

BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program yang Dilaksanakan

Dalam melakukan kegiatan PKPM, terdapat berbagai program kerja yang dilakukan di Kelurahan Purwosari, Kecamatan Metro Utara, Kota Metro. Program yang dilakukan ini berfokus pada membantu para pelaku UMKM dalam pengoptimalisasian merek serta pemasaran melalui teknologi dan desain kreatif dengan tujuan untuk mengembangkan UMKM serta meningkatkan daya saing UMKM. Adapun program yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

2.1.1 Program Utama

- a. Mengedukasi pentingnya *digital marketing* dan *branding* pada UMKM Seblak 3 Tete di era teknologi. *Branding* adalah kegiatan pemasaran yang bertujuan membangun identitas sebuah merek dengan cakupan yang sangat luas, meliputi nama dagang, logo, karakter, dan persepsi konsumen akan *brand* tersebut (Susanti *et al.*, 2023). *Digital Marketing* adalah suatu kegiatan promosi produk berupa barang/jasa menggunakan jejaring sosial sehingga memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran (Putri *et al.*, 2023). Kegiatan ini dilakukan karena pelaku UMKM belum memahami pentingnya *digital marketing* dan *branding* pada era digitalisasi. Kegiatan ini dilakukan pada 22 Agustus 2024 yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya *branding* dan *digital marketing* di era digitalisasi.
- b. Memberikan inovasi melalui teknologi dan desain kreatif pada UMKM Seblak 3 Tete dan Cireng PMJ. Kegiatan ini dilakukan karena UMKM belum memiliki desain kreatif untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Kegiatan ini dilakukan pada 20 dan 23 Agustus 2024 yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik konsumen melalui teknologi dan desain kreatif pada UMKM di Kelurahan Purwosari.

2.1.2 Program Bantu

- a. Melaksanakan kegiatan gotong royong di Kelurahan Purwosari.
- b. Senam lansia bersama Lembaga Lanjut Usia Indonesia (LLI).
- c. Mendekorasi kantor Kelurahan Purwosari dalam rangka HUT RI ke-79.
- d. Pembagian Beras Cadangan Pangan Pemerintah (CPP).
- e. Membantu acara jalan sehat Purwosari dan Metro Sport Tourism.

2.2 Waktu Kegiatan

Waktu kegiatan pelaksanaan PKPM dimulai sejak 30 Juli 2024 sampai 29 Agustus 2024. Adapun waktu kegiatan program kerja utama dan program kerja bantu sebagai berikut:

Tabel 2.1 Waktu Kegiatan Program Utama

No	Nama Program	Waktu	Tujuan
1	Edukasi branding dan digital marketing Pada UMKM	22 Agustus 2024	Meningkatkan kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya <i>branding</i> dan <i>digital marketing</i> di era digitalisasi.
2	Inovasi desain kreatif	20 Agustus 2024 23 Agustus 2024	Meningkatkan daya tarik konsumen melalui teknologi dan desain kreatif pada UMKM di Kelurahan Purwosari.

Tabel 2.2 Waktu Kegiatan Program Bantu

No	Nama Program	Waktu	Tujuan
1	Jumat bersih	02 Agustus 2024	Membersihkan lingkungan serta menumbuhkan rasa kebersamaan dan kekeluargaan.
2	Senam rutin LLI	03 Agustus 2024 06 Agustus 2024	Menjaga kesehatan tubuh dan bersosialisasi dengan masyarakat.
3	Kelurahan meriah	08 Agustus 2024 10 Agustus 2024	Memeriahkan HUT RI yang ke-79.
4	Pembagian beras CPP	13 Agustus 2024	Membantu pihak kelurahan dalam pembagian beras CPP
5	Jalan Sehat Purwosari dan Metro Sport Tourism	25 Agustus 2024	Membantu acara yang diselenggarakan pihak kelurahan serta DISPORA Kota Metro.

2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

Berikut adalah hasil kegiatan dan dokumentasi PKPM di Kelurahan Purwosari, Kecamatan Metro Utara, Kota metro:

2.3.1 Mengedukasi Pentingnya *Digital Marketing* dan *Branding* Pada UMKM Seblak 3 Tete di Era Digitalisasi

Perkembangan teknologi membuat segala kegiatan menjadi lebih mudah dan cepat. Hal ini berlaku juga pada perkembangan UMKM. Kegiatan yang telah dilaksanakan diharapkan memberikan pemahaman bagi pelaku UMKM Seblak 3 Tete dalam meningkatkan *branding* dan *digital marketing* di era digitalisasi.

Kegiatan edukasi mengenai pentingnya *branding* dan *digital marketing* dilakukan agar pelaku UMKM dapat lebih memperhatikan serta meningkatkan *skill* dan kreatifitas yang dimiliki dalam memanfaatkan teknologi. Dengan pemahaman mengenai *digital marketing*, maka pelaku UMKM diharapkan dapat memasarkan usahanya dengan lebih mudah dan luas.

Branding dapat menjadi pembeda atau ciri khas dari produk UMKM dengan produk kompetitor. *Branding* yang kuat akan memperluas pangsa pasar serta membuka peluang untuk menetapkan harga jual yang cukup tinggi. Sebelum dilakukannya kegiatan, pelaku UMKM belum menyadari betapa pentingnya *branding* dan *digital marketing* di era digitalisasi. Namun, setelah kegiatan dilakukan, pelaku UMKM lebih peduli terhadap identitas serta kegiatan pemasaran dalam usahanya.



Gambar 2.1 Mengedukasi pentingnya digital marketing dan branding

2.3.2 Hasil Inovasi Desain Logo, Stiker, *Flyer*, Label Harga, Daftar

Menu dan *Reels* Pada UMKM Seblak 3 Tete dan Cireng PMJ

Kegiatan ini dilakukan sebagai bentuk dukungan kepada UMKM. Sebelumnya, UMKM Seblak 3 Tete belum memiliki logo, stiker, dan *flyer*. Daftar menu dan label pada UMKM Seblak 3 Tete perlu inovasi agar identitas UMKM dapat lebih terlihat.

Sehubungan dengan permasalahan yang ada, solusi yang dapat saya lakukan yaitu meningkatkan *branding* dan memberikan inovasi pada UMKM. Pemanfaatan teknologi dan desain kreatif pada inovasi desain untuk mengembangkan UMKM dilakukan agar UMKM memiliki identitas serta pasar yang lebih luas dan dapat bersaing dengan UMKM lainnya. Kegiatan ini dilakukan sebagai upaya dalam peningkatan daya tarik konsumen.

Inovasi logo yang diberikan untuk UMKM Seblak 3 tete dirancang untuk memudahkan pengenalan merek dengan desain yang kuat dan mudah diingat oleh pelanggan. Logo UMKM Seblak 3 Tete dirancang dengan elemen yang mencerminkan karakter dan identitas merek. Logo ini menampilkan gambar ilustrasi seblak yang menggugah selera dan dikelilingi oleh elemen api yang berkesan pedas. Warna hitam yang dominan dipadu dengan merah tua menggambarkan kehangatan dan cita rasa pedas yang menjadi ciri khas pada seblak. Ilustrasi tiga perempuan saling berpelukan melambangkan kasih sayang yang begitu kuat antara *owner* dan dua saudaranya. *Font* yang berada dibawah ilustrasi seblak merupakan nama dari UMKM.

Tidak hanya logo, inovasi stiker, *flyer* dan daftar menu pada UMKM Seblak 3 Tete juga memiliki makna. Logo UMKM berfungsi sebagai identitas dari UMKM itu sendiri. Alamat dan media sosial yang tertera untuk memudahkan konsumen dalam pembelian, baik secara *online* maupun *offline*.



Gambar 2.2 Inovasi logo



Gambar 2.3 Inovasi stiker



Gambar 2.4 Inovasi label



Gambar 2.5 Inovasi label



Gambar 2.6 Inovasi label



Gambar 2.7 Inovasi label



Gambar 2.8 Inovasi label

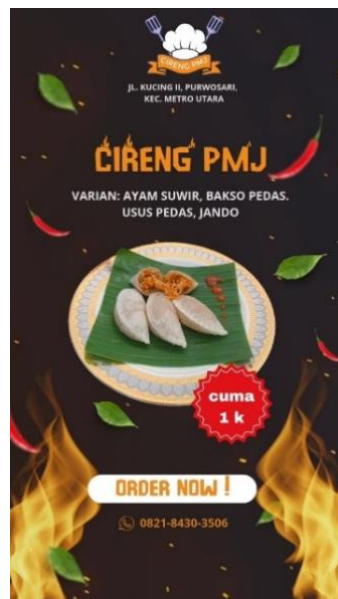


Gambar 2.9 Inovasi label



Gambar 2.10 Inovasi daftar menu **Gambar 2.11** Inovasi flyer

Inovasi yang diberikan untuk UMKM Cireng PMJ juga memiliki makna tersendiri. Logo UMKM berfungsi sebagai identitas dari UMKM. Alamat dan nomor telepon untuk memudahkan konsumen dalam pembelian, baik secara *online* maupun *offline*. *Background* hitam dikelilingi cabai dan api dibagian pojok melambangkan rasa pedas dari isian cireng. Foto produk yang berada di tengah ditujukan untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk.



Gambar 2.12 Inovasi reels

2.3.3 Kegiatan Jumat Bersih

Kegiatan ini dilakukan agar Kelurahan Purwosari lebih bersih. Selain itu, kegiatan ini juga merupakan salah satu upaya kami dalam menumbuhkan rasa kebersamaan dan kekeluargaan dengan staff pemerintahan yang ada di Kelurahan Purwosari.



Gambar 2.13 Kegiatan jumat bersih

2.3.4 Senam Rutin LLI

Senam rutin yang dilakukan bersama Lembaga Lanjut Usia Indonesia (LLI) dilakukan untuk menjaga kesehatan tubuh dan mental, terutama bagi lansia. Selain itu, kegiatan ini juga untuk bersosialisasi dengan masyarakat sekitar. Senam yang dilakukan secara rutin dua kali dalam seminggu pada Kelurahan Purwosari menjadi wadah untuk berkumpul sekaligus berolahraga bagi masyarakat, baik anak muda, ibu-ibu maupun lansia.



Gambar 2.14 Senam LLI

2.3.5 Kelurahan Meriah

Kegiatan ini dilakukan dalam rangka memeriahkan hari kemerdekaan Republik Indonesia yang ke-79. Mendekorasi kelurahan juga merupakan wujud dari rasa cinta kami terhadap tanah air. Kami bersama-sama mendekorasi kelurahan dengan tema merah dan putih agar Kelurahan Purwosari tampak lebih meriah saat hari kemerdekaan Indonesia.



Gambar 2.15 Mendekorasi kelurahan

2.3.6 Pembagian beras CPP

Ikut serta dalam pembangain beras Cadangan Pangan Pemerintah (CPP) dilakukan untuk membantu pihak kelurahan dalam pembagian beras Cadangan Pangan Pemerintah. Kami membantu dalam pengecekan data, *scan barcode*, pengambilan foto dengan aplikasi, dan peyerahan beras kepada penerima bantuan.



Gambar 2.16 Pembagian beras CPP

2.3.7 Jalan Sehat Purwosari dan Metro Sport Tourism

Kegiatan ini dilakukan untuk membantu pihak kelurahan serta Dinas Pemuda dan Olahraga Kota Metro dalam persiapan dan pelaksanaan acara. Kami membantu dalam persiapan acara, penertiban lalu lintas dan kupon.



Gambar 2.17 Jalan sehat Purwosari dan MST

2.4 Dampak Kegiatan

Kegiatan PKPM yang dilakukan berdampak bagi pelaku UMKM, khususnya dalam pemanfaatan teknologi dalam dunia usaha. Kesadaran mengenai pentingnya branding dan digital marketing di era digitalisasi membuat para pelaku UMKM lebih memperhatikan lagi usahanya.

Selain itu, pengembangan UMKM melalui digital marketing serta inovasi dalam meningkatkan branding sangat berguna untuk memperluas jangkauan pasar. Inovasi logo, stiker, *flyer*, label harga, daftar menu dan *reels* meningkatkan daya tarik pembeli, baik secara *online* maupun *offline*.