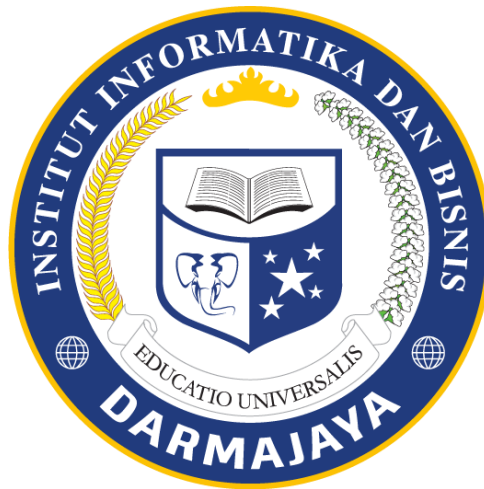


**PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* DALAM
PENGEMBANGAN *BRAND* KEMASAN PADA UMKM TAHU
PONG DI DESA GANJAR AGUNG DALAM MENINGKATKAN
PEMASARAN SECARA ONLINE DI ERA PANDEMI COVID-19**

PRAKTIK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT (PKPM)



Disusun Oleh:

Renaldi Agata

1812110232

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG
TAHUN 2021**

RIWAYAT HIDUP

I. Identitas

Nama : Renaldi Agata
NPM : 1812110232
Tempat, Tanggal Lahir : Bandar Lampung, 12 Agustus 1999
Agama : Islam
Jl. Jend Sudirman No. 330
Alamat : Kelurahan Ganjar Agung , Metro
Barat, Kota Metro
Suku : Jawa, Palembang
Kewarganegaraan : Indonesia
E-mail : ranaldiagata@gmail.com
Nomor Telpon : 082181704434

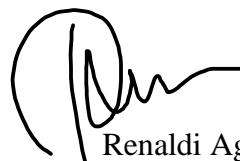
II. Riwayat Pendidikan

Sekolah Dasar : SD MUHAMMADIYAH 1
METRO
Sekolah Menengah Perama : SMP MUHAMMADIYAH 1
METRO
Sekolah Menengah Atas : SMA NEGERI 4 METRO

Dengan ini saya menyatakan bahwa semua keterangan yang saya sampaikan di atas ini benar.

Metro, 29 September 2021

Yang menyatakan,



Renaldi Agata
Npm. 1812110232

**LAPORAN
PRAKTIK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT (PKPM)**

**“PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DALAM PENGEMBANGAN
BRAND KEMASAN PADA UMKM TAHU PONG DI DESA GANJAR
AGUNG DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN SECARA ONLINE DI
ERA PANDEMI COVID-19”**

Oleh:
Renaldi Agata 1812110232

Telah memenuhi syarat untuk diterima
Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Pembimbing Lapangan
Ketua RT 031 Ganjar Agung



Rico Elhando Badri, S.E.I., M.E.
NIK. 14691018



SYAHRONI, S.Pd

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Anggalia Wibasuri, S.Kom., M.M.
NIK. 11310809

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
RIWAYAT HIDUP.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL.....	v
KATA PENGANTAR	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat PKPM.....	3
1.4 Mitra yang Terlibat.....	4
BAB II PELAKSANAAN PROGRAM.....	5
2.1 Program-Program yang Dilaksanakan.....	5
2.2 Waktu Kegiatan	9
2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi	12
2.4 Dampak Kegiatan	16
BAB III PENUTUP.....	17
3.1 Kesimpulan.....	17
3.2 Saran.....	18
3.3 Rekomendasi	18
DAFTAR PUSTAKA	29
LAMPIRAN	20

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3.1 Hasil pembuatan label merek UMKM.	12
Gambar 2.3.1.1 Pengemasan produk UMKM.....	13
Gambar 2.3.2 Pemberian Bantuan Barang UMKM.	13
Gambar 2.3.3 Penjualan di E-Commerce UMKM.....	14
Gambar 2.3.4 Pelatihan Digital Marketing	14
Gambar 2.3.6 Pembuatan dan Penyebaran Pamflet	15
Gambar 2.3.6 Penyuluhan Informasi Covi-19	15

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Program Kerja dan Kegiatan PKPM Mandiri 2021	7
Tabel 2. Waktu Kegiatan PKPM Mandiri 2021	9
Tabel 3. Dampak Kegiatan PKPM Mandiri 2021	16

KATA PENGANTAR

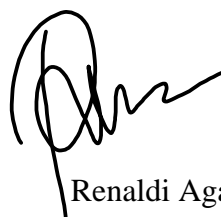
Puji syukur dipanjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa karena atas Rahmat-Nyalah penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) Institut Bisnis dan Informatika Darmajaya yang bertempat di RT 031 Ganjar Agung, Kecamatan Metro Barat, Kota Metro, Provinsi Lampung. Tujuan dari penyusunan, sekaligus sebagai pertanggung jawaban dan sebagai indikator dalam mengetahui sejauh mana program kegiatan mahasiswa dalam melakukan PKPM dapat terealisasi dengan baik.

Dalam kesempatan kali ini kami mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam pelaksanaan dan penyusunan laporan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) diantaranya :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan kepada saya dari awal pembuatan sampai selesai.
2. Bapak Ir.Firmansyah YA,M.B.A., M.Sc. selaku Rektor IIB Darmajaya Bandar Lampung.
3. Bapak Dr. RZ. Abdul Aziz, ST., MT, selaku Wakil Rektor I Bidang akademik IIB Darmajaya Bandar Lampung.
4. Bapak Ronny Nazar, SE., MM, selaku Wakil Rektor II Bidang Adminitrasi Umum dan Keuangan IIB Darmajaya Bandar Lampung.
5. Bapak Muprihan Thaib, S.Sos, selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Sumber Daya IIB Darmajaya Bandar Lampung.
6. Bapak Prof. Dr. Ir Raden Achmad Bustomi Rosadi,M.S , selaku Wakil Rektor IV Bidang Humas, DGDM , LPMP,IO Bandar Lampung.
7. Ibu Dr. Faurani I Santi Singagerda, SE., M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IIB Darmajaya Bandar Lampung.
8. Ibu Dr. Anggalia Wibasuri, S.Kom., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen IIB Darmajaya.

9. Bapak Rico Elhando Badri,S.E.I., M.E. selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) yang telah memberikan bimbingan, petunjuk serta saran-saran dalam kegiatan PKPM sampai penulisan laporan PKPM.
10. Terima kasih kepada Bapak Ronny selaku Ketua RT 031 Desa Ganjar Agung yang telah mengizinkan saya untuk melakukan kegiatan PKPM di Desa Ganjar Agung.
11. Semua pihak yang telah membantu pelaksanaan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat hingga pembuatan laporan yang tidak bisa di sebutkan satu persatu.

Metro, 29 September 2021



Renaldi Agata

1812110232

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian masyarakat. Pengabdian merupakan suatu wujud kristalisasi dan integralisasi dari ilmu yang tertuang secara teoritis di bangku kuliah untuk diterapkan secara nyata dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat, sehingga ilmu yang diperoleh dapat diaplikasikan dan dikembangkan dalam kehidupan masyarakat luas. PKPM bagi mahasiswa diharapkan dapat menjadi suatu pengalaman belajar yang baru untuk menambah pengetahuan, kemampuan, dan kesadaran hidup bermasyarakat. Bagi masyarakat, kehadiran mahasiswa diharapkan mampu memberikan motivasi dan inovasi dalam bidang sosial kemasyarakatan. Hal ini selaras dengan fungsi perguruan tinggi sebagai jembatan (komunikasi) dalam proses pembangunan dan penerapan IPTEK pada khususnya.

Berkaitan dengan salah satu syarat kelulusan untuk Program S1 di Kampus IIB Darmajaya, pihak kampus mewajibkan seluruh mahasiswanya untuk melaksanakan Mata Kuliah Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) dengan hal ini berharap apa yang telah dipelajari pada saat kuliah senantiasa dapat diterapkan kepada masyarakat di Desa Ganjar Agung.

Pandemi virus covid-19 ini sangat berdampak bagi masyarakat yang memiliki perekonomian bawah maupun menengah. Beberapa usaha yang mengalami kebangkrutan, karena kondisi harga penjualan yang tidak stabil, dan harga bahan produksi mengalami kenaikan. Dari situlah dapat dilihat banyaknya usaha-usaha kecil yang tutup bahkan beralih membuka usaha lain seperti kebutuhan kelengkapan protokol kesehatan guna mencapai target saat pandemi covid-19 ini.

Dengan itu, Saya berfokus terhadap UMKM Rumah Industri Tahu Pong. Pada masa pandemi covid-19 ini penjualan tahu pong juga terkena dampaknya salah satunya adalah menurunnya omset tahu pong jika dibandingkan dengan omset sebelum terjadinya pandemi.

Dengan adanya permasalahan di atas, Saya mahasiswa dari jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis IIB DARMAJAYA 2021 termotivasi untuk membantu dalam perkenalan *digital marketing* kepada UMKM Rumah Industri tahu pong tidak hanya itu tetapi juga ada kegiatan lainnya seperti mengadakan sosialisasi tentang virus covid-19 kepada anak-anak disekitar desa Ganjar Agung RT 031.

UMKM produksi tahu pong ini dapat dikembangkan lagi sehingga dapat meningkatkan pemasaran serta daya tarik konsumen terhadap produk tahu pong tersebut. Penjualan yang dilakukan juga bisa menggunakan media sosial dan platform seperti E-commerce yang ada, seperti ; tokopedia, shopee, Instagram, whatsapp bisnis dan facebook, Tindakan berjualan melalui internet bertujuan untuk meluaskan pangsa pasar dan meningkatkan ketertarikan publik terhadap produk tahu .

Dengan demikian hal itu menjadi tantangan bagi penulis untuk mengabdikan diri kepada masyarakat dan dapat memperoleh pengalaman dan ilmu dari berbagai perbedaan dan persamaan antar teori dan praktek. Berdasarkan analisa diatas tersebut, penulis membuat **“PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* DAN PENGEMBANGAN *BRAND KEMASAN* PADA UMKM TAHU PONG DI DESA GANJAR AGUNG DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN SECARA ONLINE DI ERA PANDEMI VIRUS COVID-19”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara menciptakan ide dan inovasi dalam peningkatan pemasaran UMKM dimasa pandemi ?
2. Bagaimana cara memanfaatkan teknologi dan internet dalam kegiatan pemasaran untuk meluaskan pangsa pasar ?
3. Bagaimana cara untuk memperkenalkan *digital marketing*?
4. Bagaimana cara agar masyarakat dapat peduli mengikuti protokol kesehatan dalam menghadapi pandemi covid-19 ?

1.3 Tujuan dan Manfaat PKPM

1.3.1 Tujuan

1. Memasukkan toko UMKM tahu pong kedalam bisnis digital
2. Membuat akun media sosial dan *e-commerce* sebagai pengembangan penjualan UMKM di pasar digital.
3. Melakukan pelatihan kepada pihak UMKM terkait dengan proses penjualan hingga pemasaran dalam digital marketing.
4. Masyarakat desa Ganjar Agung lebih peduli terkait protokol kesehatan dalam menghadapi pandemi covid-19

1.3.2 Manfaat

1. Mahasiswa
 - a. Meningkatkan kemampuan berpikir, mengambil keputusan, dan bekerja secara disiplin dalam upaya memecahkan permasalahan yang ada dimasyarakat .
 - b. Meningkatkan keterampilan mahasiswa dalam mengembangkan ilmu teknologi dalam menerapkan bisnis digital.
 - c. Melatih mahasiswa dalam menerapkan ilmu yang dipelajari dari kampus kepada masyarakat.

2. Masyarakat
 - a. Membantu mengembangkan usaha ekonomi mikro yang ada di desa Ganjar Agung
 - b. Memperoleh ilmu dan pengalaman mengenai kegiatan pemasaran serta penjualan secara digital.
 - c. Memperoleh informasi terkait pentingnya menerapkan protokol kesehatan dimasa pandemi covid-19.

3. Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya

Meningkatkan, memperluas dan memperkenalkan Kampus serta mempererat kerjasama dengan instansi lain melalui rintisan kerjasama mahasiswa yang melaksanakan kegiatan PKPM.

1.4 Mitra Yang Terlibat

1. Ketua RT 031 Desa Ganjar Agung Kota Metro.
2. Pemilik UMKM Tahu Pong.
3. Pengurus Masjid Al-Mukhlisin di Desa Ganjar Agung
4. Masyarakat sekitar RT 031 Desa Ganjar Agung, Kecamatan Metro Barat, Kota Metro

BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program-Program yang Di Laksanakan

2.1.1 Program Pengembangan Pemasaran Tahu Pong Melalui Digital Marketing

Digital Marketing merupakan salah satu media yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat serta sebagai pendukung dalam kegiatan sehari-hari. Secara perlahan lahan banyak masyarakat yang mulai meninggalkan cara marketing yang konvensional dan beralih kepada Digital Marketing. Digital Marketing itu sendiri mempunyai arti memasarkan atau mempromosikan sebuah brand atau produk melalui dunia digital atau internet (Saputra: 1)

Di era serba digital ini, pemasaran lewat media digital memang sangat penting. Penumpang taksi di jalan misalnya, kini sudah tidak mengarahkan perhatiannya ke papan-papan iklan di pinggir jalan lagi. Mereka cenderung fokus menggunakan ponsel pintarnya untuk mengakses berbagai informasi yang tersedia di internet. Pemasaran tradisional sudah tak lagi efektif bagi pasar yang sebagian besarnya sudah beralih ke teknologi komunikasi terkini (DewaWeb, 2018).

Kurangnya pengetahuan pelaku usaha terkait cara-cara pemasaran dan penjualan secara digital membuat pelaku usaha hanya memasarkan produknya di lingkungan terbatas, seperti di Pasar Natar dan di daerah sekitar desa Ganjar Agung. Hal tersebut menyebabkan terbatasnya jumlah pembeli yaitu masyarakat yang tinggal di sekitar pelaku usaha saja, sehingga masyarakat yang tidak tinggal disekitar tempat UMKM tahu pong tidak semua mengetahui produk tahu pong. Dampak Pandemi covid-19 juga sangat berpengaruh terhadap pendapatan UMKM tahu pong yang mengalami penurunan. Maka dari itu, Saya memberikan ide pengembangan pemasaran dengan cara melakukan pembuatan digital marketing melalui beberapa platform E-Commerce dan juga sosial media serta memberikan pelatihan kepada pegawai UMKM tahu pong.

2.1.2 Program Membantu Perlengkapan Fasilitas UMKM

Kurangnya kelengkapan fasilitas pada UMKM Rumah Industri Tahu Pong menjadi motivasi untuk menjalankan program ini. Fasilitas yang dilengkapi antara lain adalah; Kipas Angin, Kursi, Tirisan Minyak, dll. Tujuan melengkapi fasilitas UMKM karena pegawai yang bekerja di UMKM Rumah Industri Tahu Pong adalah Lansia sehingga membutuhkan beberapa kursi untuk pegawai beristirahat, tidak hanya itu tetapi juga fasilitas seperti kipas angin juga dibutuhkan karena kipas angin yang dimiliki UMKM tahu sudah tidak bisa dipakai dan harus mengganti dengan yang lebih baru.

2.1.3 Program Pembuatan Brand dan Kemeasan Produk UMKM Tahu Pong

Kemasan adalah salah satu bidang dalam Desain Komunikasi Visual yang mempunyai banyak tuntutan khusus karena fungsinya yang langsung berhadapan dengan konsumen, antara lain tuntutan teknis, kreatif, komunikatif dan pemasaran yang harus diwujudkan ke dalam bahasa visual. Kemasan dapat didefinisikan sebagai seluruh kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus atau kemasan suatu produk. Kemasan meliputi tiga hal, yaitu merek, kemasan itu sendiri dan label. Sedangkan Merek adalah suatu nama, simbol, tanda, desain atau gabungan di antaranya untuk dipakai sebagai identitas suatu perorangan, organisasi atau perusahaan pada barang dan jasa yang dimiliki untuk membedakan dengan produk jasa lainnya. Merek yang membuat produk yang satu beda dengan yang lain diharapkan akan memudahkan konsumen dalam menentukan produk yang akan dikonsumsinya berdasarkan berbagai pertimbangan serta menimbulkan kesetiaan terhadap suatu merek (Firmansyah: 176).

Program ini dilakukan untuk pengembangan UMKM karena belum adanya merek ataupun kemasan pada produk tahu pong. Dengan adanya merek dan kemasan yang menarik dapat menjadikan produk tersebut mempunyai ciri khas dari suatu pemilik usaha agar dapat diingat dengan baik oleh konsumen tidak hanya itu tetapi juga pembuatan merek dan kemasan dapat menjadi pembeda dari produk lain. Pembuatan Merek dan Kemasan ini juga dapat mempermudah dalam proses penjualan di digital marketing

2.1.4 Program Penyuluhan Pentingnya Melakukan Tindakan 5M saat Pandemi Covid-19 kepada anak-anak di sekitar desa Ganjar Agung

Mengantisipasi peningkatan penyebaran dan jumlah infeksi, masyarakat dihimbau untuk melakukan pola hidup sehat baru sesuai protokol kesehatan semasa pandemi Corona virus. Salah satu bentuk protokol tersebut adalah menjaga kebersihan dan tidak melakukan kontak langsung dengan pasien positif Corona virus (Izzaty, 2020). Kemudian, menggunakan masker pelindung wajah saat bepergian atau diluar rumah. Selanjutnya, menjaga kebersihan, dengan mencuci tangan atau menggunakan handsanitizer. Terakhir adalah penerapan social distancing dengan menjaga jarak sejauh 1 meter dan menutup mulut saat batuk atau bersin menggunakan lengan (Lee et al., 2020).

Masih banyak masyarakat desa Ganjar Agung yang tidak mempedulikan protokol kesehatan dengan melakukan tindakan 5M yaitu; memakai masker, menjaga jarak, mencuci tangan, membatasi mobilitas, dan menjauhi kerumasan. Terdapat masyarakat yang masih tidak memakai masker ketika sedang kerumah rumah. Maka dari itu, program penyuluhan ini membahas tentang pentingnya melakukan tindakan protokol kesehatan kepada anak-anak dengan tujuan memahami secara garis besar apa yang harus dilakukan ketika pandemi dan diterapkan di rumah masing-masing.

Berikut tabel program kerja dan kegiatan selama Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) Mandiri berlangsung:

PROGRAM KERJA	KEGIATAN	KETERANGAN
Pengembangan Pemasaran Tahu Pong Melalui digital Marketing	1. Membuat logo UMKM Buah Segar Lampung	Terlaksana
	2. Membuat kemasan produk UMKM Tahu Pong	Terlaksana
	3. Membuat pamflet promosi produk UMKM Tahu Pong	Terlaksana

	4. Membuat akun e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee	Terlaksana
	5. Memasukan UMKM tahu ke dalam <i>Google MyBusiness</i>	Terlaksana
	6. Menerapkan Bisnis Digital dan Digital Marketing	Terlaksana
Melengkapi Perlengkapan Fasilitas UMKM	1. Berdiskusi dengan pemilik UMKM terkait barang yang akan dibantu	Terlaksana
	2. Melakukan survey tempat dan membeli belanja kebutuhan UMKM	Terlaksana
	3. Memberikan serta membantu memasang alat seperti kipas angin kepada pelaku usaha tahu pong	Terlaksana
Membuat merek dan kemasan pada produk tahu png	1. Mendesain logo, merek serta kemasan produk Tahu Pong	Terlaksana
	2. Membuat Kemasan Produk Tahu Pong	Terlaksana

Mengadakan Penyuluhan terkait bahayanya virus covid-19	1. Melakukan kegiatan sosialisai terkait virus covid-19 kepada anak-anak yang sedang mengaji di Masjid Al-Mukhlisin desa Ganjar Agung	Terlaksana
	2. Menyebarkan dengan menempelkan Poster Penyuluhan penerapan protokol kesehatan di sekitar desa Ganjar Agung	Terlaksana

Tabel 1. Program Kerja dan Kegiatan PKPM Mandiri 2021

2.2 Waktu Kegiatan

MINGGU	TANGGAL	KEGIATAN
MINGGU 1	16 Agustus 2021	Mengajukan perizinan kepada Bapak Ronny selaku Ketua RT 032 Ganjar Agung dan Pemilik Usaha Tahu Pong untuk melakukan kegiatan PKPM Mandiri 2021
	18 Agustus 2021	Kunjungan UMKM untuk menganalisis, melihat, dan mencatat proses produksi tahu pong
	19 Agustus 2021	Menganalisis Kendala dan Kebutuhan yang diperlukan UMKM
	20 Agustus 2021	Melanjutkan analisis terkait kendala dan Kebutuhan yang diperlukan UMKM
	21 Agustus 2021	Melakukan Musyawarah dengan Pemilik Usaha terkait kendala dan kebutuhan UMKM

MINGGU 2	24 Agustus 2021	Mengunjungi dan melanjutkan diskusi terkait kebutuhan apa saja yang sekiranya dapat dibantu, serta mulai me-survey barang
	25 Agustus 2021	Melanjutkan Pencarian barang kebutuhan UMKM di beberapa toko
	26 Agustus 2021	Memberikan Bantuan Barang kepada pihak UMKM dan berdiskusi mengenai pembuatan brosur
	27 Agustus 2021	Pembuatan dan desain Brosur untuk membantu Promosi produk UMKM
	28 Agustus 2021	Menyebarkan Brosur kepada Masyarakat sekitar khususnya di Pasar Cendrawasih Metro
MINGGU 3	30 Agustus 2021	Pembuatan Digital Marketing seperti; Shopee dan Tokopedia serta mendaftarkan Google My Bussiness yang akan diperkenalkan kepada Pemilik UMKM
	31 Agustus 2021	Membuat Logo dan Brand, serta melanjutkan melengkapi data di E- commerce
	1 September 2021	Melaporkan dan menjelaskan terkait pembuatan logo, brand, dan Bisnis Digital(E-Commerce) kepada Pemilik Usaha Tahu Pong
	2 September 2021	Membuat Kemasan Produk Tahu yang nantinya akan dimasukan ke Digital Marketing
	3 September 2021	Menjelaskan dan Memperlihatkan Konsep Logo, Brand, dan Kemasan Tahu yang akan dipasarkan lewat Bisnis Digital kepada pegawai tempat UMKM
MINGGU 4	6 September 2021	Mengikuti webinar Gojek <i>Goes to Campus</i>
	7 September 2021	Memulai Penjualan Online sembari menjelaskan dan memperlihatkan secara langsung proses pemasaran secara Online kepada Pemilik Usaha Rumah Tahu

	8 September 2021	Memasarkan produk tahu pong secara online melalui media sosial
	9 September 2021	Melanjutkan kegiatan penjualan online Produk Tahu sembari mengajarkan kepada salah satu pegawai Usaha Rumah Tahu terkait proses Pemasaran secara Online
	10 September 2021	Penyerahan Akun(E- mail, E-Commerce, dan Media Sosial) sembari Menjelaskan Proses Penjualan kepada salah satu pegawai UMKM Tahu Pong yang dirasa mampu mengelola akun tersebut
MINGGU 5	13 September 2021	Pembuatan poster penyuluhan tentang virus covid-19
	14 September 2021	Melakukan kegiatan sosialisasi terkait tentang virus corona dan pencegahannya kepada anak-anak yang sedang mengaji di Mushola Al-Mukhlisin Ganjar Agung
	15 September 2021	Pemasangan dan penyebaran poster penyuluhan penerapan protokol kesehatan pada masa pandemi virus covid-19 di sekitar daerah desa Ganjar Agung
	16 September 2021	Mengikuti penutupan dan penarikan kegiatan PKPM Mandiri 2021 melalui Zoom serta mengunjungi ketua RT 031 Ganjar Agung dan Rumah Industri Tahu untuk melaporkan bahwa program kegiatan PKPM telah selesai.

Tabel 2. Waktu Kegiatan PKPM Mandiri 2021

2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

2.3.1 Merek dan Kemasan UMKM Tahu Pong

Logo dan Merek yang sudah ditetapkan dari hasil diskusi dengan pemilik UMKM tahu pong. Logo dan merek yang sederhana dan mudah untuk dilihat dan diingat oleh para konsumen. Sesuai dengan nama produk yang dijual pemilik usaha menginginkan nama yang sudah dikenal oleh masyarakat yaitu “Tahu Pong Ganjar Agung”. Berikut hasil pembuatan Logo dan Merek UMKM tahu pong :



Gambar 2.3.1 Hasil pembuatan label merek UMKM

Sedangkan dalam pembuatan kemasan pemilik usaha juga menginginkan desain yang sederhana yaitu dengan plastik yang ditempelkan dengan stiker logo brand, selain itu pembuatan kemasan ini juga berguna dalam penjualan yang lebih praktis. Berikut hasil pembuatan kemasan produk UMKM tahu pong :



Gambar 2.3.1.1 Pengemasan produk UMKM

2.3.2 Membantu Melengkapi Kekurangan Fasilitas UMKM tahu pong

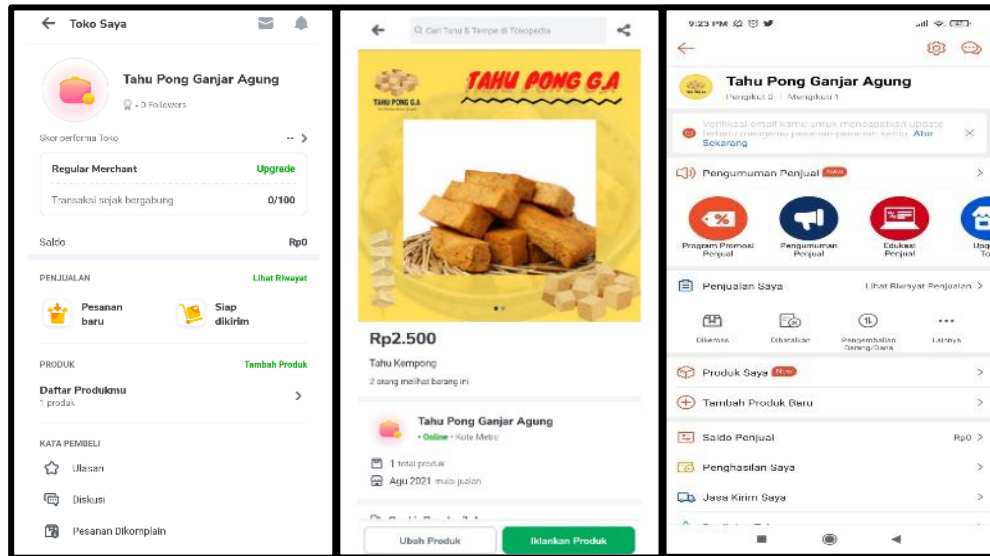
Pemberian bantuan barang untuk melengkapi kebutuhan fasilitas UMKM bertujuan untuk mendukung pegawai UMKM tahu pong selama bekerja di Rumah Industri. Berikut dokumentasi penyerahan bantuan perlengkapan kepada pemilik UMKM ;



Gambar 2.3.2 Pemberian Bantuan Barang

2.3.3 Kegiatan Pemasaran dan Penjualan Melalui Digital Marketing

Kegiatan pemasaran dan penjualan dengan cara digital marketing melalui *e-commerce* antara lain dengan menggunakan tokopedia dan shopee. Pada masa pandemi ini, penjualan produk melalui internet sangat efektif karena masyarakat sekarang lebih sering mencari barang ataupun bahan baku melalui internet. Tidak hanya itu, tetapi juga sebagai alat untuk memperluas pangsa pasar. Berikut dokumentasi pembuatan akun tokopedia dan shopee :



Gambar 2.3.3 Penjualan di Marketplace Melalui Shopee dan Tokopedia UMKM

2.3.4 Kegiatan Pelatihan terkait Penggunaan Digital Marketing kepada Pegawai UMKM tahu pong

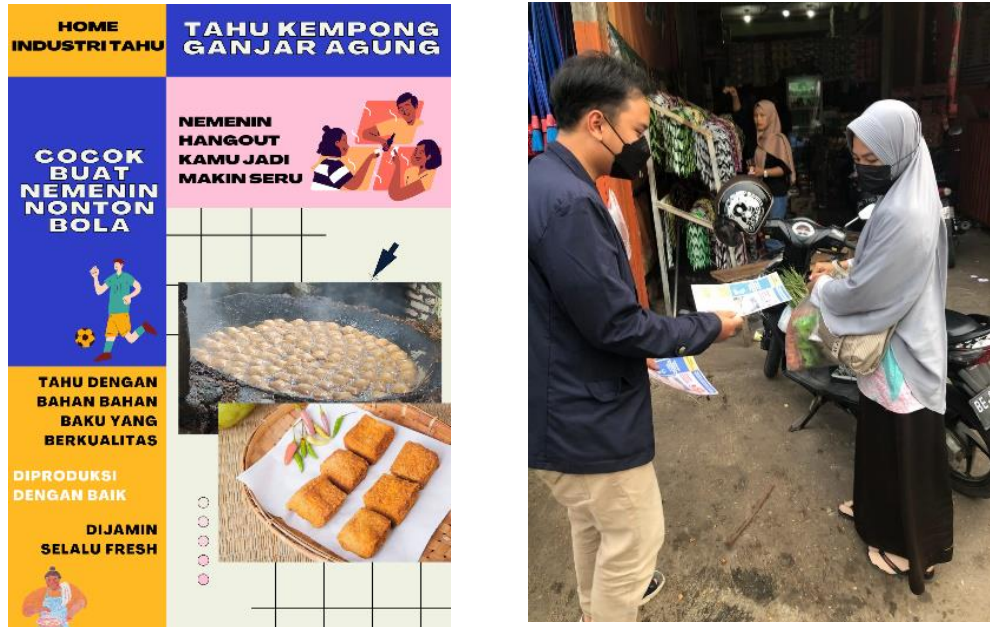
Pelatihan penggunaan digital marketing dilakukan dengan cara melakukan proses penjualan dan pemasaran secara online sembari menjelaskan kepada pegawai UMKM tahu pong. Meskipun sulit tetapi pemilik UMKM tahu pong secara garis besar sudah mengetahui bagaimana proses melakukan kegiatan promosi dan penjualan melalui digital Marketing. Kemudian menyerahkan akun platform *e-commerce* serta *e-mail* kepada pegawai UMKM tahu pong yang dikira mampu untuk mengembangkan akun-akun tersebut. Berikut hasil dokumentasi Pelatihan kepada para pegawai UMKM tahu pong;



Gambar 2.3.4 Pelatihan Digital Marketing

2.3.5 Kegiatan Pembuatan dan Penyebaran Pamflet Promosi

Pembuatan pamflet promosi produk Tahu Pong Ganjar Agung bertujuan untuk menarik perhatian orang pasar terhadap produk tersebut. Tidak hanya orang pasar saja, melainkan orang-orang disekitar Kota Metro sehingga produk tahu pong bisa lebih dikenal masyarakat luas;



Gambar 2.3.5 Pembuatan dan Penyebaran Pamflet

2.3.6 Penyuluhan Pentingnya Melakukan Tindakan 5M saat Pandemi Covid-19 kepada anak-anak di sekitar desa Ganjar Agung

Penyuluhan ini dilakukan untuk memberikan penjelasan kepada anak-anak Desa Ganjar Agung mengenai informasi seputar covid-19 dan pencegahan dari tertularnya virus covid-19 dengan menerapkan 5M. Dengan begitu anak-anak disekitar desa Ganjar Agung secara garis besar mengetahui pentingnya menjaga protokol kesehatan dikala pandemi ini.



Gambar 2.3.6 Penyuluhan informasi covid kepada anak-anak

2.4 Dampak Kegiatan

No	Permasalahan Sebelum Kegiatan PKPM	Dampak Setelah Kegiatan PKPM
1	Proses Penjualan dan Pemasaran pada UMKM Rumah Industri Tahu Pong masih belum memanfaatkan teknologi digital sehingga masih ada keterbatasan dalam pemasarannya	Rumah Industri Tahu Pong memanfaatkan teknologi digital dengan membuat toko atau marketplace di Tokopedia, Shopee, dan Facebook untuk melakukan penjualan dan pemasaran sehingga UMKM dapat memperluas pangsa pasar
2	Tidak adanya merek dan kemasan pada produk tahu pong	UMKM Rumah Industri Tahu Pong sudah mempunyai logo, merek, dan kemasan pada produk tahu pong sehingga memiliki ciri khas serta masyarakat lebih mengenal produk Tahu Pong Ganjar Agung
3	Pelaku Usaha Tahu Pong Ganjar Agung belum mengetahui dan memahami tentang bisnis digital maupun digital marketing	Secara garis besar pelaku usaha tahu pong Ganjar Agung telah mengetahui dan memahami bahkan sudah menerapkan proses kegiatan penjualan secara online menggunakan teknologi digital.
4	Masih banyak masyarakat sekitar Desa Ganjar Agung yang belum mau menggunakan masker karena kurangnya pemahaman terhadap pentingnya menerapkan protokol kesehatan	Masyarakat mengetahui pentingnya menjaga protokol kesehatan dimasa pandemi covid-19 ini dengan menggunakan masker ketika sedang bepergian.

Tabel 3. Dampak Kegiatan PKPM Mandiri 2021

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan yang sudah dipaparkan di atas, adapun beberapa kesimpulan yang di ambil dari kegiatan PKPM di Desa Ganjar Agung Kecamatan Metro Barat Kota Metro yaitu sebagai berikut:

1. Terciptanya ide dan inovasi dalam peningkatan pemasaran untuk meluaskan pangsa pasar dengan melakukan kegiatan berupa pembuatan memasukan produk UMKM melalui berbagai platform digital marketing. Tidak hanya itu, tetapi juga melakukan promosi secara offline dengan membuat pamflet promosi produk UMKM untuk menarik perhatian warga yang masih gagap teknologi di Pasar Cendrawasih Metro.
2. Pemanfaatan Tekonologi dan Internet dengan cara memasukan produk UMKM ke berbagai platform digital marketing yaitu pembuatan akun E-Commerce serta media sosial seperti; Instagram dan Facebook. Bukan hanya itu, tetapi juga mendaftarkan toko UMKM ke Google MyBussiness dengan tujuan untuk memudahkan konsumen UMKM untuk mencari lokasi UMKM berada.
3. Memberikan pelatihan kepada para pegawai UMKM dengan cara melakukan proses kegiatan pemasaran dan penjualan secara online sembari menjelaskan secara langsung kepada para pegawai UMKM.
4. Memberikan penyuluhan serta sosialisasi terhadap anak-anak disekitar Desa Ganjar Agung terkait pentingnya menjaga protokol kesehatan melauai penerapan 5M untuk mencegah bahayanya virus covid-19. Tidak hanya itu, tetapi juga melakukan kegiatan berupa penyebaran poster pencegahan virus covid-19 di sekitar desa Ganjar Agung.

3.2 Saran

1. Bagi Masyarakat Desa Ganjar Agung
 - a. Dapat menyempurnakan program mahasiswa PKPM yang belum sesuai dan melanjutkan program-program yang berkelanjutan.
 - b. Program-program yang telah dilaksanakan mahasiswa PKPM semoga dapat diteruskan dan dikembangkan serta dimanfaatkan untuk kepentingan masyarakat setempat.
2. Bagi Mahasiswa PKPM Berikutnya
 - a. Diharapkan mahasiswa PKPM telah siap menghadapi permasalahan di lokasi PKPM yang bersifat individu maupun kelompok.
 - b. Melakukan kegiatan program kerja dengan mencari inovasi yang bisa lebih membantu masyarakat sekitar .
 - c. Melanjutkan pengembangan digital marketing pada UMKM Rumah Industri Tahu Pong.

3.3 Rekomendasi

Untuk masa-masa mendatang mahasiswa PKPM agar ditempatkan ke lokasi desa yang benar-benar membutuhkan bantuan baik secara fisik maupun secara ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh mahasiswa yang mengikuti kegiatan PKPM. Selain itu, mahasiswa yang mengikuti kegiatan PKPM hendaknya mempersiapkan diri semaksimal mungkin dengan melakukan perancangan program kerja sebaik-baiknya sesuai dengan permasalahan masyarakat yang sudah ada, agar dapat memberikan solusi yang tepat kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Firmansyah, Anang. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Surabaya: Qiara Media.

Izzaty. (2020). Kebijakan Pemerintah dalam Mengatasi Panic Buying Akibat COVID-19. *Info Singkat*, 12(1), 20-30.

Lee, J., Jing, J., Yi, T. P., Bose, R. J. C., Mccarthy, J. R., Tharmalingam, N., & Madheswaran, T. (2020). Hand Sanitizers: A Review on Formulation Aspects, Adverse Effects, and Regulations. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17, 2-17.

Saputra, Didin dkk. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Tim Penyusun. 2021. *Buku Pedoman Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya*.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Link dokumentasi kegiatan berupa foto dan video di Instagram:

https://instagram.com/pkpm2021_renaldiagata?utm_medium=copy_link

Lampiran 2

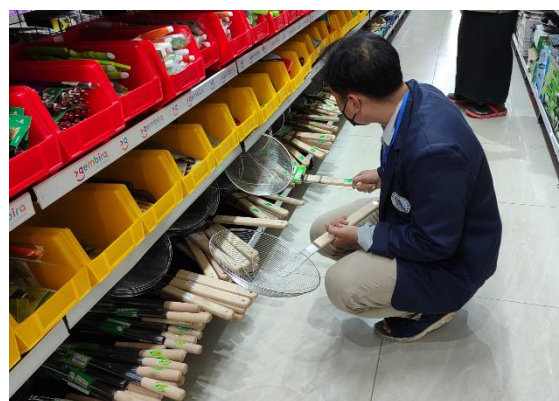
Foto Dokumentasi Kegiatan



Permohonan izin PKPM dengan Ketua RT 031 Ganjar Agung



Perkenalan Pelaku Usaha UMKM



Kegiatan pencarian barang untuk melengkapi fasilitas Rumah Industri Tahu



Pembagain Pamflet Promosi Produk Tahu Pong Ganjar Agung



Pembuatan Logo dan Brand



Pembuatan Kemasan Produk Tahu Pong



Pelatihan Penggunaan Bisns Digital kepada Pegawai UMKM



Penempelan Poster Penyuluhan Covid-19



Laporan Penyelesaian Kegiatan PKPM