

## BAB II PELAKSANAAN PROGRAM

### 2.1 Program-Program yang dilaksanakan

Selama melakukan kegiatan PKPM terdapat berbagai program kerja yang dilakukan di Desa Pejambon, Kecamatan Negeri Katon, Kabupaten Pesawaran. Program yang dilakukan ini berfokus pada membantu pengusaha golongan UMKM dalam Branding Produk dan media pemasaran online serta mengembangkan Teknologi Digital. Program kerja yang dilakukan dibagi menjadi 2 yaitu program kerja utama dan program kerja tambahan

Adapun program yang dilaksanakan adalah sebagai berikut :

#### A. Program Kerja Utama

Table 2.1 Kunjungan UMKM

NO	Rencana Kegiatan	Tujuan	Waktu	Keterangan
1	Kunjungan UMKM serta melihat proses pembuatan gula kelapa	Untuk mengetahui proses pembuatan gula kelapa dari awal hingga menjadi gula merah kelapa yang siap dipasarkan	1 Hari	Terlaksana



Gambar 2.1 Kunjungan UMKM

Sebelum melaksanakan program kerja PKPM di UMKM Gula Kelapa Tri Makmur, kami melakukan kunjungan terlebih dahulu guna mengetahui apa saja kegiatan yang dilakukan di UMKM Gula Kelapa Tri Makmur.

Tabel 2.2 Izin Kepada Pemilik UMKM Gula kelapa

NO	Rencana Kegiatan	Tujuan	Waktu	Keterangan
1	Izin dengan Pemilik UMKM Gula Kelapa Tri Makmur	Untuk mendapatkan izin oleh UMKM Gula Kelapa Tri Makmur untuk melaksanakan program kerja PKPM	1 Hari	Terlaksana



Gambar 2.2 Izin Kepada Pemilik UMKM gula kelapa

Sebelum melakukan kegiatan di UMKM tentunya harus meminta izin terlebih dahulu kepada pemilik UMKM. Dan karena itu kami meminta izin kepada Triyadi selaku pemilik UMKM Gula Kelapa Tri Makmur agar diberi izin serta di bimbing di UMKM miliknya selama menjalankan program kerja PKPM.

Tabel 2.3 Proses Pembuatan Gula Kelapa

NO	Rencana Kegiatan	Tujuan	Waktu	Keterangan
1	Proses pembuatan Gula Merah Kelapa DiUMKM Gula Kelapa Tri Makmur	Untuk mengetahui bagaimana proses pembuatan gula dari langkah awal hingga akhir	1 Hari	Terlaksana

No	Kegiatan	Gambar
1	Proses memasak gula kelapa hingga matang.	
2	Memasukan gula Kelapa ke dalam cetakan	

9	Mendinginkan gula kelapa yang sudah dicetak	
---	---	--



Gambar 2.3 Proses Pembuatan Gula Kelapa

Proses pembuatan gula kelapa dimulai dengan pengambilan air nira dari kelapa ayang berada di kebun Pak Triyadi. Setelah air nira di ambil, kemudian air nira dicampur dengan kapur sirih .Setelah itu, campuran air nira dan kapur sirih diproses untiuk dimasak.Setelah matang, cairan gula kelapa dicetak ke dalam cetakan, kemudian didinginkan, dan gula kelapa selesai diproduksi dan siap dipasarkan.

Tabel 2.4 Pembuatan dan Penyerahan Banner

NO	Rencana Kegiatan	Tujuan	Waktu	Keterangan
1	Pembuatan Banner Gula Kelapa Tri Makmur	Banner membantu UMKM memperkenalkan brand kepada khalayak yang lebih luas. Dengan desain yang menarik dan informasi yang jelas, banner bisa membuat orang lebih mengenal dan mengingat brand tersebut.	1 Hari	Terlaksana



Gambar 2.4 Penyerahan Banner

Banner adalah media visual berupa gambar, teks, atau kombinasi keduanya yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mempromosikan produk atau layanan, atau menarik perhatian audiens. Banner biasanya dipasang di tempat-tempat strategis seperti jalan raya, toko, acara pameran, atau di situs web. Banner membantu meningkatkan kesadaran publik terhadap suatu produk, layanan, atau brand dengan menarik perhatian orang yang melihatnya. Banner juga sering digunakan untuk mempromosikan penawaran khusus, diskon, acara, atau peluncuran

produk baru, Serta dapat digunakan untuk memberikan informasi penting seperti alamat, kontak, jam operasional, atau pesan penting lainnya. Dengan desain yang konsisten dan menarik, banner dapat membantu memperkuat identitas brand dan meningkatkan pengenalan merek oleh publik.

Tabel 2.5 Pembuatan Logo UMKM TriMakmur

NO	Rencana Kegiatan	Tujuan	Waktu	Keterangan
1	Pembuatan LOGO Gula Kelapa Tri Makmur	Logo berfungsi sebagai simbol visual yang merepresentasikan identitas UMKM, membantu menciptakan citra yang unik dan khas. dan dapat meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas di mata konsumen.	1 Hari	Terlaksana



Gambar 2.5 Logo TriMakmur Yang dipasang pd Profil IG

Logo adalah simbol atau desain grafis yang mewakili identitas sebuah perusahaan, produk, atau layanan. Logo biasanya terdiri dari teks, gambar, atau kombinasi keduanya yang dirancang untuk mencerminkan visi, misi, dan nilai-nilai dari entitas yang

diwakilinya. Dalam konteks UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), logo memiliki peran yang sangat penting sebagai bagian dari strategi branding dan pemasaran.

Tujuan utama desain produk adalah untuk menciptakan ketertarikan konsumen terhadap produk. Adapun yang harus dipertimbangkan seperti desain yang menarik konsumen, lalu merancang produk agar sesuai dengan keinginan dan ketertarikan dengan baik untuk konsumen. Desain produk juga memastikan penampilan yang lebih cantik, sehingga dapat menggandakan atau bahkan melipatgandakan harga produk dan bisa meningkatkan profit UMKM.

## B. Program Kerja Tambahan

Tabel 2. 6 Pelaksanaan Rumah Belajar

No	Rencana Kegiatan	Tujuan	Waktu	Keterangan
1	Mengadakan Rumah belajar	Agar anak-anak di desa Pejambon dapat belajar dan meningkatkan pengetahuan mereka.	7 hari	Terlaksana

Gambar 2. 6 Pelaksanaan Rumah Belajar



Kegiatan rumah belajar ini bertujuan untuk membantu anak-anak desa Pejambon belajar dan memahami pelajaran-pelajaran mereka yang dipelajari di sekolah mereka.

Tabel 2. 7 Pembuatan Video Profil Desa

No	Rencana Kegiatan	Tujuan	Waktu	Keterangan
1	Membuat video profil desa	Agar desa Pejambon bisa membranding desa mereka dan menampilkan potensi desa mereka.	5 hari	Terlaksana



Gambar 2. 7 Pembuatan video profil

Kegiatan pembuatan video profil bertujuan agar desa bisa membranding desa mereka dengan hal-hal positif dan menampilkan potensi yang dimiliki oleh mereka

Tabel 2. 8 Sosialisasi Bahaya Merokok di SDN 17 Pejambon

No	Rencana Kegiatan	Tujuan	Waktu	Keterangan
1	Sosialisasi bahaya Merokok	Menambah wawasan para siswa akan bahaya dari Merokok	1 hari	Terlaksana



Gambar 2. 8 Sosialisasi Bahaya Merokok

Sosialisasi kepada siswa siswi yang ada di SDN 17 Pejambon, tepatnya di kelas 6. Disini kami memberikan materi bahaya Merokok agar siswa siswi Menyadari bahaya yang akan timbulkan akibat dari merokok

## 2.2 Waktu Kegiatan

Tabel 2. 9 Waktu Kegiatan PKPM

No.	HARI/TANGGAL	KEGIATAN
1	Rabu, 31 Juli 2024	Melakukan kunjungan ke rumah kepala dusun 1,2, dan 5
2	Kamis, 1 Agustus 2024	Melakukan kunjungan ke rumah kepala dusun 4, dan kunjungan ke UMKM kerpik singkong Mak Inah
3	Jumat, 2 Agustus 2024	Silaturahmi ke rumah ketua karang taruna Desa Pejambon. Dan Senam sore bersama ibu- ibu dusun 3
4	Sabtu, 3 Agustus 2024	Melakukan panen bersama di kebun jeruk bu iis, dan pemetaan wilayah desa pejambon.
5	Minggu, 4 Agustus 2024	Melakukan senam sore bersama ibu-ibu dusun 3
6	Senin, 5 Agustus 2024	Sosialisasi tentang Bahaya Bullying kepada kelas 6 SDN 17 Pejambon
7	Selasa, 6 Agustus 2024	Sosialisasi tentang Bahaya Merokok dan Manajemen Waktu kepada kelas 5 SDN 17 Pejambon
8	Rabu, 7 Agustus 2024	Pembuatan OSS untukl UMKM tahu tempe Pak Royani
9	Kamis, 8 Agustus 2024	Kunjungan UMKM mangleng Mbah Sungkem dan Mengadakan Rumah Belajar untuk anak SD
10	Jumat, 9 Agustus 2024	Menghadiri pertandingan sepak bola dan latihan bela diri pencak silat Pagar Nusa
11	Sabtu, 10 Agustus 2024	Melakukan Input data
12	Minggu, 11 Agustus 2024	Melakukan senam rutin bersama ibu-ibu dusun 3
13	Senin, 12 Agustus 2024	Menentukan input data penduduk dusun 1 RY 1 Desa Pejambon
14	Selasa, 13 Agustus 2024	Kunjungan ke UMKM Gula Kelapa Tri Makmur
15	Rabu, 14 Agustus 2024	Kunjungan DPL ke Balai Desa Pejambon

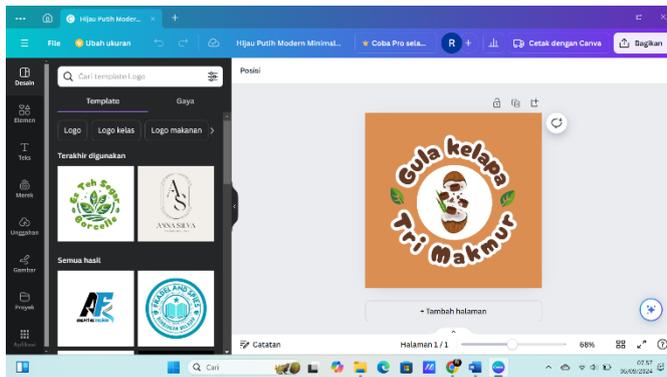
16	Kamis, 15 Agustus 2024	Menghadiri Pengukuhan Paskibra Kecamatan Negeri Katon
17	Jumat, 16 Agustus 2024	Melakukan persiapan upacara 17 Agustus 2024
18	Sabtu, 17 Agustus 2024	Mengikuti Upacara Kemerdekaan RI dan menjadi panitia lomba 17 an Desa Pejambon
19	Minggu, 18 Agustus 2024	Menjadi panitia jalan sehat tingkat Kecamatan di Desa Pejambon
20	Senin, 19 Agustus 2024	Melanjutkan Input data
21	Selasa, 20 Agustus 2024	Melanjutkan input data
22	Rabu, 21 Agustus 2024	Mengadakan rumah belajar bersama anak-anak, penyerahan buku kas sekaligus pelatihan pembuatan laporan keuangan sederhana kepada UMKM gula kelapa Tri Makmur.
23	Kamis, 22 Agustus 2024	Melakukan syuting pembuatan video profil desa dan sosialisasi gemar menabung.
24	Jumat, 23 Agustus 2024	Melakukan syuting pembuatan profil desa hari ke 2 dan senam rutin bersama ibu-ibu dusun 3
25	Sabtu, 24 Agustus 2024	Menghadiri perlombaan 17 an di dusun 3
26	Minggu, 25 Agustus 2024	Mengikuti jalan sehat bersama warga dusun 3, Penyerahan Banner kepada UMKM tahu dan tempe Pak Royani dan pembuatan digital marketing.
27	Senin, 26 Agustus 2024	Melakukan syuting video dokumenter PKPM desa Pejambon, Penyerahan buku kas kepada UMKM tahu tempe bapak Royani, dan penyerahan banner kepada UMKM Gula Kelapa Tri Makmur
28	Selasa, 27 Agustus 2024	Melanjutkan syuting video dokumenter dan mengadakan rumah belajar yang terakhir.
29	Rabu, 28 Agustus 2024	Persiapan acara perpisahan sekaligus perpisahan bersama warga desa Pejambon dan aparat desa.

30	Kamis, 29 Agustus 2024	Perpisahan di kantor desa dan kecamatan serta perjalanan pulang ke Bandar Lampung
----	------------------------	---

## 2.3 Hasil Kegiatan Dan Pembahasan

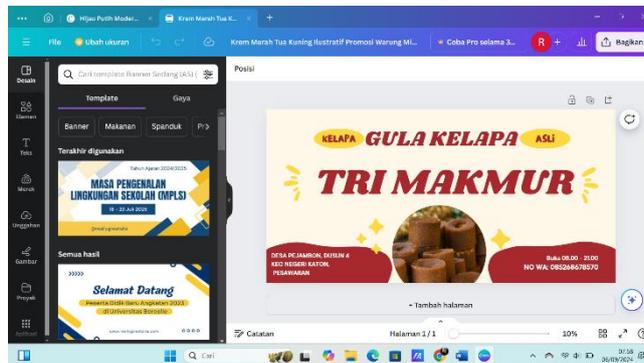
### 2.3.1 Hasil Kegiatan

#### a. Merancang Logo yang Merepresentasikan Identitas dan Keunikan



Logo yang sederhana, mudah diingat, dan mencerminkan identitas lokal dengan elemen seperti gambar kelapa atau warna coklat alami, akan memperkuat citra unik UMKM. Ini membantu konsumen mengenali produk dengan lebih baik dan menciptakan identitas visual yang kuat.

#### b. Penggunaan Logo dan Banner untuk Meningkatkan Branding dan Daya Saing



Logo dan banner yang konsisten meningkatkan pengenalan merek dan kepercayaan konsumen di pasar lokal dan digital. Banner yang menarik secara visual dapat menarik perhatian di media sosial maupun offline, sehingga membantu UMKM bersaing lebih baik di pasar yang padat.

- c. **Mencerminkan Kualitas dan Keaslian Produk Melalui Logo dan Banner**  
Desain logo dan banner yang menggunakan elemen visual produk dan teks seperti “gula kelapa asli” akan menunjukkan keaslian dan kualitas produk. Konsistensi desain dengan citra alami dan elegan menambah kredibilitas produk di mata konsumen.



- d. **penggunaan logo dan banner yang tepat meningkatkan daya tarik visual baik di pemasaran offline maupun online.**



Desain yang menarik dapat meningkatkan minat konsumen hingga 80%, baik di pameran lokal maupun platform digital, sehingga memperbesar peluang penjualan.hingga 80%. Oleh karena itu, kualitas dan desain logo serta banner sangat berpengaruh dalam menciptakan first impression yang baik.

## **2.4 Dampak Kegiatan**

Dampak yang didapat dari kegiatan yang dikerjakan selama PKPM didesa pejambon yaitu:

### **2.4.1 Pembuatan banner UMKM Gula Kelapa**

Pembuatan banner oleh UMKM Gula Kelapa Tri Makmur telah memberikan dampak positif yang signifikan. Banner yang dirancang dengan tampilan menarik dan informatif ini berhasil meningkatkan visibilitas produk di pasar, menjadikan Gula Kelapa Tri Makmur lebih dikenal oleh masyarakat luas. Dampaknya, terjadi peningkatan penjualan seiring dengan bertambahnya pelanggan baru yang tertarik pada produk tersebut.

Selain itu, banner ini juga memperkuat identitas merek, meningkatkan kesadaran konsumen terhadap Gula Kelapa Tri Makmur. Banner ini tidak hanya mendukung kegiatan pemasaran, tetapi juga meningkatkan citra positif UMKM sebagai penyedia gula kelapa berkualitas tinggi dan terpercaya. Hasilnya, Gula Kelapa Tri Makmur berhasil menegaskan posisinya di pasar dan memperluas jangkauan usahanya.

### **2.4.2 Pembuatan logo UMKM Gula Kelapa**

Pembuatan logo untuk Gula Kelapa Tri Makmur telah memberikan dampak yang signifikan dalam memperkuat identitas dan meningkatkan daya saing UMKM ini di pasar. Logo yang dirancang dengan unik dan bermakna memudahkan konsumen mengenali dan mengingat produk, sehingga meningkatkan pengenalan merek. Selain itu, logo ini juga menciptakan citra profesional dan terpercaya, yang membantu membangun kepercayaan pelanggan.

Dengan identitas visual yang kuat, Gula Kelapa Tri Makmur mampu menonjol di antara pesaingnya, menarik perhatian lebih banyak pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar. Penggunaan logo secara konsisten di berbagai materi pemasaran juga meningkatkan efektivitas kampanye promosi, membuat pesan brand lebih mudah diterima oleh konsumen. Secara keseluruhan, logo ini menjadi elemen kunci dalam mendukung pertumbuhan dan keberhasilan Gula Kelapa Tri Makmur di pasar yang semakin kompetitif.