

**MENGOPTIMALKAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI BISNIS DIGITAL  
DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA BELI PELANGGAN UMKM AYAM  
GULING BOORJU DI MASA PENDEMI COVID-19**

**LAPORAN PRAKTEK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT**



**Disusun oleh**

**Prasetya Dwi Fardanto**

**1812110341**

**INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS  
DARMAJAYA BANDAR LAMPUNG**

**2021**

**HALAMAN PENGESAHAN**

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

**MENGOPTIMALKAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI BISNIS DIGITAL  
DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA BELI PELANGGAN UMKM AYAM  
GULING BOORJU DI MASA PENDEMI COVID-19**

Oleh :

Prasetya Dwi Fardanto (1812110341)

Telah memenuhi syarat untuk diterima  
Menyetujui,

Dosen Pembimbing



**MUHAMAD ARIZA EKA  
YUSENDRA, S.P., M.M  
NIK. 12990313**

Pembimbing Lapangan



**PUJIONO  
NIK. 1871132308770005**

Ketua Program Studi Manajemen



**Dr. ANUGALIA WIBASURI, S.Kom., M.M  
NIK. 11310809**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	iv
DAFTAR TABLE.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang PKPM .....	1
1.1.1 Profil Desa dan Potensi Desa.....	1
1.1.2 Profil UMKM.....	2
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	4
1.4 Mitra yang Terlibat .....	4
<b>BAB II PELAKSANAAN PROGRAM</b>	
2.1 Program-program yang dilaksanakan .....	5
2.1.2 Survey lokasi UMKM kegiatan PKPM .....	5
2.1.3 Permohonan surat izin.....	6
2.1.4 Pengabdian terhadap UMKM .....	6
2.1.5 Inovasi Pembuatan Akun Media Sosial .....	6
2.1.6 Pelepasan PKPM.....	6
2.2 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi .....	6
2.2.1 Pengoptimalkan Akun Instagram dan Website Untuk Promosi UMKM .....	6
2.3 Dampak Kegiatan.....	9
<b>BAB III PENUTUP</b>	
3.1 Kesimpulan .....	10
3.2 Saran.....	10
3.3 Rekomendasi.....	10
LAMPIRAN.....	11
DAFTAR PUSTAKA .....	14

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Meminta Izin Kepada Ketua Rt.....	5
Gambar 2.2 Tampilan Akun Instagram Ayam Guling Boorju .....	6
Gambar 2.3 Tampilan Website Ayam Guling Boorju .....	7
Gambar 2.4 Berdiskusi dengan Tim Marketing .....	8
Gambar 2.5 Pengomptimalan Website.....	8

## DAFTAR TABLE

TABLE 2.1 Program yang Dilaksanakan.....	5
--	---

## 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 Jalan Imam Bonjol Gg. Bayur II Rt.06 Lk.01 Kelurahan Sumberjo Bandar Lampung, serta dapat menyelesaikan laporan ini tepat pada waktunya yang berjudul **“MENGOPTIMALKAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI BISNIS DIGITAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA BELI PELANGGAN UMKM AYAM GULING BOORJU DI MASA PENDEMI COVID-19”**. 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 di berikan 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 member kelancaran dan kemudahan di setiap kegiatan.
2. Bapak dan ibu Saya 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. Bapak Muhamad Ariza Eka Yusendra, S.P., M.M selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah membimbing, serta saran-saran selama kegiatan hingga penyusunan laporan PKPM.
5. Ibu Dr.Anggalia Wibasuri, S.Kom.,M. M ,selaku ketua Prodi Manajemen IIB Darmajaya.
6. Bapak Pujiono, selaku Ketua RT.06 LK.01 Kel.Sumberjo Bandar Lampung, yang telah memberikan izin dan mendampingi saya dalam melaksanakan kegiatan PKPM

7. Bapak Wahyu Prasetyo yang telah mengizinkan serta mengajarkan saya seputar usahanya yakni “Ayam Guling Boorju” dari proses awal hingga pemasaran produknya.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari segi penyusunan serta cara penulisan laporan ini, 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.

Bandar Lampung, 25 September 2021

Prasetya Dwi Fardanto

NPM.1812110341

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era perkembangan saat ini terutama dalam masa pandemi covid 19 banyak orang memilih untuk melakukan pekerjaan di bidang usaha dikarenakan semakin meningkatnya angka pengangguran sehingga permasalahan itu menimbulkan persaingan dalam bidang usaha. Dalam dunia bisnis yang semakin berkembang pertumbuhannya akan menimbulkan banyak tantangan dan peluang yang harus dihadapi oleh semua pelaku bisnis. Maka dari itu selaku pengusaha UMKM harus bisa memilih cara yang berbeda dari cara yang lain serta dapat menguasai sistem digitalisasi untuk pemasaran produk usaha sehingga dapat dilihat oleh semua orang dan dapat menarik perhatian pembeli sehingga daya beli masyarakat akan meningkat. 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 di dalam dunia bisnis, sekaligus dapat menambah serta membuka cakrawala mahasiswa yang tidak didapatkan selama masa perkuliahan.

Dalam masa pandemi saat ini ketahanan nasional sangat lah diuji khususnya di bidang ekonomi dan kesehatan. Ketahanan ekonomi merupakan faktor pendukung ketahanan Nasional dimana sektor ekonomi selalu menjadi salah satu fokus pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam masa pandemi saat ini Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tidak dapat dilepaskan dari terdampaknya pandemi covid-19. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) haruslah dapat bertahan di masa pandemi saat ini yang mana dituntut harus mempunyai inovasi lebih untuk meningkatkan daya jual ke masyarakat dengan tetap terus mematuhi protokol kesehatan.

Berdasarkan uraian diatas, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya menerapkan program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM). Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu kegiatan untuk mahasiswa sebagai persyaratan tugas akhir (Skripsi) sekaligus sarana pengembangan ide kreatifitas dalam memanfaatkan potensi yang ada di

lingkungan. Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat bagi Mahasiswa Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat diharapkan mampu dapat menambah Ilmu dan Wawasan dalam hidup bermasyarakat. Bagi Masyarakat, Kehadiran Mahasiswa Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat diharapkan mampu menurunkan ilmu yang didapatkan selama dibangku perkuliahan agar dapat memberikan motivasi dan Inovasi dalam bidang sosial kemasyarakatan.

Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya tahun 2021 berbeda dengan tahun yang sebelum-sebelumnya. Program Kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini merupakan kegiatan yang terjadwal secara akademik di IIB Darmajaya setiap semester. Kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) Tematik merupakan salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa secara interdisipliner, institusional, dan kemitraan sebagai salah satu wujud dari tridharma perguruan tinggi. Oleh karena itu, berdasarkan pertimbangan pandemi COVID-19, 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. Pelaksanaan PKPM secara individu/mandiri akan lebih efektif dari sisi penjagaan diri dari penularan daripada secara berkelompok yang justru memiliki potensi penularan lebih besar. Maka dari itu kami melakukan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) secara Individu dilingkungan sekitar di alamat Jl.imam bonjol Gg.Bayur IIRt.06 Lk.01 kel.Sunberjo Bandar Lampung, dalam kurun waktu 30 Hari.

Dalam Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat ada beberapa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) , saya memilih UMKM Ayam Guling Boorju di karenakan masih terbatasnya pemasaran produk melalui bisnis digital sehingga tidak banyak orang yang tau usaha ayam guling boorju tersebut dan mengimplementasikan pengetahuan dalam bidang ekonomi dan teknologi kepada UMKM yang saya pilih. Disini saya membantu produksi dari pemotongan ayam, proses pembumbuan ayam serta pemangangan ayam lalu cara menata dan pengemasan ayam, dan pemasaran produk secara online berbasis digital guna meningkatkan nilai ekonomi dari produk tersebut. Berdasarkan Uraian diatas saya mengangkat judul PKPM

“MENGOPTIMALKAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI BISNIS DIGITAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA BELI PELANGGAN UMKM AYAM GULING BOORJU DI MASA PENDEMI COVID-19” Usaha produksi ayam guling boorju dengan proses yang masih sederhana dalam penggunaan sistem digital. Usaha ini belum banyak diminati oleh masyarakat sekitar karena kurangnya strategi pemasaran yang dilakukan ayam guling boorju. Saya mencoba memberikan inovasi kepada pemilik usaha “Ayam Guling Boorju” agar lebih meningkatnya penjualan produk yaitu dengan pembuatan akun di berbagai Sosial Media agar informasi seputar produk UMKM tersebut dapat dilihat oleh kalangan masyarakat yang menggunakan Media Sosial.

### 1.1.1 Profil dan Potensi Desa

Sumberjo adalah salah satu kelurahan yang ada di kemiling di kota Bandar Lampung. Potensi yang dimiliki di kelurahan sumberjo meliputi peternakan, dan industri makanan.

### 1.1.2 Profil UMKM



Ayam guling boorju adalah salah satu badan usaha yang didirikan oleh bapak wahyu prasetyo sejak tahun 2020. UMKM ini berada di sekitar kelurahan sumberjo Kecamatan kemiling kota Bandar Lampung, Ayam guling boorju adalah usaha yang mana berfokus dengan kuliner streat food. Bapak Wahyu juga memiliki badan usaha ikan lainnya seperti di bidang kuliner juga yaitu sate ayam jago. UMKM ini melayani penjualan dalam bentuk online maupun offline.

## **1.2 Rumusan Masalah**

- A. Bagaimana cara meningkatkan penjualan produk di masa pandemi covid-19?
- B. Apa saja strategi pemasaran yang dapat dilakukan agar ayam guling boorju dapat bertahan disektor bisnis pada saat pandemi covid-19 atau PPKM?
- C. Bagaimana cara meningkatkan daya beli masyarakat menggunakan sistem digitalisasi agar menarik perhatian masyarakat luas?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat**

### **1.3.1 Tujuan**

- A. Mengetahui cara meningkatkan penjualan “Ayam Guling Boorju” di masa pandemi COID-19.
- B. Mengetahui apa saja strategi yang dapat dilakukan agar “Ayam Guling Boorju” dapat bertahan disektor bisnis pada saat pandemi COVID-19.
- C. Mengetahui cara meningkatkan daya beli masyarakat terhadap “Ayam Guling Boorju” dengan menggunakan sistem digitalisasi agar dapat menarik perhatian masyarakat luas.

### **1.3.2 Manfaat**

Manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

- 1. Dapat mengetahui peningkatan jumlah pelanggan.
- 2. Dapat mengetahui berbagai strategi untuk mempertahankan “Ayam Guling Boorju” disektor bisnis pada saat pandemi COVID-19.
- 3. Dapat meningkatkan daya beli masyarakat terhadap “Ayam Guling Boorju” dengan menggunakan sistem digitalisasi agar dapat menarik perhatian masyarakat luas.

## **1.4 Mitra yang Terlibat**

- 1. Ketua RT.06 Lk.01, Kel. Sumberjo Bandar Lampung, Bapak Pujiono
- 2. UMKM “Ayam Guling Boorju”.

## BAB II PELAKSANAAN PROGRAM

### 2.1 Program-program yang Dilaksanakan

Kegiatan yang dilaksanakan pada UMKM Ayam guling boorju memiliki program kerja yang dapat dilihat pada tabel berikut:

No	Rencana	Tujuan	Keterangan
1.	<p><b>Pada tanggal</b> <b>12-09-2021 :</b></p> <p>Sosialisasai kepada pemilik UMKM bagaimana mengoptimalkan penjualan ayam guling melalui media sosial</p>	<p>Agar pemilik UMKM ayam guling boorju dapat mudah menjual ayam gulingnya ke jaringan masyarakat yang lebih luas menggunakan (digital bisnis yaitu media sosial)</p>	Terlaksana
2.	<p><b>Pada Tanggal</b> <b>14-09-2021:</b></p> <p>Pelatihan pemanfaatan media sosial dan Website</p>	<p>Agar pemilik UMKM bisa menggunakan media sosia dan Website sebagai salah satu sarana pemasaran</p>	Terlaksana

**Tabel 2.1.1 Program yang Dilaksanakan**

#### 2.1.2 Survey Kegiatan PKPM

Mencari tempat untuk kegiatan PKPM di daerah Tempat tinggal yang sesuai dengan tema yakni “Lampung Economic Recovery Melalui Optimalisasi Digital Smart Solution Darmajaya.

### **2.1.3 Permohonan surat izin**

Permohonan surat izin yang disampaikan kepada perangkat desa RT.06 LK.01 Kel.Sumberjo Bandar Lampung bertujuan untuk melaksanakan kegiatan PKPM yang di mulai dari tanggal 16 Agustus – 16 September 2021.



**Gambar 2.1 Meminta Izin Kepada ketua RT**

### **2.1.4 Pengabdian terhadap UMKM**

Kegiatan yang dilaksanakan pada salah satu UMKM yakni Ayam Guling Boorju dengan upaya pengoptimalan melalui sistem bisnis digitalisasi dan meningkatkan daya saing UMKM pada masa pandemic covid-19.

### **2.1.5 Inovasi pembuatan akun Media Sosial guna informasi UMKM**

Pembuatan Media Sosial guna informasi seputar UMKM Ayam Guling agar dapat dikenal secara meluas. Serta pembelian bisa dipesan melalui media sosial atau personal contact, didalam media sosial tersebut akan ada pemberitahuan seputar informasi mengenai Ayam Guling Borju ia akan mengadakan promo dengan delivery gratis ongkir untuk wilayah seputar Bandar Lampung, dan bisa COD (Cash On Delivery).

### **2.1.6 Pelepasan PKPM**

Salah satu hal yang harus dilaksanakan ketika sudah menyelesaikan kegiatan PKPM dan berpamitan kepada perangkat desa serta pihak UMKM dengan memberi ucapan terimakasih telah diizinkan melaksanakan kegiatan PKPM di daerah tersebut.

## 2.1 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

### 2.1.1 Pengoptimalan Akun Instagram dan Website Untuk Promosi UMKM

Dari kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan berhasil mengoptimalkan akun instagram dan Website untuk Ayam Guling Boorju". Tujuan pengoptimalkan instagram dan Website ini adalah sebagai sarana promosi, sehingga harapannya dengan adanya instagram dan Website ini market pasar dari Ayam Guling Boorju" menjadi lebih luas dan masyarakat lebih mudah untuk mengetahui produk ini, serta akses pembelian oleh konsumen jauh lebih mudah. Berikut tampilan dari Akun Instagram dan Website.

Pengoptimalkan Instagram yang saya kembangkan dengan cara membuat konten postingan yang menarik agar pemasaran produk ayam guling boorju menarik. Lalu saya juga memasukan fitur instagram yang lagi tren. Nama akun instagram : [@ayamgulingboorju](https://www.instagram.com/ayamgulingboorju).



**Gambar 2.2 Tampilan Akun Instagram Ayam Guling Boorju**

Pengoptimalkan Website yang saya kembangkan dengan cara melalui facebook ads yang terhubung dengan ig ads berupa iklan agar orang mengetahui sehingga mereka tertarik. Website terbuat dari pihak ketiga yang bernama tokotalk. Alamat Website Ayam guling boorju yaitu <https://ayamgulingboorju.id>.



**Gambar 2.3 Tampilan Website Ayam Guling Boorju**

Berdiskusi dengan tim marketing mengoptimalkan website dan instagram dengan cara membuat desain promo agar penjual meningkat.



**Gambar 2.4 Berdiskusi bersama tim marketing UMKM**

Merealisasikan pengoptimalkan website dengan tim marketing agar kalangan masyarakat mengunjungi website tersebut sebagai sarana penjual produk.



**Gambar 2.5 Pengoptimalan Website**

### **2.3 Dampak Kegiatan**

Dampak dari kegiatan ini bagi pihak UMKM salah satunya dapat megoptimalkan melalui sistem digitalisasi sehingga meningkatkan daya beli pelanggan melalui pemasaran di media sosial

## **BAB III**

### **PENUTUP**

#### **3.1 Kesimpulan**

Telah dilaksanakannya kegiatan sosialisasi dan pelatihan tentang pembuatan Digital Bisnis dan pemanfaatan penjualan melalui media sosial secara optimal sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan meningkatkan pelanggan pada UMKM Ayam Guling Boorju. Kegiatan ini membawa dampak pada UMKM dalam membantu UMKM Ayam Guling Boorju untuk meningkatkan penjualan Ayam Guling yang telah di posting melalui media sosial Instagram sebagai sarana promosi agar memperluas jangkauan lebih luas untuk membantu dalam peningkatan penjualan dan juga target pemasaran.

#### **3.2 Saran**

Setelah melaksanakan seluruh kegiatan PKPM IIB Darmajaya 2021, selanjutnya dapat memberikan masukan dan saran yang bertujuan untuk memberikan informasi demi kebaikan UMKM Ayam Guling Boorju di Kelurahan Sumberjo Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung yaitu:

1. Merekrut pegawai paruh waktu untuk fokus pada pengeolaan media sosial.
2. Perlu adanya peningkatan kesadaran masyarakat dalam melakukan pencegahan covid-19

#### **3.3 Rekomendasi**

Rekomendasi yang diajukan adalah agar Pemilik UMKM dan atau karyawan mengikuti pelatihan tentang pemasaran menggunakan media sosial untuk menambah keterampilan dalam mengelola media tersebut secara baik dan benar

## LAMPIRAN



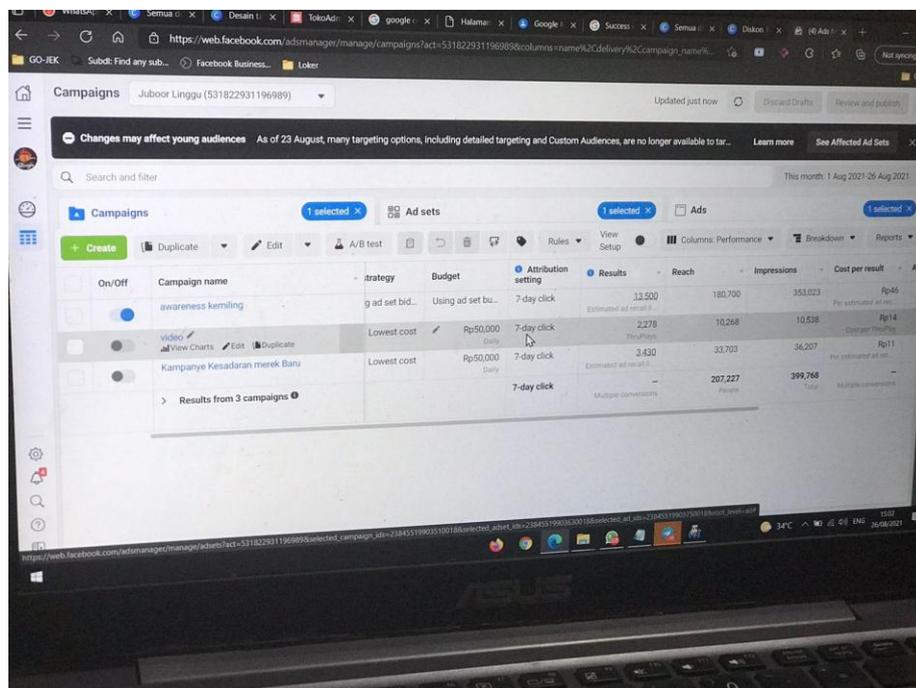
**Surat perizinan kepada pemilik umkm**



**Outlet Ayam Guling Boorju**



**Pembeli Di Outlet Ayam Guling Boorju**



**Contoh Facebook ADS Ayam Guling Boorju**



### Pelepasan PKPM Melalui Zoom Meeting

## DAFTAR PUSTAKA

<https://Pkpm.darmajaya.ac.id>

[https://lms.darmajaya.ac.id/pluginfile.php/126290/mod\\_resource/content/1/PANDU](https://lms.darmajaya.ac.id/pluginfile.php/126290/mod_resource/content/1/PANDU)

<http://www.guruberbahasa.com/2016/02/penulisan-judul-karangan-karya-ilmiah.html>  
[AN%20PKPM%20COVID-19%20FIXED.pdf](#).

<https://covid19.go.id>

<https://www.kemkes.go.id>