

**PENERAPAN DIGITAL MARKETING DAN STRATEGI
BRANDING GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA UMKM MADU GEGALA(*klanceng*)
DI DESA PENENGAHAN
PESISIR BARAT**

PRAKTIK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT



Disusun Oleh :

EKA SANTI (1812110423)

**INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG**

2021

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN
PRAKTEK KERJA PENGABIDAN MASYARAKAT (PKPM)

PENERAPAN DIGITAL MARKETING DAN STRATEGI BRANDING
GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM MADU GEGALA
(*kelanceng*) DI DESA PENENGAHAN
PESISIR BARAT

Oleh :

Eka Santi (1812110423)

Telah menyetujui syarat untuk diterima

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Pembimbing Lapangan

Zuriana,S.E.,M.M

Yasir Arfat

Nik :00380502

Ketua Jurusan Sistem informasi

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

Nik : 11310809

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat melaksanakan dan menyelesaikan kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Pekon penengahan Kecamatan Karya Penggawa Kabupaten Pesisir Barat serta dapat menyelesaikan laporan ini tepat pada waktunya yang berjudul **“PENERAPAN DIGITAL MARKETING DAN STRATEGI BRANDING GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM MADU GEGALA (*kelanceng*) DI DESA PENENGAHAN”**.

Dalam penyusunan laporan ini terdapat hambatan juga pengalaman, akan tetapi dengan bantuan dari berbagai pihak sehingga kendala tersebut dapat teratasi. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini, semoga atas segala bantuan yang telah diberikan mendapat balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa.

Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan dan penyusunan laporan Kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) diantaranya :

1. Tuhan yang Maha Esa yang telah memberi kelancaran dan kemudahan disetiap kegiatan.
2. Orang tua beserta Keluarga Besar yang telah memberikan semangat do'a dan dukungan motivasi kepada saya.
3. Bapak Ir. Firmansyah YA, M.B.A., M.Sc selaku Rektor IIB Darmajaya.
4. IBU Zuriana,S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing Lapangan. (DPL) yang telah membimbing, serta memberi saran-saran selama kegiatan hingga penyusunan laporan PKPM.
5. Ibu Anggalia Wibasuri,S.Kom.,M.M aku ketua jurusan Manajemen IIB Darmajaya.
6. Bapak Yasir Arfat. selaku Kepala desa Pekon penengahan beserta lingkungan Masyarakat yang telah memberikan izin dan mendampingi saya dalam melaksanakan kegiatan PKPM.

7. Saudara burdian yang telah mengizinkan kepada saya dan membantu menjelaskan seputar usaha kelompoknya yakni umkm madu gegala (*kelanceng*) terkait proses pengolahan, perawatan, pemanenan sampai pemasarannya.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari segi penyusunan serta cara penulisan laporan, Kritik dan Saran yang konstruktif sangat diharapkan bagi penulis demi kesempurnaan laporan ini. Akhir kata, semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan juga bagi penyusun pada khususnya.

Pesisir Barat, September 2021

Eka Santi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Pelaksanaan PKPM.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat	4
1.4 Mitra yang Terlibat	4
BAB II PELAKSANAAN PROGRAM	5
2.1 Program-Program Yang Dilaksanakan	5
2.2 Waktu Kegiatan	13
2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi.....	16
2.4 Dampak Kegiatan.....	28
BAB III PENUTUP	30
3.1 Kesimpulan	30
3.2 Saran	30
3.3 Rekomendasi	32
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Permohonan Surat Izin PKPM	9
Gambar 2.2 Tampilan Digital Marketing madu gegala (kelanceng) pada shopee	12
Gambar 2.3 Merek, Logo dan Kemasan Madu Gegala(Kelanceng)	17
Gambar 2.4 Tampilan <i>Digital Marketing</i> madu gegala (kelanceng) pada shopee	19
Gambar 2.5 Pengambilan Madu Dari Sarang Lebah	23
Gambar 2.6 Proses Penyaringan Madu	23
Gambar 2.7 Proses Pemasangan Merek Madu	24
Gambar 2.8 Proses Pengemasan Madu	24
Gambar 2.11 Membersihkan Tempat Ibadah (Masjid).....	26
Gambar 2.12 Gotong Royong Membersihkan Lingkungan.....	26
Gambar 2.13 Memberikan Pembelajaran Kepada Anak-Anak.....	27
Gambar 2.14 Foto Bersama Bapak Peratin Dan Aparat Pekon Penengahan	27
Gambar 2.15 Foto Bersama Bapak Peratin Dan Ibu-Ibu Posyandu Pekon Penengahan	28

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Luas Wilayah Pekon Penengahan	6
Tabel 2.2 Batas Wilayah Pekon Penengahan	6
Tabel 2.3 Jumlah Penduduk Pekon Penengahan	6
Tabel 2.4 Tingkat Pendidikan Penduduk Pekon Penengahan	7
Tabel 2.5 Kompleks Pemerintah Pekon Penengahan	8
Tabel 2.6 Jumlah Gedung Sekolah Pekon Penengahan	8
Tabel 2.7 Sarana Prasarana Ibadah Pekon Penengahan	8
Tabel 2.8 Waktu Kegiatan	13

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pelaksanaan PKPM

Perkembangan dunia teknologi dari waktu ke waktu semakin pesat, bahkan bisa dikatakan saat ini kita dimanjakan oleh kecanggihan sebuah teknologi. Dengan teknologi, dapat membantu dan mempermudah pekerjaan manusia. Seperti pada instansi pemerintahan desa yang akan terbantu dalam pengembangan potensi yang ada didalamnya. Pemanfaatan kemajuan teknologi dan bisnis melalui UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang dikelola oleh pemerintahan desa setempat dapat menjadikan desa tersebut sebagai desa yang mandiri dan membantu menyejahterakan masyarakat di desa tersebut. Adanya Undang-Undang nomor 6 tahun 2014 tentang desa, problematika tidak dapat dihindarkan. Desa menjadi etnis penting dalam struktur pemerintahan tetapi permasalahan di desa juga semakin kompleks. Data juga menunjukkan masih relatif rendahnya produktivitas tenaga kerja di pedesaan karena aktivitas ekonomi pedesaan masih bertumpu pada sektor pertanian (primer). Selain itu permasalahan juga terjadi pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dimana semua terkena dampak dari pandemi Covid-19. Oleh karena itu Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya menerapkan program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat

(PKPM) sesuai dengan tema besar dari kampus “**Lampung Economic Recovery Melalui Optimalisasi Digital Smart Solution Darmajaya**” yang merupakan suatu bentuk pengabdian mahasiswa terhadap masyarakat, yaitu

sebagai salah satu cara mengaplikasikan apa yang sudah diterima selama di dalam perkuliahan. Berdasarkan uraian di atas, Institut Bisnis dan Informatika Darmajaya menerapkan program PKPM COVID-19 (Praktek Kuliah Pengabdian Masyarakat) secara mandiri. PKPM merupakan kegiatan mahasiswa sebagai syarat mata kuliah sekaligus sarana pengembangan ide kreatif dalam pemanfaatan teknologi guna meningkatkan ketahanan masyarakat di era new normal. Tujuan diadakannya PKPM IIB Darmajaya adalah untuk mengembangkan jiwa kreatif, menerapkan teknologi informasi bagi UKM atau UMKM khususnya yang terdampak Covid-19.

PKPM ini dilaksanakan selama 30 hari mulai tanggal 16 Agustus 2021 – 16 September 2021 di Pekon Penengahan Kecamatan Karya Penggawa Kabupaten Pesisir Barat, Di Pekon Penengahan ini terdapat beberapa pelaku UMKM yakni Madu Gejala . UMKM ini masih terhitung baru dibuka sejak tahun 2019 lalu, dikarenakan adanya pandemi Covid-19 UMKM ini belum bisa mendapatkan keuntungan yang maksimal. Letak UMKM yang sedikit berada di dalam gang dan bukan berada ditengah keramaian membuat UMKM sedikit kesulitan dalam mempromosikan dagangannya, oleh sebab itu saya mencoba memberikan inovasi kepada pemilik UMKM Madu Gejala agar lebih diminati dan memiliki jangkauan pasar yang lebih luas yaitu dengan pembuatan Digital Marketing agar konsumen dapat melihat informasi seputar produk UMKM tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas saya mengangkat permasalahan pada “UMKM Madu Gejala” yang terdapat di pekon penengahan

Kecamatan Karya Penggawa Kabupaten Pesisir Barat dengan mengangkat judul “**PENERAPAN DIGITAL MARKETING DAN STRATEGI BRANDING GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM MADU GEGALA (*kelanceng*) DI DESA PENENGAHAN PESISIR BARAT**”

1.1.1 Deskripsi Wilayah

Pekon Penengahan memiliki luas wilayah 3,577,40 Ha dengan sebagian besar kontur tanahnya berupa tanah basah dan tanah kering, yang terdiri dari area pemukiman/pekarangan seluas 500,00 Ha, pesawahan seluas 40,00 Ha, Perkebunan seluas 15,00 Ha, fasilitas umum seluas 25,40 Ha, dan tanah hutan seluas 2,932,00 Ha. Dengan kontur tanah yang didominasi tanah kering, pertanian menjadi salah satu sumber ekonomi yang potensial di Pekon Penengahan.

1.1.2 Kondisi geografis

Pekon Penengahan adalah salah satu desa dalam wilayah Kabupaten Pesisir Barat yang terletak di wilayah Kecamatan Karya Penggawa. Letak Geografis Pekon Penengahan berjarak \pm 8,9 Km dari ibukota Kabupaten Pesisir Barat.

Luas wilayah

Tabel 1.1 Luas Wilayah Pekon Penengahan

KETERANGAN TANAH	LUAS	LUAS WILAYAH
Luas Pekon Penengahan		3,577,40 hektar
Luas Tanah Pemukiman		500,00 hektar
Luas Tanah Sawah		40,00 hektar
Luas Tanah Perkebunan		15,00 hektar
Luas Fasilitas Umum		
Luas Tanah Hutan		25,40 hektar
		2,932,00 hektar

a. Batas desa

Tabel 1.2 Batas Wilayah Pekon Penengahan

PEMBAGIAN WILAYAH	NAMA WILAYAH
Sebelah Utara	Way Nukak
Sebelah Selatan	Penggawa Lima Tengah
Sebelah Timur	Hutan
Sebelah Barat	Penggawa Lima Ulu

1.1.3 Kondisi Demografis

a. Jumlah penduduk

Tabel 1.3 Jumlah Penduduk Pekon Penengahan

KETERANGAN	JUMLAH
Jumlah Kepala Keluarga	857 KK
Jumlah Total Penduduk	3511 orang
a. Jumlah Laki-Laki	1912 orang
b. Jumlah Perempuan	1599 orang

b. Pendidikan penduduk

Tabel 2.4 Tingkat Pendidikan Penduduk Pekon Penengahan

NO	PENDUDUK	LAKI-LAKI	PEREMPUAN
1	Usia 3-6 tahun yang belum masuk TK	290 orang	260 orang
2	Usia 7-18 tahun yang tidak pernah sekolah	23 orang	19 orang
3	Usia 7-18 tahun yang sedang sekolah	480 orang	512 orang

4	Jumlah usia 18-56 tahun tidak tamat SD	13 orang	12 orang
5	Jumlah usia 18-56 tahun tidak tamat SLTP	86 orang	30 orang
6	Jumlah usia 18-56 tahun tidak tamat SLTA	57 orang	23 orang
7	Tamat SMP/ sederajat	67 orang	0 orang
8	Tamat SMA/ sederajat	304 orang	0 orang
9	Tamat S-1	90 orang	43 rang

1.1.4 Kondisi sarana dan prasarana Pekon Penengahan

a. Kompleks pemerintah desa

Tabel 2.5 Kompleks Pemerintah Pekon Penengahan

KETERANGAN	JUMLAH
Bangunan Kantor Desa	1 Unit
Bangunan Balai Desa	1 Unit
Bangunan Balai Dusun	0 Unit

Jumlah Gedung Sekolah

Tabel 2.6 Jumlah Gedung Sekolah Pekon Penengahan

KETERANGAN	JUMLAH
PAUD	1 Buah
TK	1 Buah
SD	2 Buah

b. Sarana prasarana Ibadah Desa

Tabel 2.7 Sarana Prasarana Ibadah Pekon Penengahan

Masjid	2 Unit
Mushola	5 Unit
Gereja	0 Unit
Vihara	0 Unit
Pura	0 Unit
	0 Unit

1.1.5 Profil UMKM

UMKM madu gegala ini sudah berdiri pada tahun 2019. Yang diketuai oleh bapak burdian .Berawal dari ketertarikan pemilik dalam melihat peluang karena banyaknya sarang gegala yang bersarang pada pohon damar hingga akhirnya dia mulai mencoba mengelolanya dengan baik sehingga bisa menghasilkan produk madu yang bermanfaat.

Pemasaran hanya dilakukan melalui mempromosikannya pada media facebook.

1.1.6 Potensi Bumdes

Bumdes merupakan salah satu langkah pemerintah dalam mengupayakan pemerataan sehingga tidak ada kesenjangan antara perkotaan dan pedesaan yang maju diharapkan masyarakatnya akan memiliki kemandirian dalam hal memajukan desanya.bumdes yang sedang berjalan saat ini adalah:

- a.penyewaan alat perlengkapan pengantin
- b.PAMSIMAS untuk masyarakat dalam melancarkan perairan didesa penengahan.

1.2 Rumusan Masalah

Latar belakang diatas, maka rumusan masalah kegiatan PKPM ini sebagai berikut :

- 1 Bagaimana penerapan digital marketing dan strategi branding guna meningkatkan penjualan pada UMKM madu gegala?
2. bagaimana mengembangkan potensi UMKM milik pak burdian menjadi lebih maksimal?

1.3. Tujuan Dan Manfaat

Berdasarkan latar belakang diatas ,maka tujuan kegiatan PKPM ini sebagai berikut:

1. Untuk membantu pemilik UMKM madu gegala dalam memanfaatkan digital marketing guna meningkatkan penjualan.
2. Untuk membantu pemilik UMKM madu gegala dalam melakukan inovasi terhadap kemasan produk.

Sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan kegiatan PKPM yang dikemukakan diatas, maka kegiatan PKPM ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1.3.1. Bagi penulis

Kegiatan PKPM ini menambah wawasan dan pengalaman penulis yang dapat dipergunakan untuk menyongsong masa depan yang akan datang dan penulis memiliki kemampuan bersosialisasi yang baik kepada masyarakat.

1.3.2 Bagi pemilik UMKM

Kegiatan PKPM ini membantu pemilik UMKM madu gegala menambah keterampilan dalam berbisnis.

1.4 Mitra Yang Terlibat

Dalam melakukan kegiatan PKPM, adapun pihak-pihak yang terkait yaitu :

1. bapar yasir arfat (Kepala desa / peratin)
2. bapak burdian (ketua UMKM madu gegala)
3. masyarakat pekon penengahan

BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program-Program Yang Dilaksanakan

2.1.1 Madu Gejala

a).pemanenan

proses tahap pertama adalah pemanenan madu dari sarang madu

b).penyaringan

proses selanjutnya penyaringan yaitu proses dimana madu disaring memakai saringan khusus.

c.pengemasan

proses dimana madu sudah siap untuk dimasukkan kedalam botol.

d).label

proses dimana pada botol madu harus diberi label dengan tujuan produk bisa lebih dikenal oleh masyarakat.

2.1.2 promosi

Sosial media merupakan media online atau daring yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Hal itu menjadi landasan bagi saya untuk memanfaatkan media tersebut sebagai media pemasaran yang dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen.

Selain media sosial juga menjadi pilihan saya dalam meningkatkan penjualan madu gejala adalah dengan memanfaatkan promosi madu dengan media sosial shopee.

2.1.3 Strategi Branding

Strategi *branding* dimaknai sebagai sebuah usaha untuk mengenalkan nilai-nilai bisnis kepada konsumen. Intinya, strategi branding berusaha untuk menyampaikan kekhasan yang dimiliki oleh sebuah bisnis kepada target pasarnya. Logo pada sebuah produk adalah simbol penguat suatu produk bagi para konsumen. Pemakaian logo pada kemasan dapat meningkatkan daya tarik konsumen guna meningkatkan penjualan pada masa gajala.

2.2 Waktu kegiatan

Berdasarkan kegiatan yang dilakukan selama kegiatan praktek kerja pengabdian masyarakat (PKPM) berlangsung selama kurang lebih 30 hari berikut rincian waktu kegiatan.

No.	Hari/tanggal	kegiatan
1.	Senin, 16 Agustus 2012	Penyerahan surat izin praktek kerja pengabdian masyarakat (PKPM) Kepada Bapak Yasir Arfad selaku kepala desa pekon penengahan.
2.	Selasa, 17 Agustus 2021	Mengunjungi tempat UMKM madu gajala.
3.	Rabu, 18 Agustus 2021	Mendiskusikan terkait permasalahan produk.
4.	Kamis, 19 Agustus 2021	Membantu Proses pemanenan madu gajala..
5.	Jumat, 20 Agustus 2021	Membantu Proses pemanenan madu gajala.
6.	Sabtu, 21 Agustus 2021	Membantu Proses pemanenan madu gajala.
7.	Minggu, 22 Agustus 2021	Membantu kegiatan rutin gotong royong membersihkan masjid desa pekon penengahan.
8.	Senin, 23 Agustus 2021	Membantu proses tahap penyaringan madu gajala

9.	Selasa,24 agustus2021	Mendiskusikan terkait rencana membantu membuat branding
10	Rabu,25agustus 2021	Mendiskusikan terkait rencana pembuatan branding
11	Kamis,26agustus 2021	Membantu kegiatan rutin bulanan posyandu balita pekon penengahan
12	Jumat,27agustus 2021	Membantu kegiatan rutin bulanan posyandu lansia pekon penengahan
13	Sabtu,28agustus 2021	Proses penyetujuan branding sekaligus perombakan lambang siger yang ada pada loggo madu gegala
14	Minggu,29 agustus 2021	Proses mengubah packaging botol beling menjadi botol plastik
15	Senin,30 agustus 2021	Proses pencarian tempat penjualan botol plastik dengan harga yang jauh diatas harga botol beling(kaca)
16	Selasa 31 agustus 2021	Menetapkan bentuk branding madu gegala
17	Rabu,01 september 2021	Menetapkan botol madu dari kaca menjadi plastik
18	Kamis,02 Setember 2021	Proses pengemasan madu kedalam botol
19	Jumat,03 september 2021	musyawarah terkait pemasaran online

20	Sabtu,04 september 2021	Proses pembuatan akun shopee madu gejala
21	Minggu,05 sep 2021	Gotong royong membersihkan musholla pekon penengahan
22	Senin, 06 september 2021	Proses pemasaran madu melalui media sosial (shopee)
23	Selasa 07,september 2021	Memberikan pembelajaran kepada anak- anak sekitar
24	Rabu,08 september 2021	Membantu anak-anak Sd dalam menyelesaikan tugas rumahnya
25	Kamis,09 september 2021	Membantu anak-anak Tk dalam belajar menghafal lagu anak-anak
26	Jumat ,10 september 2021	membantu anak-anak tk dalam belajar iqra
27	Sabtu,11 september 2021	Membantu anak-anak menyelesaikan tugas rumahnya
28	Minggu,12 september 2021	Proses membantu pengemasan madu gejala
29	Senin,13 september 2021	Membantu aparat pekon dalam membagikan BLT

Permohonan surat izin

Permohonan surat izin pelaksanaan PKPM disampaikan langsung kepada pemangku Pekon Penengahan yaitu Bapak Edi Imron pada tanggal 15 Agustus 2021. Permohonan surat izin ini sekaligus menjelaskan tentang sitem PKPM mandiri yang diterapkan oleh kampus IIB Darmajaya dimana PKPM dilaksanakan secara mandiri.



26

Gambar 2.1 permohonan surat izin PKPM

a. Pengabdian terhadap UMKM

Kegiatan PKPM dilaksanakan pada dua UMKM yakni Madu Gegala (kelanceng) dimana UMKM ini bergerak pada bidang produksi madu, letak UMKM yang kurang strategis dan terbilang baru dibuka membuat saya tertarik untuk membantu UMKM Madu Gegala (kelanceng) agar mendapatkan jangkauan pasar yang lebih luas dengan memanfaatkan media *online* sebagai media promosi.

a. Inovasi pembuatan digital marketing UMKM Madu Gegala (kelanceng)

Kemajuan teknologi dan informasi yang berkembang sangat pesat telah memengaruhi segala aspek kehidupan manusia salah satunya adalah dalam bidang Ekonomi dan Bisnis. Transaksi jual beli secara *online* meningkat pesat di Indonesia dengan munculnya banyak *startup* besar yang ada di Indonesia. Hal ini membuktikan dengan menawarkan dan memasarkan produk secara *online* dapat menjadi peluang bisnis yang menjanjikan. Dengan menawarkan dan memasarkan produk secara *online* dapat membantu pemasaran dan penyebaran informasi dengan sangat cepat dengan skala global.

Pekon Penengahan memiliki potensi dalam pengembangan industri mikro dan kecil. Desa ini memiliki cukup banyak pelaku UMKM. Apabila potensi ini dikelola secara maksimal, diharapkan dapat membantu memperbaiki kesejahteraan masyarakat setempat. Untuk itu diperlukan kesadaran akan pentingnya jiwa *technopreneur* dan memperluas *networking* dalam mengembangkan bisnis. Dengan adanya sosialisasi

pengembangan *technopreneur*, seminar tentang bagaimana memasarkan produk dan menginovasi produk diharapkan dapat membantu mengembangkan industri mikro dan kecil di Pekon Penengahan terutama UMKM Madu Gegala (kelanceng) yang saya coba bantu untuk mengembangkannya. Salah satunya adalah dengan membuat *Digital Marketing* UMKM Madu Gegala (kelanceng). Dengan adanya Digital Marketing UMKM Madu Gegala (kelanceng) ini diharapkan dapat membantu dalam memperluas pemasaran dan mempromosikan produk ke ruang lingkup lebih luas.

UMKM Madu Gegala (kelanceng) ini dibuat secara bertahap dengan menggunakan metode pengumpulan data. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data dengan cara observasi dan wawancara terhadap objek dan narasumber. Setelah data terkumpul selanjutnya adalah merancang dan membangun UMKM Madu Gegala (kelanceng).

Berikut adalah tahap-tahap dalam pembuatan Digital Marketing:

- a. Tahap pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara terhadap pemilik UMKM Madu Gegala (kelanceng). Observasi dilakukan dengan cara mengunjungi tempat usaha untuk mengamati produk-produk yang akan dipasarkan Wawancara yang dilakukan adalah dengan memberi pertanyaan terkait Usaha Madu Gegala (kelanceng) terhadap pemilik UMKM.



Gambar 2.2 Tampilan *Digital Marketing* madu gegala (kelanceng) pada shope

2.3 Hasil kegiatan dan dokumentasi

2.3.1 Laporan Kegiatan Pembuatan Merek , Logo dan Kemasan

Merek merupakan suatu identitas sebuah UMKM. Hal ini mencakup filosofi dari UMKM, dan produk yang dihasilkan. Selain itu merek juga membedakan anatara UMKM satu dengan para pesaingnya. Tentunya merek-merek memberikan keuntungan dalam jangka panjang untuk sebuah UMKM. Tidak hanya merek, saya juga memberikan saran berupa logo dari merek tersebut. Logo merupakan salah satu komponen penunjang dari sebuah merek yang berbentuk representasi visual yang mudah dikenali sebagai nama, simbol dari merek dagang, atau dengan kata lain logo merupakan tanda tangan dari sebuah merek yang menjadi identitas pembeda dari para kompetitor. Kemudian dari segi kemasan, saya memutuskan untuk memberi saran untuk memberikan kemasan yang sederhana. Kemasan yang saya buat tentunya memuat informasi yang dapat meningkatkan penjualan dari UMKM Madu Gegala (kelanceng). Kemasan yang kami buat memuat informasi berupa nomor seluler serta media sosial yang dimiliki.



Gambar 2.3 Merek, Logo dan Kemasan Madu Gegala(Kelanceng)

2.3.2 Sosial Media Dan *E-commerce*

Sosial media merupakan media online atau daring yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Hal itu menjadi landasan bagi saya untuk memanfaatkan media tersebut sebagai media pemasaran yang dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen.

Selain media sosial, *e-commerce* juga menjadi pilihan saya dalam meningkatkan penjualan. *E-commerce* merupakan kegiatan jual beli barang atau transmisi dana melalui jaringan elektronik, terutama internet. Di Indonesia jual beli barang melalui *e-commerce* merupakan hal yang sudah

tidak biasa lagi bagi masyarakat Indonesia oleh karna itu *e-commerce* adalah sarana yang baik untuk melakukan jual beli barang secara daring. Untuk lebih meningkatkan penjualan saya membuat akun Shopee sebagai sarana pemasaran digital untuk madu gegala (kelanceng).



Gambar 2.4 Tampilan *Digital Marketing* madu gegala (kelanceng) pada shopee

2.3.3 Proses Produksi Madu Gegala (Kelanceng)

a. Pengambilan Madu Dari Sarang Lebah

Proses ini merupakan proses pengambilan madu yang berasal dari sarang lebah yang sudah siap untuk dipanen untuk melalui tahap produksi.



Gambar 2.12 Pengambilan Madu Dari Sarang Lebah

b. Proses Penyaringan Madu

Proses ini merupakan lanjutan dari proses diatas dimana proses penyaringan madu bertujuan untuk memisahkan kotoran yang ada paska pemanenan.



Gambar 2.13 Proses Penyaringan Madu

c. Proses Pemasangan Merek Madu

Proses ini merupakan tahap dimana kemasan dipasangkan stiker merek yang bertujuan untuk menandai produk madu gegala (kelanceng) agar berbeda dengan produk saingannya.



Gambar 2.14 Proses Pemasangan Merek Madu

d. Proses Pengemasan Madu

Proses ini merupakan proses memasukkan madu yang sudah disaring dan siap untuk dikonsumsi serta dipasarkan kedalam wadah yang berukuran 120 ml sampai dengan 250 ml



Gambar 2.15 Proses Pengemasan Madu

2.3.4 Dokumentasi Kegiatan Pendukung

Berikut ini adalah dokumentasi kegiatan pendukung yang diambil selama masa PKPM di Pekon Penengahan :



Gambar 2.16 Membersihkan Tempat Ibadah (Masjid)



Gambar 2.20 Memberikan Pembelajaran Kepada Anak-Anak



Gambar 2.21 Foto Bersama Bapak Peratin Dan Aparat Pekon Penengahan



Gambar 2.22 Foto Bersama Bapak Peratin Dan Ibu-Ibu Posyandu Pekon Penengahan

2.4 Dampak kegiatan

Kegiatan PKPM ini menghasilkan beberapa dampak antara lain:

1. Bagi masyarakat

Dengan adanya program-program yang dilaksanakan selama PKPM ini berdampak baik kepada masyarakat, masyarakat menjadi lebih peduli terhadap kebersihan lingkungan sekitar, serta membuka wawasan masyarakat untuk lebih berinovasi dalam menjalankan UMKM yang ada pada desa Pengengahan khususnya dalam bentuk digital marketing.

2. Bagi UMKM

UMKM Madu Gejala (kelanceng) menjadi penerima dampak langsung dengan adanya PKPM ini, dimana *Digital Marketing* yang dibangun memberikan dampak positif terhadap omset penjualan dan Madu Gejala (kelanceng). Media promosi berbasis *Digital Marketing* ini sangat berguna untuk menarik konsumen dari luar Pekon Penengahan dan menciptakan pasar yang lebih luas.

3. Bagi mahasiswa

Dampak positif bagi mahasiswa adalah meningkatkan kepedulian terhadap, masyarakat, UMKM, lingkungan sekitar dan memperluas cakrawala pemikiran guna membuat Pekon Penengahan semakin maju dimasa yang akan datang.

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Dalam melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya yang dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih 30 hari yang dimulai sejak tanggal 16 Agustus sampai dengan 16 September 2021 yang bertempat di desa penengahan Kecamatan karya penggawa Kabupaten pesisir barat.

Pelaksanaan PKPM berlangsung dengan baik dan benar dan bisa diterima oleh masyarakat dan UMKM.

Program yang telah dilakukan adalah:

- a setelah dilakukan penjualan madu gegala melalui media sosial terjadi peningkatan penjualan madu gegala.
- b.setelah inovasi botol yang sebelumnya botol beling sekarang diinovasi menjadi botol palstik .kini harga botol menjadi lebih murah.
- c.UMKM madu yang sebelumnya belum mempunyai merek kini telah mempunyai merek dan UMKM madu gegala kini mulai dikenal oleh banyak orang.

3.2

3.3 Saran

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

3.3.1 Untuk UMKM Madu Gegala (kelanceng) dan masyarakat

- a. Dapat memperbanyak sarang lebah kelanceng agar produksi madu bisa jauh lebih berkembang lagi.
- b. Membuat kegiatan rutin bagi anggota kelompok UMKM Madu Gegala (kelanceng) agar tidak banyak sarang lebah yang terbengkalai.
- c. Memperbanyak tanaman bunga untuk makanan lebah kelanceng agar produksi madu lebih baik lagi.
- d. Masyarakat harus lebih dalam pengetahuan memahami sarang agar peningkatan gegalanya lebih banyak dan sarangnya selalu dalam keadaan terkunci.

3.2.3 Untuk Mahasiswa Selanjutnya

Mahasiswa yang akan melakukan PKPM selanjutnya disarankan dapat memberikan ilmu yang lebih berguna lagi, khususnya dalam melakukan pemasaran untuk UMKM di Desa. Karena banyak pelaku usaha kecil di daerah terpencil yang belum memahami cara melakukan pemasaran secara luas. Mahasiswa diharapkan lebih memberikan pengarahan yang dapat membantu perkembangan usaha tersebut.

3.2.3 Untuk IIB Darmajaya

Kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat ini sebaiknya diadakan kembali pada periode mendatang, karena kegiatan ini memberikan nilai positif bagi mahasiswa dalam mengembangkan potensi dalam diri, sehingga terciptanya empati dalam diri mahasiswa melalui

program interaksi dan sosialisasi terhadap masyarakat. Kedepannya dalam melaksanakan kegiatan

3.3. Rekomendasi

Dalam melaksanakan Praktek Kerja Pegabdian Masyarakat (PKPM) ini sebaiknya perlu dilakukan kembali di Pekon Penengahan karena kegiatan ini memberikan nilai yang positif bagi mahasiswa/i dalam mengembangkan potensi diri, sehingga tercapainya empati dalam diri mahasiswa melalui program interaksi dan sosialisasi terhadap masyarakat setempat. Tak hanya dilakukan selama 30 hari melainkan dengan menambah waktu agar kegiatan PKPM ini lebih mudah menjalin kerjasama yang lebih erat pada elemen masyarakat dan pelaku usaha dalam pembangunan desa dan pemberdayaan potensi desa sehingga manfaat yang dihasilkan dapat lebih dirasakan oleh pelaku usaha, elemen desa dan mahasiswa pelaksana PKPM itu sendiri. dan dilihat dari potensi desanya sangat bagus karena wilayah desanya walau dipedalam tetapi alamnya masih sangat alami. selain membudidayakan madu gegala adapun potensi yang bisa digali diantaranya adalah masyarakat sekitar sangat cocok untuk melakukan kerajinan tangan seperti membuat resin dari kayu-kayu yang sudah lapuk sehingga sangat bagus bila dikembangkan. dan potensi lainnya yang tersedia karena adanya aliran air yang besar dan luas maka sangat cocok sekali apabila ada suatu UMKM membudidayakan ikan air tawar seperti ikan nila, ikan gabus dan lain. lain.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah,thamrindan francis tantri,2016.manajemen pemasaran.jakarta;rajawali
pers

<https://www.nielsen.com/us/en/solutions/capabilities/digital-ad-ratings/?gclid=cjwKCAjwndckbh-ekiWA-5aw.ds>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. permohonan izin kepada kepala desa pekon penengahan



2. tampilan digital marketing madu gegala gegala (klanceng) pada shopee



3.pembuatan merek,logo dan kemasan madu gegala (klanceng)



4.pengambilan madu dari sarang lebah



5..proses penyaringan madu



6..proses pemasangan label pada botol madu



8.proses pengemasan madu



9.membersihkan tempat ibadah (masjid)



10. memberikan pembelajaran kepada anak-anak



11.foto bersama bapak kepala desa dan aparat desa pekan penengahan



11.foto bersama bapak peratin dan ibu-ibu posyandu



