

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 :

Table 1. 1 Program kerja utama

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan
1.	Rabu, 31 Agustus	- Survey Lokasi PKPM - Pertemuan Dengan Aparatur Desa
2.	Kamis, 01 Agustus	- Kunjungan UMKM Keripik Sari Rasa
3.	Sabtu, 03 Agustus	- Persiapan Materi Terkait Digitalisasi UMKM
4.	Senin, 05 Agustus	- Penyampaian Materi Digitalisasi UMKM Terkait Kemasan dan Logo
5.	Rabu, 08 Agustus	- Observasi Terkait Kemasan dan Logo Keripik Sari Rasa
6.	Kamis, 09 Agustus	- Membuat Desain Kemasan Dan Logo
7.	Selasa, 13 Agustus	- Evaluasi Kinerja Progres Desain Yang Sudah Dikerjakan
8.	Rabu, 14 Agustus	- Melanjutkan Progres Desain Kemasan Dan Logo
9.	Kamis, 22 Agustus	- Evaluasi Kinerja Hasil Progres Desain Kemasan Dan Logo

2.2 Waktu Pelaksanaan

PKPM (Program Kreativitas Mahasiswa) adalah kegiatan kelompok yang terdiri dari beberapa mahasiswa yang bekerja sama untuk melaksanakan berbagai program pengabdian masyarakat. Dalam tabel program PKPM, semua kegiatan yang

direncanakan oleh setiap kelompok mahasiswa dicantumkan secara terperinci. Salah satu kegiatan tersebut adalah pemaparan materi terkait digitalisasi UMKM serta pembuatan desain kemasan dan logo.

Kegiatan ini dirancang secara detail untuk membantu UMKM, khususnya Keripik Sari Rasa, dalam meningkatkan daya saing melalui branding yang lebih kuat. Melalui pemaparan materi ini, mahasiswa memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang pentingnya digitalisasi, salah satunya pembuatan desain kemasan dan logo. Program ini meliputi penjelasan tentang langkah-langkah perancangan visual yang efektif, pemilihan elemen visual seperti warna, grafis, logo, dan tipografi, serta bagaimana memanfaatkan desain tersebut untuk meningkatkan promosi dan pemasaran produk di platform online maupun offline. Semua ini dilakukan sesuai dengan program pelaksanaan yang direncanakan dalam PKPM untuk membantu UMKM tumbuh dan bersaing di era digital. 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 :

Table 1. 2 Rincian waktu pelaksanaan

Hari/tanggal	Kegiatan/materi	Penanggung jawab
31 juli 2024	Survey lokasi PKPM	Seluruh anggota
	Pertemuan dengan aparaturnya desa	
01 agustus 2024	Kunjungan UMKM	Agung
	Perizinan akses web Desa	
05 Agustus 2024	Pemaparan materi terkait digitalisasi UMKM	Seluruh anggota
08 Agustus 2024	Mengumpulkan data yang diperlukan untuk penyusunan keuangan , digital marketing, branding dan inovasi.	
09 Agustus 2024	Membantu menghitung harga pokok produksi	Lutvia
13 agustus 2024	Gotong royong	Jerry, Agung, hendrik

15 Agustus 2024	Pemaparan materi terkait pentingnya Pendidikan serta branding dan inovasi Produk UMKM	Diah, jerry
17 Agustus 2024	Berpartisipasi dalam upacara kemerdekaan dan ikut andil menjadi juri perlombaan karnaval	Seluruh anggota
22 Agustus 2024	Evaluasi kinerja progres kegiatan yang sudah dikerjakan	
21 Agustus 2024	Sosialisasi terkait peran teknologi dan internet	Jerry
23 Agustus 2024	Senam bersama warga sumber sari dua	Seluruh anggota
1-25 agustus 2024	Melakukan proses integrasi data penduduk desa	Agung

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 Pembuatan Desain Logo Identitas UMKM Keripik Sari Rasa

Desain logo identitas UMKM Keripik Sari Rasa dibuat sebagai representasi visual dari nilai, karakter, dan visi usaha ini. Keripik Sari Rasa adalah sebuah UMKM yang bergerak di bidang produksi makanan ringan, khususnya keripik, yang menonjolkan cita rasa khas dan kualitas produk yang tinggi. Logo ini akan menjadi elemen penting dalam menciptakan identitas merek yang kuat dan mudah dikenali oleh konsumen, baik di pasar lokal maupun nasional.

Dalam hal ini penulis membantu Ibu Ria membuat Logo yang akan dibuat diharapkan dapat mencerminkan kesederhanaan, kelezatan, dan keunikan produk keripik yang dihasilkan oleh Keripik Sari Rasa, sehingga konsumen merasa yakin bahwa produk yang mereka pilih adalah produk berkualitas tinggi yang dibuat dengan bahan-bahan

terbaik. Desain logo ini akan digunakan dalam berbagai media, termasuk kemasan produk, media promosi, dan platform digital



Gambar 1. 2 Penyerahan desain kemasan dan logo

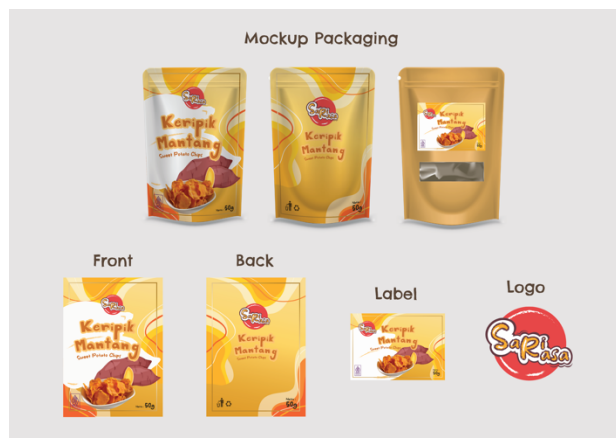
2.3.2 Pembuatan Desain Kemasan Menjadi Lebih Menarik Di UMKM Sari Rasa

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 desain kemasan yang menarik dan fungsional. Desain kemasan yang baik tidak hanya melindungi produk, tetapi juga memainkan peran penting dalam menarik perhatian konsumen dan membangun identitas merek.

Desain kemasan yang menarik untuk Keripik Sari Rasa harus mencerminkan kualitas dan karakter produk, seperti elemen, grafis, warna, dan typografi yang sesuai dengan standar desain kemasan produk. Sambil menonjolkan nilai jual unik yang membedakannya dari produk pesaing. Desain kemasan yang menarik dan profesional dapat meningkatkan daya tarik visual produk, memudahkan pengenalan merek, dan memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen.



Gambar 1. 3 penyerahan stiker dan logo



Gambar 1. 4 keseluruhan desain kemasan dan logo keripik sari rasa

2.4 Dampak Kegiatan

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

1. Dengan desain logo baru yang lebih menarik dan relevan, UMKM Keripik Sari Rasa berhasil meningkatkan kesadaran merek di kalangan konsumen. Logo yang baru memberikan identitas visual yang lebih kuat dan mudah diingat, sehingga memudahkan konsumen untuk mengenali produk.

2. Kemasan yang lebih profesional ini memberikan kesan kualitas yang lebih tinggi, yang pada gilirannya meningkatkan persepsi konsumen terhadap produk. Konsumen yang sebelumnya mungkin ragu untuk membeli karena kemasan yang kurang menarik, kini merasa lebih percaya diri dalam memilih produk Keripik Sari Rasa. Kemasan yang baik tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga membangun kepercayaan dengan memberikan informasi yang jelas tentang produk, seperti bahan-bahan yang digunakan, tanggal kedaluwarsa, dan manfaat produk.
3. Konsumen cenderung lebih loyal terhadap produk yang memiliki tampilan visual yang mereka sukai dan anggap berkualitas. Dengan kemasan dan logo yang menarik, Keripik Sari Rasa berhasil meningkatkan loyalitas pelanggan, yang kembali membeli produk secara berulang dan merekomendasikannya kepada orang lain.