

BAB II PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program- Program yang dilaksanakan

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

Tabel 1 Program yang dilaksanakan

No	Rencana	Tujuan
1	Sosialisasi kepada pemilik UMKM Pentingnya Sosial Media Sebagai Sarana Promosi	Agar pemilik UMKM Kopi Kang Slamet dapat mudah menjual dan mempromosikan produk kopi ke jaringan yang lebih luas
2	Pendampingan dan Pelatihan Sosial Media berupa Instagram, Tiktok dan Facebook	Sebagai media promosi Kopi Kang slamet guna memperluas jangkauan pasar
3	Mendesain Banner untuk UMKM Kopi Kang Slamet	Sebagai media visual untuk memperkenalkan produk kopi kang slamet dan untuk mearik pelanggan

Tabel 2.1 menunjukkan bahwa program kerja utama yang dilakukan memiliki 3 kegiatan yang meliputi usaha meningkatkan penjualan di UMKM Kopi Kang Slamet dalam bentuk Sosialisasi dan Pelatihan. Selain itu program juga ditujukan untuk membuat banner UMKM Kopi Kang Slamet sebagai media visual untuk memperkenalkan produk UMKM tersebut.

2.1.1 Pentingnya Sosial Media sebagai Sarana Promosi kepada pemilik

Pemasaran melalui sosial media yang paling penting ialah meningkatnya jumlah penjualan produk anda serta memudahkan anda dalam mencari konsumen dan memberikan info yang menarik bagi calon konsumen, dengan menggunakan media sosial untuk dapat menyampaikan informasi kepada konsumen tidak membutuhkan biaya dan tenaga, bahkan waktu yangdigunakan untuk menyampaikan sebuah informasi ke banyak orang sangatlah singkat. Media

promosi juga dapat menciptakan kesadaran merek (*brand awareness*), memengaruhi preferensi audiens, dan mendorong tindakan dari target audiens

2.1.2 Pendampingan Pembuatan Akun Sosial Media Untuk Pemasaran

Pemasaran produk Kopi Kang Slamet dipasarkan secara *online* dan *offline*, menggunakan media sosial Instagram, Tiktok, dan Facebook atau pembeli dapat langsung berkunjung ke alamat UMKM tersebut.

2.1.3 Pendampingan dan Pelatihan Mendesain Banner

Banner sebagai salah satu cara promosi untuk sebuah usaha yang berguna sebagai media visual untuk memperkenalkan produk.

2.2 Waktu Pelaksanaan

PKPM dilaksanakan pada tanggal 30 Juli 2024 – 29 Agustus 2024, Adapun detail kegiatan yang dilaksanakan adalah :

Tabel 2 Waktu Pelaksanaan

No	HARI/TANGGAL	KEGIATAN
1.	Sabtu, 10 Agustus 2024	Melakukan diskusi dengan pemilik UMKM Kopi Kang Slamet
2.	Senin, 12 Agustus 2024	Menyiapkan Materi Pentingnya Sosial Media
3.	Rabu, 14 Agustus 2024	Sosialisasi kepada pemilik UMKM Pentingnya Sosial Media Sebagai Sarana Promosi
4.	Rabu, 21 Agustus 2024	Pendampingan dan Pelatihan Pendaftaran Media Sosial

2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

Berikut adalah hasil kegiatan PKPM di Desa Sungai Langka, Kecamatan Gedong tataan, Kabupaten Pesawaran.

2.3.1 Kunjungan UMKM Kopi Kang Slamet

Melakukan kunjungan ke lokasi UMKM Kopi Kang Slamet dengan tujuan sebagai proses pengenalan kepada UMKM dan memahami kebutuhan UMKM

tersebut, sehingga dapat memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan untuk meningkatkan nilai penjualan dan kinerja usaha mereka.



Gambar 1 Kunjungan UMKM Kopi Kang Slamet

2.3.2 Membantu membuat dan Mempromosikan Produk melalui Sosial Media

Pemasaran merupakan salah satu dari seluruh kegiatan pokok yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam usahanya mengembangkan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Pemasaran bukan hanya sekedar menjual produk, tetapi juga memiliki aktivitas penting dalam menganalisis dan mengevaluasi segala kebutuhan dan keinginan para konsumen. Pemasaran banyak memiliki arti atau definisi yang berbeda – beda. Pemasaran berasal dari kata “pasar” yang merupakan sebagai tempat terjadinya proses transaksi jual beli.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, forum, dan sebagainya (Saragih dan Ramdhany, 2012). Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien.

Media sosial seperti facebook, instagram, tiktok, twitter, youtube dan sebagainya memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak, iklan TV, brosur dan selebaran.



Gambar 2 Membuat Media Sosial Instagram



Gambar 3 Membuat Media Sosial Tiktok



Gambar 4 Membuat Media Sosial Facebook

2.3.3 Pendampingan dan Pelatihan Mendesain Banner UMKM Kopi Kang Slamet Sebagai Media Visual

Banner adalah media promosi yang ditujukan kepada lebih dari satu orang atau kepada banyak atau non- personal. banner memiliki tujuan utama yaitu mempengaruhi khalayak atau audiens agar mau membeli suatu produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan melalui banner. Banner memiliki peran penting yaitu sebagai media visual untuk memperkenalkan produk atau layanan. Untuk menarik pelanggan banner yang baik berpengaruh terhadap minat pelanggan sehingga membutuhkan visualisasi yang menarik dan informatif.



Gambar 5 Pemasangan Banner UMKM Kopi Kang Slamet



Gambar 6 Membuat Banner Kopi Kang Slamet

2.4 Dampak Kegiatan

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan wujud dari pengabdian diri mahasiswa IIB Darmajaya kepada masyarakat untuk memberikan dampak positif agar kondisi masyarakat sasaran menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya. Kegiatan PKPM ini memiliki dampak positif bagi UMKM Kopi Kang Slamet

1. Memiliki Sosial Media (Instagram, Tiktok, dan Facebook) sebagai sarana promosi
2. Memiliki banner baru sebagai promosi visual guna menarik konsumen baru.