

## PENDAMPINGAN STRATEGI BRANDING DAN PEMBUATAN LAPORAN KEUANGAN BAGI WIRAUSAHA PEMULA MILENIAL

Dwi Hasmidyani<sup>1</sup>, Ikbal Barlian<sup>2</sup>, Siti Fatimah<sup>3</sup>,  
Edutivia Mardetini<sup>4</sup>, Dian Eka Amrina<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Universitas Sriwijaya. Email: [dwi\\_hasmidyani@fkip.unsri.ac.id](mailto:dwi_hasmidyani@fkip.unsri.ac.id)

<sup>2</sup>Universitas Sriwijaya. Email: [ikbalbarlian@fkip.unsri.ac.id](mailto:ikbalbarlian@fkip.unsri.ac.id)

<sup>3</sup>Universitas Sriwijaya. Email: [siti\\_fatimah@fkip.unsri.ac.id](mailto:siti_fatimah@fkip.unsri.ac.id)

<sup>4</sup>Universitas Sriwijaya. Email: [edutiviamardetini@fkip.unsri.ac.id](mailto:edutiviamardetini@fkip.unsri.ac.id)

<sup>5</sup>Universitas Sriwijaya. Email: [dianekaa@fkip.unsri.ac.id](mailto:dianekaa@fkip.unsri.ac.id)

### ABSTRACT

*The purpose of this community service activity is to provide assistance in branding strategies (labeling and packaging) and making financial reports, as well as providing label and packaging assistance for millennial beginner entrepreneurs. This is important to do as part of increasing income and orderly administration of financial reporting for millennial entrepreneurs. The number of participants involved in mentoring in this community service activity is 10 beginner entrepreneurs belonging to the millennial generation. In delivering this mentoring material, several methods were used, including the tutorial method, and the field trip method. After being given the mentoring material, there was an increase in the target audience's understanding of the importance of labeling and packaging, as well as the preparation of financial reports.*

**Keywords:** *labeling, packaging, branding strategy, financial reports, millennial generation.*

### ABSTRAK

*Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk melakukan pendampingan strategi branding (labeling dan packaging) dan pembuatan laporan keuangan, serta pemberian bantuan label dan kemasan bagi wirausaha pemula milenial. Hal ini penting dilakukan sebagai bagian dari meningkatkan pendapatan dan tertib administrasi pelaporan keuangan wirausaha pemula milenial. Jumlah peserta yang terlibat dalam pendampingan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah 10 orang wirausaha pemula yang tergolong generasi milenial. Dalam penyampaian materi pendampingan ini, digunakan beberapa metode antara lain metode tutorial, dan metode field trip. Setelah diberikan materi pendampingan, terdapat peningkatan pemahaman khalayak sasaran terhadap pentingnya labeling dan packaging, serta pembuatan laporan keuangan.*

**Kata Kunci:** *labeling, packaging, strategi branding, laporan keuangan, generasi milenial.*

### PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, kewirausahaan mulai mengambil alih pandangan lama tentang lulus studi harus menjadi pegawai, saat ini generasi milenial mulai tertarik untuk mendirikan usaha sendiri. Sukandar (2019) menyatakan banyak generasi milenial yang enggan berkarir sebagai pekerja kantoran atau menjadi Aparatur Sipil Negara (ASN). Mereka lebih cenderung memilih untuk memulai karir sebagai wirausaha. Pola pikir kewirausahaan mereka begitu kuat, sehingga mereka bahkan siap untuk meninggalkan zona nyaman yang didapatkan apabila menjadi pegawai dan lebih memilih *startup* yang

mereka inginkan. Generasi milenial terkenal sebagai generasi yang mendominasi gaya hidup, tren, cara menangani keuangan, hingga karir. Generasi ini berani mengambil resiko, suka berpetualang dan selalu siap merebut peluang.

Badan Perencanaan dan Pembangunan Nasional (Bappenas) meminta generasi milenial untuk bisa berwirausaha agar tetap produktif karena jumlah lulusan perguruan tinggi yang identik dengan generasi milenial yang siap bekerja terus meningkat, sedangkan lapangan pekerjaan tak banyak bertambah (Anwar, 2018), terlebih lagi sejak pandemi Covid-19 melanda Indonesia pada Maret 2020, banyak generasi milenial yang kehilangan pekerjaan, sedangkan lapangan usaha baru tidak banyak bertambah, sehingga generasi milenial beralih membuka usaha sendiri.

Generasi milenial yang merupakan wirausaha pemula ini, perlu mendapatkan penyuluhan tentang bagaimana cara manajemen usaha yg baik, karena tak jarang para wirausaha pemula ini melupakan perencanaan pengelolaan keuangan serta tidak memiliki strategi pemasaran yang tepat. Pelatihan tentang bagaimana cara manajemen usaha telah dilakukan pada tahun 2020 melalui kegiatan pengabdian masyarakat yang berjudul "Pelatihan Kewirausahaan bagi generasi Milenial : Tantangan, Peluang, dan Manajemen Usaha dalam berwirausaha di Era Pandemi Covid-19". Berdasarkan hasil pretest dan post test kegiatan PPM tahun 2020 didapatkan data hasil tes awal peserta rata-rata 6,00 dan tes akhir rata-rata 7,07, perhitungan gain meningkat 0,27 dengan kategori rendah. Peningkatan tersebut diiringi dengan pemanfaatan media sosial sebagai salah satu media promosi, serta kesulitan pemasaran, permodalan, dan biaya operasional berwirausaha sebesar 78,56% (Mardetini, dkk. 2021).

Berdasarkan evaluasi pada hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada tahun 2020 dan hasil survei pendahuluan pada kegiatan pengabdian tahun 2021 ini, maka beberapa poin yang menjadi pekerjaan rumah bagi tim pengabdian kepada masyarakat, beberapa diantaranya yakni minimnya kemampuan dalam pengelolaan keuangan yang baik, penyusunan laporan keuangannya belum tertib, dan kadang masih ada catatan yang terlupakan, menyusun laporan keuangan secara sederhana saja, seperti besaran pengeluaran dan pemasukan setiap penyelesaian order. Artinya pembuatan laporan keuangan untuk kegiatan operasional, kegiatan investasi, kegiatan keuangan dan pembiayaan masih dilakukan seadanya, padahal untuk pengajuan dana/ pinjaman bahkan hal-hal yang berkaitan dengan pajak semuanya membutuhkan laporan keuangan.

Permasalahan kedua yakni kesulitan pemasaran, dimana khalayak sasaran belum memiliki strategi *branding* dan strategi pemasaran yang tepat, strategi *branding* erat kaitannya dengan *labeling* dan *packaging* yang merupakan sebuah pencitraan awal dari suatu produk, selama ini mayoritas khalayak sasaran hanya menggunakan kantong plastik pembungkus biasa, plastik mika dan *styrofoam*, dengan hanya memberikan label dari stiker tidak tahan air bahkan ada juga yang tidak menggunakan label merk usaha, lalu tidak menggunakan stiker segel untuk menjaga keamanan produk. Selain itu, penggunaan *packaging* dengan bahan baku tersebut tidak ramah lingkungan dan tidak baik untuk kesehatan, serta dari sisi *branding* kurang menarik minat pembeli, diperkuat oleh Irrubai, 2015; Jayengsari, 2021 yang menyatakan *packaging* yang menarik dan unik

merupakan salah satu strategi pemasaran yang baik, karena yang pertama kali dilihat oleh *customer* adalah pengemasan produk dan bentuk labelnya.

Maka dari itu, pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat tahun 2021 ini tim melaksanakan pendampingan pembuatan laporan keuangan dan strategi *branding (labeling dan packaging)*, serta pemberian bantuan label dan kemasan bagi wirausaha pemula milenial.

### **METODE PELAKSANAAN**

Pendampingan strategi *labeling* dan *packaging* ini dilakukan melalui pemberian materi dan bantuan usaha kepada khalayak sasaran wirausaha pemula milenial berjumlah 10 orang.

Dalam penyampaian materi pendampingan ini, digunakan beberapa metode antara lain:

1. Metode Tutorial; diberikan materi pendampingan yaitu bagaimana strategi *labeling* dan *packaging* yang kekinian dan menarik minat pembeli dan pembuatan laporan keuangan.
2. Metode Kunjungan Lapangan (*Field Trip*); yakni kunjungan ke tempat usaha dengan tujuan untuk memberikan penyuluhan dan melihat secara langsung kegiatan produksi serta pengemasan yang dilakukan khalayak sasaran. Pada kunjungan ini juga dilaksanakan pemberian bantuan usaha berupa label dan kemasan yang telah disesuaikan dengan kebutuhan produk.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dan pembahasan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi tahap persiapan dan tahap pelaksanaan dengan rincian sebagai berikut:

#### **Tahap Persiapan**

Pada tahap persiapan ini dilakukan koordinasi dengan tim dan mahasiswa yang terlibat untuk pembagian tugas, pembuatan materi pendampingan, dan rencana teknis pelaksanaan. Kemudian pada tanggal 19 Agustus 2021 dilakukan survei pendahuluan berupa pengumpulan data melalui media Google Form yang disebarakan kepada seluruh khalayak sasaran. Penggunaan media Google Form ini dinilai efektif dan efisien untuk diterapkan pada saat pandemi (Aryanti, 2021). Selanjutnya dilakukan koordinasi dengan tim dan mahasiswa dengan membuat grup Whatsapp sebagai media komunikasi dan koordinasi terkait persiapan dan teknis pelaksanaan. Whatsapp merupakan salah satu platform yang paling sering digunakan selama masa pandemi, fitur-fiturnya lengkap, mudah digunakan, serta efektif dan efisien sebagai sarana penyampai informasi (Assidiqi & Sumarni, 2020; Afniabar & Fajhriani, 2020; Sari, 2021). Oleh karena itulah pada pengabdian ini digunakan aplikasi Whatsapp sebagai media komunikasi utama untuk koordinasi dengan tim.

Persiapan-persiapan yang dilakukan untuk dua kegiatan yakni, pemberian materi dan pemberian bantuan label dan kemasan. Dengan rincian sebagai berikut:

1. Persiapan pemberian materi secara daring, diantaranya; koordinasi ke tim panitia dan mahasiswa yang terlibat untuk membuat materi, form presensi, form

penilaian, form pretest dan posttest, pembuatan sertifikat, *flyer*, *virtual background* dan sewa Zoom Meeting.

2. Pemberian bantuan *labeling* dan *packaging*, dimulai dengan analisis kebutuhan akan label dan kemasan yang sesuai dengan keperluan khalayak sasaran, pendesainan label sesuai dengan citra usaha khalayak sasaran, desain label ini bekerjasama dengan mitra yakni Ruang Cipta, selanjutnya pemesanan kemasan yang disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan khalayak sasaran untuk meningkatkan kualitas kemasan produk yang digunakan.

### **Tahap Pelaksanaan**

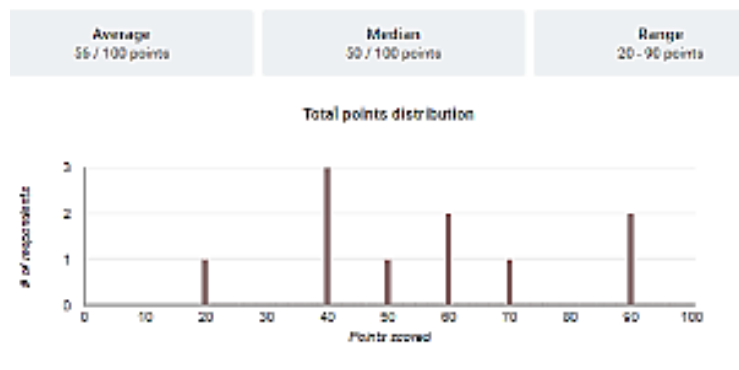
Tahap pelaksanaan dilakukan dengan pemberian materi secara daring dan kunjungan ke tempat usaha dengan rincian sebagai berikut:

1. Materi yang diberikan terkait strategi *branding* dan pembuatan laporan keuangan, melalui media Zoom Meeting yang dilaksanakan pada tanggal 12 September 2021.
2. Kunjungan ke tempat usaha dengan tujuan penyuluhan dan pemberian bantuan *labeling* dan *packaging* yakni ke No Sugar Id, Suka Jajan\_idl, Your Beauty Plants, Seblak GLB, dan Dapur Bunda.

Pemberian materi dilaksanakan pada tanggal 12 September 2021 melalui media Zoom Meeting, acara dimulai dengan pembukaan oleh Bapak Drs. Ikbal Barlian, M.Pd., sebagai ketua alumni Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Sriwijaya, dimana khalayak sasaran yang tergolong generasi milenial ini merupakan para alumni generasi milenial yang merupakan wirausaha pemula. Selanjutnya dilaksanakan pemberian pretest untuk melihat pemahaman awal khalayak sasaran sebelum diberikan materi, adapun hasil pretest terlihat dari gambar 2.



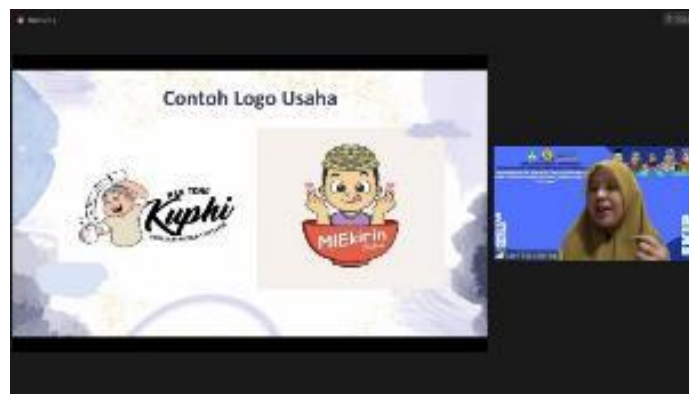
Gambar 1. Pembukaan Acara



Gambar 2. Hasil Pretest

Berdasarkan gambar 2 terlihat bahwa nilai minimum yang didapat peserta berada pada rentang 20-90 poin, dengan rata-rata sebesar 56, nilai median 50, dan nilai modus 40 maka dapat dikatakan bahwa pemahaman khalayak sasaran terhadap *labeling* dan *packaging*, serta laporan keuangan masih belum terlalu baik.

Acara dilanjutkan dengan pemberian materi yang berjudul *Strategi Branding: Labeling* oleh Ibu Dian Eka Amrina, S.Pd., M.Pd., dimana pada materi ini dijelaskan tentang apakah yang dimaksud dengan *branding*, apa kaitannya dengan *labeling*, memperkenalkan berbagai tipe label lalu bagaimana menciptakan label yang baik sebagai sarana pemasaran produk.



Gambar 3. Pemberian Materi *Labeling*

Materi selanjutnya tentang *Strategi Branding: Packaging* oleh Ibu Dr. Dwi Hasmidyani, M.Si., dimana pada materi ini melanjutkan penjelasan materi sebelumnya yakni penjelasan tentang strategi dan fungsi *branding*, lalu apa kaitannya dengan *packaging*, memperkenalkan jenis-jenis *packaging*, serta kontribusi *packaging* sebagai alat pemasaran.

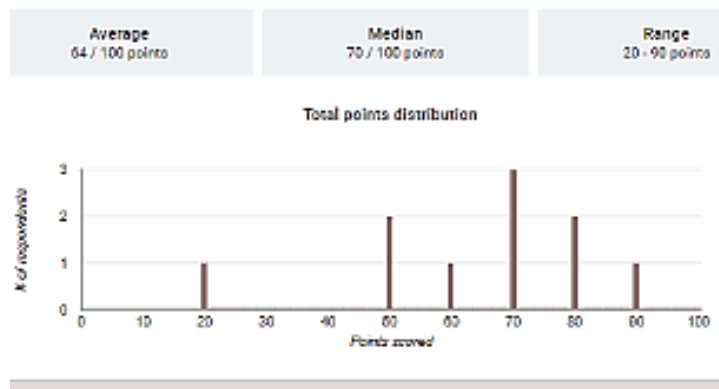


laporan keuangan. Pada sesi ini juga dijelaskan tentang teknis pembuatan laporan keuangan yang sesuai dengan kondisi usaha para khalayak sasaran.



Gambar 6. Pemberian Materi *Cash Flow*

Setelah pemberian materi selesai dilaksanakan, selanjutnya diberikan posttest, untuk mengetahui pemahaman khalayak sasaran setelah materi diberikan. Adapun hasil post test dapat dilihat pada gambar 7 berikut:



Gambar 7. Hasil Posttest

Berdasarkan gambar 7 terlihat bahwa nilai minimum yang didapat peserta masih berada pada rentang 20-90 poin, namun rata-rata sudah meningkat 8 persen yakni sebesar 64 poin, nilai median 70, dan nilai modus 70 maka dapat dikatakan bahwa terdapat peningkatan pemahaman khalayak sasaran terhadap pentingnya *labeling* dan *packaging*, serta pembuatan laporan keuangan, meskipun peningkatan tersebut tidak terlalu tinggi. Temuan ini dipengaruhi banyak faktor, apakah metode penyampaian dengan cara daring yang menyebabkan kurangnya interaksi antara pemateri dan peserta, sehingga penyampaian materi menjadi kurang optimal, hal ini senada dengan penelitian Basar (2021) yang menyatakan bahwa penyampaian materi secara jarak jauh belum dapat disebut sebagai kondisi belajar yang ideal, karena hal ini merupakan konsekuensi dari kondisi darurat pandemi. Ataupun ada beberapa faktor lain yang memerlukan



analisis lebih lanjut sebagai bahan survei pendahuluan pada pengabdian masyarakat tahun berikutnya.

Kegiatan selanjutnya yakni kunjungan ke tempat usaha, dimana tim pengabdian kepada masyarakat melaksanakan kunjungan ke lima tempat usaha wirausaha pemula milenial yang telah memberikan data untuk meningkatkan kualitas label dan kemasan produknya pada survei pendahuluan. Pentingnya menggunakan *labeling* dan *packaging* yang menarik merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan minat pembeli dan menciptakan penjualan produk (Susetyarsi, 2012; Meilani, 2014; Nugraha, dkk., 2017), kegiatan tersebut dirinci berdasarkan tempat usaha sebagai berikut:

### 1. No Sugar Dates Milk

No Sugar Dates Milk merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang kuliner khususnya minuman, yakni minuman susu kurma dalam kemasan cup. Lokasi usaha berada di jalan Srijaya Negara Bukit Besar Palembang, dimana lokasi ini strategis, karena berada di daerah dekat universitas, sekolah, pasar tradisional, ruko-ruko dan perumahan penduduk. Pemilik No Sugar Dates Milk, M. Akbar Budiman memilih membuka usaha ini karena menyesuaikan kebutuhan pasar. Dalam kondisi saat ini, konsumen bukan hanya sekedar mengonsumsi minuman saja, akan tetapi melihat dampak apa yang mereka dapatkan ketika mengonsumsi minuman tersebut. Dalam proses produksi, bahan baku kurma dan susu mudah ditemukan dan cara memproduksinya mudah. Mayoritas konsumen No Sugar Dates Milk ini adalah generasi muda yang terdiri dari siswa/ mahasiswa/ pegawai kantor yang didominasi perempuan.



Gambar 8. Proses Pengemasan Susu Kurma

Usaha ini sempat vakum 2 bulan dan dibuka kembali pada tanggal 2 September 2021. Pada kesempatan tersebut tim pengabdian kepada masyarakat melaksanakan kunjungan dan pemberian bantuan kemasan ke No Sugar Dates Milk yang dilaksanakan pada tanggal 3 September 2021, pada kegiatan ini tim melihat secara langsung bagaimana proses pengemasan yang dilakukan, pada kegiatan ini juga diberikan penyuluhan agar



pemasaran dapat lebih diperluas, yaitu dengan cara mempromosikan usaha lewat Marketplace dan membuka cabang baru, karena sebelumnya pemilik telah melakukan promosi melalui Instagram.



Gambar 9. Pemberian Bantuan *Packaging* ke No Sugar Dates Milk

## 2. Sukajajan\_idl

Sukajajan\_idl bergerak dibidang kuliner dengan menawarkan beragam jenis kue seperti pizza, pisang molen, marble cake, bakpia, dsb. Pemilik usaha ini yaitu Tri Wardiyah masih menggunakan rumah orang tua sebagai lokasi usaha yang berada di Perum TPI Blok D6 No 7, Indralaya. Alasan memilih jenis usaha kuliner ini karena hobi, mengisi waktu luang dan sebagai tambahan pendapatan. Mayoritas konsumen Sukajajan\_idl adalah remaja s.d dewasa yang mana merupakan penduduk di perumahan dekat lokasi usaha, Sukajajan\_idl juga menerima pesanan dengan membuka pre order (PO) yang diinformasikan melalui media sosial.



Gambar 10. Proses Produksi di Sukajajan\_idl

Pada tanggal 1 Oktober 2021, tim pengabdian kepada masyarakat berkesempatan untuk mengunjungi tempat usaha Sukajajan\_idl, untuk melihat secara langsung proses produksi, dan pemberian bantuan *labeling* berupa stiker merk usaha, label pengaman kemasan dan *thank's card* serta *packaging* berupa kotak kemasan berbahan dasar kraft, yang dapat digunakan untuk kemasan pizza dan bakpia. Dalam kesempatan tersebut juga

diberikan instruksi perakitan *packaging* dan peletakan label yang tepat dan menarik perhatian pembeli. Kemudian tim pengabdian kepada masyarakat juga memberikan arahan agar produk yang dibuat diberikan ukuran yang seragam agar lebih cantik dilihat, dan untuk efisiensi kotak kemasan. Selanjutnya diberikan penyuluhan agar pencatatan transaksi perhari dilakukan secara disiplin untuk memudahkan dalam pembuatan laporan keuangan.



Gambar 11. Pemberian Bantuan *Labeling* dan *Packaging* ke Sukajajan\_idl (kiri) dan Pemberian Instruksi Perakitan *Packaging* (kanan)

### 3. Your Beauty Plants

Saat ini banyak generasi muda terutama kalangan mahasiswa dan pelajar memanfaatkan tanaman hias sebagai salah satu alternatif untuk memberikan hadiah bagi teman yang berulang tahun, ujian akhir program atau wisuda/ kelulusan sekolah. Your Beauty Plants mengakomodasi kebutuhan tersebut dengan menawarkan beberapa tanaman hias seperti kaktus mini dan sukulen yang dikemas dalam sebuah plastik berpita. Menurut pemilik usaha ini, yakni Nurul Falah, alasan pendirian usaha Your Beauty Plants ini adalah karena hobi bercocok tanam, ide dan peluang bisnis dapat tercipta dari hobi (Wardah, 2021), dan juga sudah ada beberapa tanaman yang diwariskan dari sang kakak, namun terbengkalai. Berbekal modal awal yang tidak terlalu besar, maka terciptalah Your Beauty Plants dengan slogan “Ramah Kantong Ramah Lingkungan”.



Gambar 12. Pemberian Penyuluhan *Packaging* Produk dan Laporan Keuangan ke Your Beauty Plants

Pada tanggal 1 Oktober 2021, tim pengabdian kepada masyarakat berkesempatan mengunjungi tempat usaha ini, dalam kegiatan tersebut tim memberikan bantuan *labeling* berupa stiker merk usaha dan *packaging* berupa kotak kemasan unik khusus untuk pot bunga mini dan tanamannya, serta memberikan penyuluhan tentang pentingnya menggunakan kemasan yang kekinian untuk menunjang penampilan produk yang ditawarkan, dan juga memberikan arahan pembuatan laporan keuangan yang baik, karena selama ini penyusunan laporan keuangan belum tertib, masih mencatat seadanya dan kadang masih ada catatan yang terlupakan. Lokasi usaha bertempat di Jl. M Tamyiz, RT 4, Kelurahan Timbangan, Indralaya ini merupakan rumah tinggal bersama orang tua, dijadikan sebagai tempat mengembangbiakkan bibit dan perawatan tanaman, sekaligus sebagai tempat pengemasan dan pemasaran.



Gambar 13. Kemasan Plastik Sebelum Diberikan Bantuan *Packaging* (Kiri) dan Kemasan Kotak Kraft dengan Stiker Label Setelah diberi Bantuan *Packaging* (Kanan)

#### 4. Seblak.GLB

Salah satu jenis makanan kekinian yang digandrungi anak muda adalah seblak, makanan berkuah yang bahan utamanya adalah kerupuk mentah ini memiliki cita rasa yang pedas gurih disertai isian yang bervariasi menjadikan seblak sebagai salah satu makanan favorit pelajar dan mahasiswa. Begitu juga dengan Nur Baity, pemilik Seblak.GLB awalnya sangat menyukai seblak saat beliau masih berkuliah di kampus Indralaya, dan menjadi makanan favoritnya, namun sayangnya ketika beliau sudah lulus apabila ingin menikmati seblak lagi beliau harus jauh-jauh pergi ke Indralaya, hal ini disebabkan karena di daerah tempat tinggalnya (Gelumbang) tidak ada yang menjual seblak yang citarasanya se enak yang pernah beliau nikmati dahulu.

Atas dasar kesukaan mengonsumsi makanan inilah yang menarik minat Nur Baity untuk mencoba-coba resep dari Youtube, dan ternyata rasanya cocok di lidah, dan kemudian Nur Baity memberanikan diri untuk mempromosikan melalui teman-temannya via Whatsapp dan mendapatkan respon yang baik, karena di daerah Gelumbang belum ada yang menjual seblak berkuah seperti yang beliau jual sehingga memunculkan ide untuk mendirikan usaha ini. Dari sejarah berdirinya usaha Seblak.GLB ini dapat disimpulkan bahwa dari hobi makan dan memasak dapat menciptakan peluang usaha

yang tentunya akan menghasilkan keuntungan yang banyak bila dilakukan dengan serius (Dewobroto, 2021).



Gambar 14. Proses Produksi di Seblak.GLB

Dalam kegiatan pemasaran, Seblak.GLB menggunakan instagram sebagai sarana promosi, karena mayoritas konsumen Seblak. GLB adalah pelajar dari tingkat dasar sampai dengan menengah atas. Tak hanya menjual seblak, kedainya Nur Baity juga menjual berbagai aneka makanan ringan kekinian seperti pastel pedas, risoles cokelat dan buko pandan. Tim pengabdian kepada masyarakat berkesempatan untuk mengunjungi tempat usaha Seblak. GLB pada tanggal 8 Oktober 2021, melihat proses produksi, sekaligus memberikan bantuan *labeling* berupa stiker merk usaha, label pengaman kemasan dan *thank's card* serta *packaging* berupa *paperbowl*, dimana kemasan ini lebih aman bagi kesehatan dibandingkan dengan kemasan *styrofoam* yang selama ini digunakan oleh pemilik, pada kesempatan ini juga diberikan penyuluhan tentang pentingnya mereduksi penggunaan *styrofoam*, hal ini tak lain karena *styrofoam* berbahaya bagi kesehatan karena bersifat karsinogenik (Al Mukminah, 2019).

Pada kesempatan tersebut juga tim memberikan penyuluhan tentang pentingnya membuat laporan keuangan yang baik, karena menurut Nur Baity laporan keuangan belum tersusun secara benar, karena sering kali kekurangan uang untuk belanja, belum mampu memisahkan uang untuk usaha dan uang pribadi, sering salah hitung. Beberapa kendala tersebut diakibatkan oleh laporan keuangan yang belum tersusun secara baik dan benar.



Gambar 15. Kemasan *Styrofoam* Sebelum Diberikan Bantuan *Packaging* (Atas) dan Kemasan Kotak Kraft dengan Stiker Label Setelah diberi Bantuan *Packaging* (Bawah)



## 5. Dapur Bunda

Dapur Bunda merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang kuliner yang mengusung makanan-makanan kekinian seperti sate thaican, indomie pedas dengan berbagai macam level pedas, serta berbagai jenis makanan lain seperti tekwan dan pempek lenggang, serta aneka minuman. Pemilik Dapur Bunda yakni Wulandari mendirikan usaha ini karena pertama, bahan baku mudah untuk dicari, memasaknya pun cukup mudah dan tidak memakan waktu yg banyak. Kedua, karena banyak teman-teman beliau sesama pengajar yang senang makanan pedas, sehingga hal ini menginspirasi Wulandari untuk membuat Indomie level dan sate taichan pedas. Hal ini berarti pemilik usaha mampu mengeksplorasi peluang tersebut untuk kemudian menciptakan suatu produk dalam rangka memenuhi kebutuhan di lingkungan sekitarnya (Istiqomah & Andriyanto, 2017). Pemasaran yang dilakukan oleh Dapur Bunda sudah menggunakan ojek online yakni Grab, dengan nama Dapur Bunda-Bandar Agung.



Gambar 16. Pemberian Bantuan *Labeling* dan *Packaging* ke Dapur Bunda

Pada tanggal 8 Oktober 2021, tim pengabdian kepada masyarakat berkesempatan untuk mengunjungi tempat usaha Dapur Bunda sekaligus memberikan bantuan *labeling* berupa stiker merk usaha, label pengaman kemasan dan *thank's card* serta *packaging* berupa kotak kemasan makanan berbahan Kraft, dimana bahan ini lebih aman bagi kesehatan dibandingkan kotak *styrofoam* yang selama ini digunakan oleh pemilik, pada kesempatan ini juga diberikan penyuluhan tentang pentingnya mengganti penggunaan kotak kemasan berbahan *styrofoam*, dengan kemasan lain yang lebih ramah lingkungan dan kesehatan karena mengingat limbah yang dihasilkan tidak bersahabat dengan bumi, serta efek jangka panjang yang tidak baik untuk kesehatan manusia (Al Mukminah, 2019). Kemudian diberikan juga penyuluhan tentang pentingnya mencatat laporan keuangan dengan tertib, karena selama ini pemilik jarang membuat laporan keuangan yang lengkap dan tertib, karena biasanya menulis di buku biasa dan itupun sering lupa untuk mengisi. Untuk itulah tim memberikan arahan agar pemilik dapat lebih disiplin dalam membuat

laporan keuangannya, karena hal ini merupakan salah satu cara agar usaha yang dijalankan dapat terus berjalan dengan baik.



Gambar 17. Kemasan *Styrofoam* Sebelum Diberikan Bantuan *Packaging* (Kiri) dan Kemasan Kotak Kraft dengan Stiker Label Setelah diberi Bantuan *Packaging* (Kanan)

## SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pendampingan strategi *branding* dan pembuatan laporan keuangan pada wirausaha pemula milenial ini berlangsung dengan baik dan lancar. Pemberian materi dan bantuan *labeling - packaging* bertujuan sebagai salah satu strategi *branding* dalam kegiatan promosi dan pemasaran produk, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan. Kemudian, pemberian materi tentang pentingnya membuat laporan keuangan untuk mengontrol biaya operasional bisnis, sehingga dapat mengetahui laba rugi usaha, hutang piutang, dan perhitungan pajak. Terdapat peningkatan pemahaman khalayak sasaran terhadap pentingnya *labeling* dan *packaging*, serta pembuatan laporan keuangan, meskipun peningkatan tersebut tidak terlalu tinggi. Berdasarkan hal tersebut direkomendasikan agar pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya agar menggunakan metode penyampaian secara *flipped learning* apabila situasi pandemi masih berlangsung, dan selanjutnya mengevaluasi kemajuan usaha setelah diberikan pendampingan ini, untuk kemudian diberikan pendampingan lanjutan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Sriwijaya mengucapkan terima kasih kepada Universitas Sriwijaya yang telah mendanai kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan Anggaran DIPA Badan Layanan Umum Universitas Sriwijaya Tahun Anggaran 2021 dan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Sriwijaya dalam pengakomodasian dana yang dibutuhkan hingga kegiatan ini selesai. Terima kasih kepada

wirausaha pemula milenial yang telah berkontribusi pada kegiatan ini, sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Afnibar, Fajhriani, D. (2020). Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Antara Dosen dan Mahasiswa dalam Menunjang Kegiatan Belajar (Studi terhadap Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang). *Al Munir: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 11(1), 70-83.
- Al Mukminah, I. (2019). Bahaya Wadah Styrofoam dan Alternatif Penggantinya. *Majalah Farmasetika*, 4(2), 32-34.
- Anwar, H.S. (2018). Resilience pada Generasi Millennial dalam Berwirausaha di Kota Surabaya. In *Proceeding National Conference Psikologi UMG 2018* (pp.205-229). Gresik, Indonesia: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Aryanti, N.N.S. (2021). Efektifitas Google Form Sebagai Media Evaluasi Di Masa Pandemi. *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(3), 329-342.
- Assidiqi, M. H., & Sumarni, W. (2020). Pemanfaatan Platform Digital dalam Pembelajaran Daring di masa Pandemi Covid-19. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana UNNES* (pp.298-303). Semarang, Indonesia: Universitas Negeri Semarang.
- Basar, A. M. (2021). Problematika Pembelajaran Jarak Jauh Pada Masa Pandemi Covid-19 : (Studi Kasus di SMPIT Nurul Fajri – Cikarang Barat – Bekasi). *Edunesia : Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 2(1), 208-218.
- Dewobroto, W. (2021). *5 Peluang Usaha dari Hobi Memasak dan Cara Mengembangkannya*. Daya.id. <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pengembangan-diri/5-peluang-usaha-dari-hobi-memasak-dan-cara-mengembangkannya>, diakses 10 November 2021.
- Irrubai, M. (2015). Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. *Society*. 6(1), 15-30.
- Istiqomah & Andriyanto, I. (2017). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus). *Bisnis*, 5(2). 363-382.
- Jayengsari, R. (2021). Branding Dalam Strategi Marketing Keripik Pisang pada Pelaku Usaha Rumahan. *Journal of Empowerment*, 2(1), 111-124.
- Mardetini, E., Barlian, I., Fatimah, S., & Hasmidyani, D. (2021). Challenges, Opportunities, and Management of Entrepreneurship in the COVID-19 Pandemic for the Milenial Generation. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 5(1), 31-46.
- Meilani. (2014). Pencitraan Desain Kemasan Oleh-Oleh Jepang. *Humaniora*, 5(2), 901-908.



Nugraha, H. S., Ariyanti, F., & Darwanto. (2017). Penerapan Branding Pada UKM Makanan Ringan di Kabupaten Jepara. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 16-23.

Sari, D.D. (2021). Pemanfaatan Whatsapp Group Sebagai Sarana Komunikasi Guru dan Orangtua Siswa Selama Masa Pandemi Covid 19. *EduTeach : Jurnal Edukasi dan Teknologi Pembelajaran*, 2(1), 79-88.

Sukandar, C.A. 24 Januari 2019. *Oh, Jadi Ini Alasan Milenial Lebih Pilih Wirausaha daripada Kerja Kantoran.* Warta Ekonomi Online. (<https://www.wartaekonomi.co.id/read212821/oh-jadi-ini-alasan-milenial-lebih-pilih-wirausaha-daripada-kerja-kantoran>), diakses 12 Maret 2020.

Susetyarsi, T. (2012). Kemasan Produk Ditinjau dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan dan Pelabelan pada Kemasan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Minuman Mizone di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 4(3), 19-28.

Wardah, I. (2021). *Cara Menemukan Ide dan Peluang Usaha dengan Hobi.* Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/imayatulwardah/60faffb906310e585879fe22/cara-menemukan-ide-dan-peluang-usaha-dengan-hobi>, diakses 10 November 2021