

PROSES PEMBUATAN VIDEO PROFIL PERUSAHAAN, CARA PEMBUATAN PEMBUKUAN YANG BENAR, DAN PEMBUATAN *DESIGN BANNER* PADA UMKM LEGONDO IBU SUAD

Virginia Nicole Tinulo
Tia Xenia

ABSTRAK

Legondo adalah makanan tradisional terbuat dari ketan yang diisi pisang. Kemudian dibungkus daun pisang dan diikat dengan tiga iratan bambu. Legondo ini sudah dibuat sejak 1960-an oleh Ibu Suad. Kemudian mulai memperkenalkan legondo pada akhir 2018 untuk dijual pada khalayak umum. Tujuan kegiatan ini juga mempermudah UMKM saat menjelaskan pada konsumen atau wisatawan yang hendak membeli oleh-oleh khas Borobudur dengan adanya video profil perusahaan dan juga *banner* yang penempatannya strategis sehingga bisa memudahkan proses penjualan dari Legondo mempermudah UMKM saat menjelaskan pada konsumen atau wisatawan yang hendak membeli oleh-oleh khas Borobudur dengan adanya video profil perusahaan dan juga *banner* yang penempatannya strategis sehingga bisa memudahkan proses penjualan dari Legondo. Adapun metode yang dilakukan saat kegiatan ini, yakni yang diawali dengan observasi terhadap masalah apa yang ada di UMKM Legondo, lalu dilakukan proses pengenalan dengan UMKM dan juga langsung memulai kegiatan dengan belajar bersama Ibu Erna dalam membuat Legondo, disamping itu pun ada kegiatan mendesign *banner* dan juga mengajarkan pada Ibu Erna bagaimana baiknya mempromosikan produk yang dijual di social media seperti Instagram dengan mengajarkan membuat *story* di Instagram dengan baik dan benar, selain itu

membantu membuat profil perusahaan Legondo. Jadi dengan kegiatan ini kiranya bisa memudahkan Ibu Erna dan Bapak Fuad dalam mempromosikan kepada kalangan masyarakat dengan cara dan inovasi yang lebih menarik konsumen, dan juga diharapkan dengan adanya kegiatan ini apa yang sudah diberikan bisa berlaku dalam jangka panjang oleh UMKM ini sendiri.

1. Latar Belakang

Legondo merupakan makanan tradisional yang terbuat dari beras ketan yang diisi dengan pisang kemudian dibungkus dengan daun pisang dan diikat dengan tiga iratan bambu. Legondo ini sudah ada sejak tahun 1960-an oleh Ibu Suad kemudian mulai tahun 2018 mulai diperkenalkan dan dijual pada khalayak umum. Ibu Suad sendiri sebenarnya tidak ingin membuka Legondo ini sebagai lapangan bisnis dan akhirnya diteruskan untuk turun dibidang berbisnis ini oleh anaknya yang bernama Fuad dan bersama istrinya juga yang bersama Erna.

Dibalik rasanya yang enak kekurangan legondo ini sendiri adalah pemasarannya yang kurang luas. Hal ini terjadi karena Ibu Erna sendiri kurang memahami cara menggunakan aplikasi canva dan Instagram untuk mempromosikan UMKM Legondo dengan baik dan benar. melihat permasalahan tersebut membantu anak dari pemilik UMKM dengan cara mengajarkan bagaimana cara menggunakan aplikasi canva dan Instagram untuk pembuatan *design banner* dan juga pembuatan video profil perusahaan. Selain masalah promosi, pembukuan juga menjadi hambatan bagi UMKM Legondo tetapi program ini belum terlaksana dikarenakan adanya halangan selama kegiatan KKN ini seperti banyak nya pesanan dari konsumen dan juga perisapan mengikuti bazaar dan beberapa hal lainnya.

2. Tujuan Kegiatan

Tujuan program ini adalah untuk mempermudah UMKM saat menjelaskan pada konsumen atau wisatawan yang hendak membeli oleh-oleh khas Borobudur dengan adanya video profil perusahaan dan juga *banner* yang penempatannya strategis sehingga bisa memudahkan proses penjualan dari



Legondo, dan dengan adanya pembelajaran tentang penggunaan aplikasi canva dan instagram diharapkan hal ini bisa berlangsung dalam jangka waktu yang lama untuk membantu Ibu Erna dan Bapak Fuad dalam mempromosikan dan juga memperkenalkan Legondo dalam cakup luas tidak hanya sekitar wilayah Borobudur dan Magelang saja tapi luar pulau pun bisa mengetahui adanya oleh-oleh khas Borobudur yang legendaris.

3. Metode, Kelompok Target

Metode awal yang dilakukan yaitu observasi dan analisa terhadap masalah dalam UMKM dan setelah itu daftar hal-hal yang akan dikerjakan selama kegiatan KKN disusun. UMKM yang disasar adalah Legondo Ibu Suad. Ernalina Masly adalah pemilik Legondo Ibu Suad. Resep Legondo diturunkan dari Ibu Suad Albaroroh. Karakteristik dari UMKM ini sendiri merupakan bisnis keluarga yang hanya ada di Borobudur dan tidak ada kerjasama dengan banyak pihak karena alasannya hanya ingin ada 1 Legondo dan tidak ingin ada cabang Legondo Ibu Suad lainnya. Yang awalnya tidak ingin dijadikan bisnis tetapi seiring jalannya waktu Legondo ini sendiri diserahkan pada anaknya yaitu bapak Fuad untuk diperkenalkan pada masyarakat dan juga dijadikan peluang untuk berbisnis.

Aplikasi sebagai alat bantu desain konten visual yang dapat diakses secara *online* digunakan untuk pembuatan video profil, pembukuan, dan desain *banner*. Aplikasi yang digunakan adalah Canva. Untuk membuat video profil, desain dan template dipilih dan media, musik, atau suara ditambahkan supaya video menjadi lebih menarik. Untuk pembuatan *banner*, *template* dan desain yang ada di Canva dipilih. Setelah itu, desain dicetak menjadi *banner*. *Banner* diletakan di tempat-tempat strategis supaya calon pembeli dapat melihat dan tertarik untuk membeli. Dalam pembuatan pembukuan, rencana pembukuan dibuat, transaksi keuangan dicatat seperti pendapatan dan pengeluaran yang dikelompokkan sesuai dengan kategori.



4. Sumber Dana

Jumlah yang diberikan dari pihak Kampus sebesar maksimal Rp500,000/UMKM dan digunakan untuk membeli *standing roll up banner* seharga Rp250,000 yang seharusnya juga ada dana sejumlah RP 100,000 untuk print materi pembelajaran keuangan tetapi tidak terelaksanakan karena adanya hambatan waktu pembelajaran

5. Waktu dan Tempat Penyelenggaraan

Kegiatan KKN ini dilaksanakan di Borobudur dalam waktu kurang lebih 2 bulan terhitung sejak tanggal 24 September 2023 hingga 4 November 2023. Waktu kegiatan KKN sejak Senin hingga Sabtu, untuk waktu jam memulai kegiatan KKN di UMKM Legondo Ibu Suad Borobudur dimulai jam 09.00-17.00. Kegiatan selama KKN ini dilaksanakan di tempat UMKM Legondo, dan ada juga bentuk kegiatan serabutan yang dilaksanakan seperti ke pasar untuk membeli beberapa kebutuhan untuk pembuatan Legondo dan juga ke panti asuhan untuk membantu berbagi saat Jumat Berkah.

6. Hasil Kegiatan dan Diskusi

Hasil dari kegiatan KKN yang terlihat menunjukkan perubahan yang dialami mitra UMKM yaitu Ibu Erna dan Bapak Fuad lebih bisa menggunakan *social media* untuk memasarkan Legondo. Juga khususnya Ibu Erna lebih bisa menggunakan dan juga memahami cara mengedit design dicanva dan juga diInstagram. Selain itu yang awalnya UMKM Legondo Ibu Suad belum memiliki profil perusahaan kini UMKM Legondo memiliki profil perusahaan yang bisa memudahkan saat kegiatan promosi, juga membantu ibu Erna membuat *design banner* dengan tampilan baru. Ada juga kegiatan yang saya ikuti seperti mengikuti bazar di dalam taman wisata Candi Borobudur dan juga mengikuti kegiatan di Hotel EastParc Jogja, dan juga ada beberapa kegiatan seperti menemani Ibu Erna mengantar Legondo ke pelanggannya. Selain kegiatan membuat dan mengantar pesanan Legondo, saya juga diajak untuk melihat rumah pertama kali pembuatan Legondo yang bertempat didalam area Taman Wisata Candi Borobudur yang sekarang sudah digusur



untuk dijadikan tempat wisata, kemudian diajak oleh Ibu Erna dan Bapak Fuad ke rumah semasa kecil Ibu Suad yang sekarang sudah dijadikan Pesantren sekaligus Panti Asuhan juga.

7. Refleksi Diri terhadap Kegiatan

Refleksi diri terhadap kegiatan ini sendiri membuat saya bisa belajar untuk menjadi pribadi yang bisa lebih mandiri dari sebelumnya dan juga membuat saya bisa lebih memahami mengenai tentang kepekaan terhadap masalah disekeliling dan juga jadi bisa menerapkan nilai-nilai Kristiani Unggul Profesional dan Peduli (KUPP) juga dengan adanya kegiatan KKN ini apa yang sudah diterapkan selama kegiatan bisa berlaku panjang dalam kehidupan sehari-hari.

8. Simpulan dan Saran/Rekomendasi

Pada akhir program kerja yang mencakup pembuatan video profil, pembukuan, dan pembuatan *banner* untuk UMKM Legondo Ibu Suad, peningkatan visibilitas, manajemen keuangan yang lebih efisien, dan peningkatan promosi produk diharapkan dapat dirasakan oleh UMKM. Video profil dapat meningkatkan visibilitas UMKM diplatform digital dan membantu menarik calon pelanggan dan meningkatkan kesadaran merek. Pembukuan yang teratur dapat membantu UMKM dalam mengelola keuangan dengan lebih efisien termasuk pemantauan pendapatan, pengeluaran, dan profitabilitas, sedangkan *banner* dapat membantu UMKM sebagai alat promosi. Desain yang menarik dan informatif dapat menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan penjualan. Simpulan dan saran menurut saya untuk kedepannya mungkin selama kegiatan KKN berjalan setidaknya ada panitia dari kampus yang ikut juga mendampingi selama KKN agar bisa terkontrol juga kegiatan KKN dan juga kegiatan bisa 2 bulan jadi untuk kegiatan KKN nya bisa lebih bisa terlaksanakan juga karena jika hanya 6 minggu masih termasuk kurang untuk mengobservasi dan juga menjalankan program kerja.



9. Daftar Acuan

Menggunakan sistem referensi APA 7th edition (lihat <https://libguides.umgc.edu/apa-examples>) Acuan yang tertulis di sini hanya yang dikutip/diacu di dalam laporan ini.

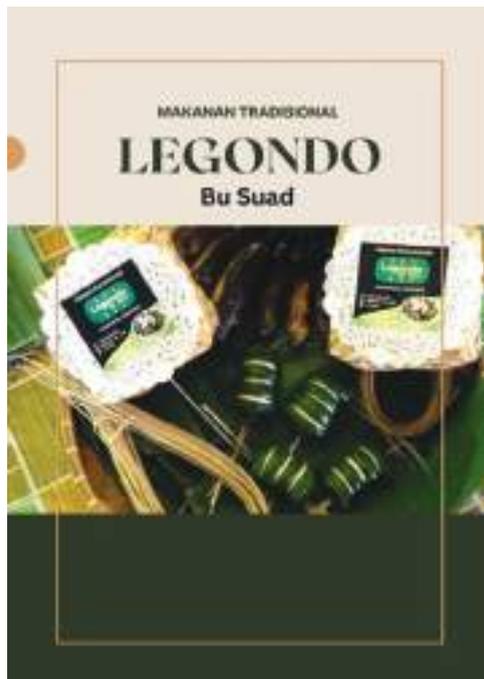
10. Dokumentasi Kegiatan



Hari pertama pengenalan dengan Ibu Erna dan juga tahap observasi UMKM Legondo



Kegiatan gunting menggunting



Hasil dari cover cover profil perusahaan yang dibuat di canva



Bunga Rampai

Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur



Menemani ibu Erna untuk mengantarkan pesanan Legondo di Balai Desa



Menemani ibu Erna ke pasar untuk membeli perlengkapan bahan-bahan





Saat mengikuti kegiatan bazar yang dilaksanakan di kompleks Candi Borobudur selama 3 hari



Saat mengikuti bazar pengenalan UMKM yang dilaksanakan Di Hotel EastParc Jogja



Bunga Rampai

Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur



Kegiatan menemani ibu Erna di Panti Asuhan bersama ibu-ibu yang lain (Jumat berkah)



Foto bersama Ibu Suad setelah mewawancarai untuk proses video profil perusahaan





Foto di depan rumah pertama ibu Suad, rumah semasa kecil ibu Suad sekaligus juga dapur pertama pembuatan Legondo

