

BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN

2.1 Program – Program yang Dilaksanakan

2.1.1 Peningkatan UMKM Tempe

Marketing atau pemasaran adalah hal yang sangat vital dalam sebuah aktivitas bisnis. Tanpa adanya bagian marketing, sebuah usaha tidak akan mendapatkan pelanggan yang artinya tidak ada pemasukan. Sehingga marketing dan bisnis adalah satu kesatuan yang sebenarnya tidak bisa dipisahkan. Marketing merupakan semua aktivitas yang bertujuan untuk mempromosikan suatu produk kepada target pasar tertentu., bentuk – bentuk marketing atau pemasaran umumnya berupa logo atau dengan media pemasaran lainnya. Oleh karena itu saya berinovasi membuat logo dan media pemasaran seperti media sosial untuk membantu UMKM Tempe Om Santo guna meningkatkan pendapatan serta membuat produk dikenal banyak oleh konsumen melalui Media sosial yang jangkauannya sangat luas dapat dijadikan sebagai media pemasaran untuk lebih memperkenalkan UMKM Tempe Om Santo agar lebih diketahui banyak orang, bisa berinteraksi dengan orang lain tanpa harus bertemu langsung dan masyarakat bisa melihat dan memesan Tempe Om Santo dengan melihat melalui media sosial.

2.1.2 Pembuatan Logo dan Media Pemasaran UMKM

Logo merupakan simbol pengingat produk bagi konsumen. Penggunaan sebuah logo pada produk akan membantu para konsumen untuk mengingat produk kita dengan mudah dan bisa menjadi pembeda dengan produk pesaing, tetapi banyak UMKM yang belum memiliki logo sebagai identitas atau simbol dari usaha miliknya. Selain itu juga penggunaan logo dapat membantu para pelaku usaha dalam memasarkan produk yang mereka jual, hal ini disebabkan karena dilihat dari kebiasaan konsumen yang cenderung lebih mudah untuk mengingat gambar atau bentuk dalam mengenali suatu produk. Logo juga dapat menjadi salah satu media promosi untuk memperkenalkan produk kepada konsumen agar para konsumen dapat tertarik untuk membeli produk yang dijual.

Pembuatan media pemasaran untuk UMKM sangatlah penting seperti adanya akun sosial media tentang UMKM karena masyarakat saat ini mayoritas mempunyai akun media sosial, mereka bisa menghabiskan sebagian besar waktunya di media sosial sehingga banyaknya aktivitas tentang produk yang kita jual melalui media sosial akan menghadirkan peluang besar untuk menjangkau para konsumen dimanapun mereka berada. Media pemasaran dengan menggunakan sosial media dapat meningkatkan visibilitas merek atau logo produk karena jika kita dapat memberikan profil logo yang menarik membuat masyarakat yang belum mengenal merek atau logo kita pun bisa mengenal dengan mudah sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat untuk melakukan pembelian produk.

2.1.3 Membangun Brand UMKM

Brand adalah identitas, logo, slogan dari usaha yang dimiliki seseorang baik online ataupun offline atau biasa kita sebut sebagai merek dagang dari bisnis. Sebuah bisnis sukses pasti memiliki brand yang mudah di ingat, gampang di ucapkan dan yang pasti tidak terlalu pancang ketika dibicarakan.

Istilah lain dari brand itu seperti berikut:

Identitas dari usaha baik online ataupun offline

Logo yang unik dan tidak dimiliki oleh brand bisnis lain

Slogan atau sebutan dari perusahaan

Merek dagang yang diperjual-belikan

Brand yang kami ciptakan di UMKM ini adalah brand dengan nama pemilik UMKM yaitu **TEMPE OM SANTO** (Tempe)) brand tersebut merupakan singkatan dari bisnis yang dijalankan dan nama pemilik agar mudah diingat oleh pelanggan.

2.2 Waktu Kegiatan

Kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat ini dimulai pada 02 Agustus 2023 dan berakhir pada 31 Agustus 2023. Berikut waktu dan kegiatan yang dilakukan:

28, Juli 2023	Survei Lokasi PKPM	Desa Trimulyo
02, Agustus 2023	-Pelepasan peserta PKPM -Penyerahan peserta PKPM	-Kampus IIB Darmajaya -Aula kecamatan Tegineneng
03, Agustus 2023	Menghadiri acara pengajian	Desa Trimulyo
04, Agustus 2023	Senam pagi bersama ibu-ibu PKK	Balai desa Trimulyo
05, Agustus 2023	Kunjungan ke rumah ketua karang taruna dan kepada Desa	Desa Trimulyo
06, Agustus 2023	Menghadiri acara Pengajian Akbar	Desa Trimulyo
07, Agustus 2023	-Menghadiri acara pembekalan ibu-ibu PKK -Rapat HUT RI Dusun Wonorejo	-Balai Desa Trimulyo -Dusun Wonorejo
08, Agustus 2023	Ikut serta dalam kegiatan lomba voli desa	Desa Trimulyo
09, Agustus 2023	Menghadiri Posyandu di dusun Ogan 2 Ogan 2	
10, Agustus 2023	Berkunjung ke UMKM Susu Kambing Etawa	Desa Trimulyo
11, Agustus 2023	Berkunjung ke UMKM Tempe	Desa Trimulyo
12, Agustus 2023	Membantu Karang Truna mempersiapkan Hut RI	Dusun Dusun Wonorejo
13, Agustus 2023	Membantu Karang Truna mempersiapkan Hut RI	Dusun Dusun Wonorejo
14, Agustus 2023	-Diskusi bersama Kadus dan Kades -Posyadu Dusun Wonorejo	-Balai Desa Trimulyo -Dusun Wonorejo
15, Agustus 2023	Lomba tumpeng ibu-ibu PKK	Balai Desa Trimulyo

16, Agustus 2023	Partisipasi kepanitiaan lomba HUT RI	Dusun Wonorejo
17, Agustus 2023	Upacara 17 di Kecamatan dan Desa Trimulyo	partisipasi kepanitiaan lomba HUT RI
18, Agustus 2023	Panitia Lomba HUT RI	Dusun Trimulyo
19, Agustus 2023	Panitia Malam Puncak HUT RI Desa	Dusun Desa
20, Agustus 2023	Panitia Malam Puncak HUT RI Dusun	Dusun Dusun
21, Agustus 2023	Sosialisasi Gemar Menabung Sejak SD N 10 Tegineneng	Dini
22, Agustus 2023	Sosialisasi Edukasi cara pembuatan SD N 10 Tegineneng	Ecoprint
23, Agustus 2023	Penyerahan Surat pengantar untuk SMP SMP 15 Pesawaran	
24, Agustus 2023	Sosialisasi UMKM Tempe	Desa Trimulyo
25, Agustus 2023	Evaluasi	Posko
26, Agustus 2023	Kumpul Bersama ibu-ibu Dusun	Dusun Wonorejo
27, Agustus 2023	Menghadiri acara pengajian di Dusun Dusun Wonorejo	Wonorejo
28, Agustus 2023	Perpisahan dan Memberi Cindramata SD N 10 Tegineneng	ke SD
29, Agustus 2023	Sosialisasi di SMP	SMP N 15 Peawaran
30, Agustus 2023	Perpisahan dengan karang taruna dan Desa Trimulyo	Desa
31, Agustus 2023	Penarikan Peserta PKPM	Aula Kecamatan Tegineneng

2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

Hasil kegiatan yang telah dilakukan selama Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Desa Trimulyo. Hasil kegiatan tersebut diantaranya :

2.3.1 Kunjungan ke UMKM

Selama PKPM agar berlangsung berjalan dengan baik dan menyerahkan surat izin pelaksanaan UMKM dan meminta bantuan dan support.



Gambar 1.1 Kunjungan kepada pemilik UMKM

2.3.2 Kunjungan ke UMKM Tempe Om Santo

Selama PKPM berlangsung saya ikut serta dalam proses pembuatan Tempe Om Santo dari tahap awal sampai dengan tahap akhir serta berinovasi membuat Tempe dan mengedukasi pemilik UMKM tentang penggunaan media sosial.



Gambar 1.2 Sosialisasi Sosial Media dan Marketing

2.3.3 Proses Pembuatan Tempe

Tahapan pembuatan tempe meliputi perendaman, penggilingan, pencucian, perebusan, pendinginan, penambahan ragi, pengemasan dan fermentasi. Pada masing- masing tahapan memiliki tujuan yang berbeda-beda. Setiap tahapan akan memicu proses fermentasi yang terjadi pada tempe kedelai dan tempe kacang merah.



Gambar 1.3 Proses Perendaman Kedelai



Gambar 1.4 Proses Pencucian Kedelai



Gambar 1.5 Proses Perebusan Kedelai



Gambar 1.6 Proses Penggilingan Kedelai



Gambar 1.7 Proses Penirisan dan Peragian Kedelai



Gambar 1.8 Proses Packaging Kedelai Menjadi Tempe

2.3.4 Logo Atau Merek Tempe Om Santo

Pembuatan logo atau merek Tempe bertujuan untuk memberikan hal yang beda kepada konsumen serta menjadi media promosi.



Logo Tempe Om Santo

2.3.5 Media Sosial UMKM

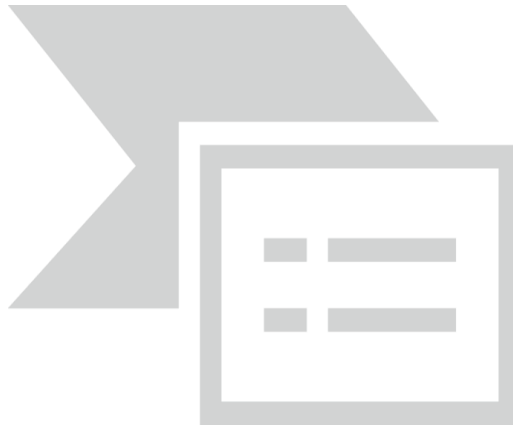
Pembuatan media sosial bertujuan untuk memasarkan Tempe Om Santo menjadi lebih luas dan dapat dijangkau lebih banyak orang dengan mengandalkan teknologi. Dengan media sosial juga dapat memperkenalkan produk hasil dari UMKM yang berada di desa Trimulyo.



Gambar 2.1 Sosial Media UMKM

2.3.6 Membantu mempersiapkan lomba Tumpeng antar Dusun

Kegiatan ini dilakukan untuk membantu ibu-ibu pkk desa Trimulyo dalam rangka memperingati hari kemerdekaan dengan lomba tumpeng antar dusun yang diselenggarakan oleh desa Trimulyo.



Gambar 2.2 Lomba Tumpeng Ibu-Ibu PKK

2.3.7 Kegiatan senam Jantung sehat

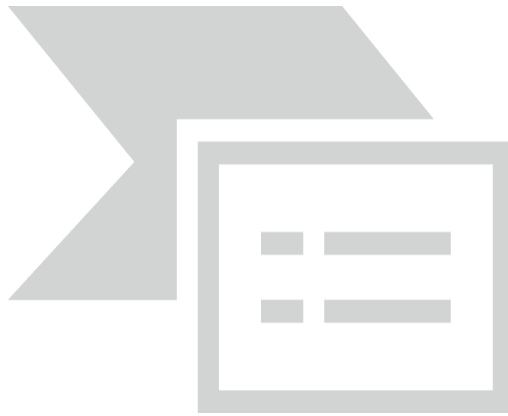
Kegiatan yang dilakukan yaitu kegiatan senam ibu-ibu. kegiatan desa yang dilakukan bertujuan untuk kesehatan jantung dengan melakukan senam.



Gambar 2.3 Senam Jantung Sehat

2.3.8 Kegiatan Posyandu

Kegiatan Posyandu dilakukan untuk mengetahui tumbuh kembang balita yang terdapat pada desa Trimulyo untuk mengetahui dan mencegah terjadinya stunting pada balita.



Gambar 2.4 Kegiatan Posyandu

2.3.9 Membantu Kegiatan Masyarakat

Kegiatan seperti membantu meringankan warga dalam mengerjakan suatu kegiatan seperti Memasang patok jalan dan berpartisipasi dalam kegiatan lomba 17 agustus.



Gambar 2.5 Membantu memasang patok jalan dan berpartisipasi kegiatan lomba

2.3.10 Sosialisasi Menabung Sejak Dini

Kebiasaan menabung sejak dini sangat baik diterapkan untuk membentuk karakter seorang anak karena mereka akan belajar mengerti bagaimana menggunakan uang dengan bijak untuk mempersiapkan masa depannya.



Gambar 2.6 Sosialisasi Menabung di SDN 10 Tegineneng

2.3.11 Edukasi Cara Pembuatan Ecoprint

Edukasi Ecoprint di SD membantu anak-anak untuk menjadi lebih kreatif, Tidak seperti batik tulis atau cap yang pada tahap tertentu menggunakan bahan kimia, ecoprint menggunakan unsur-unsur alami tanpa bahan sintetis atau kimia. Karena itulah batik ini sangat ramah lingkungan dan tidak menimbulkan pencemaran air, tanah atau udara.



Gambar 2.7 Edukasi Ecoprint di SDN 10 Tegineneng



Gambar 2.8 Memberikan cindramata dan ucapan terimakasih kepada SDN 10 Tegineneng

2.4 Dampak dari Kegiatan

2.4.1 Peningkatan Media Pemasaran

Setelah melakukan survei serta observasi selama kegiatan PKPM menghasilkan sebuah media pemasaran berupa media sosial instagram, sehingga dengan peningkatan media pemasaran yang lebih baik akan membuat penjualan dari tempe om Santo meningkat dikarenakan proses pemasarannya lebih luas jangkauannya ketika sebelum memanfaatkan teknologi seperti media sosial. Dengan adanya media sosial maka para konsumen dapat lebih mudah mengetahui informasi serta pemesanan dengan cepat.

2.4.2 Terciptanya Branding Pada UMKM

Konsumen tempe mengalami peningkatan sejak adanya media pemasaran yang lebih baik serta adanya logo yang menarik para konsumen untuk membeli tempe tersebut. Dampaknya cukup baik.