

BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program-Program yang Dilaksanakan

Program-program yang telah dilaksanakan pada kegiatan PKPM selama satu bulan, tanggal 30 Juli - 29 Agustus 2024 dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2.1 Program Kerja

Rencana Kegiatan	Tujuan
Pelatihan penggunaan media sosial untuk memasarkan produk pada UMKM Opak Singkong.	Pelatihan media sosial marketing ini memiliki bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM agar mereka dapat memanfaatkan media sosial secara efektif untuk mempromosikan bisnis mereka, menarik pelanggan baru, dan mengembangkan usaha mereka dengan lebih baik.
Pembuatan akun media sosial marketing sebagai wadah pemasaran produk pada UMKM Opak Singkong.	Bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital, di mana media sosial kini menjadi salah satu sarana paling efektif untuk mempromosikan produk, memperkuat kesadaran merek, dan menjangkau pasar yang lebih luas tanpa terhalang oleh batasan geografis.

<p>Sosialisasi Branding dan Inovasi produk pada pelaku UMKM di Desa Sungai Langka</p>	<p>Sosialisasi mengenai branding dan inovasi di Desa Sungai Langka bertujuan untuk memperkuat kesadaran serta pemahaman warga tentang pentingnya membangun identitas desa melalui strategi branding yang tepat, sekaligus mendorong terciptanya inovasi lokal yang dapat meningkatkan daya saing serta kesejahteraan masyarakat. Kegiatan ini berfungsi sebagai media edukasi mengenai cara-cara branding yang efektif</p>
---	--

2.2 Waktu Pelaksanaan

Pelaksanaan program kerja yang dilakukan sesuai jadwal kegiatan yang telah ditentukan dan disusun oleh penulis dalam menerapkan kegiatan program kerja. Adapun uraian kegiatan dan waktu pelaksanaan kegiatan sebagai berikut :

Tabel 2.3 Waktu Pelaksanaan

No	Hari/ Tanggal	Kegiatan
1	Kamis, 1 Agustus 2024	<ul style="list-style-type: none"> • Survey kelokasi UMKM Opak Singkong
2	Jumat, 2 Agustus 2024	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat materi tentang pelatihan media sosial
3	Sabtu, 3 Agustus 2024	<ul style="list-style-type: none"> • Penyampaian Materi Pelatihan Media Sosial • Mengumpulkan Data-Data Yang Diperlukan
4	Senin, 12 Agustus 2024	<ul style="list-style-type: none"> • Verifikasi pembuatan akun media sosial

		<ul style="list-style-type: none"> • Pengumpulan data yang diperlukan untuk pembuatan media sosial • Pembuatan akun media sosial (Instagram dan Tiktok)
5	Kamis, 15 Agustus 2024	<ul style="list-style-type: none"> • Sosialisasi Branding dan Inovasi pada pelaku UMKM di Desa Sungai Langka
6	Kamis, 22 Agustus 2024	<ul style="list-style-type: none"> • Penyerahan Akun Media Sosial

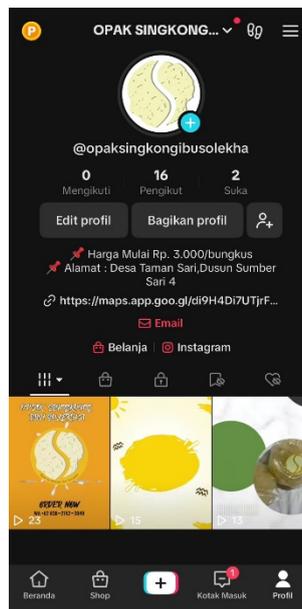
2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

Berdasarkan rencana program kerja PKPM yang telah dibuat dan dilaksanakan, berikut penulis uraikan hasil dari program kerja & dokumentasi dari kegiatan tersebut. Adapun hasil kegiatan dan dokumentasi sebagai berikut:

2.3.1 Membuat akun media sosial pada UMKM Opak Singkong Ibu Solekha

Pembuatan akun media sosial untuk UMKM Opak Singkong Ibu Solekha memiliki berbagai fungsi penting. Pertama, akun media sosial meningkatkan visibilitas dan kesadaran merek, memungkinkan produk mereka diperkenalkan kepada audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis. Selain itu, media sosial memfasilitasi pembangunan hubungan langsung dengan pelanggan, memungkinkan UMKM untuk menjawab pertanyaan, menanggapi umpan balik, dan menciptakan hubungan yang lebih personal. Akun media sosial juga berfungsi sebagai alat promosi dan pemasaran yang efektif, memudahkan UMKM untuk mengumumkan produk baru, penawaran khusus, dan diskon. Melalui media sosial, UMKM dapat mengarahkan trafik ke situs web atau platform e-commerce, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan produk. Selanjutnya, media sosial memungkinkan UMKM untuk mengumpulkan umpan balik dan insight

dari pelanggan, yang sangat berharga untuk perbaikan produk dan layanan. Akun media sosial juga berperan dalam pengembangan dan penguatan identitas merek, dengan konten yang konsisten dan visual yang menarik menciptakan citra merek yang kuat dan mudah dikenali. Selain itu, platform media sosial memungkinkan penargetan audiens yang lebih spesifik berdasarkan demografi, minat, dan perilaku, sehingga meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran. Terakhir, media sosial menyediakan metode pemasaran yang biaya efektif, memungkinkan UMKM untuk menjalankan kampanye iklan dengan anggaran lebih rendah namun tetap mendapatkan hasil yang signifikan. Dengan memanfaatkan akun media sosial secara optimal, UMKM Opak Singkong Ibu Solekha dapat memperkuat posisi mereka di pasar, meningkatkan daya tarik produk, dan meraih kesuksesan yang lebih besar dalam usaha mereka.



Gambar 2.1 Media Sosial Pada UMKM Opak Singkong.



Gambar 2.2 Dokumen Pemberian Akun Media Sosial.

2.3.2 Pelatihan media sosial marketing pada UMKM Opak Singkong Ibu Solekha

Pelatihan media sosial untuk UMKM seperti Opak Singkong Ibu Solekha memiliki berbagai manfaat penting. Pelatihan ini membantu meningkatkan visibilitas dan kesadaran merek, serta mempromosikan produk secara efektif melalui platform media sosial. Selain itu, pelatihan tersebut mengajarkan cara membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, menciptakan konten yang menarik, dan menganalisis kinerja kampanye. Dengan memahami algoritma media sosial dan strategi pemasaran yang tepat, UMKM dapat meningkatkan penjualan, mengelola reputasi secara profesional, dan memanfaatkan media sosial untuk mendukung pertumbuhan bisnis mereka.



Gambar : 2.3 Dokumen Pelatihan Media Sosial Marketing.

2.3.3 Sosialisasi Branding dan Inovasi pada pelaku UMKM di Desa Sungai Langka

Branding adalah proses menciptakan identitas yang kuat dan konsisten untuk membedakan produk atau bisnis dari pesaing di mata konsumen, sementara inovasi adalah upaya untuk menciptakan atau memperbaiki sesuatu guna memberikan nilai tambah dan keunggulan kompetitif bagi bisnis. Tujuan dari sosialisasi branding dan inovasi pada pelaku UMKM di Desa Sungai Langka adalah untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya branding dalam memperkuat identitas usaha, mendorong pengembangan inovasi produk dan layanan, meningkatkan daya saing, membangun citra positif di mata konsumen, serta memperluas pasar yang dapat dijangkau, termasuk melalui pasar digital.



Gambar : 2.4 Dokumen sosialisasi Branding dan Inovasi pada pelaku UMKM di Sungai Langka.

2.3 Dampak Kegiatan

Program pelatihan media sosial marketing untuk UMKM opak singkong memiliki berbagai dampak positif, seperti membantu meningkatkan penjualan dengan menjangkau konsumen lebih luas, baik secara lokal maupun global. Program ini juga dapat memperkuat brand awareness, membuat produk opak singkong lebih dikenal, serta memberikan efisiensi biaya pemasaran melalui penggunaan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok yang memiliki jangkauan luas dengan biaya relatif rendah. Selain itu, pelatihan ini meningkatkan keterampilan digital peserta, memberikan kemampuan untuk mengevaluasi efektivitas kampanye pemasaran, serta membantu UMKM dalam menjangkau pasar

dan demografi baru. Dengan strategi pemasaran yang lebih efektif, UMKM opak singkong dapat bersaing lebih baik, meningkatkan interaksi dengan konsumen, mengembangkan konten kreatif yang menarik, dan tetap mengikuti tren pasar terbaru. Dampak positif dari program ini akan mendorong kemajuan UMKM opak singkong dan memperkuat posisinya di pasar.