

BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program-Program Yang Dilaksanakan

Dari beberapa permasalahan UMKM yang penulis temukan, penulis menganalisa setiap permasalahan tersebut sehingga penulis dapat membuat rencana program kerja yang dapat menyesuaikan kondisi dan lingkungan UMKM berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan agar kegiatan ini dapat berjalan efektif dan efisien serta dapat memecahkan permasalahan tersebut. Adapun rencana program kerja yang penulis buat meliputi kegiatan dan uraiannya sebagai berikut :

2.1.1 Meningkatkan Followers Media Social UMKM Keripik Sari Rasa

Program ini dibuat oleh penulis untuk UMKM yang belum memiliki social media khusus untuk usaha atau social media UMKM yang belum berkembang. Dalam melaksanakan program ini penulis membutuhkan waktu 22 hari pelaksanaan, dari tanggal 1 Agustus sampai 22 Agustus, dengan beberapa strategi seperti kerja sama dengan kelompok PKPM dan pelaku UMKM dari desa lain yang memiliki akun social media untuk saling follow dan share.

2.1.2 Memperluas Jangkauan Pasar Bagi UMKM Keripik Sari Rasa

Dalam memperluas jangkauan pasar bagi UMKM keripik sari rasa penulis membuat program peningkatan followers media sosial, karena program ini sangat cocok untuk memperluas jangkauan pasar di era digitalisasi seperti sekarang. Waktu pengerjaannya dari tanggal 1 Agustus sampai 22 Agustus.

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. 1 Waktu Kegiatan

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan
1.	Kamis, 01 Agustus	Kunjungan UMKM Sari Rasa
2.	Senin, 05 Agustus	Pemaparan Materi Terkait Digitalisasi UMKM
3.	Kamis, 08 Agustus	Mengumpulkan Data Yang Diperlukan Untuk Membantu Meningkatkan Followers Pada Akun Sosial Media UMKM
4.	Kamis, 22 Agustus	Evaluasi Hasil Meningkatnya Followers Pada Akun Sosial Media UMKM dan Sudah Dapat Melakukan Live Tiktok Sehingga Mampu Memperluas Jangka Pasar Penjualan

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 Peningkatan Followers Akun Sosial Media UMKM Keripik Sari Rasa

UMKM Keripik Sari Rasa merupakan produsen keripik lokal yang sedang berkembang. Dengan potensi pasar yang luas dan kompetisi yang ketat, penting bagi UMKM ini untuk meningkatkan visibilitas dan daya tariknya di platform sosial media. Peningkatan jumlah followers di akun sosial media dianggap sebagai langkah strategis untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan brand awareness, dan mendorong penjualan produk.

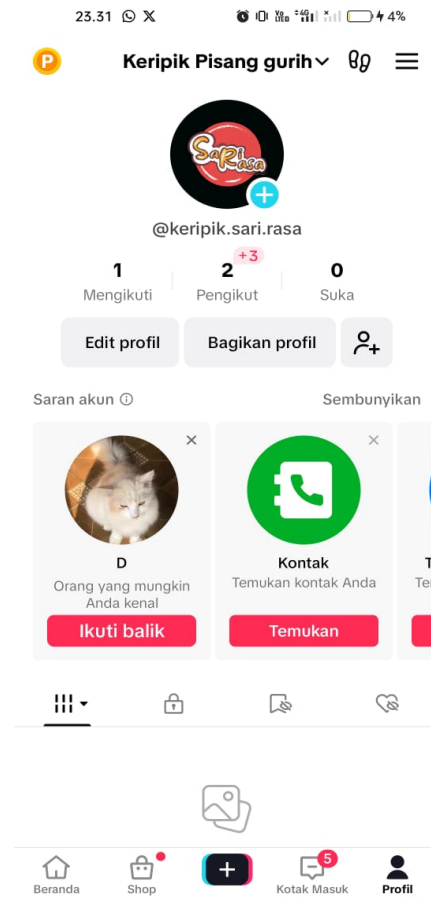
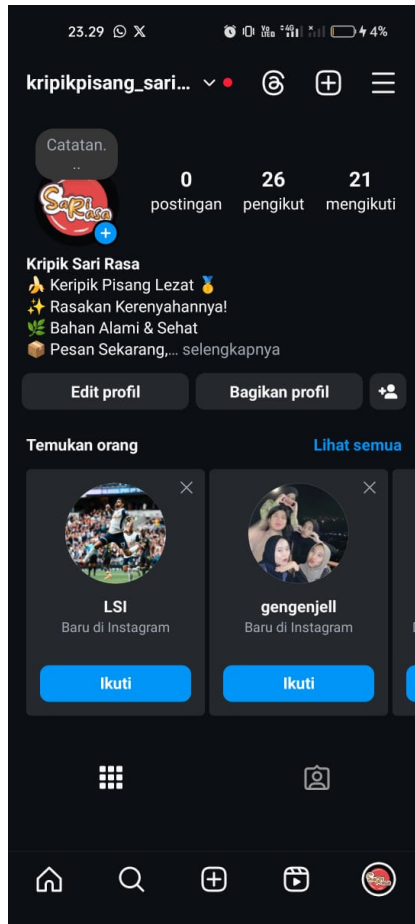
Dalam hal ini penulis membantu Ibu Ria meningkatkan followers sosial media yang telah dibuat diharapkan dapat membantu Krikpik Sari Rasa Lebih dikenal dan mampu meningkatkan jangkauan pangsa pasar yang Lebih luas, Dan juga karena telah meningkatnya followers akun social media Keripik Sari Rasa

membuat konsumen merasa yakin bahwa produk yang mereka pilih adalah produk berkualitas tinggi yang telah dikenal banyak orang.

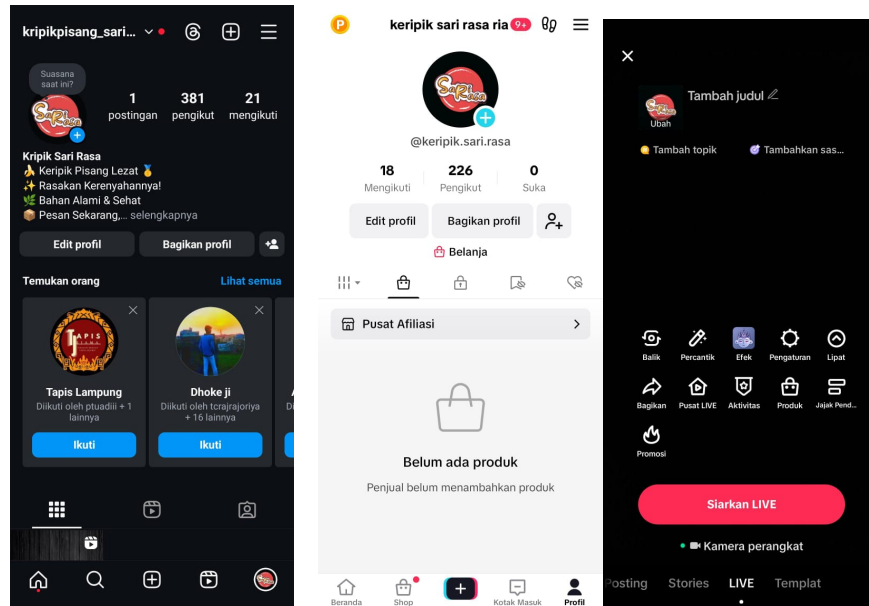


Gambar 2.1 Edukasi pentingnya peningkatan followers dan live tiktok dalam memperluas jangkauan pasar

Dengan tercapainya followers instagram sampai 300 lebih pengikut dan followers tiktok 200 lebih pengikut merupakan suatu keberhasilan bagi penulis untuk meningkatkan followers akun social media keripik sari rasa yang dibantu dengan berbagai cara seperti kerja sama dengan pihak UMKM dan dari teman teman kelompok lain untuk saling follow dan share di akun social media masing masing sehingga tercapainya followers yang cukup banyak untuk melakukan live tiktok sehingga dapat memperluas jangkauan pasar penjualan keripik sari rasa ibu ria



Gambar 2.2 Before meningkatnya followers



Gambar 2.3 After meningkatnya followers dan aktifnya fitur live tiktok



Gambar 2 4 Pelatihan menggunakan fitur live tiktok

2.3.2 Perluasan Jangkauan Pasar Melalui Social MediaUMKM Keripik Sari Rasa

UMKM Keripik Sari Rasa adalah sebuah usaha mikro yang memproduksi keripik dengan berbagai varian rasa, menawarkan produk yang lezat dan berkualitas tinggi. Namun, untuk dapat bersaing secara efektif di pasar, penting bagi UMKM ini untuk memiliki akun social media yang minimal memiliki 100 followes karena akan menambah kemungkinan jumlah calon konsumen. Kemudian karena telah meningkatnya followers UMKM keripik sari rasa sampai dengan 200 followers Lebih akun tiktok UMKM keripik sari rasa sudah dapat menggunakan fitur tiktok live. Fitur tiktok live ini masih baru dipraktikan jadi belum terukur seberapa banyak pemesanan dari penambahan followers karena waktu yang masih tergolong singkat..

2.4 Dampak Kegiatan

Dari program kerja yang dilaksanakan terdapat beberapa dampak positif yang diberikan penulis kepada pemilik usaha, yaitu :

- 1) Peningkatan Brand Awareness: Dengan lebih banyak followers, brand Sari Rasa menjadi lebih dikenal di kalangan masyarakat. Hal ini membantu meningkatkan kesadaran merek dan membuat produk lebih dikenal.
- 2) Meningkatkan Kredibilitas: Akun dengan banyak followers sering dianggap lebih kredibel dan terpercaya. Ini bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang baru pertama kali mendengar tentang produk tersebut.
- 3) Potensi Penjualan yang Lebih Tinggi: Dengan audiens yang lebih besar, ada peluang lebih besar untuk meningkatkan penjualan. Followers yang tertarik pada produk keripik bisa lebih cenderung untuk melakukan pembelian.
- 4) Kesempatan untuk Kampanye Pemasaran yang Lebih Efektif: Dengan basis pengikut yang besar, usaha dapat meluncurkan kampanye pemasaran yang lebih luas, seperti promosi, diskon, atau kolaborasi dengan influencer.
- 5) Kemampuan untuk Mengadakan Event dan Giveaways: Dengan banyak followers, usaha bisa lebih efektif dalam mengadakan event online, giveaway, atau kontes yang bisa menarik perhatian dan partisipasi lebih banyak orang.
- 6) Peluang Kolaborasi: Akun dengan banyak followers menarik perhatian brand lain dan influencer, membuka peluang untuk kolaborasi yang bisa menguntungkan kedua belah pihak.
- 7) Fitur Tiktok Live: Dengan aktifnya fitur tiktok live bisa membantu penjual melakukan interaksi langsung kepada penonton dan dapat melakukan pemasaran dengan mudah sebagai salah satu alternatif selain pembuatan konten.