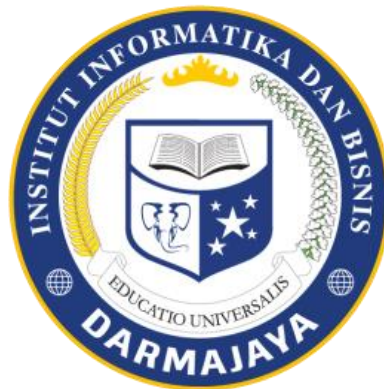


**PENGUNAAN DIGITAL MARKETING UNTUK MEMPERLUAS
PASAR DAN PENINGKATAN DAYA SAING UMKM
KRIPIK TIGADARA DESA GUNUNG REJO**

PRAKTEK KERJAPENGABDIAN MASYARAKAT



Disusun Oleh :

Saniatul Maqsurroh 1812120029

INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA

BANDAR LAMPUNG

2020

**HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN
PRAKTEK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT (PKPM)**

**PENGUNAAN DIGITAL MARKETING UNTUK MEMPERLUAS
PASAR DAN PENINGKATAN DAYA SAING UMKM
KRIPIK TIGADARA DESA GUNUNG REJO**

Disusun Oleh:

Saniatul Maqsurroh 1812120029

Telah memenuhi syarat untuk diterima


Menyetujui,

Dosen pembimbing

Pembimbing Lapangan


Pebrina Swissia., S.E., M.M

NIK. 01631167


Arba'in

Ketua Jurusan


Toni Nurhadianto, SE., M.Sc

NIK. 14900319

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kehadiran Allah SWT atas segala kelimpahan rahmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan laporan secara tertulis yang tertuang dalam Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM). Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu alternatif kegiatan untuk mahasiswa sebagai syarat mata kuliah serta mengeluarkan ide kreatifitas dalam memanfaatkan sumberdaya potensial yang ada di Kampung atau pinggiran Kota. Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) tahun 2021 dilakukan 30 (tiga puluh) hari oleh Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Jurusan Akuntansi, Manajemen, Teknik Informatika, dan Sistem Komputer. Desa Gunung Rejo Kec. Way Lima Kabupaten Pesawaran Lampung merupakan lokasi sasaran kegiatan program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKsPM). Laporan ini saya susun dengan maksud guna melengkapi syarat untuk menyelesaikan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) IBI DARMAJAYA, dan saya menyadari tentunya dalam penulisan laporan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini tidak lepas dari bantuan dan arahan dari semua pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kelancaran dan kemudahan kepada kami dari awal pembuatan sampai selesai.
2. Bapak Ir. Firmansyah YA, M.B.A., M.Sc. selaku Rektor IBI DARMAJAYA.
3. Bapak Dr. RZ. Abdul Aziz, S.T., M.T. selaku Wakil Rektor I IBI DARMAJAYA.

4. Bapak Ronny Nazar., S.E., M.M. selaku Wakil Rektor II IBI DARMAJAYA.
5. Bapak Muprihan Thaib, S.SOS., MM selaku Wakil Rektor III IBI DARMAJAYA.
6. Bapak Prof. Dr. Ir. Raden Achmad Bustomi Rosadi , M. S selaku Wakil Rektor IV IBI DARMAJAYA.
7. Bapak Toni Nurhadianto, SE.,M.Sc. selaku Ketua Jurusan Akuntansi IBI DARMAJAYA.
8. Ibu Pebrina Swissia., S.E.,M.M selaku dosen pembimbing lapangan (DPL) yang telah memberikan bimbingan, petunjuk serta saran-saran yang sangat berharga dalam kegiatan sampai penulisan laporan PKPM.
9. Bapak Arba'in selaku Ketua RT yang telah memberikan arahan dan membantu setiap kegiatan yang kami lakukan.
10. Bapak M.haris dan Ibu selaku pemilik UMKM yang telah membantu kami dalam pembuatan bahan laporan PKPM.
11. Masyarakat Desa Gunung rejo yang telah membantu kami dalam kegiatan di lapangan.
12. Serta pihak-pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan membantu kami dalam setiap kegiatan yang kami lakukan selama kegiatan PKPM ini.
13. Bapak dan Ibu beserta keluarga besar yang telah memberi semangat, doa dan motivasi kepada kami.

Semoga amal dan perbuatan baik mereka dalam memberikan dukungan bagi saya mendapatkan balasan Tuhan Yang Maha Esa. Saya berharap banyak Laporan ini

dapat berguna bagi Mahasiswa yang akan menyusun Laporan PKPM di Periode Selanjutnya dan saya menyadari bahwa dalam penulisan laporan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu demi kesempurnaan laporan ini saya mengharapkan saran dan kritik yang dapat membangun guna mencapai hasil laporan yang lebih baik lagi dimasa yang akan datang.

Gunung Rejo, 16 September 2021

Saniatul Maqsuroh
1812120029

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era perkembangan saat ini, terutama dibidang teknologi informasi dan bisnis yang sangat cepat perubahan akan menimbulkan persaingan dalam dunia usaha. Didalam dunia bisnis yang semakin berkembang pertumbuhannya akan menimbulkan banyak tantangan dan peluang yang harus dihadapi oleh semua pelaku bisnis. Terutama untuk usaha rumah tangga (*home industry*) yang belum mengenal digital marketing. Demikian juga mahasiswa yang tidak dapat lepas dari perkembangan ilmu dan teknologi informasi, diharapkan mahasiswa dapat memiliki gambaran yang lebih luas tentang kondisi nyata yang ada didalam dunia bisnis, sekaligus dapat menambah pengalaman serta membuka cakrawala mahasiswa yang tidak didapatkan selama masa perkuliahan.

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya menerapkan program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat atau (PKPM) yang bertemakan Optimalisasi Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Ketahanan Masyarakat Selama Pandemi Covid-19. Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu kegiatan untuk mahasiswa sebagai prasyarat tugas akhir (Skripsi) sekaligus sarana pengembang ide kreatifitas dalam memanfaatkan potensi yang ada di lingkungan Desa Gunung Rejo, Kecamatan Way Lima, Kabupaten Pesawaran, Lampung. Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat bagi Mahasiswa diharapkan dapat menambah Ilmu dan Wawasan dalam hidup bermasyarakat. Bagi Masyarakat, kehadiran Mahasiswa Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat diharapkan mampu menurunkan Ilmu yang didapat selama dibangku kuliah agar dapat memberikan motivasi dan Inovasi

dalam bidang sosial kemasyarakatan. Hal ini selaras dengan Tri Darma Perguruan tinggi yaitu pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian pada masyarakat.

Berdasarkan hal tersebut PKPM yang di lakukan di UMKM Kripik Tiga Dara menemukan permasalahan yang mengakibatkan daya saing UMKM Kripik Tiga Dara masih rendah. Salah satu masalah yang dihadapi adalah masih terbatasnya kemampuan dalam melakukan pemasaran. Saat ini pemasaran yang di lakukan UMKM Kripik Tiga Dara adalah secara konvensional untuk menawarkan produknya yaitu dari warung ke warung dan daya saing kripik tiga dara masih rendah. Sehingga perlu adanya media sosial berupa Instagram dan Marketplace atau sejenisnya dan inovasi yang lebih menarik yang dibutuhkan oleh UMKM Keripik Tiga Dara berupa penambahan varian rasa serta penambahan produk. Maka dari itu pada kegiatan PKPM akan di lakukan pengembangan pemasaran produk dengan menggunakan digital marketing agar produk lebih di kenal dengan luas dan bertujuan untuk meningkatkan produktifitas UMKM Kripik Tiga Dara. Kemudian dengan adanya digital marketing maka di harapkan daya saing akan meningkat dan permintaan pasar lebih tinggi karna jangkauan konsumen lebih luas.

Oleh karena itu, perlu dilaksanakan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan terkait penerapan digital marketing dalam kegiatan usaha serta melakukan sosialisasi terkait penggunaan protocol kesehatan yang masih abai untuk mencegah covid 19. Tujuan dari kegiatan ini adalah membantu mengatasi permasalahan mitra terkait masih terbatasnya pasar dari produk yang

dihasilkan. Salah satu luaran yang ingin dicapai dari kegiatan ini yaitu mitra sebagai pelaku UMKM lebih memahami tentang konsep digital marketing serta mampu menerapkannya untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing. Berdasarkan uraian diatas kami mencoba mengangkat judul PKPM adalah” **PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING UNTUK MEMPERLUAS PASAR DAN PENINGKATAN DAYA SAING UMKM KRIPIK TIGADARA DESA GUNUNG REJO**”

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang, saya merumuskan permasalahan yang ada dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana cara menerapkan digital marketing untuk memperluas pemasaran?
2. Bagaimana cara meningkatkan daya saing UMKM Keripik Tiga Dara?

1.3 Tujuan PKPM

1. Untuk memperluas pemasaran dengan cara menerapkan digital marketing.
2. Untuk memetakan strategi dalam membangun bisnis yang kuat, dan memenangkan persaingan dalam jangka panjang.

1.4 Manfaat PKPM

1.4.1 Manfaat Bagi IBI Darmajaya

Manfaat yang diperoleh bagi IBI Darmajaya, Mahasiswa, dan Masyarakat Desa Gunung Rejo. adalah:

- a. Untuk menjadi tolak ukur bagi mahasiswa PKPM IBI Darmajaya selama melaksanakan kegiatan di Desa Gunung Rejo.
- b. Untuk melahirkan kader-kader yang mampu membawa perubahan bagi masyarakat dimasa akan datang.

1.4.2 Manfaat Bagi Mahasiswa

PKPM bermanfaat bagi mahasiswa dalam pengimplementasi pengetahuan yang diperoleh dari perkuliahannya, antara lain:

- a. Mendapatkan nilai lebih yaitu di dalam kemandirian, disiplin, tanggung jawab, percayadiri, dan beretika yang baik.
- b. Menambah Wawasan dan pengalaman mahasiswa dalam bersosialisasi di lingkungan masyarakat.
- c. Memotivasi mahasiswa untuk mengembangkan potensi yang dimilikinya.

1.4.3 Manfaat bagi UMKM Kripik Tiga Dara

Manfaat yang di peroleh bagi umkm adalah untuk:

- a. Agar UMKM Kripik Tiga Dara mengetahui perkembangan tekhnologi informasi khususnya di bidang digital marketing.
- b. Agar UMKM Kripik tiga Dara memiliki pasar yang luas supaya lebih di kenal masyarakat luas.

- c. Agar UMKM Kripik Tiga Dara mampu meningkatkan daya saing serta bersaing dengan competitor.

1.5 Mitra Yang Terlibat

1.5.1 Masyarakat Desa Gunung Rejo

Pelaksanaan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) dilaksanakan dilingkungan tempat tinggal masing-masing mahasiswa dikarenakan kondisi alam yang menuntut kita untuk tidak terlalu banya beraktivitas diluar rumah. Kegiatan ini melibatkan Ketua Rukun Tetangga sebagai Pembimbing lapangan dan sebagai orang yang berwenang mengizinkan saya menjalankan beberapa kegiatan selama PKPM berlangsung. Keterlibatan Masyarakat sekitar tidak kalah penting sebagai salah satu fundamen untuk membantu salah satu program PKPM ini berjalan sesuai dengan yang telah saya susun.

1.5.3 UMKM Keripik

Poros utama dari kegiatan PKPM ini adalah ketahanan masyarakat selama masa pandemi yang salah satunya adalah ketahanan dalam perekonomian, UMKM Keripik merupakan salah satu tujuan saya dalam menerapkan beberapa program kegiatan demi membantu keberlangsungan perekonomian UMKM itu sendiri dan pegawainya untuk menjadi salah satu UMKM yang lebih baik kedepannya.

BAB II

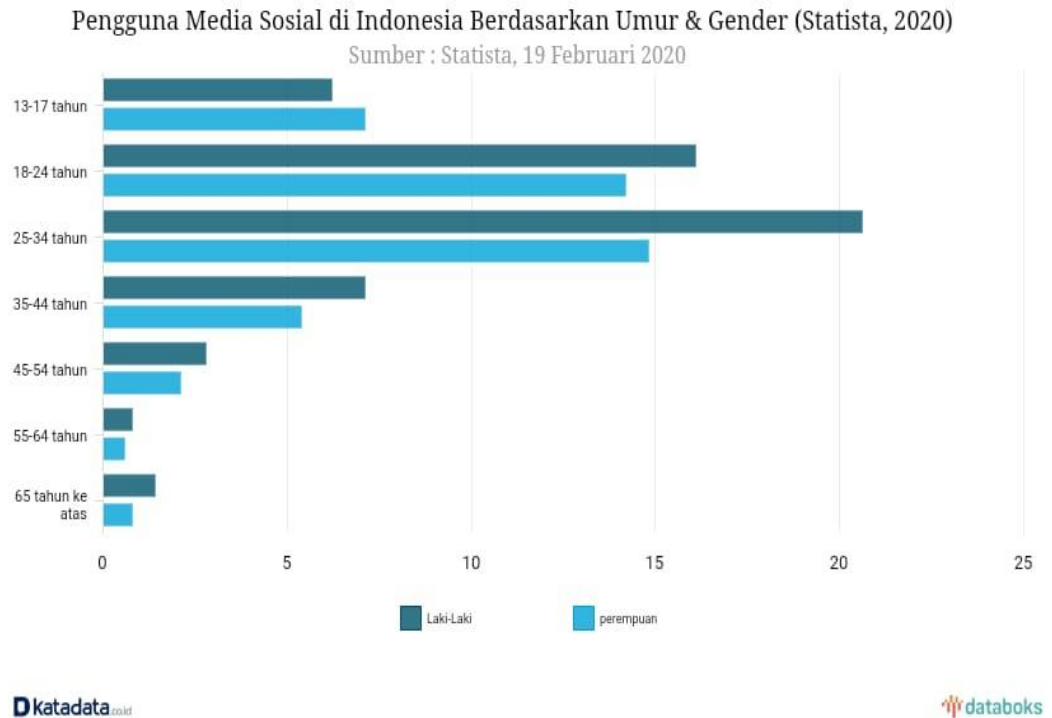
PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Penerapan digital marketing untuk memperluas Pemasaran Melalui Promosi Online dan Pendistribusian Produk Serta harga pokok penjualan.

Seiring dengan kemajuan teknologi, tren di dunia bisnis juga semakin bervariasi. Salah satunya adalah tren digital marketing. Seperti yang kita tahu, penerimaan teknologi dan internet di masyarakat sangat luas sehingga tidak heran kegiatan pemasaran secara digital dijadikan pilihan utama oleh perusahaan-perusahaan. Pengertian dari digital marketing adalah suatu strategi pemasaran menggunakan media digital dan internet. konsep dan penerapan *digital marketing* adalah pemasaran yang dilakukan untuk mendongkrak penjualan produk. Tujuan *digital marketing* adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Digital Marketing memiliki beberapa kelebihan diantaranya yaitu **kecepatan penyebaran, kemudahan evaluasi, jangkauan lebih luas, murah dan efektif**, serta **dapat membangun nama brand**.

Digital marketing yang sangat mudah untuk diterapkan di kalangan UMKM adalah Social Media Marketing. Selain mudah di pelajari dan digunakan social media marketing memiliki efisiensi biaya yang lebih murah dibandingkan dengan saluran media digital yang lain. Selain itu, banyak masyarakat luas telah menggunakan saluran media social. Hal ini dibuktikan

dari data yang diperoleh dari katadata yang disajikan dalam bentuk diagram batang berikut :



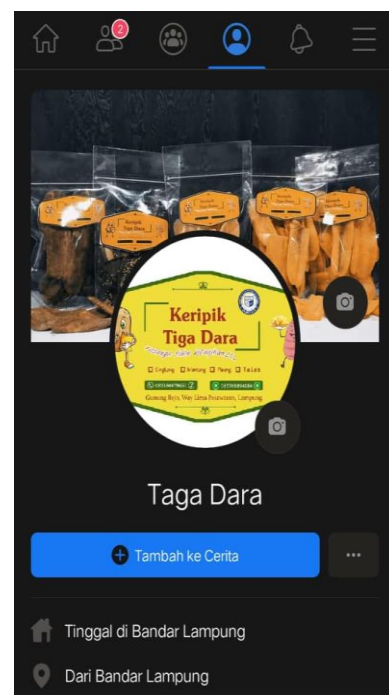
Gambar 2.1 Pengguna media sosial di indonesia

Berdasarkan data tersebut, UMKM keripik tiga dara dapat menentukan strategi pemasaran melalui social media marketing. Keripik tiga dara dapat menentukan target konsumen mulai dari usia. Dilihat dari data jumlah usia terbanyak yang menggunakan media social adalah 25-34 tahun. disusul dengan usia 18-24 tahun. Kemudian, UMKM keripik tiga dara dapat menentukan strategi marketing yang baik untuk di pasarkan melalui media social, baik dari penetapan harga, packaging, serta rasa yang paling banyak di gemari oleh konsumen.

Dalam hal ini saya memberikan sebuah inovasi kepada pemilik UMKM Keripik untuk memulai mempromosikan produknya di media sosial *instagram* dan *facebook*. Tidak dipungkiri lagi pengguna media sosial tidaklah sedikit dan dari berbagai tingkatan masyarakat menggunakannya untuk kepentingan pribadi ataupun untuk mempermudahnya dalam mencari sesuatu yang mereka butuhkan.



Gambar 2.2 Instagram Keripik



Gambar 2.3 Facebook Keripik

Tentunya, pemilik UMKM harus tepat dalam perhitungan untuk melakukan pemasaran digital hal ini dapat dilakukan dengan cara menghitung harga

pokok penjualan terlebih dulu sehingga nantinya dapat dijadikan ukuran untuk menetapkan strategi harga.

Harga Pokok Produksi adalah seluruh biaya langsung yang dikeluarkan untuk memperoleh barang atau jasa, perhitungan biaya produksi bertujuan untuk mengetahui besarnya produksi yang dikeluarkan dalam memproduksi barang dan jasa.

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2010:49) Harga Pokok Produksi adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurang persediaan produk dalam proses akhir. Harga pokok produksi terikat pada produksi akan sama dengan biaya produksi apabila tidak ada persediaan produk dalam proses awal dan akhir.

Menurut Mulyadi (2010;65) tujuan dari penghitungan harga pokok produksi itu sendiri adalah:

- a. Menentukan harga jual produk.
- b. Memantau realisasi biaya produksi.
- c. Menghitung laba atau rugi periodik.
- d. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

Belum adanya perhitungan harga pokok produksi dalam UMKM Keripik membuat pemilik tidak pernah mengetahui berapa biaya yang dikeluarkan

untuk memproduksi produknya sehingga penentuan harga hanya di kira-kira sehingga laba yang di dapatkan tidaklah optimal.

Biaya Bahan Setengah Jadi	Harga Satuan	Jumlah	Total
- Bahan Baku Mentah	RP. 2.000 /Kg	200 Kg	RP. 400.000
Biaya Bahan Penolong			
- Plastik Kemasan	RP. 500/pcs	1000	RP. 500.000
- Stiker	RP. 2000/ Lmbr	84	RP. 168.000
- Kayu Bakar	RP. 15.000/ikat	20 ikat	RP. 300.000
- Minyak Goreng	RP. 14.000/L	20 L	RP. 280.000
- Aneka rasa	RP. 25.000/ Kg	4 Kg	RP. 100.000
			RP. 1.348.000
Biaya Overhead Pabrik			
Gaji Pegawai		2 Orang	RP. 500.000
Transport		2 Motor	RP. 120.000
Listrik dan air			RP. 100.000
			RP. 720.000

Tabel 2.4 Biaya Produksi

Berdasarkan table 2.4 tentang biaya produksi di peroleh modal produksi sebesar Rp. 2.504.000. total biaya tersebut di peroleh dengan menjumlahkan bahan setengah jadi di tambah dengan biaya bahan penolong dan BOP, dan menghasilkan jumlah produk sebanyak 1000. Sehingga di peroleh harga pokok penjualan dengan cara:

Harga pokok penjualan (HPP)=

$$\frac{\text{Biaya bahan setengah jadi} + \text{Biaya bahan penolong} + \text{BOP}}{\text{Jumlah produk}}$$

$$(\text{HPP}) = \frac{400.000 + 1.384.000 + 720.000}{1000} = 2.504$$

Dengan harga pokok penjualan sebesar RP. 2.504 produk dijual dengan harga RP.5.000/pcs.

Keuntungan per unit = *harga jual* – *harga pokok penjualan*

$$= \text{Rp. 5000} - \text{Rp. 2.504} = \text{Rp. 2.496}$$

Keuntungan satu produksi

= *Keuntungan perunit* x *Jumlah produk*

$$= \text{Rp. 2.496} \times \text{Rp. 1.000} = \text{Rp. 2.496.000}$$

Dengan perhitungan di atas UMKM kripik tiga dara menghasilkan produk sebanyak 1000 pcs dalam sekali produksi. Sehingga dengan harga jual yang berlaku sebesar 5000/pcs dapat menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 2.846.000. dalam satu bulan.

2.2 Membuat Model Bisnis Canvas pada UMKM Keripik.

Business model canvas adalah strategi pengelolaan bisnis dengan melibatkan desain dan gambar. Setelah itu, desain dan gambar tersebut dikerucutkan menjadi beberapa aspek bisnis agar menjadi suatu strategi bisnis utuh yang mudah untuk dipahami. Metode ini sangat sederhana jika dibandingkan bisnis plan pada umumnya. Dengan bisnis model canvas, Anda bisa memetakan alur strategi bisnis dengan lebih efektif dan sederhana sehingga mudah untuk dipahami. Tujuan dari pembuatan bisnis model canvas sendiri tentu saja untuk memudahkan pemilik usaha dalam menjalankan bisnisnya. Strategi yang dijalankan pun menjadi lebih terstruktur karena memiliki panduan yang jelas. Berikut adalah model bisnis canvas dari UMKM keripik tiga dara :

Key Patners	Key activities	Value Propositions	Customer relationship	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> -Pemasok Bahan Baku Mentah - Pasar - Pusat Oleh-Oleh - Warung 	<ul style="list-style-type: none"> - Memproduksi kripik - Melakukan Pemasaran - Mengelola Keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> - Rasa Kripik Yang Bervariasi - Cocok untuk Teman Santai Dan Ngopi 	<ul style="list-style-type: none"> - Pendapat pelanggan - Memberikan Promo Atau Bonus Produk 	<ul style="list-style-type: none"> - Kalangan Orang tua - Remaja - Anak-anak
	Key Resources		Channels	
	<ul style="list-style-type: none"> - Merk - Bahan baku - Sumber Daya Manusia - Kemasan 		<ul style="list-style-type: none"> - Iklan Di Sosial Media - Penjualan secara langsung 	
Cost Structure		Revenue Streams		
<ul style="list-style-type: none"> - Biaya Produksi Kripik - Biaya Tenaga Kerja 		<ul style="list-style-type: none"> - Penjualan Kripik 		

Tabel 2.5 Model Bisnis Canvas

Berdasarkan table di atas kripik tiga dara menggunakan model bisnis canvas yang di gunakan untuk menaikan daya saing. Yang pertama yaitu:

- **Key Partnership (Kerja sama)**Key partnership adalah elemen dalam bisnis model canvas yang berisi daftar sumber daya di luar perusahaan yang kamu butuhkan untuk mencapai key activites dan menyampaikan value ke pelanggan. Partner utama ini dapat berupa third party, seperti supplier, mitra bisnis atau perusahaan lain yang mendukung aktivitas bisnis kamu. UMKM kripik tiga dara memiliki beberapa patner yaitu pemasok bahan baku mentah, pasar pusat oleh-oleh, dan warung.
- **Key Activities (Aktivitas yang dijalankan)**Key activities adalah elemen dalam business model canvas yang menjelaskan semua aktivitas yang berhubungan dengan bisnis. Semua kegiatan tersebut harus menghasilkan value proposition perusahaan.Aktivitas yang dijalankan oleh UMKM Kripik tiga dara yaitu memproduksi bahan baku, melakukan pemasaran dan mengolah keuangan.
- **Key Resource (Sumber daya)**Supaya tetap kompetitif dalam industri bisnis yang dijalani, perlu sumber daya yang sesuai untuk mendukung aktivitas bisnis. Key resource merupakan daftar sumber daya yang sebaiknya dimiliki suatu bisnis untuk mewujudkan value proposition. Sumber daya yang ada di

UMKM kripik tiga dara ada merk, bahan baku, sumber daya manusia dan kemasan.

- **Value Proposition (Proposisi nilai konsumen).**Setelah menentukan siapa target konsumen, Maka harus tahu bagaimana bisnis bisa bermanfaat bagi konsumen. Value proposition menjabarkan poin-poin atau nilai yang ditawarkan oleh suatu bisnis bagi segmen konsumennya. UMKM kripik tiga dara mempunyai value Proposition yaitu rasa kripik yang bervariasi dan cocok untuk teman ngopi dan santai bagi konsumen.

- **Customer Relationship (Hubungan konsumen)**Setelah memahami segmentasi konsumen dan channel yang digunakan, saatnya menentukan bagaimana bisnis kamu berinteraksi dengan pelanggan.Ketahui bagaimana cara menjalin hubungan dengan konsumen agar mereka tidak mudah berpaling ke kompetitor lain, UMKM kripik tiga dara mengadakan diskon dalam pembelian dalam jumlah besar dan membuka kritik dan saran bagi produk yang di beli.

- **Channels (Saluran)** Channel merupakan media interaksi antara bisnis dengan konsumen untuk menyampaikan produk dan layanannya. Penentuan channel adalah salah satu faktor penentu kesuksesan dalam berbisnis. UMKM Kripik tiga dara menyalurkan produknya dengan cara iklan di media social dan penjualan secara langsung.

- **Customer Segments (Segmentasi konsumen)** Elemen pertama yang wajib ada dalam bisnis model canvas adalah segmentasi konsumen. Apapun jenis bisnis yang dijalankan, tentukan segmentasi pelanggan dengan tepat di awal. Dan harus menentukan siapa yang menjadi target bisnis, segmen pelanggan mana yang berpotensi membeli produk atau layanan. Segmentasi konsumen dalam UMKM kripik tiga dara adalah kalangan orang tua, remaja, dan anak-anak.

- **Revenue Streams (Sumber pendapatan)** Elemen business model canvas ini menggambarkan sumber pendapatan bisnis kamu. Ini merupakan hal yang penting dan harus dikelola semaksimal mungkin. Pikirkan bagaimana cara untuk meningkatkan pendapatan bisnis. Sumber pendapatan dari UMKM kripik tiga dara yaitu dari penjualan kripik.

- **Cost Structure (Struktur biaya)** Cost structure merupakan elemen terakhir dalam business model canvas. Di dalamnya mencakup pemetaan biaya untuk mengoperasikan bisnis sesuai dengan value proposition. Struktur biaya dalam UMKM kripik tiga dara adalah Biaya produksi, biaya tenaga kerja dan BOP.

2.3 Waktu Kegiatan

Tanggal	Jenis Kegiatan	Waktu Penyelesaian Kegiatan
16 Agustus 2021	Permohonan izin kepada mitra yang terlibat (Ketua RT, Pemilik UMKM, Kepala Sekolah SD N 16 Cipadang)	Satu Hari
17-23 Agustus 2021	Membantu UMKM untuk Proses Produksi Keripik.	Tujuh Hari
24 Agustus 2021	Sosialisasi Covid-19 kepada masyarakat pentingnya menerapkan protokol kesehatan yang di anjurkan	Satu Hari
25-29 Agustus 2021	Melakukan proses pengantaran keripik kepada pelanggan, Pusat oleh-oleh setempat, toko makanan	Lima Hari
30 Agustus 2021	Sosialisasi Covid-19 Pentingnya Protokol Kesehatan Di SD N 16 Ciapadang	Satu Hari
3-6 September 2021	Melakukan proses pengemasan kerupuk untuk dipasarkan	Tiga Hari
7-9 September 2021	Melakukan proses penggorengan keripik	Tiga Hari

14-15 September 2021	Sosialisasi Covid-19 kepada siswa-siswi, staf, dan guru pengajar di SD N 16 Cipadang	Dua Hari
-------------------------	---	----------

Tabel 2.7 Waktu Kegiatan PKPM

2.4 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi



Gambar 2.4 Pengantaran keripik ke tempat Pusat oleh-oleh setempat



Gambar 2.5 Membantu Penggorengan keripik



Gambar 2.6 Membantu Proses Produksi kripik



Gambar 2.7 Membantu UMKM mengemas Kripik



Gambar 2.8 Memberikan Himbauan tentang protocol kesehatan ke beberapa tempat



Gambar 2.9 Mengajari pemilik UMKM tentang bagaimana menggunakan teknologi untuk meningkatkan pemasaran



Gambar 2.10 Pengajaran Tentang bagaimana cara hidup sehat dan bersih dengan selalu mencuci tangan

2.5 Dampak Kegiatan PKPM Untuk UMKM Keripik

Dalam suatu usaha, kepercayaan pelanggan merupakan salah satu poros terpenting untuk menunjang keberlangsungan dan keberhasilannya. Kegiatan PKPM ini memiliki dampak tersendiri terhadap UMKM ini, dimana dampak

yang dapat dirasakan secara langsung seperti menerapkan protokol kesehatan selama masa pandemi. Pelanggan merasa percaya akan ke sterilisasi produk ini dari wabah virus corona. Selain itu saya mengajarkan penyusunan laporan keuangan yang sangat berguna untuk memproses keuangan agar lebih terstruktur. Saya juga mengajarkan cara memasarkan produk di sosial media yang sangat efektif dan mempermudah proses pemesanan kripiknya, selain itu memasarkan produk di sosial media merupakan salah satu cara tercepat untuk memperluas cangkupan pemasaran produk ini. Mengajarkan Model Canvas kepada UMKM sangatlah berpengaruh untuk kedepannya, saya menjelaskan fungsi dari model canvas kepada pemilik UMKM yaitu untuk memetakan strategi dalam membangun bisnis yang kuat, dan memenangkan persaingan dalam jangka panjang.

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Desa Gunung Rejo, Kecamatan way Lima, Kabupaten Pesawaran, Lampung,. Berfokus pada pengoptimalisasian teknologi informasi untuk ketahanan perekonomian masyarakat selama pandemi corona, yang dirancang guna menjaga kestabilan keuangan, peningkatan dan pengembangan usaha Keripik, dengan program kegiatan yang telah dilakukan dapat disimpulkan yaitu :

- a. Bertambah luasnya cakupan pemasaran dengan media sosial media.
- b. Sudah di implementasikan model canvas di UMKM Keripik.
- c. Terstrukturnya laporan keuangan UMKM Keripik.

3.2 Saran

3.2.1 Untuk UMKM Keripik

Dalam berbisnis tentu membutuhkan suatu skil dimana harus menciptakan suatu inovasi baru baik dari segi rasa ataupun cara mengembangkan suatu usaha. Sebagai mana yang telah saya terapkan beberapa program selama PKPM berlangsung, saya menerapkan penjualan secara online untuk mempermudah dan memperluas cakupan pemasaran, dan program lain seperti menyusun laporan keuangan, model canvas, perhitungan HPP. Semua program kegiatan

yang telah saya terapkan dapat dilakukan selama UMKM Keripik ini berjalan supaya usaha ini lebih terstruktur dan lebih berkembang kedepannya.

3.3 Rekomendasi

3.3.3 Untuk Mahasiswa

- a. Mahasiswa menerapkan ilmu selama perkuliahan dalam kegiatan PKPM untuk mengetahui tingkatan skil yang kita miliki ketika terjun ke masyarakat.
- b. Mahasiswa mampu membuat masyarakat berfikir lebih guna untuk memajukan dan mengsejahterakan masyarakat dengan adanya kegiatan PKPM.
- c. Mahasiswa mampu menyesuaikan diri dengan kondisi apapun dilapangan.

3.3.4 Untuk IBI DARMAJAYA

- a. Dalam kegiatan pembekalan mahasiswa dilakukan secara benar untuk mengetahui pemahaman mahasiswa tentang apa yang akan mereka hadapi baik secara teori ataupun praktek.
- b. Sebagai program yang wajib dilakukan oleh Mahasiswanya, pihak IIB Darmajaya diminta untuk lebih mematangkan pelatihan pengerjaan dari Kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM).

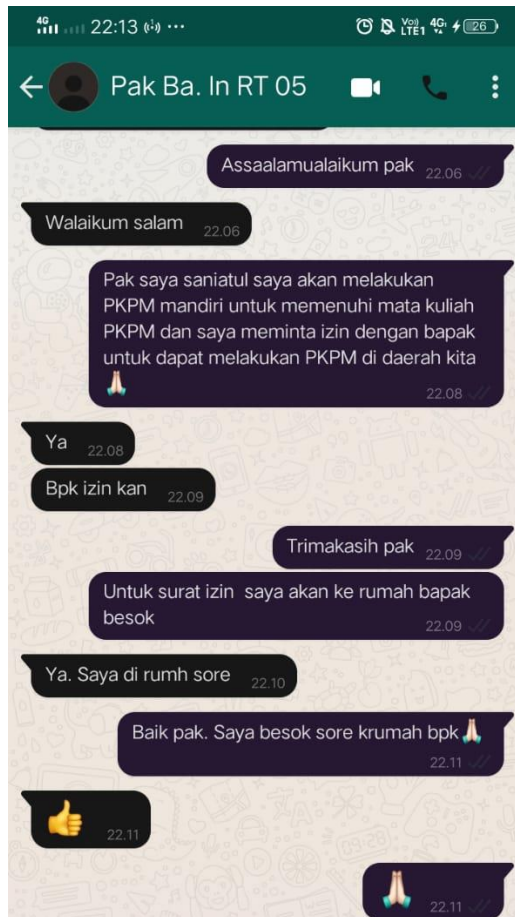
- c. Dalam Perizinan harus dilakukan secara keseluruhan agar Mahasiswa sebagai peranan yang berjalan dikegiatan PKPM tidak mendapatkan kendala yang rumit.

3.3.5 Untuk UMKM Keripik

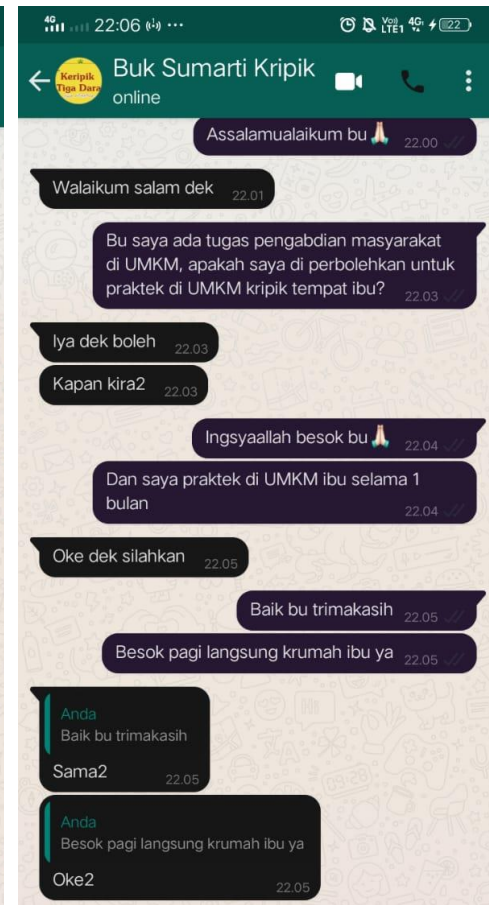
- a. Lebih berani dalam pengambilan keputusan untuk mengembangkan usahanya untuk lebih maju.
- b. Dapat menerapkan ilmu yang telah diterapkan selama kegiatan PKPM berlangsung.
- c. PKPM sebagai program kegiatan yang sangat menguntungkan untuk UMKM dimana mahasiswa menerapkan banyak pengetahuan baru dan ide kreatif untuk UMKM yang lebih baik lagi.

LAMPIRAN

a. Bukti Aktivitas di Media Online dan Media Lainnya



Gambar 3.1 Komunikasi Media Online Dengan Ketua RT



Gambar 3.2 Komunikasi Media Online Dengan Pemilik UMKM



Gambar 3.3 Penyerahan surat izin kepada Bu RT 05



Gambar 3.4 Pengajaran marketing digital kepada pemilik UMKM



**Gambar 3.5 Poster Himbauan
Protokol Kesehatan**



**Gambar 3.6 Gambar produk
UMKM tiga dara**

Daftar Pustaka

[file:///G:/kampus%20merdeka/pkpm/BUKU-PANDUAN-PKPM-MANDIRI-IIB-DARMAJAYA-GANJIL-2020 2021-FULL-SK.pdf](file:///G:/kampus%20merdeka/pkpm/BUKU-PANDUAN-PKPM-MANDIRI-IIB-DARMAJAYA-GANJIL-2020%202021-FULL-SK.pdf)

<https://www.jurnal.id/id/blog/2018-memahami-tentang-bisnis-model-kanvas/>

<https://www.jurnal.id/id/blog/mengenai-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>

