

BAB II
PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program yang Dilaksanakan

No.	Kegiatan	Deskripsi Kegiatan
1.	Survey Lokasi UMKM	Melakukan survey lapangan untuk mempelajari langsung rencana kerja yang akan dikerjakan.
2.	Inovasi Rasa, Rebranding, Kemasan.	Inovasi rasa, rebranding, dan perubahan kemasan adalah strategi yang dapat membantu meningkatkan daya saing produk atau merek. Dengan pendekatan yang tepat, perubahan ini dapat membantu mengembangkan merek dan produk yang lebih kuat dan menarik bagi pelanggan
3.	Proses pembuatan basreng dengan varian rasa baru	Pada kegiatan ini kami melakukan pembuatan basreng dengan varian rasa terbaru.
4.	Pembuatan Brand baru (Nama dan logo)	Membuat logo produk menjadi lebih menarik dan re-Branding nama usaha menjadi lebih sederhana namun menarik.
5.	Proses packing dengan dengan menggunakan logo dan kemasan baru	Melakukan pengemasan dengan menggunakan kemasan dan menggunakan logo re-Branding yang terbaru
6.	Proses pengenalan Simonik, Media Social dan E- Commerce	Memperkenalkan Simonik serta media digital pemasaran lain kepada pelaku usaha.
7.	Proses pengiklanan menggunakan Simonik, Media Social dan E- Commerce	Memberikan pelatihan dasar mengenai cara memasarkan produk dengan menggunakan Simonik serta Media Digital lain kepada pelaku usaha.

Tabel 1: Pelaksanaan Program

1.2 Waktu Kegiatan

1.2.1 Waktu Pelaksanaan Program Kegiatan

No.	Tanggal	Kegiatan
1.	04/08/2023	Survey lokasi UMKM
2.	11/08/2023	Proses pembuatan basreng dengan varian rasa baru
3.	12/08/2023	Pembuatan Brand baru (Nama dan logo)
4.	23/08/2023	Proses packing dengan menggunakan logo dan kemasan baru
5.	25/08/2023	Proses pengenalan Simonik, Media Social dan E-Commerce
6.	26/08/2023	Proses pengiklanan menggunakan Simonik, Media Social dan E-Commerce

Tabel 2: Waktu Pelaksanaan Program

1.2.2 Waktu Pelaksanaan PKPM

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan
1.	Rabu, 02 Agustus 2023	Pelepasan mahasiswa dan penerimaan dikantor kecamatan
2.	Kamis, 03 Agustus 2023	Konfirmasi kedatangan mahasiswa PKPM di kantor desa Wates Way Ratai dan membuat rencana program kerja
3.	Jum'at, 04 Agustus 2023	Kunjungan sekaligus mengenal profile UMKM yang ada di Desa Wates Way Ratai
4.	Sabtu, 05 Agustus 2023	Musyawahat kegiatan 17 Agustus bersama pemuda Dusun Umbul Rejo
5.	Minggu, 06 Agustus 2023	Belanja keperluan posko
6.	Senin, 07 Agustus 2023	Kunjungan ke tempat UMKM dan mencari tahu permasalahan yang dihadapi UMKM
7.	Selasa, 08 Agustus 2023	Evaluasi permasalahan-permasalahan UMKM yang bisa kami bantu
8.	Rabu, 09 Agustus 2023	Pemasangan bendera merah putih disetiap rumah warga bersama pemuda

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan
9.	Kamis, 10 Agustus 2023	Pembaharuan cat gapura Dusun Umbul Rejo
10.	Jum'at, 11 Agustus 2023	Rapat untuk kegiatan 17 Agustus bersama pemuda
11.	Sabtu, 12 Agustus 2023	Rapat pembagian panitia 17 Agustus bersama pemuda
12.	Minggu, 13 Agustus 2023	Membantu proses pembungkusan hadiah untuk lomba 17 Agustus
13.	Senin, 14 Agustus 2023	Pelaksanaan perlombaan anak-anak 17 Agustusan di Dusun Umbul Rejo
14.	Selasa, 15 Agustus 2023	Pelaksanaan perlombaan remaja 17 Agustusan di Dusun Umbul Rejo
15.	Rabu, 16 Agustus 2023	Pelaksanaan puncak perlombaan 17 Agustusan di Dusun Umbul Rejo
15.	Kamis, 17 Agustus 2023	Mengikuti pelaksanaan upacara bendera 17 Agustus di lapangan Kecamatan Way Ratai
16.	Jum'at, 18 Agustus 2023	Pelaksanaan pembagian hadiah lomba 17 Agustus di Dusun Umbul Rejo
17.	Sabtu, 19 Agustus 2023	Pelaksanaan acara ruat desa
18.	Minggu, 20 Agustus 2023	Belanja keperluan posko
19.	Senin, 21 Agustus 2023	Breafing UMKM bersama sekdes di kantor Desa
20.	Selasa, 22 Agustus 2023	Suvei UMKM Sumber Rejeki di Dusun Bumi Rejo
21.	Rabu, 23 Agustus 2023	Survei UMKM Selo Bites di Dusun Selo Rejo
22.	Kamis, 24 Agustus 2023	Pelaksanaan re-Branding UMKM Selo Bites
23.	Jum'at, 25 Agustus 2023	Pelaksanaan re-Branding UMKM Sumber Rejeki

Tabel 3: Waktu Pelaksanaan PKPM

1.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

1.3.1 Survey Lokasi UMKM

Pada tahap ini kami melakukan survey lokasi UMKM Basreng Selo untuk memahami lebih dalam mengenai usaha ini, termasuk pemahaman tentang model bisnis, tantangan yang mereka hadapi dan kebutuhan pemilik bisnis akan usahanya. Melalui pemahaman awal ini kami menemukan potensi-potensi yang dapat dikembangkan serta merancang solusi yang relevan untuk dapat diterapkan.



Gambar 1: Kegiatan Survei UMKM

1.3.2 Inovasi Rasa, Rebranding, Kemasan.

Inovasi rasa, rebranding, dan perubahan kemasan adalah strategi yang dapat membantu meningkatkan daya saing produk atau merek (Faqih, 2023). Dengan pendekatan yang tepat, perubahan ini dapat membantu mengembangkan merek dan produk yang lebih kuat dan menarik bagi pelanggan.

1. Inovasi varian rasa merupakan strategi yang penting dalam industri makanan dan minuman karena dapat membantu merek untuk tetap relevan, menarik konsumen baru, dan memperluas pangsa pasar mereka (Dwi, 2023). Penting untuk mengidentifikasi tren pasar dan selalu mendengarkan umpan balik pelanggan untuk mengembangkan varian rasa. Varian rasa pada Basreng dan produk lainnya pada UMKM ini sebelumnya hanya memiliki 2 varian yaitu Original dan Pedas, Inovasi rasa yang kami kembangkan pada UMKM ini adalah Varian rasa Pedas

Manis yang lebih cocok pada pasar anak-anak, serta menambahkan daun jeruk kering sebagai penambah warna serta aroma.

2. Rebranding nama dan logo pada UMKM ini kami lakukan dari yang sebelumnya bernama Basreng Selo dengan logo yang sangat sederhana menjadi SeloBites yang lebih menarik dan lebih menonjol apabila dipasarkan pada pasar online dan E-Commerce. Menurut StickEarn (2023) rebranding usaha pada UMKM dapat memiliki sejumlah manfaat yang signifikan antara lain :

- 1) Menarik Perhatian Kembali

Rebranding dapat membantu menarik perhatian kembali dari pelanggan yang mungkin telah bosan dengan produk atau layanan sebelumnya.

- 2) Diferensiasi dari Pesaing

Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, rebranding dapat membantu membedakan diri dari pesaing. Ini memberikan kesempatan untuk menonjol dengan cara yang lebih menarik bagi pelanggan.

- 3) Membuka Peluang Pasar Baru

Rebranding dapat membuka pintu ke pasar baru yang mungkin sebelumnya tidak dijangkau. Ini dapat mencakup peningkatan ke pasar global atau menargetkan segmen pasar yang berbeda.

- 4) Penyegaran Produk atau Layanan

Rebranding seringkali melibatkan penyegaran produk atau layanan. Ini dapat menciptakan minat baru dalam produk dan membantu meningkatkan penjualan.



Gambar 2: Kemasan Basreng sebelum Rebranding



Gambar 3: Kemasan Basreng setelah Rebranding

3. Perencanaan perubahan kemasan harus dipertimbangkan karena akan mempengaruhi bisnis secara keseluruhan, perubahan kemasan ini tentunya harus berbanding lurus dengan citra merek yang akan dikembangkan dan kebutuhan pelanggan nantinya (Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kulon Progo, 2020). Kemasan yang sebelumnya hanya berupa kemasan kecil dengan harga 500 rupiah dan hanya dipasarkan di sekitar desa Wates Way Ratai saja, dikembangkan menjadi kemasan yang lebih menarik dengan menggunakan pouch serta tersedia menjadi berbagai macam ukuran dan harga.

1.3.3 Proses Pembuatan dan Pengemasan Produk

Penting untuk memastikan bahwa seluruh proses pembuatan dan pengemasan produk UMKM dilakukan dengan ketelitian, keamanan, dan kualitas yang baik. Bahan baku dan kualitas bahan yang digunakan dalam pembuatan basreng ini menggunakan bahan bakso yang sudah dalam kemasan yang sudah terjamin kualitasnya. Proses produksi melibatkan beberapa tahap, seperti pemotongan bakso sesuai ukuran standar, penggorengan, serta pencampuran beberapa bahan tambahan untuk memperoleh rasa dan aroma. Pengujian kualitas fisik, rasa, keamanan produk sebelum pengemasan juga dilakukan agar hasil produk sesuai dengan citra merek yang dibangun.



Gambar 4: Proses Pengemasan Produk



Gambar 5: Proses Pemberian Merek



Gambar 6: Proses Produksi

1.3.4 Pengenalan Penjualan E-Commerce dan Media Social

Pengenalan media sosial kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah langkah penting dalam era digital saat ini. Media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk mempromosikan produk atau jasa, berinteraksi dengan pelanggan, dan meningkatkan visibilitas bisnis. Kami menggunakan Simonik, Instagram dan Shopee sebagai platform promosi, platform tersebut diharapkan menjadi strategi yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar nantinya.



Gambar 7: Pemasaran Digital

1.4 Dampak Kegiatan

Mengedukasi UMKM tentang pemasaran digital adalah kegiatan yang sangat positif dan strategis dalam mendukung pertumbuhan bisnis mereka, meningkatkan daya saing, dan memberikan kontribusi pada perkembangan ekonomi (Abdillah & Sholihah, 2023). Memberikan edukasi kepada UMKM Selobites untuk menggunakan pemasaran digital diharapkan memiliki dampak yang signifikan pada perkembangan bisnis mereka dan perekonomian secara keseluruhan. Beberapa dampak positif yang di harapkan terjadi atas edukasi yang diberikan kepada UMKM Selobites ini antara lain :

1. Meningkatkan Akses Pasar

Dengan pemasaran digital, UMKM dapat mencapai pasar yang lebih luas dan mencapai pelanggan potensial di berbagai wilayah, bahkan secara internasional.

2. Efisiensi Biaya

Pemasaran digital seringkali lebih terjangkau daripada metode pemasaran tradisional seperti iklan cetak. UMKM dapat menghemat biaya iklan dan promosi dengan menggunakan platform digital seperti media sosial, E-Commerce, email marketing, dan situs web.

3. Meningkatkan Kesadaran Merek

Melalui pemasaran digital yang efektif, UMKM dapat membangun kesadaran merek yang kuat di kalangan pelanggan. Ini membantu mereka menjadi lebih terlihat dan diingat dalam persaingan yang ketat.

4. Analisis Data Lebih Baik

Pemasaran digital memberikan akses kepada UMKM untuk memperoleh data pelanggan yang lebih baik. Mereka dapat menganalisis perilaku pelanggan, preferensi, dan tren yang sedang berlangsung untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka.

5. Kemampuan Targeting

Dengan pemasaran digital, UMKM dapat menargetkan audiens mereka secara lebih spesifik. Mereka dapat mengatur iklan mereka agar hanya ditampilkan kepada orang-orang yang memiliki minat atau karakteristik tertentu, sehingga meningkatkan keefektifitasan penjualan.

6. Interaksi dengan Pelanggan

Media lokal 9, E-Commerce bahkan email marketing memungkinkan UMKM untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan mereka. Ini membantu dalam membangun hubungan yang lebih kuat dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

7. Skalabilitas Bisnis

Pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk dengan mudah mengubah dan menyesuaikan strategi mereka sesuai dengan perubahan pasar atau kebutuhan pelanggan. Ini memungkinkan mereka untuk tumbuh dan berkembang secara lebih cepat.

8. Peningkatan Daya Saing

Dalam era digital, kehadiran online menjadi sangat penting. UMKM yang tidak memanfaatkan pemasaran digital dapat tertinggal oleh pesaing mereka yang telah mengadopsinya.

9. Pemberdayaan Ekonomi Lokal

Dengan meningkatkan keterampilan pemasaran digital di kalangan UMKM, ekonomi lokal dapat tumbuh lebih kuat. UMKM yang berhasil dapat menciptakan lapangan kerja tambahan dan memberikan kontribusi positif pada masyarakat sekitarnya.

10. Inovasi Bisnis

Pemasaran digital memacu UMKM untuk lebih inovatif dalam pendekatan pemasaran mereka. Mereka harus terus belajar dan mengikuti tren baru dalam pemasaran online agar dapat terus memahami pangsa pasar yang sedang berjalan.