
NIM : 18423185  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Judul Skripsi : Pengembangan Produk Dan Promosi Pada Umkm  
Al-Barokah Di Dusun Kedungpoh Kidul

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa laporan tugas akhir pengabdian masyarakat saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan, bersama ini kami kirimkan 4 (empat) eksemplar skripsi yang dimaksud.

*Wassalamu'alaikum Wr. WB.*

Dosen Pembimbing



Muhammad Iqbal, SEI., MSI

## **LEMBAR PERSEMBAHAN**

Segala puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan pemilik alam semesta yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Shalawat serta salam atas Rasulullah Muhammad SAW atas segala petunjuk kebaikan yang Beliau berikan kepada penulis dan penulis harapkan syafaatnya di hari pertanggungjawaban nanti. Melalui sebuah karya yang penulis susun dengan sebaik-baiknya dan penulis persembahkan karya kepada:

Ayahanda penulis, J.Darwono dan Almarhumah Ibunda penulis, Siti Fatimah. Penulis mengucapkan terima kasih banyak atas segala doa yang senantiasa mengalir untuk penulis, atas seluruh cinta dan kasih sayang yang utuh, atas semua motivasi yang penuh, atas segala dukungan dan restu yang selalu tcurahkan, atas segala kebahagiaan yang tak pernah lelah diberikan serta atas pengorbanan dan jerih payah yang tiada habisnya.

Terimakasih banyak penulis ucapkan kepada seluruh dosen di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia terkhusus kepada dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah membimbing penulis dari awal masa perkuliahan hingga saat ini. Selain itu, penulis ucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing yaitu Bapak Muhammad Iqbal, SEI., MSI. yang sudah membantu dan memberikan usulan terhadap penulisan Tugas Akhir Pengabdian Masyarakat hingga akhir sidang saat ini. Semoga penulis bisa mengamalkan ilmu yang telah diberikan oleh Bapak/Ibu dosen dan nantinya menjadi suatu keberkahan yang mengalir kepada Bapak/Ibu semua.

Terimakasih kepada sahabat - sahabat penulis dan untuk diri penulis sendiri yang telah berjuang sejauh ini dan berusaha melakukan yang terbaik demi orang - orang yang penulis sayangi dan menyayangi penulis.

## HALAMAN MOTTO

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيِّرُوهُ مَا  
بِأَنفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ ﴿١١﴾ (الرعد/13: 11)

“Baginya (manusia) ada (malaikat-malaikat) yang menyertainya secara bergiliran dari depan dan belakangnya yang menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka. Apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, tidak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tidak ada pelindung bagi

mereka selain Dia.”

(Ar-Ra'd/13:11)

# **PENGEMBANGAN PRODUK DAN PROMOSI PADA UMKM AL-BAROKAH DI DUSUN KEDUNGPOH KIDUL**

**FANNY FATIKHA AHMAD**

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam  
Indonesia, Jalan Kaliurang Km. 14,5 Sleman, Yogyakarta

[fannyfatikhaahmad12@gmail.com](mailto:fannyfatikhaahmad12@gmail.com)

## **Abstrak**

Al-Barokah merupakan usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang terletak di Dusun Kedungpoh Kidul, Desa Kedungpoh, Kecamatan Nglipar, Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Suatu UMKM dalam melaksanakan produksi masih terdapat beberapa kendala dalam melakukan usahannya. Kendala yang dialaminya dalam UMKM Al-Barokah diantaranya dalam pengelolaan produk yang kurang bertahan lama, kemasan yang kurang menarik, pemasaran yang belum maksimal, dan meningkatkan penjualan produk melalui online. Pengabdian masyarakat melalui beberapa tahapan, yaitu analisis situasi, perancangan program, sosialisasi program, presentasi program, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi program. Pelaksanaan pengabdian masyarakat menghasilkan implementasi dalam pengembangan produk, kemasan, strategi pemasaran, dan penjualan melalui shopee dan instagram. Implementasi tersebut mencakup pencarian materi, presentasi materi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi program. UMKM Al-Barokah menerima solusi yang ditawarkan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat, memberikan peningkatan kualitas produk, kemasan, pengetahuan strategi pemasaran, dan penjualan online.

Kata Kunci: UMKM Al-Barokah, Pengembangan Produk, Promosi.



**PRODUCT DEVELOPMENT AND PROMOTION AT AL-BAROKAH  
MSMES IN KEDUNGPOH KIDUL VILLAGE**

**FANNY FATIKHA AHMAD**

Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Studies, Universitas Islam

Indonesia Jalan Kaliurang Km. 14,5 Sleman, Yogyakarta

[fannyfatikhaahmad12@gmail.com](mailto:fannyfatikhaahmad12@gmail.com)

**Abstract**

Al-Barokah is a Micro, Small and medium enterprises (MSMEs) located in Kedungpoh Kidul Hamlet, Kedungpoh Village, Nglipar District, Gunung Kidul Regency, Special Region of Yogyakarta. An MSME in carrying out production there are still some obstacles in doing their business. The constraints experienced in UMKM Al-Barokah include in the management of products that are less durable, less attractive packaging, marketing that has not been maximized, and increase product sales through online. Community service goes through several stages, namely Situation Analysis, program Design, program socialization, program presentation, training, mentoring, and program Evaluation. The implementation of community service results in implementation in product development, packaging, marketing strategies, and sales through shopee and instagram. The implementation includes material search, material presetting, training, mentoring, and program Evaluation. MSMEs Al-Barokah accept the solutions offered in the implementation of community service, providing improved product quality, packaging, knowledge of marketing strategies, and online sales.

Keywords: UMKM Al-Barokah, Product Development, Promotion.

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN  
KEPUTUSAN BERSAMA**

**MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
REPUBLIK INDONESIA**

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

**A. Konsonan**

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

**Tabel 0.1** Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)

خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We

هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

**Tabel 0.2** Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◻	Fathah	A	A
◻	Kasrah	I	I
◻	Dammah	U	U

### 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

**Tabel 0.3** Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ي...	Fathah dan ya	Ai	a dan u
و...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

### C. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

**Tabel 0.4** Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

### D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

#### E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

#### F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

### G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

### H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ      Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/  
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا      Bismillāhi majrehā wa mursāhā

## I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ      Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/  
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ      Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ      Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا      Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru  
jamī`an

## J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.



## KATA PENGANTAR

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ ، نَبِيِّنَا وَحَبِيبِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ  
وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ ، وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ ، أَمَا بَعْدُ

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir Pengabdian Masyarakat ini dengan penuh kelancaran. Sholawat serta salam senantiasa terhaturkan kepada Baginda Rasulullah SAW yang telah menjadi teladan penulis untuk terus bersemangat dalam menjalankan kebaikan, termasuk melakukan dan menulis Tugas Akhir Pengabdian Masyarakat dengan judul 'Pengembangan Produk Dan Pemasaran Produk Pada Umkm Al-Barokah Di Dusun Kedungpoh Kidul'.

Penghargaan dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Ayahanda J. Darwono dan Almarhumah Ibunda Siti Fatimah atas segala doa, semangat, dukungan, keringat, air mata, kasih, dan sayang yang tidak terhingga sehingga menjadi sumber semangat utama penulis dalam menyelesaikan karya tulis ini. Terima kasih kepada saudara kandung penulis Dimas Agung, Dedy Wira Istiaji, dan Fajar Farkhani Ahmad yang telah memberi semangat pada proses pengerjaan Tugas Akhir ini .

Penghargaan dan terima kasih juga penulis berikan kepada:

1. Bapak Prof Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D, selaku rektor Universitas Islam Indonesia Beserta seluruh jajarannya dan rektor - rektor sebelumnya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, MA., beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., ME., selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Muhammad Iqbal, SEI., MSI, selaku dosen pembimbing akademik dan dosen pembimbing tugas akhir yang membantu selama perkuliahahan, memberikan bimbingan, bantuannya selama program pengabdian masyarakat, dan sampai menyelesaikan tugas akhir.
6. Segenap Dosen serta staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat dan juga memberikan pelayanan kepada mahasiswa Prodi Ekonomi Islam.
7. Kedua Orang Tua dan Kakak Penulis yang selalu memberikan penulis semangat, doa yang selalu dipanjatkan serta motivasi untuk kelancaran penyusunan Tugas akhir Pengabdian Masyarakat.
8. Ibu Tri Wahyuni, Ibu Turni Widayati, Ibu Maryati dan Ibu Riyani selaku Pengelola UMKM Al-Barokah yang sekiranya sudah mau bekerjasama dengan baik selama program pengabdian masyarakat berlangsung.
9. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangatnya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Dengan kerendahan hati, penyusun mohon maaf tidak dapat menyebutkan satu persatu dari seluruh pihak. Mohon maaf juga penyusun sampaikan atas kesalahan, khilaf dan banyaknya kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penyusun sangat terbuka dalam menerima saran maupun berbagai kritik mengenai penulisan laporan tugas akhir pengabdian masyarakat ini. Penyusun berharap tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penyusun dan pembaca serta menjadi salah satu amal jariyah.

وَالسَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Yogyakarta, 18 Februari 2023



Fanny Fatikha Ahmad

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>REKOMENDASI PEMBIMBING .....</b>	<b>iv</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I ANALISIS SITUASI .....</b>	<b>1</b>
A.    Kondisi Eksisting Mitra.....	1
B.    Permasalahan Mitra .....	1
C.    Gambaran Lokasi Pengabdian.....	2
D.    Sistematika Penulisan.....	4
<b>BAB II PERMASALAHAN MITRA .....</b>	<b>6</b>
A.    Kesesuaian Program .....	6
B.    Kompetensi Mahasiswa.....	13
<b>BAB III METODE PENGABDIAN MASYARAKAT .....</b>	<b>14</b>
A.    Ketepatan Metode Pendekatan .....	14
B.    Rencana Kegiatan.....	14
C.    Kontribusi Mahasiswa .....	15
D.    Partisipasi Mitra .....	15
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENGABDIAN.....</b>	<b>16</b>
A.    Hasil Pengabdian Masyarakat .....	16
B.    Pembahasan Pengabdian Masyarakat.....	21

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>33</b>
A.    Kesimpulan.....	33
B.    Saran .....	33
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>34</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>36</b>
<b>BIODATA PENULIS.....</b>	<b>54</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Materi Kualitas Produk .....	22
Tabel 4. 2 Materi Desain Kemasan .....	23
Tabel 4. 3 Materi Pemasaran.....	24
Tabel 4. 4 Materi E-Commerce dan Media Sosial .....	25
Tabel 4. 5 Tahapan Pembuatan .....	27
Tabel 4. 6 Kegiatan Desain Kemasan .....	28
Tabel 4. 7 Kegiatan Strategi Pemasaran .....	29
Tabel 4. 8 Kegiatan E-Commerce dan Media Sosial .....	30



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Alat Spinner.....	16
Gambar 4. 2 Kemasan Sebelumnya .....	17
Gambar 4. 3 Desain Depan Atas .....	18
Gambar 4. 4 Depan Bawah .....	18
Gambar 4. 5 Desain Belakang.....	19
Gambar 4. 6 Mengikuti Pameran .....	20
Gambar 4. 7 Toko Shopee.....	20
Gambar 4. 8 Instragram.....	21
Gambar 4. 9 Pencarian Materi .....	22
Gambar 4. 10 Pemberian Materi Kualitas Produk .....	23
Gambar 4. 11 Pemberian Materi Desain Kemasan .....	24
Gambar 4. 12 Prsentasi Strategi Pemasaran.....	25
Gambar 4. 13 Presentasi E-commerce dan Sosial Media .....	26
Gambar 4. 14 Proses Pembuatan Produk.....	27
Gambar 4. 15 Proses Desain Kemasan .....	28
Gambar 4. 16 Kegiatan Strategi Pemasaran.....	29
Gambar 4. 17 Proses Penerimaan Toko Shopee .....	31

# **BAB I**

## **ANALISIS SITUASI**

### **A. Kondisi Eksisting Mitra**

Al-Barokah merupakan UMKM yang telah berdiri sejak 2017. UMKM Al-Barokah beranggota 4 orang yang dipelopori oleh Tri Wahyuni yang sekaligus menjabat sebagai ketua. UMKM Al-Barokah ini bergerak pada bidang kuliner keripiki sayuran dan minuman khas jogja. UMKM Al-Barokah saat ini telah memiliki 10 produk makanan dan 2 minuman. Adapun produk makanan, yaitu makanan kering berupa keripik sayur daun seledri, keripik sayur daun kemangi, keripik sayur daun bayam, keripik daun singkong, keripik terong, keripik sayur kenikir, keripik sayur daun kelor, keripik sayur daun kangkung, keripik pare dan keripik daun krisan. Sedangkan untuk minuman UMKN ini memproduksi minuman berupa wedang secang dan wedang uwuh (Wahyuni, Profil UMKM Al-Barokah, 2022).

Saat ini UMKM Al-barokah melakukan produksi usahanya dengan bahan tepung mocaf. Tepung mocaf merupakan salah satu komoditas unggulan yang dihasilkan petani Gunung Kidul. Oleh karena itu, produk keripik dari UMKM Al-Barokah menjadikan tepung mocaf sebagai bahan baku utama dan ciri khas dari Gunung Kidul (Wahyuni, 2022).

UMKM Al-Barokah saat ini melakukan penjualan hanya melalui order langsung. Kemudian UMKM Al-Barokah melakukan proses pesanan kurang lebih selama dua hari. UMKM Al-Barokah sudah melakukan pemasaran diwilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, Magelang, Semarang, Bandung, Solo, Malang, Jakarta, Surabaya, dan Bandung (Wahyuni, 2022).

### **B. Permasalahan Mitra**

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, menemukan beberapa permasalahan yang di alami UMKM Al-Barokah saat ini. Permasalahan UMKM Al-Barokah yang pertama dikarena produk keripik pada UMKM Al-

Barokah belum bertahan lama yang disebabkan oleh pengerinngan minyak yang kurang maksimal, sehingga keripik selama satu minggu sudah tidak renyah lagi. Permasalahan yang kedua terdapat pada bagian kemasan yang dimana desain kemasan produk keripik ini masih kurang menarik. Permasalahan ketiga yang terdapat mitra yaitu kurangnya pengetahuan strategi pemasaran sehingga menyebabkan pemasaran yang kurang maksimal dan sasaran target pasar yang belum diketahui. Permasalahan yang keempat pada mitra ini belum melakukan penjualan online melalui e-commerce dan media sosial (Wahyuni, 2022).

Permasalahan di atas tersebut disimpulkan menjadi beberapa permasalahan, yaitu kualitas produk yang kurang bertahan lama, desain produk umkm yang kurang menarik, kurangnya pengetahuan terhadap strategi pemasaran, dan penjualan melalui e-commerce dan media sosial.

### **C. Gambaran Lokasi Pengabdian**

UMKM Al-Barokah berada di Dusun Kedungpoh Kidul. Secara Geografis Dusun Kedungpoh Kidul merupakan bagian dari Kelurahan Kedungpoh, Kapanewon Nglipar, Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Dusun yang memiliki luas wilayah 209 hektar dengan jumlah penduduk 363 jiwa ini berada di sekitar perbukitan tinggi. Kondisi tersebut memberikan keuntungan bagi masyarakat, khususnya pada bidang agraris. Terdapat tiga macam potensi alam, yaitu potensi pertanian, perkebunan, dan perhutanan (Wahyudi, 2021).

Berada 12 km dari Kota Wonosari, membutuhkan waktu tempuh kurang lebih 20 menit untuk sampai di Dusun Kedungpoh Kidul. Akses jalan memadai untuk mobilitas keluar masuk dusun. Dapat diakses menggunakan sepeda motor maupun mobil. Jauh dari perkotaan, Dusun Kedungpoh Kidul terletak pada lahan pegunungan dan juga dataran rendah yang dikelilingi dusun-dusun lainnya. Adapun dusun-dusun di sekitar Kedungpoh Kidul ialah di sisi utara berbatasan langsung dengan Dusun Kedungpoh Lor dan sisi selatan terdapat Dusun Pengkol. Sementara itu, di sisi baratnya berbatasan



dengan Dusun Gebang dan di timur ada Dusun Gojo dan Dusun Kedungpoh Tengah.

Dusun Kedungpoh Kidul sebagai salah satu dusun yang berada di wilayah Desa Kedungpoh ini kaya akan sumber daya alam serta potensi agrowisata. Dusun yang berada di kaki perbukitan tinggi ini, memberikan keuntungan tersendiri bagi masyarakat di bidang agraris. Ada 3 macam potensi alam yang dimiliki pedukuhan ini yaitu, potensi pertanian dan perkebunan serta perhutanan.

Dari sektor pertanian dan perkebunan, Dusun Kedungpoh Kidul memiliki jenis tanah kering yang subur sehingga cocok ditanami palawija. Adapun kebanyakan yang ditanam masyarakat dusun ini berupa kacang-kacangan, singkong, jagung dan lain-lain. Dalam bidang perkebunan, komposisi dan struktur tanah pedukuhan ini cocok untuk ditanami tanaman berdaun besar dan berumur panjang seperti kakau dan kelapa.

Sementara dari sektor kehutanan, tanah di Dusun Kedungpoh Kidul berpotensi untuk ditanami tanaman-tanaman keras seperti pohon jati, kayu putih, dan mahoni. Sebagian besar masyarakat dusun ini juga tidak hanya bergantung pada hasil alam, tetapi juga mengembangkan potensi peternakan untuk menambah penghasilan. Adapun hewan yang ditanam ialah sapi dan kambing. Sehingga tidak heran jika dusun ini memiliki potensi penghasilan bahan makanan pokok dan beberapa jenis sayuran. Meskipun akses dusun ini menanjak dan menurun apalagi untuk daerah perkebunan, tetapi banyak ditanami palawija dan sebagainya.

Dusun Kedungpoh Kidul juga terkenal di kalangan pencinta olahraga motor trail. Kegiatan ini biasanya banyak diminati oleh anak muda. Kondisi geografis dusun ini cocok untuk olahraga tersebut, dengan jalur menyusuri hutan, sungai, serta tanjakan ereng-ereng sebagai titik *finish* dan tempat berkumpul sekaligus menikmati senja. Selain itu, potensi wisata dusun ini juga tidak kalah menarik. Salah satunya area bumi perkemahan yang biasa digunakan oleh siswa-siswa sekolah dari berbagai daerah untuk berkemah

atau melakukan kegiatan *outbound*. Potensi-potensi wisata di Kedungpoh Kidul ini dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis).

#### **D. Sistematika Penulisan**

Dalam penyusunan laporan akhir pengabdian masyarakat ini, terdapat sistematika penulisan yang dibagi menjadi beberapa bab sebagai berikut:

##### **Bab I Analisis Situasi**

Pada bab Analisis Situasi ini terdiri dari Kondisi eksisting Mitra yaitu daerah atau lokasi yang dituju untuk sasaran pengabdian masyarakat. Penjelasan tentang kondisi ini dapat diawali dengan memberikan gambaran umum tentang lokasi dan keterangan aktivitas masyarakat yang menjadi sasaran pengabdian. Selain kondisi mahasiswa dapat menambahkan masalah pokok yang sedang dihadapi oleh masyarakat di lokasi pengabdian. Penjelasan tentang permasalahan tersebut diikuti dengan deskripsi permasalahan dan penyebab munculnya permasalahan tersebut. Pada bagian akhir mahasiswa dapat menggambarkan lokasi pengabdian dan perbandingannya dengan lokasi lain ataupun lokasi kampus ataupun dengan lokasi tempat mahasiswa berasal.

##### **Bab II Permasalahan Mitra**

Pada bab Permasalahan Mitra mengungkapkan bagaimana kesesuaian dan kecocokan masalah yang terdapat pada lokasi pengabdian dengan bagaimana program-program mahasiswa yang mengajukan tugas akhir. Program-program yang akan direncanakan mahasiswa dapat mengikuti masalah-masalah yang dilihat oleh mahasiswa pada saat melakukan observasi. Setelah penulisan kesesuaian masalah dan program yang akan dilakukan pada bab ini dapat dilanjutkan dengan menjelaskan kompetensi mahasiswa dengan permasalahan yang akan dibuatkan programnya.

##### **Bab III Metodologi Pengabdian Masyarakat**

Pada bab Metode Pengabdian Masyarakat dapat dikelaskan tentang Ketepatan Metode pendekatan untuk mengatasi permasalahan yang

direncanakan. Setelah itu dilanjutkan dengan mengurutkan Rencana kegiatan dari program-program pengabdian yang akan dilaksanakan. Selain itu mahasiswa perlu menambahkan seberapa besar peran dan kontribusi dari program pengabdian yang direncanakan. Pada bagian akhir pada bab ini mahasiswa perlu menjelaskan tentang sejauh apa Partisipasi mitra atau masyarakat di lokasi pengabdian.

#### **Bab IV: Hasil dan Pembahasan**

Pada bab hasil dan pembahasan ini mahasiswa dapat menjelaskan alur beserta hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang sudah dilakukan. Alur dan hasil kegiatan diikuti dengan pembahasan yang diuraikan sesuai kegiatan yang diusulkan pada program-program pengabdian masyarakat.

#### **Bab V Kesimpulan dan Saran**

Pada bab akhir mahasiswa dapat menuliskan Kesimpulan dari kegiatan yang sudah dilakukan sesuai usulan kegiatan pengabdian. adapun saran diuraikan sesuai keadaan nyata di lapangan.

## BAB II

### PERMASALAHAN MITRA

#### A. Kesesuaian Program

Penulis melakukan kesesuaian program dengan masalah-masalah yang terdapat pada UMKM Al-Barokah. Kesesuaian program yang akan dilakukan ini agar membantu dalam menyelesaikan permasalahan pada UMKM Al-Barokah. Beberapa masalah yang di alami oleh UMKM Al-Barokah untuk melakukan kecocokan program:

1. Kurangnya Pengetahuan Ketahanan.

Penulis melakukan kegiatan untuk memecahkan permasalahan terhadap ketahanan produk. Ketahanan produk ini termasuk kedalam penanganan pengembangan produk. Menurut Assauri dalam Saribu & Maranatha (2020) mengatakan bahwa pengembangan produk adalah perubahan suatu produk ke arah yang lebih baik melalui aktivitas maupun kegiatan. Pengembangan produk dilakukan untuk memperbaiki kualitas produk. Menurut Kolter, Philip, dan Armstrong dalam Imam Pamungkas Walton & Nurmandi (2021) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan kebutuhan dan keinginan konsumen yang harus terpenuhi yang didapatkan melalui kemampuan produk. Ketahanan makanan itu sendiri termasuk ke dalam delapan dimensi produk. Menurut Purba dalam Zainuddin (2018) mengatakan terdapat delapan dimensi yang bisa dilakukan pemasar:

- a. *Performence*

Kinerja merupakan aspek *fungsiional* produk dan merupakan fitur terpenting yang dipertimbangkan pelanggan saat membeli suatu produk dengan adanya kegunaan suatu produk.

- b. *Dimensi realibility*

Keandalan mengacu pada *fungsiionalitas* atau kemungkinan bahwa suatu produk akan berhasil melakukan tugasnya setiap kali digunakan dalam waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu.

c. *Dimensi feature*

Fitur merupakan tambahan yang melengkapi manfaat dasar. Fitur ditambahkan untuk meningkatkan kualitas produk yang tidak dimiliki pesaing.

d. *Dimensi diabilty*

Ketahanan mengacu pada berapa lama suatu produk dapat terus digunakan dan dapat didefinisikan sebagai ukuran harapan umur produk dalam kondisi normal. Semakin lama daya tahan produk maka produk semakin awet dan berkualitas.

e. *Dimensi conformance*

Kesesuaian mengacu pada sejauh mana barang dan jasa sesuai dengan spesifikasi yang ditentukan.

f. *Dimensi serviceability*

Kemampuan melayani mencakup kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemampuan untuk memperbaiki dan penanganan keluhan yang memuaskan serta dapat didefinisikan sebagai ukuran kemampuan untuk memperbaiki produk yang rusak atau cacat. Produk yang dapat diperbaiki jelas lebih berharga daripada produk yang tidak dapat diperbaiki.

g. *Dimensi aestheti*

Keindahan suatu produk melalui panca indera dan dapat diartikan sebagai ciri-ciri yang berhubungan dengan produk seperti warna, model atau desain, bentuk, rasa, aroma dan lain-lain. Pada dasarnya estetika merupakan unsur yang melengkapi fungsi dasar suatu produk, sehingga penampilan produk di hadapan konsumen menjadi lebih baik.

h. *Dimensi perceive quality Kualitas*

Kualitas yang dirasakan mengacu pada persepsi konsumen terhadap citra, merek, atau promosi produk bermerek terkenal yang umumnya dianggap memiliki kualitas lebih tinggi daripada merek yang tidak dikenal.

Penulis melakukan beberapa aktivitas untuk menyelesaikan permasalahan pada ketahanan produk. Beberapa aktivitas yang akan dilakukan selama pengabdian masyarakat di antaranya penulis melakukan analisis pada kualitas produk, kemudian penulis melakukan pencarian referensi, penulis menyiapkan materi presentasi, penulis melakukan presentasi kepada anggota UMKM Al-Barokah, praktik yang dilakukan bersama anggota UMKM Al-Barokah, dan evaluasi terhadap pengembangan kualitas produk.

## 2. Belum Memiliki Desain Yang Menarik.

Penulis melakukan kegiatan dalam permasalahan terkait desain. Desain merupakan penampilan yang tertuang di kemasan. Menurut Klimchuk dan Sandra dalam Arie Pratama Putra (2019) mengatakan bahwa desain kemasan adalah kegiatan yang mengkaitkan bentuk , struktur material, warna, citra, tipografi, dan elemen-elemen desain yang memberikan informasi produk agar dapat dipasarkan. Desain bertujuan untuk memberikan informasi atau mengkomunikasikan produk ke seluruh konsumen dengan berbagai latar belakang, minat, dan pekerjaan yang berbeda.

Penulis melakukan aktivitas dalam menyelesaikan permasalahan desain kemasan dengan beberapa kegiatan di antaranya penulis mencari referensi mengenai desain kemasan, mempersiapkan materi presentasi, melakukan penjelasan terhadap anggota UMKM Al-Barokah, melakukan diskusi mengenai desain kemasan, melakukan desain, mencari toko percetakan sticker kemasan, dan melakukan evaluasi pada desain kemasan.

## 3. Kurangnya Pengetahuan Strategi Pemasaran.

Penulis melakukan kegiatan dalam melakukan pemahaman mengenai strategi pemasaran. Menurut Philip Kotler dalam Untari & Fajariana (2018) mengatakan bahwa strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang digunakan oleh perusahaan dengan harapan agar unit bisnis dapat mencapai tujuan perusahaan. Strategi pemasran merupakan

suatu planning yang menyeluruh dan terpadu dibidang pemasaran barang dan jasa. Dengan perkataan lainnya strategi pemasaran itu merupakan serangkaian tujuan dan aturan yang memberi arah kepada bisnis-bisnis pemasaran barang dan jasa. Strategi Pemasaran merupakan wujud planning yang terarah dibidang pemasaran, untuk memperoleh hasil yang optimal.

Penulis melakukan beberapa aktivitas dalam memberikan pemahaman mengenai strategi pemasaran di antaranya penulis mencari referensi mengenai strategi pemasaran, kemudian penulis mempersiapkan materi strategi pemasaran, penulis memberikan pemahaman kepada anggota UMKM Al-Barokah, dan evaluasi dengan pembahasan strategi pemasaran.

#### 4. *E-commerce* dan Media Sosial.

Penulis melakukan kegiatan mengenai pembahasan *e-commerce* dan media sosial. Pengembangan sistem *e-commerce* dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk mengubah kebiasaanya dalam melakukan penjualan offline menjadi penjualan online (Trulline, 2021). Menggunakan *E-commerce* memberikan keuntungan bagi pelaku UMKM agar memudahkan mendapatkan *feedback*, memasarkan produk, dan mengurangi biaya iklan maupun operasional.

Menurut Kaplan dan Haelin dalam Untari & Fajariana (2018), mengatakan bahwa sosial media merupakan aplikasi yang dapat digunakan untuk menukarkan dan membust informasi oleh pengguna melalui internet. Penggunaan media sosial yang sering digunakan adalah blog, facebook, instagram, WhatsApp, YouTube, dan lain sebagainya (Susanti et al., 2020). Dengan demikian, media sosial sangat berguna dalam memasarkan sebuah produk dengan cara memberikan informasi ataupun memberikan respon kepada pengguna dengan cepat.

Penulis melakukan beberapa aktivitas mengenai *e-commerce* dan media sosial di antaranya penulis melakukan pencarian referensi mengenai *e-commerce* dan media sosial, mempersiapkan bahan dalam

memberikan penjelasan mengenai *e-commerce* dan media sosial, memberikan penjelasan kepada anggota UMKM Al-Barokah, melakukan pembuatan pada salah satu *e-commerce* dan media sosial, dan melakukan penjelasan mengenai penerapannya.

Kemudian penulis melakukan pembuatan rencana program dilakukan dengan membuat aktivitas kegiatan yang akan dilakukan. Pembuatan rencana program dilakukan setelah mendapatkan data situasi lapangan dan kecocokan program yang terjadi di lokasi pengabdian masyarakat. Rencana program dibuat untuk menjadi gambaran kepada anggota UMKM Al-Barokah mengenai apa yang akan dilakukan selama pengabdian masyarakat. Tahap ini juga mengembangkan solusi yang telah dibuat berupa pengembangan produk, desain kemasan, pemasaran produk dan penjualan online. Rancangan program berupa masalah, solusi dan aktivitas yang dapat dilihat pada tabel 2.1.

Tabel 2. 1 Rencana program pelaksanaan pengabdian masyarakat.

No	Masalah	Solusi	Aktivitas
1.	Kurangnya pengetahuan ketahanan produk	Meningkatkan ketahanan produk.	Mencari referensi ketahanan pangan.
			Mempersiapkan materi presentasi
			Memberikan Materi presentasi.
			Praktik melakukan peningkatan ketahanan produk
			Evaluasi produk pada ketahanan.
2.	Belum ada desain kemasan	Melakukan pengembangan pada setiap desain	Mencari referensi pada setiap kemasan produk
			Mempersiapkan materi



yang menarik	kemasan produk	presentasi
		Melakukan Presentasi materi jenis kemasan
		Melakukan diskusi dalam pembuatan kemasan pada setiap produk
		Membuat desain kemasan produk.
		Mencari lokasi pembuatan kemasan produk di daerah jogja
		Revisi desain kemasan
		Membuat desain kemasan
		Mempersiapkan bahan kemasan
		Praktik melakukan pengemasan pada setiap produk
		Evaluasi kemasan pada produk
3. Kurangnya pengetahuan terhadap strategi pemasaran	Melakukan pengetahuan konsep strategi pemasaran dengan 4P (Product (produk), Price (harga), Place (tempat) dan Promotion (promosi).	Mencari bahan refensi untuk materi strategi pemasaran
		Pembuatan bahan materi Pemasaran
		Melakukan persiapan persentasi pemasaran
		Melakukan presentasi terhadap pengetahuan strategi pemasran

		Impilikasi strategi pemasaran pada konsep 4P	Melakukan <i>Quality Control</i> pada setiap produk.
			Mengkaji perhitungan harga pada setiap produk.
			Melakukan promosi penjualan terhadap produk tertentu.
			Mencari lokasi yang strategis dalam penjualan
4.	E-commerce dan Media Sosial	Memberikan pengetahuan pada toko shopee dan memahami bagaimana penerapan penjualannya.	Mencari materi tentang shopee
			Membuat Materi tentang shopee
			Melakukan presentasi tentang shopee
			Membuat email usaha
			Membuat akun toko shopee
			Menyiapkan foto produk
			Memosting produk ke akun shopee
			Membuat promo di toko shopee
			Packaging produk untuk di kirim
			Produk diserahkan kepada ekspedisi
		Metinjau atau evaluasi perkembangan di toko	

			shopee
		Memberikan pengetahuan terhadap instagram dan penerapannya.	Mencari materi tentang instragram
			Membuat materi tentang instrgram
			Melakukan presentasi tentang instrgram
			Membuat akun instrgram
			Mengupload logo dan produk ke intrgram
			Membuat whatsApp bisnis

Rencana program yang telah diajukan oleh penulis suatu saat dapat berubah dengan kondisi dilapangan dengan mitra UMKM Al-Barokah. Perencanaan program ini ketika terdapat perubahan dalam realisasi kegiatan, penulis akan mencantumkan rencana kegiatan yang terealisasi pada lampiran.

## B. Kompetensi Mahasiswa

Penulis dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat pada mitra UMKM Al-Barokah merupakan mahasiswa di Jurusan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam. Penulis telah melakukan beberapa mata kuliah yang telah dipelajari. Mata kuliah tersebut adalah studi klayakan bisnis, manajemen pemasaran, *pratikum islamic digital marketing*, kajian situasi lapangan, dan metodologi pengabdian masyarakat.

Penulis memiliki pengalaman kerja di Roti Bakar Barokah selama tiga bulan. Selama bekerja penulis menambah pengetahuan dalam mengelola suatu produk dan melakukan promosi. Kemudian penulis mencoba membuka lapak Roti Bakar FFA di Jln. Pandanaran setelah mendapat pengalaman kerja. Dalam membuka lapak sendiri, penulis dapat memberikan peningkatan dalam pengembangan produk dan promosi dalam usaha Roti Bakar FFA.

## **BAB III**

### **METODE PENGABDIAN MASYARAKAT**

#### **A. Ketepatan Metode Pendekatan**

Menurut Prof. Soedjito Sosrodiharjo, SH, MA., dalam (Sitompul, 1993), menjelaskan bahwa metode pendekatan pada masyarakat memiliki beberapa jalur, jalur pendekatan tersebut ialah melakukan komunikasi, pengumpulan modal, dan memberikan pelatihan. Jalur komunikasi merupakan kunci utama dalam pendekatan masyarakat dan perlu diperhatikan berkomunikasi kepada pimpinan formal dan informal.

Ketepatan metode pendekatan dilakukan oleh penulis untuk memberikan solusi mengenai permasalahan yang terdapat pada mitra UMKM Al-Barokah. Pendekatan yang dilakukan penulis melalui komunikasi kepada pengelola UMKM Al-Barokah. Setelah itu, penulis juga melakukan pendekatan kepada pengelola UMKM Al-Barokah melalui pengumpulan modal dan memberikan pelatihan.

Melalui komunikasi penulis dapat melakukan pendekatan terhadap pengelola UMKM Al-Barokah dengan melakukan perbincangan usaha yang dijalankannya. Penulis juga melakukan pendekatan melalui persiapan modal, persiapan modal ini yang dimaksud oleh penulis ialah mempersiapkan bahan-bahan yang bersifat manajerial. Dengan mempersiapkan bahan-bahan kemasan yang sudah jadi, penulis menginginkan pengelola UMKM Al-Barokah dapat mengikuti dalam mempersiapkan modal untuk menunjang usaha yang dijalankannya. Setelah itu, penulis juga memberikan pelatihan terhadap beberapa materi yang telah diberikan, bertujuan untuk menguasai materi pembahasan.

#### **B. Rencana Kegiatan**

Perencanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dilakukan oleh penulis melalui tiga tahap, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan monitoring. Berikut adalah rincian tiap tahapan yang akan dilaksanakan:

### **1. Tahap persiapan**

Pada tahap persiapan penulis melakukan pencarian referensi pada setiap masalah yang sudah direncanakan menjadi program. Pada tahap ini merupakan hal-hal yang bersifat teknis, manajerial, dan penjadwalan.

### **2. Tahap Pelaksanaan**

Pada tahap pelaksanaan penulis melakukan penjelasan mengenai materi dari perencanaan program. Kemudian pada tahap ini penulis melakukan pelatihan dan pendampingan mengenai program yang direncanakan.

### **3. Tahap Monitoring**

Pada tahap monitoring penulis melakukan evaluasi secara intensif untuk memastikan pelaksanaan kegiatan dapat berjalan sesuai rencana. Monitoring dilakukan untuk mengetahui kendala yang didapatkan setelah melakukan tahap pelaksanaan agar kendala yang dihadapi cepat terselesaikan.

## **C. Kontribusi Mahasiswa**

Penulis memberikan pemahaman terhadap materi kualitas produk terkait dengan ketahanan, kemasan terkait dengan desain, strategi pemasaran, dan peningkatan penjualan melalui penjualan online. Kemudian penulis memberikan alat spinner, memberikat solusi terkait desain kemasan, melakukan pembuatan desain, dan melakukan pembuatan e-commerce dan media sosial.

## **D. Partisipasi Mitra**

Pengelola UMKM Al-Barokah sebagai peserta kegiatan pengabdian masyarakat ini berpartisipasi dalam:

1. Menyediakan waktu dan tempat dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat.
2. Mitra bersedia mengikuti seluruh kegiatan yang diberikan oleh penulis.
3. Mitra menerima solusi yang diajukan oleh penulis.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN PENGABDIAN**

#### **A. Hasil Pengabdian Masyarakat**

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dari tahapan rancangan program yang telah dibuat untuk menyelesaikan permasalahan di UMKM Al-Barokah di Dusun Kedungpoh Kidul, Desa Kedungpoh, Kecamatan Nglipar, Kabupaten Gunung Kidul. Beberapa hasil dari pelaksanaan pengabdian masyarakat sebagai berikut:

##### **1. Pengembangan Kualitas Produk**

Dalam kegiatan pengembangan kualitas produk UMKM Al-Barokah, penulis melakukan perbaikan pada ketahanan produk. Penulis memberikan alat spinner agar menghilangkan minyak dan menjadikan ketahanan produk keripik di UMKM Al-Barokah menjadi lebih bertahan lama. Hasil yang dilakukan pada kegiatan dapat dilihat pada gambar 4.1.



Gambar 4. 1 Alat Spinner

##### **2. Desain Kemasan**

Dalam kegiatan desain kemasan, penulis melakukan perbaikan pada setiap kemasan. Kemasan yang terdapat pada sebelumnya memiliki

desain masing-masing pada setiap keripik sayuran. Desain kemasan sebelumnya dapat dilihat pada gambar 4.2.



Gambar 4. 2 Kemasan Sebelumnya

Kegiatan perbaikan desain kemasan ini dilakukan agar setiap kemasan keripik sayuran dapat memberikan kemudahan dalam mencetak kemasan dengan satu desain dan kemasan yang berada di UMKM Al-Barokah lebih menarik pembeli dengan melihat varian keripik. Hasil yang dilakukan pada kegiatan kemasan dapat dilihat pada gambar 4.3, 4.4, dan 4.5.



Gambar 4. 3 Desain Depan Atas



Gambar 4. 4 Depan Bawah





Gambar 4. 5 Desain Belakang

### 3. Strategi Pemasaran

Penulis melakukan pemahaman terhadap program strategi pemasaran, strategi pemasaran ini bertujuan agar mitra UMKM Al-Barokah menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengembangan produk, strategi penentuan harga, strategi promosi dan strategi distribusi.

Mitra UMKM Al-Barokah juga mengikuti pameran produk yang terdapat di daerah Gunung Kidul pada acara peresmian gedung industri kecil menengah (IKM) di area parkir Pantai Krakal. Kegiatan ini memberikan penguatan dan pengalaman bagi mitra UMKM Al-Barokah. Kegiatan ini dapat dilihat pada gambar 4.6



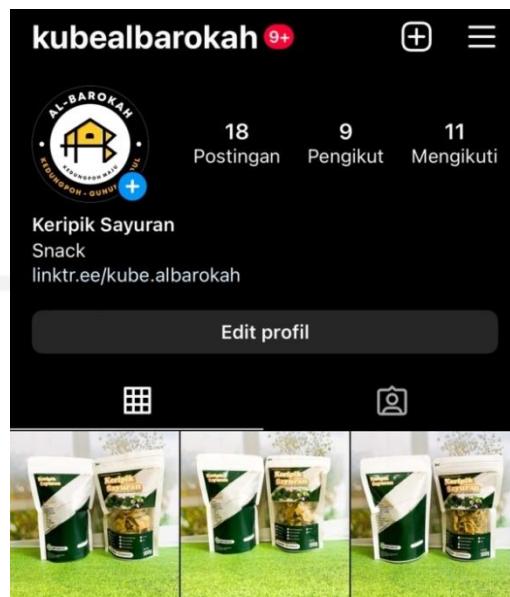
Gambar 4. 6 Mengikuti Pameran

#### 4. *E-Commerce* dan Media Sosial

Penulis memberikan pengetahuan terhadap pemasaran melalui *e-commerce* dan sosial media. Penulis melakukan pembuatan pada salah satu *e-commerce* dan sosial media, yaitu shopee dan instagram. *E-commerce* dan media sosial dapat memberikan jangkauan target pasar yang lebih luas. Hasil pembuatan *e-commerce* dan sosial media dapat dilihat pada gambar 4.7 dan 4.8.



Gambar 4. 7 Toko Shopee



Gambar 4. 8 Instragram

## B. Pembahasan Pengabdian Masyarakat

Realisasi program dilakukan dengan membahas beberapa hal sesuai dengan rancangan program kegiatan yang telah dibuat. Beberapa hal pembahasan yang dilakukan penulis sebagai berikut:

### 1. Pencarian Materi untuk Presentasi dan Pelatihan Program

Pencarian materi dilakukan terlebih dahulu sebelum presentasi dan pelatihan. Materi dicari dengan melihat You tube dan beberapa situs web untuk referensi. Materi yang dicari disesuaikan berdasarkan program yang direncanakan. Materi yang telah dicari kemudian dirangkum menggunakan bahasa yang mudah untuk diterangkan oleh pengabdian. Materi yang dicari dilengkapi dengan pengertian, fungsi, dan cara penerapannya. Pencarian materi ini dilakukan kurang lebih selama dua minggu. Pencarian materi dapat dilihat pada gambar 4.9.



Gambar 4. 9 Pencarian Materi

## 2. Presentasi Program

Persentasi program diberikan sesuai dengan jadwal rancangan program. Setiap sesi presentasi dilaksanakan kurang lebih tiga jam, yaitu jam 09.00-12-00 WIB. Peserta yang mengikuti presentasi terdiri dari empat orang pengelola UMKM Al-Barokah. Presentasi yang dilakukan sebagai berikut:

### a. Kualitas Produk.

Presentasi kualitas produk dilaksanakan pada tanggal 24 Oktober 2022 oleh penulis. Materi yang disampaikan pada presentasi dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4. 1 Materi Kualitas Produk

No	Isi Materi	Tujuan
1.	Pengertian kualitas produk.	Agar pengelola UMKM Al-Barokah mengerti tentang kualitas produk
2.	Demensi kualitas produk.	Agar pengelola UMKM Al-Barokah dapat menentukan kepuasan terhadap kualitas produk yang dirasakan
3.	Penjelasan mengenai ketahanan produk.	Agar pengelola UMKM Al-Barokah dapat meningkatkan

		ketahanan produknya.
--	--	----------------------

Penulis melakukan presentasi kepada pengelola UM KM Al-Barokah dengan ceramah. Presentasi ini dilakukan supaya dalam pengelolaan setiap produk di UMKM AL-Barokah dapat lebih baik kualitas produksinya. Pemberian materi kualitas produk dapat dilihat pada gambar 4.10.



Gambar 4. 10 Pemberian Materi Kualitas Produk

b. Desain Kemasan

Presentasi desain kemasan dilaksanakan pada tanggal 25 Oktober 2022 oleh penulis. Materi yang disampaikan pada presentasi dapat dilihat pada tabel 4.2.

Tabel 4. 2 Materi Desain Kemasan

No	Materi	Tujuan
1.	Pengertian kemasan	Agar pengelola UMKM Al-Barokah memahami tentang kemasan.
2.	Fungsi kemasan	Agar pengelola UMKM Al-Barokah mengetahui fungsi dari kemasan.
3.	Pengertian desain kemasan	Agar pengelola UMKM Al-Barokah memahami desain

		kemasan
4.	Tujuan desain kemasan	Agar pengelola UMKM Al-Barokah mengetahui tujuan desain kemasan.

Penulis melakukan presentasi kepada pengelola UM KM Al-Barokah dengan ceramah. Presentasi ini dilakukan supaya dalam menentukan desain pada kemasan produk di UMKM AL-Barokah dapat lebih menarik kepada pembeli. Pemberian materi desain kemasan dapat dilihat pada gambar 4.11.



Gambar 4. 11 Pemberian Materi Desain Kemasan

#### c. Strategi Pemasaran

Presentasi strategi pemasaran dilaksanakan pada tanggal 25 Oktober 2022 oleh penulis. Materi yang disampaikan pada presentasi dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4. 3 Materi Pemasaran

No	Materi	Tujuan
1.	Pengertian strategi pemasaran	Agar pengelola UMKM Al-Barokah memahami strategi pemasaran
2.	Pengetahuan manfaat target pasar	Agar pengelola UMKM Al-Barokah mengevaluasi kelayakan produk dan layanan.
3.	Bauran strategi pemasaran	Agar pengelola UMKM Al-Barokah melakukan tindakan dalam

	melakukan penjualan produk.
--	-----------------------------

Penulis melakukan presentasi kepada pengelola UM KM Al-Barokah dengan ceramah. Presentasi ini dilakukan agar strategi dan target pasar yang di inginkan pada UMKM AL-Barokah dapat lebih meningkat dalam penjualan produknya. Pemberian materi desain kemasan dapat dilihat pada gambar 4.12.



Gambar 4. 12 Prsentasi Strategi Pemasaran

d. Pemasaran Melalui E-commerce dan Media Sosial.

Presentasi pemasaran melalui shopee dan instragram dilaksanakan pada tanggal 12 Desember 2022 oleh penulis. Materi yang disampaikan pada presentasi dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4. 4 Materi E-Commerce dan Media Sosial

No	Materi	Tujuan
1.	Pengertian toko di shopee	Agar pengelola UMKM Al-Barokah memahami tentang penjualan di shopee.
2.	Pengertian instragram	Agar pengelola UMKM Al-Barokah memahami instagram menjadi

		sebuah lapak penjualan
3.	Manfaat menjual melalui toko di shopee	Agar pengelola UMKM Al-Barokah mengetahui manfaat yang terdapat pada toko shopee
4.	Manfaat memiliki instragram bagi UMKM	Agar pengeloaal UMKM Al-Barokah mengetahui manfaat dalam penjualan melalui instgram.

Penulis melakukan presentasi kepada pengelola UM KM Al-Barokah dengan ceramah. Presentasi ini dilakukan agar penjualan yang diinginkan pada UMKM AL-Barokah dapat lebih meningkat melalui shopee dan instgram. Pemberian materi desain kemasan dapat dilihat pada gambar 4.13.



Gambar 4. 13 Presentasi E-commerce dan Sosial Media

### 3. Pelatihan dan Pendamping

Penulis melakukan pelatihan dan pendampingan untuk membantu peserta mengimplentasikan materi selam presentasi. Pelatihan dan pendampingan di bagi beberapa tahap:

#### a. Proses Pengelolaan Produk.

Pelatihan dan pendampingan ini dilakukan dalam proses pengelolaan produk terkait kualitas produk. Kegiatan ini



dilaksanakan pada tanggal 26 Oktober 2022. Tahapan pembuatan dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4. 5 Tahapan Pembuatan

No	Urain Kegiatan
1.	Dicampurkan Tepung Beras, Tepung Mocaf, Tepung Tapioka tuangkan air, telur, penguat rasa, dan bubuk yang dihaluskan. (Bubuk yang dihaluskan seperti bawang, ketumbar bubuk, dan kunyit bubuk.
2.	Rendam jenis sayuran dengan air hangat selama 5 menit lalu tiriskan.
3.	Panaskan minyak goreng dengan api sedang
4.	Masukan Daun Krisan setiap lembar kedalam adonan tepung.
5.	Kemudian masukan kedalam minyak goreng panas masak setengah matang lalu di angkat.
6.	Dipisahkan satu-satu daunnya yang lengket setelah penggorengan pertama.
7.	Lalu di goreng kedua kali hingga matang dan ditiriskan dengan spinner.

Pada pelatihan dan pendampingan ini pengelola UMKM Al-Barokah dalam melakukan proses pembuatan produk mengikuti dengan lancar dan baik. Proses pembuatan produk dapat dilihat pada gambar 4.14.



Gambar 4. 14 Proses Pembuatan Produk.

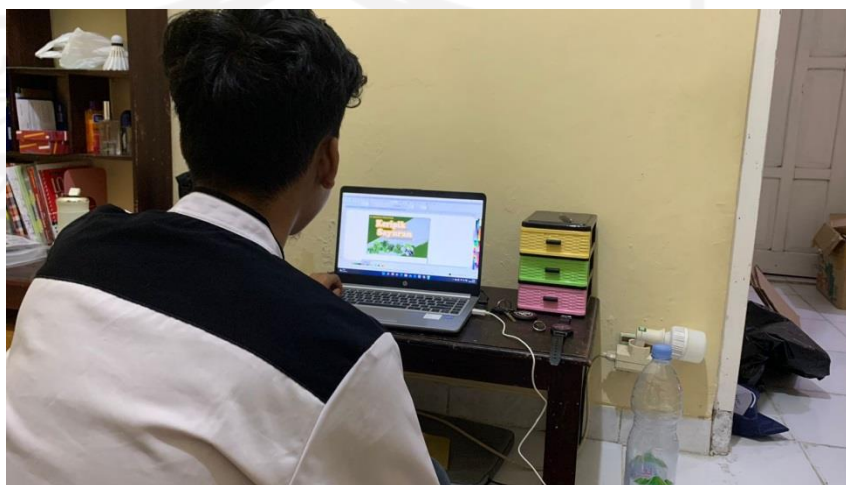
b. Desain Kemasan.

Penulis melakukan pengembangan pada kemasan produk yang dipakai oleh UMKM Al-Barokah. Pengembangan desain kemasan ini dilaksanakan pada tanggal 25 Oktober 2022 sampai dengan 11 November 2022. Uraian kegiatan desain kemasan dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4. 6 Kegiatan Desain Kemasan

No	Kegiatan
1.	Penulis diskusi dengan pengelola UMKM Al-Barokah mengenai kemasan dan desain
2.	Penulis melakukan survei ke beberapa lokasi pengemasan
3.	Penulis melakukan desain kemasan.
4.	Penulis melakukan pemesanan sticker kemasan
5.	Penulis melakukan pengambilan sticket kemasan
6.	Penulis melakukan penempelan sticker pada kemasan

Pada tahapan pelatihan dan pendampingan untuk pengembangan desain kemasan penulis melakukan pembuatan desain yang telah disepakati. Proses desain yang dilakukan ini dapat dilihat pada gambar 4.15.



Gambar 4. 15 Proses Desain Kemasan

c. Startegi Pemasran

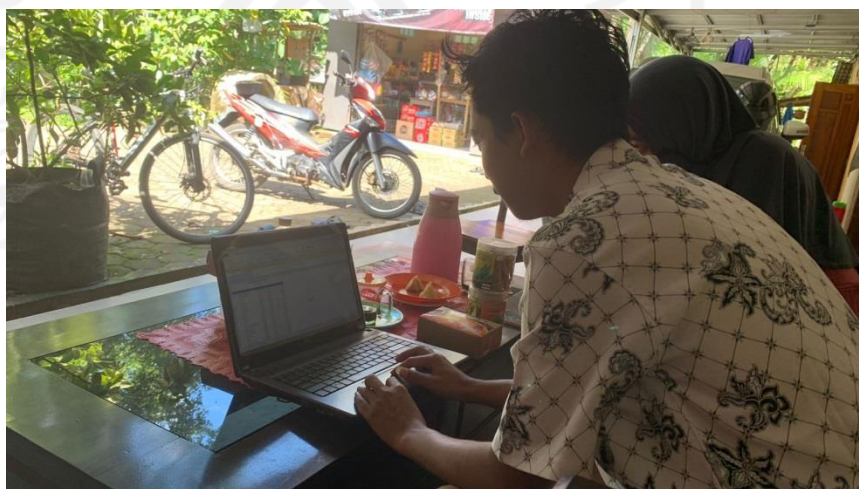
Penulis melakukan kegiatan strategi pemasaran kepada pengelola UMKM Al-Barokah. Pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 17 November 2022 sampai dengan 04 Desember 2022.

Urain kegiatan strategi pemasaran dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4. 7 Kegiatan Strategi Pemasaran

No	Kegiatan
1.	Penulis melakukan Quality Control terhadap pengelolaan produk UMKM Al-Barokah
2.	Penulis melakukan pengkajian ulang harga setiap produk
3.	Pengelola melakukan promosi di story whatsapp
4.	Penulis melakukan pembuatan lokasi pada google maps.

Pada tahap ini pengelola UMKM Al-Barokah melakukan kegiatan bauran strategi pemasaran, agar materi yang telah disampaikan dapat lebih dimengerti. Pada kegiatan ini dapat dilihat pada gambar 4.16.



Gambar 4. 16 Kegiatan Strategi Pemasaran

d. *E-Commerce* dan Media Sosial

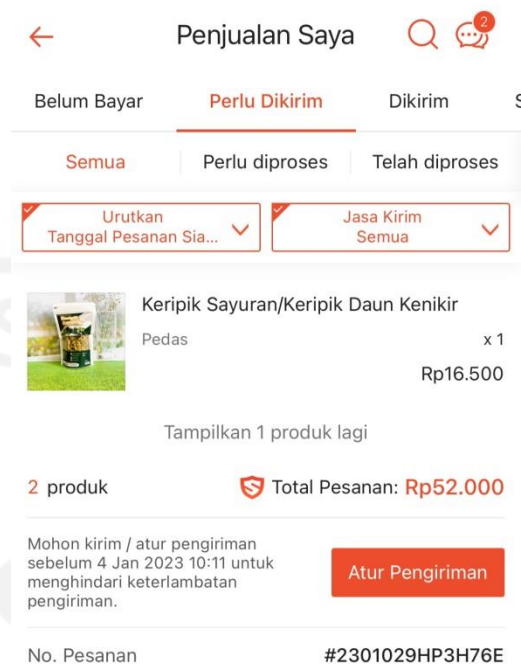
Penulis memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM Al-Barokah terhadap salah satu *E-Commerce* dan Media Sosial. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 12 Desember 2022 sampai dengan 02 Januari 2023. Uraian kegiatan *e-commerce* dan media sosial dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4. 8 Kegiatan E-Commerce dan Media Sosial

No	Kegiatan
1.	Melakukan pembuatan akun instagram.
2.	Melakukan pembuatan toko shopee
3.	Melakukan pengupload an produk pada akun instagram dan toko shopee
4.	Melakukan penerimaan dan pengemasan untuk pengiriman pada pembelian shopee
5.	Melakukan penyerahan kepada ekspedisi pengiriman.

Pada pelatihan ini, pengelola UMKM AL-Barokah diberikan praktik penjualan melalui toko shopee dan instagram yang dibutuhkan untuk penjualan online. Pelatihan dan pendampingan ini juga mengajarkan cara menerima pesanan di toko shopee. Proses penerimaan pesanan toko shopee dapat dilihat pada Gambar

4.17.



Gambar 4. 17 Proses Penerimaan Toko Shopee

#### 4. Evaluasi Program

Evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan program pengabdian masyarakat. Penulis melakukan diskusi setelah dilakukannya pelatihan dan pendampingan agar pengelola UMKM Al-Barokah mengingat materi yang telah diberikan dan perbaikan terhadap hasil yang telah dicapai. Evaluasi ini dilaksanakan pada tanggal 05 Desember 2022 sampai dengan 11 Januari 2023. Beberapa evaluasi terhadap program yang dilaksanakan:

##### 1. Kualitas Produk.

Pada tahapan evaluasi kualitas produk, pengelola UMKM Al-Barokah memberikan tanggapan yang sangat baik. Evaluasi yang didapatkan untuk memperkuat kualitas produk pengelola UMKM Al-Barokah mentakar ukuran bahan dalam melakukan produksi.

##### 2. Desain Kemasan

Pada tahapan evaluasi desain kemasan, pengelola UMKM Al-Barokah mengoreksi terhadap isi yang dicantumkan pada kemasan

ada beberapa point yang kurang. Penambahan point yang dicantumkan diantaranya, tulisan varian untuk pedas, tulisan kode produksi, logo, dan nama instagram.

### 3. Strategi Pemasaran

Pada tahapan evaluasi strategi pemasaran, pengelola UMKM Al-Barokah memberikan tanggapan yang sangat baik. Pengelola memahami apa yang perlu dilakukan dalam memasarkan produknya.

### 4. *E-Commerce* dan Media Sosial

Pada tahapan ini, pengelola UMKM Al-Barokah sangat terbantu dengan adanya toko di shopee dan instagram sebagai media sosial yang sering digunakan dalam melakukan penjualan online.

## 5. **Capaian Target Pengabdian Masyarakat**

Hasil yang diperoleh setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat adalah bahwa pengelola UMKM Al-Barokah dapat memaksimalkan dalam meniriskan minyak dengan alat spinner, mencetak kemasan dengan satu desain, memahami tentang strategi pemasaran, dan memahami shopee dan instagram dengan baik. Meskipun terdapat beberapa kendala yang dialami dalam kegiatan ini, seperti keterbatasan fasilitas dan anggaran namun kegiatan ini dapat dikategorikan sebagai kegiatan yang cukup berhasil. Keberhasilan dari kegiatan ini diindikasikan dari ketertarikan dan antusiasme pengelola UMKM Al-Barokah saat dilakukannya diskusi dan tanya jawab.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan yang didapatkan setelah pelaksanaan pengabdian masyarakat di UMKM Al-Barokah mengenai pengembangan produk dan pemasaran produk adalah:

1. Pengembangan produk pada UMKM Al-Barokah memberikan perbaikan terhadap kualitas produk. Kualitas produk yang dilakukan pada ketahanan produk melalui meniriskan produk dengan mesin spinner.
2. Desain kemasan yang diberikan menjadikan produk kekinian dan memberikan informasi melalui desain kemasan.
3. Strategi pemasaran memberikan informasi kepada pengelola UMKM Al-Barokah terhadap bauran *marketing mix* dan target pasar yang dituju pada setiap produk.
4. Pelatihan ini dapat memberikankan pemahaman dan kemampuan dalam penggunaan toko di shopee dan instagram.

#### **B. Saran**

Terdapat beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai catatan dan evaluasi untuk pelaksanaan pengabdian masyarakat kedepannya, yaitu:

1. Dibutuhkan tim dalam melakukan pengabdian masyarakat agar selama menjalankan program dapat lebih maksimal.
2. Pengabdian ini dapat dilanjutkan dengan pemantauan dan tindakan berkenlanjutan dengan program pencatatan keuangan usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arie Pratama Putra. (2019). Pengaruh Kemasan Produk Makanan Ringan Merek Oishi “Pillows” Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Strata 1 Universitas Brawijaya). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Imam Pamungkas Walton, & Nurmandi, A. (2021). Strategi Bertahan Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19. *GOVERNABILITAS (Jurnal Ilmu Pemerintahan Semesta)*, 2(2), 154–168. <https://doi.org/10.47431/governabilitas.v2i2.117>
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–6.
- Sitompul, A. (1993). *Metodologi Pengabdian Pada Masyarakat*. Yogyakarta: Balai Pengabdian Pada Masyarakat P3M IAIN Sunan Kalijaga.
- Susanti, S., Gunawan, W., & Sukaesih, S. (2020). Pengembangan Pemasaran Bordir Dan Kelom Geulis Tasikmalaya Melalui Media Sosial. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 248. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v2i3.25256>
- Trulline, P. (2021). *Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce*. 5(2), 259–279.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Wahyudi, E. (2021). *Profil Kedungpoh Kidul*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Wahyuni, T. (2022, Agustus 20). Jangkauan Pasar. (F. F. Ahmad, Pewawancara)
- Wahyuni, T. (2022, Agustus 25). Kendala Yang D Alami. (F. F. Ahmad, Pewawancara)
- Wahyuni, T. (2022, Agustus 10). Keunggulan Bahan Produk. (F. F. Ahmad, Pewawancara)
- Wahyuni, T. (2022, Agustus 5). Profil UMKM Al-Barokah. (F. F. Ahmad, Pewawancara)



Zainuddin, Z. (2018). Peran Peningkatan Pengembangan UMKM Melalui Pemasaran. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v5i1.1657>



## LAMPIRAN

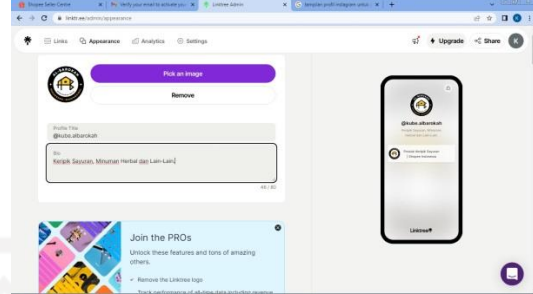
### Foto Kegiatan

Proses Produksi	Melihat Contoh Kemasan
	
Membuat Linktree	Diskusi Mengenai Desain
	
Proses Pengemasan Keripik	Proses Pengemasan Wedang
	

### Foto Produk Keripik



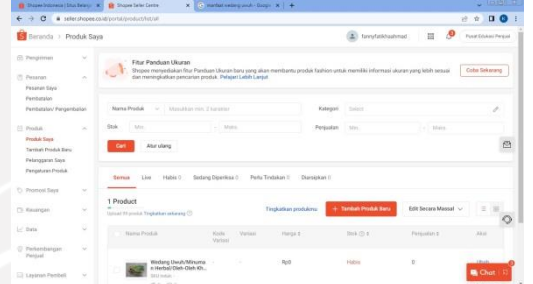
### Tampilan Linktree



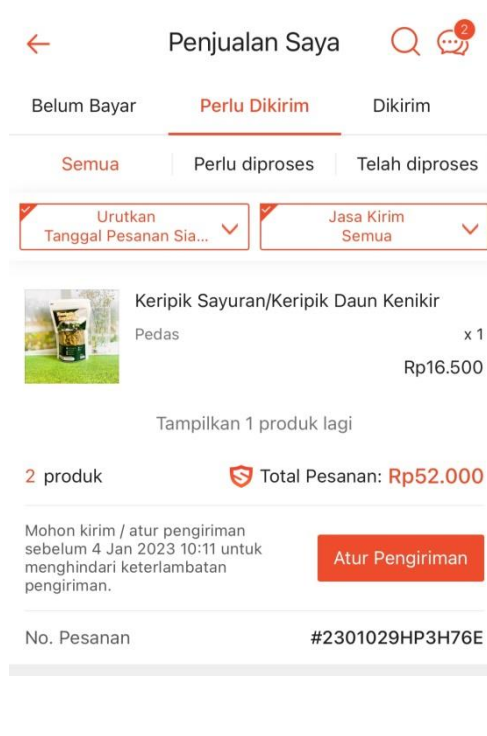
### Pengambilan Sticker Kemasan



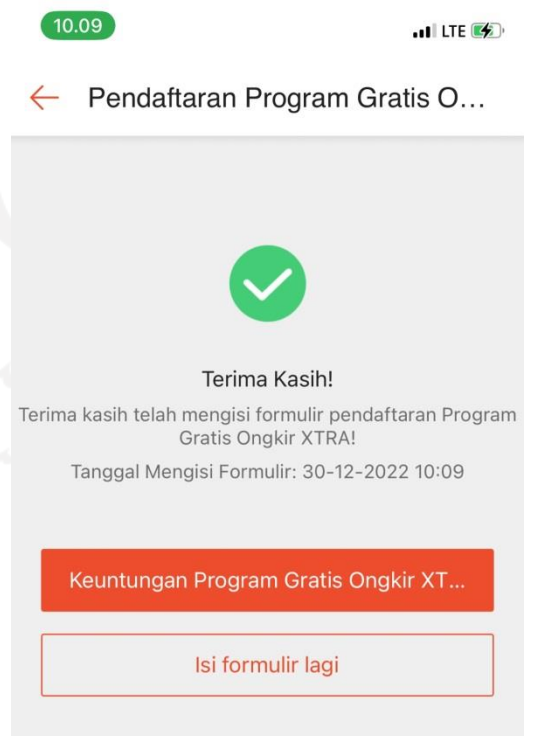
### Toko Shopee



### Pesanan di Toko Shopee



### Pendaftaran Gratis Ongkir



## Rencana Kegiatan

No	Masalah	Solusi		Aktivitas
1	Kurangnya pengetahuan Ketahanan produk	a.	Meningkatkan ketahanan produk.	1a <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Mencari referensi ketahan pangan</li> <li>2) Mempersiapkan materi presentasi</li> <li>3) Memberikan Materi presentasi</li> <li>4) Praktik melakukan peningkatan ketahanan produk</li> <li>5) Evaluasi produk pada ketahanan makanan dan minuman</li> </ol>
2	Belum ada desain kemasan yang menarik	a.	Melakukan pengembangan pada setiap desain kemasan produk	2a <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Mencari referensi pada setiap kemasan produk</li> <li>2) Mempersiapkan materi presentasi</li> <li>3) Melakukan Presentasi materi jenis kemasan</li> <li>4) Melakukan diskusi dalam pembuatan kemasan pada setiap produk</li> <li>5) Membuat desain kemasan produk.</li> <li>6) Mencari survei lokasi pembuatan kemasan produk di daerah jogja</li> <li>7) Mempersiapkan bahan kemasan</li> <li>8) Praktik melakukan pengemasan pada setiap produk</li> <li>9) Evaluasi kemasan pada produk</li> </ol>
3	Kurangnya pengetahuan terhadap target pasar	a.	Melakukan pengetahuan terhadap target pasar.	3a <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Mencari bahan referensi untuk materi target pasar</li> <li>2) pembuatan bahan materi</li> <li>3) Melakukan persiapan edukasi</li> <li>4) Melakukan edukasi terhadap pengetahuan target pasar</li> </ol>
4	Kurangnya pengetahuan terhadap strategi pemasaran	a.	Melakukan pengetahuan konsep strategi pemasaran dengan 4P (Product (produk), Price (harga), Place (tempat) dan Promotion (promosi).	4a <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Mencari bahan refensi untuk materi strategi pemasaran</li> <li>2) Pembuatan bahan materi</li> <li>3) Melakukan persiapan edukasi</li> <li>4) Melakukan edukasi terhadap pengetahuan strategi pemasran</li> </ol>

				1) Melakukan Quality Control pada varian produk
		b.	Impilikasi strategi pemasaran pada konsep 4P	4b 2) Mengkaji perhitungan harga produk.
				3) Melakukan promosi penjualan terhadap produk tertentu.
				4) Memiliki lokasi yang strategis dalam penjualan
		c.	memberikan pengetahuan pada e-commerce dan memahami bagaimana penerapan penjualannya.	4c 1) Mencari materi tentang shopee
				2) Membuat Materi tentang shopee
				3) Melakukan edukasi tentang shopee
				4) Membuat email usaha
				5) Membuat akun toko shopee
				6) Menyiapkan foto produk
				7) Memosting produk ke akun shopee
				8) Packaging produk untuk di kirim
				9) Produk diserahkan kepada ekspedisi
				10) Meninjau perkembangan di toko shopee
				11) Membuat promo di toko shopee

## Agenda Kegiatan

	Minggu ke-1	Minggu ke-2	Minggu ke-3	Minggu ke-4	Minggu ke-5	Minggu ke-6	Minggu ke-7	Minggu ke-8	Minggu ke-9	Minggu ke-10	Minggu ke-11	Minggu ke-12	Minggu ke-13	Minggu ke-14	Minggu ke-15	Minggu ke-16
Uraian Kegiatan	Mencari referensi ketahanan produk (5 Jam)	Mencari referensi pada setiap kemasan produk (5 Jam)	Membuat desain kemasan produk (10 Jam)	Mempersiapkan bahan kemasan (2 Jam)	Mencari bahan referensi untuk materi target pasar (5 Jam)	Mencari bahan referensi untuk materi strategi pemasaran (5 Jam)	Melakukan Quality Control produk (10 Jam)	Melakukan promosi penjualan terhadap produk tertentu (10 Jam)	Evaluasi produk pada ketahanan makanan dan minuman (3 Jam)	Membuat email usaha (2 Jam)	Memosting produk ke akun shopee (3 Jam)	Membuat Promo di toko shopee (2 Jam)	Meninjau perkembangan toko di shopee (2 Jam)	Melakukan promosi pada toko di shopee (1 Jam)	Evaluasi Pada pengelolaan produk (3 Jam)	Evaluasi pada strategi pemasaran (4 Jam)
	Melakukan persiapan materi presentasi ketahanan pangan (6 Jam)	Mempersiapkan materi presentasi kemasan produk (6 Jam)	Mencari survei lokasi pembuatan kemasan produk di daerah jogja (10 Jam)	Melakukan praktik ketahanan produk (7 Jam)	Pembuatan bahan materi target pasar (6 Jam)	Pembuatan bahan materi Pemasaran (6 Jam)	Mengkaji perhitungan harga produk (10)	Mencari lokasi yang strategis dalam penjualan (10 Jam)	Rivisi desain kemasan pada produk (3 Jam)	Membuat akun toko shopee (2 Jam)	Packaging produk untuk di kirim (3 Jam)	Melakukan pengambilan kemasan pada tempat produksi (3 Jam)	Melakukan Quality Control Makanan dan minuman (5 Jam)	Melakukan packaging pada produk yang mau di kirimkan (3 Jam)	Evaluasi pada setiap kemasan produk (3 Jam)	Evaluasi pada penjualan melalui akun shopee (2 Jam)
	Meberikan materi presentasi pada ketahanan	Melakukan Presentasi materi jenis kemasan		Praktik melakukan pengemasan pada setiap produk	Melakukan persiapan edukasi Target pasar (2Jam)	Melakukan persiapan edukasi pemasaran (2			Mencari materi tentang shopee (3 Jam)	Menyiapkan foto produk (2 Jam)	Produk diserahkan kepada ekspedisi (2 Jam)		Melakukan Pengemasan pada setiap produk (3 Jam)	Melakukan Pengiriman ke jasa ekspedisi (2 Jam)		

	pangan (3 Jam)	n (4 Jam)		(6 Jam)		Jam)										
		Melakukan diskusi dalam pembuatan kemasan pada setiap produk (3Jam)			Melakukan edukasi terhadap pengetahuan target pasar (3 Jam)	Melakukan edukasi terhadap pengetahuan strategi pemasaran (3 Jam)				Membuat Materi tentang shopee (3 Jam)						
										Melakukan edukasi tentang shopee (3 Jam)						
Total Jam	20 Jam	18 Jam	20 Jam	15 Jam	16 Jam	16 Jam	20 Jam	20 Jam	15 Jam	6 Jam	8 Jam	5 Jam	12 Jam	6 Jam	6 Jam	6 Jam
	26Jam	17Jam	16Jam	32Jam	16Jam	17Jam	7Jam	7Jam	15Jam	14Jam	20Jam	18Jam	4 Jam			
Akumulasi per pekan	26Jam	43Jam	59Jam	91Jam	107Jam	124Jam	131Jam	138Jam	153Jam	167Jam	187Jam	205Jam	214Jam			
Akumulasi per bulan	91Jam				47Jam				67Jam							
Jumlah Jam	214Jam															















				shopee.															
				11) Membuat promo di toko shopee.										26/12/22	02/01/23				
		d	Memberikan pengetahuan terhadap pemasaran melalui instragram	4d	1) Membuat Akun Instragram								12/12/22						
					2) Mengupload Logo ke akun instragram										13/12/22				
					3) Memposting produk ke Instrgram										14/12/22		30/12/22		
					4) Membuat WhatsApp Bisnis											21/12/22			
					5) Membuat Linktr.ee untuk tautan ig												27/12/22		

## Laporan Aktivitas Kegiatan

Realisasi Pekan	Kegiatan Pekan	Agenda		Sub Kegiatan			Tanggal	Jam	Paraf
Pekan Ke-1	1	1	Mencari Referensi Tentang ketahanan Pangan	1	a	1	17 Oktober 2022	5	
	2	2	Mencari Referensi Tentang Desain Kemasan Produk	2	a	1	18 Oktober 2022	5	
	1	3	Membuat Materi Presentasi Ketahanan	1	a	3	19 Oktober 2022	6	
	1	4	Melakukan Sosialisasi rancangan program ke tempat pengabdian				20 oktober 2022	4	
	2	5	Membuat Materi Presentasi Kemasan	2	a	2	21 oktober 2022	6	
Pekan ke-2	1	1	Melakukan Presentasi dengan materi ketahanan produk	1	a	4	24 Oktober 2022	3	
	2	2	Melakukan Presentasi dengan materi tentang kemasan dan packing produk	2	a	3	25 Oktober 2022	3	
	2	3	Melakukan Diskusi tentang desain kemasan setiap produk	2	a	4	25 Oktober 2022	3	
	1	4	Memberikan alat spinner (peniris minyak)	1	a	5	26 Oktober 2022	2	
	1	5	Melakukan praktik Ketahanan Pangan				26 Oktober 2022	4	


	3	6	Melakukan pekerjaan desain kemasan	2	a	5	27 Oktober 2022	2	
	3	7	Survei Lokasi Pembuatan Kemasan di Jogja	2	a	6	27 Oktober 2022	5	
Pekan ke-3	3	1	Konsultasi dengan teman bisnis				29 Oktober 2022	2	Smlr
	3	2	Membuat Desain.				30 Oktober 2022	4	
	3	3	Membuat Desain	2	a	5	31 Oktober 2022	4	
	3	4	Chat Pembuatan Sticker Kemasan	2	a	5	31 Oktober 2022	1	
	3	5	Mengukur dan menakar kemasan ke lokasi	2	a	7	1 November 2022	2	
	3	6	Membuat Desain				2 November 2022	3	
	3	7	Revisi desain	2	a	5	2 November 2022	3	
Pekan ke-4	5	1	Mencari Referensi Tentang Target Pasar	3	a	1	7 November 2022	5	Smlr
	5	2	Membuat Materi Presentasi Target Pasar	3	a	2	7-8 November 2022	6	
	6	3	Mencari Referensi Tentang Pemasaran	4	a	1	8 November 2022	5	
	6	4	Membuat Materi Presentasi Pemasaran	4	a	2	9 November 2022	6	
	3	5	ke lokasi pengabdian fix kan desain	2	a	5	10 November 2022	3	
	3	6	Chat Pemesanan Kemasan				10 November 2022	1	
	3	7	Ambil Sticker Kemasan	2	a	7	11 November 2022	1	

	3	8	Melakukan Sticket Pada Kemasan	2	a	7	12 November 2022	2	
	4	9	Melakukan Produksi produk dan pengemasan	2	a	8	13 November 2022	3	
Pekan ke-5	5	1	Melakukan persiapan edukasi Target Pasar	3	a	3	14 November 2022	1	Sul
	5	2	Melakukan Presentasi Target Pasar	3	a	3	14 November 2022	3	
	6	3	Melakukan persiapan edukasi Pemasarn	4	a	4	15 November 2022	1	
	6	4	Melakukan Presentasi Pemasaran	4	a	4	15 November 2022	3	
	7	5	Melakukan <i>Quality Control</i> pada wedang secang .	4	b	1	17 November 2022	4	
	7	6	Melakukan <i>Quality Control</i> pada keripik sayuran.	4	b	1	19 November 2022	4	
Pekan ke-6	7	1	Melakukan <i>Quality Control</i> pada Kacang Oven.	4	b	1	21 November 2022	4	Sul
	7	2	Mengkaji perhitungan harga Kacang Oven.	4	b	2	21 November 2022	3	
	7	3	Mengkaji perhitungan Harga Keripik Sayuran.	4	b	2	22 November 2022	5	
	7	4	Mengkaji perhitungan Harga Wedang secang.	4	b	2	23 November 2022	5	
Pekan ke-7	8	1	Melakukan promosi produk	4	b	3			Sul
	8	a	Mengiklankan melalui Story WA				01 Desember 2022	1	
	8	b	Mengiklankan melalui Story WA				02 Desember 2022	1	
	8	c	Mengiklankan melalui Story WA				03 Desember 2022	1	



	8	2	Melakukan implikasi pada tempat						
	8	a	Membuat titik toko di google maps				04 Desember 2022	1	
	8	b	Mencari toko oleh-oleh melalui google maps				04 Desember 2022	1	
Pekan ke-8	9	1	Evaluasi Kemasan Produk	2	a	7	05 Desember 2022	1	S <hr/>
	9	2	Mencari materi tentang Shopee	4	c	1	06 Desember 2022	3	
	9	3	Membuat materi tentang shopee	4	c	2	07 Desember 2022	3	
Pekan ke-9	9	1	Melakukan edukasi terhadap shopee	4	c	3	12 Desember 2022	3	S <hr/>
	9	2	Membuat Akun instragram	4	d	1	12 Desember 2022	1	
	9	3	Membuat Logo Kube Al-Barokah	4	d	2	13 Desember 2022	5	
	9	4	Melakukan pembuatan awal katalog				14 Desember 2022	5	
	9	5	Mengupload logo ke instrgram	4	d	3	14 Desember 2022	1	
Pekan ke-10	10	1	Membuat email usaha	4	c	4	19 Desember 2022	1	S <hr/>
	10	2	Membuat Akun Shopee	4	c	5	19 Desember 2022	2	
	10	3	Membeli hiasan foto produk				20 Desember 2022	2	
	10	4	Membuat WhatsApp Bisnis				21 Desember 2022	4	
	10	5	Melakukan foto produk	4	c	6	22 Desember 2022	3	

	11	6	Memposting foto produk di akun shopee	4	c	7	22 Desember 2022	3	
Pekan ke-11	11	1	Melakkan desain katalog				26 Desember 2022	3	S/
	12	2	Membuat Promo produk shopee	4	c	11	26 Desember 2022	1	
	12	3	Pengambilan kemasan desain	2	a	6	27 Desember 2022	2	
	12	4	Membuat Linktr.ee untuk tautan ig				27 Desember 2022	3	
	11	5	Membuat desain postingan ig dan memposting ke ig				28 Desember 2022	3	
	13	6	Melakukan Quality Control pada keripik sayuran.	4	b	1	29 Desember 2022	5	
	13	7	Melakukan pengemasan produk				29 Desember 2022	2	
	11	8	Memposting produk ke instagram				30 Desember 2022	1	
Pekan ke-12	14	1	Packaging untuk pengiriman				02 Januari 2023	1	S/
	14	2	Memberikan kepada ekspedisi				02 Januari 2023	1	
	14	3	Membuat promosi di shopee	4	c	11	02 Januari 2023	1	
	15	4	Evaluasi dalam pengelolaan produk	1	a	6	03 Januari 2023	5	
	15	5	Evaluasi desain kemasan	2	a	10	04 Januari 2023	5	
	12	6	Memesan sticker dengan desain terbaru				04 Januari 2023	2	
	12	7	Melakukan pengemasan produk				04 Januari 2023	3	

	12	8	Memposting produk ke instagram	4	d	4	05 Januari 2023	1	
Pekan ke-13	16	1	Evaluasi pada strategi pemasaran				09 Januari 2023	2	
	16	2	Evaluasi Pada toko shopee dan instagram	4	c	10	10 Januari 2023	2	

Mengetahui Pembimbing



Muhammad Iqbal, SEI., MSI.

Mengetahui Pengelola  
UMKM Al-Barokah



Tri Wahyuni

الجامعة الإسلامية  
الاستدرا الأندونيسية

## BIODATA PENULIS

Fanny Fatikha Ahmad lahir di Desa Sukabumi, Kecamatan Pakuan Ratu, Kabupaten Way Kanan, Provinsi Lampung pada tanggal 12 April 2000. Penulis lahir dari pasangan Bapak J.Darwono dan Alm. Ibu Siti Fatimah. Penulis merupakan anak keempat dari empat bersaudara. Kakak bernama Dimas Agung, Dedy Wira Istiaji, dan Fajar Farhani Akhmad. Asal alamat penulis berada di RT 06/RW 08, Desa Sukabumi, Kecamatan Pakuan Ratu, Kabupaten Way Kanan, Provinsi Lampung. Saat menempuh perkuliahan penulis berdomisili di Rumah yang berada di Jln. Ngalangan Raya, RT 01/RW04, Desa Sardonoharjo, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Nomor telfon yang dapat dihubungi +62 82279608909 dan email [fannyfatikhaahmad12@gmail.com](mailto:fannyfatikhaahmad12@gmail.com)

Adapun riwayat pendidikan penulis sebagai berikut, penulis menempuh pendidikan di SMK Kesehatan Cendikia Husada di Pondok Walisongo Lampung Utara dan lulus pada tahun 2018. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan pada program studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Selama menjalani perkuliahan penulis aktif mengikuti relawan yang diselenggarakan di lembaga Daarut Tauhiid Yogyakarta.