

**MENINGKATKAN POTENSI PENJUALAN MADU DAN KOPI
DI DESA PENENGAHAN KECAMATAN KARYA PENGGAWA
KABUPATEN PESISIR BARAT DIMASA PANDEMI COVID-19**

PRAKTIK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT (PKPM)



Disusun Oleh:

Dinda Pratiwi 1812119009P

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

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN

PRAKTIK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT (PKPM)

**MENINGKATKAN POTENSI PENJUALAN MADU DAN KOPI DI DESA
PENENGAHAN KECAMATAN KARYA PENGRAWA KABUPATEN
PESISIR BARAT DI MASA PANDEMI COVID-19**

Oleh :

Dinda Pratiwi 1812119009P

Telah memenuhi syarat untuk diterima
Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Pembimbing Lapangan

Aswin, SE.,M.M
NIK: 10190605

Yasir Arfat

Ketua Program Studi Manajemen

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

NIK: 11310809

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
KATA PENGANTAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Profil dan Potensi Desa	3
1.1.2 Profil UMKM.....	5
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	6
1.3.1 Tujuan.....	6
1.3.2 Manfaat.....	6
1.4 Mitra Yang Terlibat	7
BAB II PELAKSANAAN PROGRAM	8
2.1 Program-Program yang dilaksanakan.....	8
2.1.1 Memproduksi Madu Gegala (Klanceng) dan Kopi Pujama	8
2.1.2 Memasarkan Produk Dengan Media Sosial dan E-commerce ...	10
2.1.3 Inovasi Logo dan Label pada kemasan Madu Gegala (Klanceng) dan Kopi Pujama	11
2.1.4 Identifikasi mengenai permasalahan pada UMKM Madu Gegala (Klanceng) dan Kopi Pujama	11
2.1.5 Membuka Ruang Belajar dimasa pandemi covid-19.....	12
2.2 Waktu Kegiatan.....	13
2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi	14
2.3.1 Hasil Kegiatan	14
2.3.2 Dokumentasi.....	14
2.4 Dampak Kegiatan	18
BAB III PENUTUP	21
3.1 Kesimpulan	21
3.2 Saran	21

3.3 Rekomendasi	22
LAMPIRAN	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kegiatan memasarkan produk di media sosial dan e-commerce.....	15
Gambar 2.2 Inovasi logo atau label pada kemasan Madu Gejala (Klanceng) dan Kopi Pujama.....	16
Gambar 2.3 Wawancara mengenai permasalahan pada penjualan UMKM Madu Gejala (Klanceng) dan Kopi Pujama	17
Gambar 2.4 Membuka Ruang Belajar dimasa Pandemi Covid-19.....	18

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Sarana dan Prasarana Desa Penengahan.....	4
Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Desa Penengahan	4
Tabel 1.3 Jadwal Kegiatan PKPM.....	13

KATA PENGANTAR

Dengan segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat serta karunianya sehingga saya dapat menyelesaikan laporan PKPM Individu ini dengan judul “MENINGKATKAN POTENSI PENJUALAN MADU DAN KOPI DI DESA PENENGAHAN KECAMATAN KARYA PENGGAWA KABUPATEN PESISIR BARAT DIMASA PANDEMI COVID-19” serta tidak lupa sholawat serta salam kepada Baginda Nabi Besar Muhammad SAW dan para sahabatnya.

Banyak sekali kesulitan, tantangan dan hambatan yang disebabkan oleh factor dari keterbatasan dan kemampuan yang saya miliki dalam menyelesaikan laporan PKPM ini, namun berkat bantuan dan dorongan dari dosen pembimbing lapangan dan do'a kedua orang tua saya serta kerabat dan teman-teman saya baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga laporan PKPM ini dapat terselesaikan. Dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada :

1. Kedua orangtua beserta keluarga yang telah memberi doa, semangat dan motivasi kepada penulis.
2. Bapak Ir. Firmansyah YA, MBA.,M.Sc. selaku Rektor IIB Darmajaya.
3. Bapak Dr.RZ.Abdul Aziz, S.T.,M.T selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Kemahasiswaan IIB Darmajaya.
4. Ibu Dr. Faurani I Santi Singagerda selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IIB Darmajaya.
5. Ibu Dr. Anggalia Wibasuri. S.Kom.,M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen IIB Darmajaya.
6. Ibu Aswin, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing Lapangan dalam pelaksanaan PKPM.
7. Bapak Yasir Arfat selaku Kepala Desa Penengahan.
8. Seluruh masyarakat dan Karang Taruna Desa Penengahan yang telah membantu kegiatan selama PKPM.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan ini masih banyak kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati penulis berharap saran yang bersifat membangun dalam perbaikan laporan PKPM ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi kita semua khususnya bagi penulis maupun pembaca pada umumnya.

Bandar Lampung, 16 September 2021

Dinda Pratiwi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu bentuk perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian masyarakat. Pengabdian merupakan suatu wujud integralisasi dari ilmu yang tertuang secara teoritis dibangku 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 ekonomi dan sosial kemasyarakatan. Hal ini selaras dengan fungsi perguruan tinggi sebagai jembatan (komunikasi) dalam proses pembangunan dan penerapan IPTEK pada khususnya.

Kegiatan ini dilaksanakan mulai tanggal 16 Agustus hingga 16 September 2021. Tujuannya adalah untuk membantu mengembangkan potensi-potensi yang ada di tempat dilaksanakannya praktek kerja pengabdian masyarakat 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) pada salah satu kampus yang telah ditentukan, dimana proses secara teori yang telah diserap di Kampus senantiasa dapat diterapkan di Desa Penengahan, Kecamatan Karya Penggawa, Kabupaten Pesisir Barat.

Pada tahun 2021 ini, Pandemi Covid-19 ini menjadi pertimbangan IIB Darmajaya dalam melaksanakan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) turun atau terjun langsung di tengah masyarakat pada lokasi yang

telah ditetapkan panitia dan kemudian menimbulkan keramaian dan lainnya dalam jumlah yang besar. Oleh karena itu, berdasarkan pertimbangan pandemi Covid19, maka pelaksanaan PKPM periode Ganjil 2021/2022 akan dilaksanakan secara mandiri/individu oleh mahasiswa dan berlokasi di daerah domisili tempat tinggal peserta PKPM dengan tetap menerapkan prosedur dan protokol kesehatan yang ketat, Hal ini juga bertujuan untuk memutus mata rantai penyebaran COVID-19. Dengan ini Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat bisa dijadikan ujung tombak sebagai dalam perannya untuk mensosialisasikan penanganan Virus Covid – 19 kepada masyarakat dan berharap kedepannya dapat memutus rantai penyebaran Virus Covid - 19 diberbagai daerah.

Salah satu tempat dilaksanakannya kegiatan PKPM adalah di Desa Penengahan. Ada banyak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang terdapat di kabupaten Pesisir Barat ini yaitu salah satunya adalah UMKM Madu Gegala (Klanceng) dan Kopi Pujama. merupakan salah satu UMKM yang aktif dalam melakukan produksi dibidang usaha minuman, letak UMKM yang berada di galam dang dan bukan berada ditengah keramaian membuat UMKM ini sedikit kesulitan dalam proses pemasarannya dan UMKM Madu Gegala (Klanceng) dan Kopi Pujama merupakan salah satu UMKM yang terdampak Covid-19 penjualannya.

Melalui program PKPM IIB Darmajaya mahasiswa membantu masyarakat dalam mengelola dan meningkatkan penjualan UMKM Madu Gegala (Klanceng) dan Kopi Pujama. Pengelolaan yang dilakukan mulai dari peningkatan penjualan efektifitas dalam proses produksi, pengemasan pada produk, dan melakukan promosi melalui media internet. Namun, dalam proses pelaksanaannya banyak ditemui hambatan diantaranya yaitu mengalami kesulitan dalam segi pemasaran dan tentunya harus tetap mengikuti protokol Kesehatan guna menghindari penyebaran virus Covid-19.

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

Desa Penengahan berada di Kecamatan Karya Penggawa, Kabupaten Pesisir Barat, pada awalnya desa Penengahan adalah bentangan hutan belantara, sawah luas dan aliran air yang banyak. Desa Penengahan ditempati oleh 4 kampung yaitu Kampung Batin, Kampung Bekhak, Kampung Sukajama, dan Kampung Kuta Besi yang memiliki susunan kasta masing-masing. Meskipun terdiri dari 4 kampung, namun Desa Penengahan tetap melibatkan semua kampung disetiap kegiatan adat dan hingga sekarang kebersamaan itu terus berlanjut. Secara geografis Desa Penengahan memiliki luas wilayah 1.604 ha/m² dengan batas-batas wilayah :

1. Sebelah utara berbatasan dengan Taman Nasional Bukit Barisan Selatan (TNBBS).
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Penggawa V ulu.
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Way Nukak.
4. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Gunung Kemala dan Labuhan Mandi.

Adapun jarak dari Desa Penengahan ke Ibukota Kecamatan 4 Km, jarak ke Ibukota Kabupaten 9 Km, jarak ke Ibukota Provinsi 240 Km.

Desa Penengahan pada umumnya terdiri dari daerah permukiman, persawahan, dan perkebunan. Beberapa sarana dan prasarana kemudian di bangun agar dapat menunjang kegiatan dan peningkatan Sumberdaya Alam dan Sumberdaya Manusia dari masyarakat yaitu :

Tabel 1.1 Sarana dan Prasarana Desa Penengahan

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah	Keterangan
1.	Kesehatan	2	Posyandu
2.	MKC Umum	4	Kamar Mandi dan Toilet
3.	Pendidikan	3	1 Sekolah Dasar 1 Taman Kanak-Kanak
4.	Tempat Ibadah	4	2 Masjid 2 Musholla/Sura
5.	Produksi	1	Gedung Penggemukan Sapi

Adapun jumlah penduduk Desa Penengahan berdasarkan data statistic yang di peroleh dari Monigrafi Desa Penengahan pada tahun 2020 yaitu :

Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Pekon Penengahan

Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
Laki-laki	1912	53
Perempuan	1599	47

Desa Penengahan merupakan salah satu kampung yang masih menganut kehidupan berbudaya yang kental. Sama halnya dengan kehidupan sosialnya, masyarakat masih sangat kental akan rasa gotong royongnya seperti pada acara pernikahan, kematian, pertanian, dan menjaga keamanan lingkungan desa.

Desa Penengahan memiliki beberapa potensi desa yang menjanjikan, seperti pertanian yang menghasilkan beras berkualitas, perkebunan damar yang menghasilkan damar berkualitas tinggi, salah satunya Damar Mata Kucing, Kopi yang menghasilkan kopi berkualitas yang sudah di kenal masyarakat luas. Selain itu Desa Penengahan juga memiliki beberapa UMKM salah satunya seperti Madu Gegala (Klanceng), Kopi Pujama.

1.1.2 Profil UMKM

UMKM Madu Gegala (Klanceng) merupakan usaha yang didirikan oleh sekelompok masyarakat di Desa Penengahan dan mulai beroperasi sejak tahun 2019. Madu adalah salah satu imunitas untuk menjaga imun tubuh. Tetapi pada saat pandemi Covid-19 ini keuntungan yang didapatkan belum maksimal dikarenakan pemasaran produk yang kurang, dan belum banyak diketahui oleh masyarakat luas diluar Desa Penengahan. Madu Gegala bisa di dapatkan melalui pemesanan dikarenakan stok madu tidak selalu ada, Madu Gegala bisa dipanen setiap satu kali dalam satu bulan.

UMKM Kopi Pujama merupakan usaha yang didirikan oleh pemuda-pemudi Desa Penengahan didirikan pada. Nama dari Kopi Pujama sendiri mempunyai arti (Kebersamaan), awal mula terbentuknya Kopi Pujama asal ide dari beberapa pemuda yang ingin membentuk suatu badan usaha agar mempercepat pertumbuhan ekonomi masyarakat Desa Penengahan. Kopi Pujama sangat memperhatikan kualitas kopi yang baik agar tidak mengecewakan konsumen. Tetapi pemasaran UMKM ini sempat terhambat karena adanya pandemi Covid-19. Kopi Pujama sangat memperhatikan kualitas kopi yang baik agar tidak mengecewakan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana meningkatkan penjualan UMKM Madu dan Kopi dimasa pandemi Covid-19 melalui digital marketing?
2. Bagaimana membuat inovasi logo/label pada UMKM Madu Gegala (Klanceng) dan Kopi Pujama?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Tujuan dari kegiatan ini adalah sebagai berikut :

1. Agar dapat membantu masyarakat masyarakat Desa Penengahan, dalam meningkatkan perekonomian masyarakatnya.
2. Membantu meningkatkan potensi penjualan UMKM Madu Gegala (Klanceng) dan Kopi Pujama melalui digital marketing.
3. Inovasi logo/lebel agar dapat dikenal yaitu dengan cara mempromosikannya melalui media sosial.

1.3.2 Manfaat

Adapun manfaat dari kegiatan PKPM ini yaitu :

1. Manfaat Bagi Mahasiswa :
 - a. Menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa yang dapat digunakan dimasa depan atau ketika terjun di dunia kerja.
 - b. Menambah kemampuan siswa dalam bersosialisasi dengan masyarakat.
 - c. Memberikan pengalaman, kemandirian, disiplin dan tanggung jawab serta membangun jiwa kepemimpinan.
2. Manfaat Bagi Desa :
 - a. Tenaga tambahan untuk program desa.
 - b. Diharapkan agar dapat memberikan memasarkan produk sehingga UMKM dapat dipasarkan ke berbagai wilayah.
 - c. Diharapkan masyarakat agar dapat lebih efektif menggunakan digital marketing.
 - d. Meningkatkan potensi penjualan UMKM.
 - e. Menambah wawasan dan memotivasi masyarakat agar selalu kreatif dalam membangun UMKM.

3. Manfaat Bagi IIB Darmajaya :
 - a. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian IIB Darmajaya kepada masyarakat khususnya masyarakat Pesisir Barat.
 - b. Bagian dari promosi kampus IIB Darmajaya agar lebih dikenal masyarakat luas.
 - c. Sebagai acuan atau referensi tambahan pengetahuan dibidang teknologi informasi bagi civitas akademik di IIB Darmajaya.

1.4 Mitra Yang Terlibat

Mitra yang terlibat dalam pelaksanaan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat(PKPM) ini sebagai berikut :

1. Ketua RT dan Aparatur Desa Penengahan
Ikut serta membantu dan membimbing dalam kegiatan PKPM IIB Darmajaya, yang memberikan izin dan kesempatan melakukan program kerja yang dilakukan selama kurang lebih 30hari.
2. UMKM Madu Gejala
Sebagai mitra yang mau bekerjasama dalam kegiatan PKPM untuk meningkatkan potensi penjualan produk UMKM.
3. UMKM Kopi Pujama
Sebagai mitra yang juga mau bekerjasama dalam kegiatan PKPM untuk meningkatkan potensi penjualan produk UMKM.
4. Masyarakat Desa Penengahan
Sangat berpartisipasi dalam kegiatan PKPM IIB Darmajaya yang ada di Desa Penengahan, masyarakat sangat memfasilitasi apapun yang diperlukan pada pelaksanaan program kerja.

BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program-Program yang dilaksanakan

2.1.1 Memproduksi Madu Gegala (Klanceng) dan Kopi Pujama

Menurut Drs. Mohamad Hatta (1994, 9): “Produksi adalah segala pekerjaan yang menimbulkan guna, memperbesar guna yang ada dan membagikan guna itu diantara orang banyak. Dipergunakan untuk kebutuhan manusia dengan lebih baik.”

Kegiatan ini bertujuan untuk menciptakan produk serta membantu dalam meningkatkan stabilitas produksi serta penjualan dimasa pandemi Covid-19 di Era *New Normal*. Ada beberapa step-step yang dilakukan dalam proses produksi pada pembuatan Madu Gegala (Klanceng) diantaranya:

1. Tahap Pemanenan Madu

Waktu panen biasanya ditentukan dengan perkiraan waktu kira-kira dua minggu setelah musim nektar selesai atau satu kali dalam sebulan, yaitu musim bunga dimana diperkirakan nektar sudah habis diambil. Tanda yang lebih baik adalah dengan ditemukan tutup lilin pada sel madu. Biasanya sel madu yang telah ditutup mengandung madu dengan mutu yang tinggi, baik aroma maupun kadar airnya.

2. Tahap Penyaringan dan Pembotolan Madu

Untuk mendapatkan madu yang bersih, penyaringan masih diperlukan yaitu dengan kain tipis atau kawat penyaring halus. Prinsip pembersihan tersebut yaitu dengan cara memasukan madu pada suatu seri keranjang kawat. Agar penyaringan berjalan baik biasanya dilakukan pada suhu 35°C. Madu yang sudah bersih dituangkan kedalam botol secara perlahan. Agar proses pembotolan berjalan baik, perlu

diadakan pemeriksaan kebersihan botol, botol harus dicuci dan dikeringkan. Memeriksa tutup botol terutama bagian dalam tutup botol harus bersih. Baru kemudian dilakukan penutupan dengan sempurna.

3. Pengemasan dan Penyimpanan

Pengemasan biasanya dilakukan sesuai dengan ukuran botol mulai dari 100ml – 1000ml. Penyimpanan madu harus dilindungi dari panas sinar matahari yang langsung maupun tidak langsung.

Selanjutnya ada beberapa step-step yang dilakukan dalam proses produksi pada pembuatan Kopi Pujama diantaranya:

1. Tahap Penjemuran dan Penyangraian Kopi

Proses penjemuran biji kopi yang masih hijau hingga kering, namun jangka waktu penjemuran tiap biji kopi berbeda-beda. Indikasinya jika biji kopi yang masih tapi sudah kering, maka bisa dilanjutkan ke tahap selanjutnya. Mengeringkan biji kopi sekitar 2-4 hari, sehingga biji kopi yang masih hijau optimal pengeringannya dan karakter rasa yang terkandung lebih kaya. Penyangraian adalah salah satu kunci dari proses produksi bubuk kopi. Proses ini tahapan pembentukan aroma dan cita rasa khas kopi dengan metode pemanasan biji. Proses penyangraian dapat dilihat terhadap warna kopi semakin lama proses penyangraian semakin mendekati coklat kehitaman. Tingkat penyangraian dibagi menjadi 3 tingkatan yang terdiri dari ringan (light), medium dan gelap (dark).

2. Tahap Penggilingan dan Pengemasan Kopi

Proses penggilingan kopi tidak terlalu memakan waktu yang lama, karena pada saat penggilingan kita dapat menyesuaikan kehalusan bubuk kopi yang diinginkan. Selanjutnya pengemasan kopi yang baik dapat menjaga

aroma kopi dalam kemasan tetap segar. Sebelum dikemas kopi akan ditimbang untuk memastikan telah sesuai dengan klaim di label kemasan.

2.1.2 Memasarkan Produk Dengan Media Sosial dan *E-Commerce*

1. Media Sosial dan *E-commerce*

Melalui media sosial dimana para penggunanya dapat melakukan interaksi, berkomunikasi dan berbagi informasi. Sedangkan e-commerce merupakan kumpulan aplikasi bisnis yang digunakan perusahaan atau perseorangan menghubungkan ke konsumen untuk melakukan transaksi elektronik. Contoh media sosial dan e-commerce yang sering digunakan untuk penjualan online adalah Instagram dan Shopee. Instagram digunakan dalam proses pemasaran Kopi Pujama. Dengan membuat instagram @pujama-coffe dapat dengan mudah menyebarkan informasi kepada masyarakat sehingga UMKM Kopi Pujama dikenal oleh masyarakat luas.

Shopee digunakan dalam proses pemasaran Madu Gegala (Klanceng). Dengan membuat akun shopee (bintangjaya) juga dapat memudahkan UMKM dan calon konsumen untuk memberi dan mencari informasi Madu Gegala, agar UMKM dapat dikenal oleh masyarakat luas.

2. Tujuan Media Sosial dan *E-commerce*

Dari penjelasan di atas tujuan dibuatnya media sosial dan e-commerce untuk UMKM adalah sebagai alat komunikasi elektronik bagi masyarakat ataupun calon konsumen. Media sosial dapat dimanfaatkan UMKM untuk mengadakan kontak langsung dengan konsumen, promosi produk, mendata kebutuhan konsumen, dan menyampaikan respon

ke konsumen. Media sosial dapat meningkatkan pangsa pasar dan membantu meningkatkan potensi penjualan UMKM. Sedangkan *e-commerce* dapat melakukan pemasaran dengan jangkauan yang lebih luas tanpa terbatas oleh jarak dan waktu, komunikasi antara UMKM dan konsumen dapat dilakukan dengan internet sehingga lebih cepat dan murah, serta data-data konsumen dapat terjamin.

3. Manfaat Media Sosial dan *E-commerce*

Berikut adalah fungsi dan manfaat media sosial dan *e-commerce* secara umum:

- a. Meningkatkan pangsa pasar serta membantu keputusan bisnis.
- b. Meningkatkan volume penjualan hingga lebih dari 100% bila dilakukan update informasi setiap hari dan secara konsisten.
- c. Membangun personal branding bagi para pengusaha ataupun tokoh masyarakat.
- d. *E-commerce* membantu biaya promosi.
- e. Pelacakan statistik pengunjung lebih jelas.

2.1.3 Inovasi logo atau label pada kemasan Madu Gegala (Klanceng) dan Kopi Pujama

Ketatnya persaingan semakin memaksa melakukan inovasi dalam segala bidang dalam melancarkan strategi bisnis dan marketing yang handal untuk merebut pangsa pasar ataupun mempertahankan pangsa pasar. Seberapa jitu dan hebatnya strategi bisnis dan marketing sebuah UMKM apabila melupakan logo pada kemasan prodduk atau logo produk akan sangat sulit berhasil karena logo merupakan pintu gerbang kedalam pikiran konsumen seperti yang telah ditulis oleh pakar marketing terkemuka Philips Kotler. Fungsi logo bagi UMKM

adalah sebagai symbol pengingat produk bagi konsumen. Jadi penggunaan logo pada produk atau kemasan produk akan membantu konsumen mengingat produk lebih mudah. Maka dari itu inovasi logo atau label diterapkan di UMKM Madu Gegala (Klanceng) dan Kopi Pujama agar bisa lebih dikenal masyarakat luas dan dapat membantu meningkatkan potensi penjualan.

2.1.4 Identifikasi mengenai permasalahan pada penjualan UMKM Madu Gegala (Klanceng) dan Kopi Pujama

Identifikasi ini dilakukan untuk mengatasi permasalahan pada penjualan UMKM, bapak Yasir Arfat selaku pengelola UMKM Madu Gegala (Klanceng) dan bapak Zakaria selaku pengelola UMKM Kopi Pujama mengatakan hal yang sama pada persoalan yang tengah dihadapi kedua UMKM tersebut bahwa persoalan pemasaran yang sangat kurang karena sebelumnya belum ada inovasi yang dapat membantu meningkatkan potensi penjualan. Kedua UMKM ini berharap dengan adanya PKPM IIB Darmajaya dapat membantu mengatasi persoalan mengenai pemasaran UMKM.

2.1.5 Membuka Ruang Belajar dimasa Pandemi Covid-19

Membuka ruang belajar untuk membantu anak-anak mengerjakan tugas sekolah dimasa pandemi covid-19 sangat didukung oleh banyak orangtua karena pembelajaran dirumah memungkinkan orangtua stress dalam mendampingi anak apabila kurang memahami materi. Selain itu dampak yang dirasakan peserta didik dari belajar dirumah adalah beban pelajaran yang terlalu banyak. Ruang belajar ini sedikit membantu agar anak-anak dapat belajar dan memahami materi yang sebisa nya diajarkan.

2.2 Waktu Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan program kerja disesuaikan dengan kondisi masyarakat sekitar dan kegiatan yang dilakukan pun dibatasi dengan kegiatan yang tidak mengundang perhatian orang untuk berkerumun dan berdekatan dengan tetap mentaati protocol kesehatan menurut WHO.

Tabel 1.3 Jadwal Kegiatan PKPM

No	Hari/Tanggal	Kegiatan
1.	Senin / 16 Agustus 2021	Meminta izin dan memberikan surat izin melaksanakan PKPM kepada Ketua RT
2.	Rabu / 18 Agustus 2021	Kunjungan ke lokasi UMKM Madu Gegala (Klanceng), serta proses produksi madu dan proses penyaringan madu
3.	Kamis - Minggu / 19 – 22 Agustus 2021	Kunjungan ke lokasi UMKM Kopi, serta proses produksi pembuatan kopi bubuk
4.	Senin - Rabu / 23 - 25 Agustus 2021	Wawancara mengenai permasalahan pada UMKM Madu Gegala (Klanceng) dan Kopi Pujama
5.	Kamis - Sabtu / 26 - 28 Agustus 2021	Membantu kegiatan Posyandu bulanan yang di adakan oleh ibu-ibu PKK di Desa Penengahan
6.	Minggu / 29 Agustus 2021	Gotong royong membersihkan masjid bersama Karang Taruna
7.	Senin – Jum'at / 30 Agustus - 3 September 2021	Inovasi logo atau label pada kemasan Kopi Pujama
8.	Sabtu / 4 September 2021	Melakukan pemasaran melalui digital marketing
9.	Minggu / 5 September 2021	Gotong royong membersihkan musholla bersama Karang Taruna
10	Senin - Rabu / 7 - 9	Inovasi logo atau label pada kemasan Madu

	September 2021	Gegala (Klanceng)
11	Kamis / 9 September 2021	Pengemasan madu di kemasan baru serta logo pada Madu Gegala (Klanceng)
12	Jum'at – Selasa / 10 - 14 September 2021	Membuka ruang belajar dan membantu anak-anak mengerjakan tugas sekolah
13	Rabu / 15 September 2021	Foto bersama Kepala Desa dan Aparatur Desa serta Ketua Karang Taruna di Desa Penengahan
14	Kamis / 16 September 2021	Penarikan dan Penutupan oleh Rektor kepada Peserta PKPM dan KP Mandiri IIB Darmajaya 2021

2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

Hasil Program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yang dilakukan di Desa Penengahan, Kecamatan Karya Penggawa, Kabupaten Pesisir Barat seluruh kegiatan yang direncanakan dapat terlaksana dengan baik dan lancar.

2.3.1 Hasil Produksi Madu dan Kopi

Dari proses produksi yang dari tahap ke tahap maka hasil produksi UMKM Madu dan Kopi ini dapat diamati bahwa dari setiap proses selalu melalui tahap yang baik dan sangat diperhatikan kebersihan produk yang akan dipasarkan.

2.3.2 Memasarkan Produk Dengan Media Sosial dan *E-Commerce*

Pengguna media sosial yang jumlahnya sangat banyak tentu saja menjadi tempat yang sangat potensial untuk memasarkan sesuatu. Bisnis *online* yang banyak berkembang sekarang ini banyak dipengaruhi oleh media sosial sebagai tempat promosi. Untuk memperluas pasar peminat Madu Gegala

(Klanceng) dan Kopi Pujama, saya mendaftarkan akun Instagram untuk UMKM kopi dan akun Shopee untuk UMKM Madu, yang dapat memudahkan konsumen untuk memesan tanpa harus datang ke lokasi pemilik UMKM. Dengan adanya kegiatan ini, UMKM Madu Gegala dan Kopi Pujama mulai banyak diketahui oleh orang lain, terlihat dari pengunjung yang meningkat dari hari sebelumnya.



Gambar 2.1 adalah akun e-commerce yang digunakan untuk memasarkan produk UMKM Madu Gegala (Klanceng) dapat diakses melalui Shopee (bintangjaya).



Diatas adalah gambar dari akun media sosial UMKM Kopi Pujama yaitu instagram (@pujama_coffe) yang dapat digunakan untuk memasarkan Kopi Pujama agar bisa dikenal masyarakat luas. Akun instagram ini digunakan untuk memberikan informasi kepada konsumen mengenai stok kopi yang ada.

Gambar 2.1 Kegiatan memasarkan produk di media sosial dan *e-commerce*

2.3.1 Inovasi logo atau label pada kemasan Madu Gegala (Klanceng) dan Kopi Pujama

Fungsi logo bagi UMKM adalah sebagai symbol pengingat produk bagi konsumen. Jadi penggunaan logo pada produk atau kemasan produk akan membantu konsumen mengingat produk lebih mudah. Maka dari itu inovasi logo atau label diterapkan di UMKM Madu Gegala (Klanceng) dan Kopi Pujama agar bisa lebih dikenal masyarakat luas dan dapat membantu meningkatkan potensi penjualan. Sebelumnya kedua UMKM ini memang belum memiliki inovasi pembuatan logo atau label pada kemasan produknya. Pada logo atau label yang saya sarankan ke UMKM madu yang unik yaitu warna dasar logo berwarna orange yang senada dengan warna madu lalu di dalam logo tersebut ada corak bergambar lebah dan ada siger Lampung yang menandakan bahwa produk tersebut berasal dari Lampung, serta ada nama dari UMKM tersebut. Sedangkan untuk logo atau label pada UMKM kopi yaitu berwarna dasar Coklat kehitaman juga disertai gambar biji kopi dan lambing siger Lampung serta ada nama dari UMKM tersebut.



Gambar 2.2 Inovasi logo atau label pada kemasan Madu Gegala (Klanceng) dan Kopi Pujama

2.3.2 Identifikasi mengenai permasalahan pada penjualan UMKM Madu Gegala (Klanceng) dan Kopi Pujama

Dalam identifikasi mengenai persoalan penjualan produk UMKM madu dan kopi, ada solusi yang saya sarankan kepada pengelola masing-masing UMKM yaitu tentang peningkatan potensi penjualan agar lebih baik lagi dari segi pemasaran yang lebih luas melalui jaringan dan memberikan promosi yang menarik agar dapat menarik konsumen yang datang untuk membeli produk UMKM ini. Dari segi pemasaran melalui media sosial dan *e-commerce* bisa lebih ditingkatkan untuk mendapatkan pangsa pasar agar pendapatan omset penjualan bisa lebih baik dari sebelumnya.



Gambar 2.3 Identifikasi mengenai permasalahan pada penjualan UMKM Madu Gegala (Klanceng) dan Kopi Pujama

2.3.3 Membuka Ruang Belajar dimasa Pandemi Covid-19

Pendampingan pembelajaran online di Desa Penengahan bertujuan untuk membantu siswa siswi sekitar untuk memahami lebih lanjut pembelajaran yang telah diberikan dengan tetap merangsang otak siswa siswi untuk berfikir dan juga kegiatan ini diharapkan dapat membantu meningkatkan literasi dan numerasi pada siswa siswi kelas bawah.



Gambar 2.4 Membuka Ruang Belajar dimasa Pandemi Covid-19

2.4 Dampak Kegiatan

Semua kegiatan dilakukan dengan tetap mentaati protocol kesehatan, Kegiatan PKPM di Desa Penengahan dampak yang dihasilkan dengan adanya kegiatan ini yaitu :

1. Memproduksi Madu Gegala (Klanceng) dan Kopi Pujama

Dengan adanya kegiatan dalam memproduksi madu dan kopi, diharapkan akan meningkatkan kestabilan penjualan UMKM di Desa Penengahan. Hal ini juga akan berpengaruh dalam

jangka panjang, dimana kestabilan penjualan terus menerus pada UMKM akan lebih baik dan dapat meningkatkan kreatifitas masyarakat sekitar untuk membuka peluang usaha yang ada di Desa Penengahan dengan memanfaatkan sumberdaya alam yang ada disana.

2. Memasarkan Produk Dengan Media Sosial dan *E-Commerce*

Pemasaran melalui media sosial dan *e-commerce* memberikan dampak yang positif pada UMKM dalam jangka panjang karena jika menekuni penjualan melalui media online maka konsumen akan datang dari berbagai daerah hanya dengan melalui promosi dan interaksi pada konsumen melalui internet. Perkembangan zaman dari waktu ke waktu membuat para penjual selalu menemukan cara agar produk yang dipasarkan bisa lebih banyak dikenal masyarakat luas. Pada UMKM madu dan kopi sudah mulai terlihat dari banyaknya pengunjung yang ingin mengetahui produk Madu dan Kopi ini, dengan begitu sedikit demi sedikit konsumen akan melakukan pembelian produk UMKM ini.

3. Inovasi logo atau label pada kemasan Madu Gejala (Klanceng) dan Kopi Pujama

Dampak inovasi logo atau label terbukti dapat meningkatkan penjualan produk UMKM madu dan kopi, karena semenjak adanya logo atau label pada kemasan produk konsumen mulai lebih tertarik dan menjadi daya tarik tersendiri bagi produk jika sudah memiliki branding sendiri maka konsumen akan dengan mudah mengingat produk dan akan mudah dipasarkan dimanapun karena logo atau label tersebut.

4. Membuka Ruang Belajar dimasa Pandemi Covid-19

Membuka ruang belajar ini sangat memiliki dampak positif bagi anak-anak yang melakukan pembelajaran online karena mereka sangat merasa terbantu dalam mengerjakan tugas sekolah dan sedikit lebih mengerti tentang materi yang dipelajari dan diberikan oleh guru di sekolah.

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Desa Penengahan Kecamatan Karya Penggawa Kabupaten Pesisir Barat, difokuskan pada peningkatan potensi penjualan UMKM melalui digital marketing dengan hasil kerja yang telah dilaksanakan yang dapat disimpulkan yaitu :

1. Proses produksi madu dan kopi dilakukan dengan prosedur yang telah ditetapkan dengan mengutamakan kebersihan dan kesehatan.
2. Inovasi logo atau label sebagai symbol pengingat prouk bagi konsumen mengingat produk lebih mudah.
3. Memasarkan produk dengan media sosial dan *e-commerce* melalui akun instagram dan shopee agar dapat memasarkan produk UMKM Madu dan Kopi lebih luas.
4. Membuka ruang belajar membantu siswa-siswi yang melakukan pembelajaran online.

3.2 Saran

Adapun saran untuk pihak-pihak yang terlibat adalah sebagai berikut :

1. Bagi UMKM Madu Gegala (Kelanceng)
Dapat memperbanyak sarang lebah kelanceng agar produksi madu bisa jauh berkembang lagi.
Memperbanyak tanaman bunga untuk makanan lebah kelanceng agar produksi medu lebih baik lagi.

2. Bagi UMKM Kopi Pujama

Meningkatkan inovasi produk dan menjaga tingkat kebersihan produk agar meningkatkan daya Tarik konsumen dan memperluas pangsa pasar serta mempertahankan eksistensi Kopi Pujama

Perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang mekanisme kerja kopi arabika yang lebih pasti.

3. Bagi Masyarakat Desa Penengahan

Setelah adanya kegiatan PKPM ini diharapkan masyarakat dapat termotivasi dari kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan untuk berwirausaha secara aktif dan kreatif, mengangkat adat budaya yang masih kental. Selain itu diharapkan juga dapat menjalankan usaha untuk meningkatkan perekonomian desa agar bisa bersaing dengan desa-desa lain yang bersifat positif sehingga terciptanya kehidupan masyarakat yang lebih baik lagi.

3.3 Rekomendasi

Dalam melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini sebaiknya perlu dilaksanakan kembali di Desa Penengahan karena kegiatan ini memberikan nilai positif bagi mahasiswa/I dalam mengembangkan potensi diri, sehingga terciptanya rasa empati dalam diri melalui program interaksi dan sosialisasi terhadap masyarakat setempat. Kegiatan PKPM ini juga dapat menjalin kerjasama yang lebih pada elemen masyarakat dan pelaku usaha dalam pembangunan perekonomian desa dan pemberdayaan potensi desa sehingga manfaat yang dihasilkan dapat dirasakan oleh pelaku usaha, elemen desa dan mahasiswa pelaksanaan PKPM itu sendiri.

LAMPIRAN

Permohonan izin kepada Kepala Desa



Kunjungan ke lokasi UMKM Madu Gegala (Kelanceng)



Kunjungan ke lokasi UMKM Kopi Pujama



Foto bersama Kepala Desa dan Ketua PKK beserta anggota PKK



Foto bersama Kepala Desa dan Aparatur Desa serta Ketua Karang Taruna



Kegiatan Gotong Royong bersama Karang Taruna

