

BAB 2

PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program-Program Yang Dilaksanakan

Selama melakukan kegiatan PKPM terdapat berbagai program kerja yang dilakukan di Kelurahan Purwosari, Kecamatan Metro Utara, Kota Metro. Program yang dilakukan ini berfokus pada membantu pengusaha golongan UMKM dalam pembuatan identitas usaha yaitu logo, flyer, Foto Produk, stiker, banner dan kemasan.

Adapun program yang dilaksanakan adalah sebagai berikut :

2.1.1 Program Utama

a. Pembuatan Logo Pada UMKM Cireng PMJ dan UMKM Dapur Oishi

Logo adalah simbol atau gambar grafis yang digunakan untuk mewakili identitas sebuah merek, perusahaan, produk, atau organisasi. Logo dirancang untuk menjadi representasi visual yang unik dan mudah dikenali, yang mencerminkan nilai-nilai, karakter, dan tujuan entitas yang diwakilinya. Sebagai elemen penting dalam branding, logo berfungsi sebagai tanda pengenal yang membedakan suatu merek atau perusahaan dari yang lain dalam benak konsumen (*sumber: wikipedia*).

Fungsi logo pada UMKM adalah sebagai simbol yang mewakili identitas dan nilai-nilai sebuah UMKM. Dengan memiliki logo yang unik dan mudah dikenali, UMKM Cireng PMJ dan UMKM Dapur Oishi dapat menciptakan citra yang kuat di benak konsumen. Logo yang baik membantu pelanggan mengingat dan mengenali produk atau layanan UMKM, bahkan di tengah persaingan yang ketat. memberikan konsistensi dalam semua bentuk komunikasi dan pemasaran UMKM. Dengan menggunakan logo secara konsisten di semua saluran, dari media sosial hingga kemasan produk, UMKM dapat menciptakan pengalaman yang terkoordinasi dan profesional bagi konsumen (*sumber: wikipedia*).

b. Pembuatan Desain *Packaging* Pada UMKM Cireng PMJ

Packaging adalah kemasan yang digunakan untuk membungkus, melindungi, dan mempresentasikan suatu produk. *Packaging* tidak hanya berfungsi sebagai pelindung fisik produk selama transportasi, penyimpanan, dan penanganan, tetapi juga sebagai media untuk menyampaikan informasi penting tentang produk dan sebagai alat pemasaran untuk menarik konsumen. Desain *packaging* mencakup elemen visual dan tekstual yang mencerminkan identitas merek dan nilai produk, serta mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Desain *Packaging* yang menarik dapat memikat perhatian konsumen, terutama di tempat-tempat seperti toko atau pasar di mana produk bersaing ketat satu sama lain. Kemasan yang kreatif dan estetis dapat membuat produk lebih menonjol di rak dan mengundang minat pembeli. (*sumber: buku Packaging Design: Successful Product Branding From Concept to Shelf*).

Secara keseluruhan, desain *packaging* yang efektif adalah investasi penting bagi UMKM. Selain berfungsi sebagai alat untuk melindungi produk, kemasan juga merupakan sarana utama untuk menarik perhatian, membangun merek, dan berkomunikasi dengan konsumen, yang semuanya berkontribusi pada kesuksesan jangka panjang produk dan usaha.

c. Pembuatan *Flyer* Pada UMKM Cireng PMJ

Flyer adalah salah satu alat pemasaran berupa lembaran cetak yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. *Flyer* biasanya berisi promosi produk, layanan, acara, atau informasi penting lainnya. *Flyer* umumnya didesain dengan tampilan yang menarik, berwarna, dan memuat gambar atau teks yang mencolok agar dapat menarik perhatian orang yang (*sumber: jurnal pemasaran*).

Flyer sering kali dibagikan di tempat-tempat umum, diselipkan di surat kabar, atau diletakkan di lokasi strategis untuk menjangkau target *audiens* secara langsung. Bentuknya yang praktis dan biaya produksinya yang relatif murah, menjadikan *flyer* sebagai salah satu alat pemasaran yang populer, terutama untuk usaha kecil dan menengah (UMKM).

Menurut Kotler pada buku *Marketing Management.*" 15th Edition, Pearson, 2016. menganggap *flyer* sebagai salah satu bentuk promosi cetak yang efektif dalam bauran pemasaran. Menurutnya, *flyer* dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran merek dan mendorong tindakan langsung dari konsumen, seperti pembelian atau partisipasi dalam suatu acara.

d. Pembuatan Stiker Pada UMKM Cireng PMJ

Stiker adalah label atau cetakan yang dilapisi dengan perekat di bagian belakangnya, sehingga dapat ditempelkan pada berbagai permukaan. Stiker dapat dibuat dari berbagai bahan, seperti kertas, vinil, atau plastik, dan biasanya berisi gambar, teks, atau desain grafis yang disesuaikan dengan kebutuhan atau tujuan tertentu. (*sumber: wikipedia*).

Stiker memainkan peran penting dalam berbagai aspek operasional dan pemasaran UMKM. Mereka digunakan untuk memperkuat branding dengan menampilkan logo dan desain merek yang konsisten, sehingga meningkatkan pengenalan merek di mata konsumen. Dalam pemasaran, stiker berfungsi untuk mempromosikan produk atau layanan dengan cara yang menarik dan (*sumber: dsi quantac*).

Stiker menyediakan informasi penting seperti nama produk, harga, dan tanggal kedaluwarsa, yang membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Selain itu, stiker dapat menambah daya tarik produk atau kemasan melalui elemen dekoratif, memberikan sentuhan personal dan estetis. (*sumber: dsi quantac*)

Stiker juga digunakan untuk menunjukkan penghargaan atau sertifikasi, menambah nilai produk, serta memberikan petunjuk atau peringatan yang diperlukan. Terakhir, stiker mendukung kampanye sosial atau politik dengan menyebarkan pesan atau dukungan terhadap isu tertentu. Secara keseluruhan, stiker membantu UMKM dalam membangun identitas merek, menarik perhatian konsumen, dan menyampaikan informasi penting dengan cara yang efektif. (*sumber: dsi quantac*)

e. Pembuatan Desain *Banner* Pada UMKM Dapur Oishi

Banner adalah alat promosi visual yang dirancang dalam bentuk spanduk besar, biasanya terbuat dari bahan seperti kain, vinyl, atau plastik. *Banner* digunakan untuk menampilkan pesan, iklan, atau informasi dengan cara yang mencolok dan mudah dilihat. (*sumber: wikipedia*)

Dengan ukuran besar dan desain yang menarik, *banner* efektif dalam menarik perhatian *audiens* di lokasi strategis seperti jalan raya, acara publik, atau area perbelanjaan. *Banner* berfungsi untuk mempromosikan produk atau layanan, meningkatkan visibilitas merek, menyebarluaskan informasi penting, dan memperkuat identitas merek melalui elemen desain yang konsisten. (*sumber: wikipedia*)

Kemampuannya untuk menjangkau banyak orang dengan pesan yang jelas dan mencolok menjadikan *banner* sebagai alat pemasaran yang sangat berguna untuk berbagai tujuan promosi.

f. Foto Produk UMKM Cireng PMJ dan Dapur Oishi

Foto produk adalah gambar visual yang menampilkan produk secara jelas dan detail. Foto ini dirancang untuk memperlihatkan berbagai aspek produk, seperti desain, warna, ukuran, dan fitur khusus, guna membantu konsumen memahami apa yang mereka beli. (*sumber: kelas.work*)

Dengan kualitas gambar yang baik, foto produk dapat menarik perhatian calon pembeli dan memberikan kesan profesional. Foto ini juga penting dalam materi pemasaran, seperti katalog, situs web, dan platform e-commerce, untuk meningkatkan daya tarik produk dan memudahkan konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Foto produk yang jelas dan menarik berperan besar dalam membangun kepercayaan konsumen dan mendukung strategi pemasaran yang efektif. (*sumber: kelas.work*)

Foto produk berfungsi sebagai alat penting dalam memasarkan dan mempromosikan barang-barang yang ditawarkan oleh UMKM. Dengan menampilkan produk secara jelas dan detail, foto produk membantu menarik perhatian calon pelanggan dengan cara yang menarik dan profesional. Foto akan mempermudah konsumen untuk memahami berbagai aspek produk seperti desain, warna, dan ukuran, serta fitur khusus yang dimiliki. (*sumber: majoo indonesia*)

Melalui foto produk, UMKM dapat mendukung strategi pemasaran dengan menyediakan gambar yang digunakan dalam materi promosi, situs web, dan platform e-commerce. Foto produk yang berkualitas tinggi juga berperan dalam membangun kepercayaan pelanggan, karena memberikan gambaran yang akurat dan jelas tentang apa yang akan dibeli. Selain itu, foto produk yang menarik dapat mendorong keputusan pembelian, berpotensi meningkatkan penjualan, dan memperkuat citra merek UMKM di mata konsumen. (*sumber: majoo indonesia*)

2.2 Waktu Kegiatan

Adapun rincian program utama dirangkum pada tabel berikut:
Tabel Program Kerja Utama Individu:

Tabel 2.2.1 Program Kerja Utama

No	Nama program	Waktu kegiatan	Tujuan
1	Membuat logo untuk UMKM Cireng PMJ	Senin, 12 Agustus 2024	Membangun Identitas Merek
2	Membuat desain <i>packaging</i> untuk UMKM Cireng PMJ	Senin, 12 Agustus 2024	Membantu memperkenalkan UMKM kepada calon pelanggan
3	Membuat desain <i>flyer</i> untuk UMKM Cireng PMJ	Senin, 12 Agustus 2024	meningkatkan daya tarik produk dan memperkuat identitas merek
4	Membuat stiker untuk UMKM Cireng PMJ	Senin, 12 Agustus 2024	membantu membangun pengenalan merek dan konsistensi
5	Membuat logo untuk UMKM Dapur Oishi	Rabu, 14 Agustus 2024	Membangun Identitas Merek
6	Membuat desain banner untuk UMKM Dapur Oishi	Rabu, 14 Agustus 2024	membantu memperkenalkan dan menguatkan identitas merek UMKM di mata konsumen
7	Foto produk UMKM Cireng PMJ	Minggu, 11 Agustus 2024	Meningkatkan daya tarik dan menonjolkan <i>brand</i>
8	Foto produk UMKM Dapur Oishi	Kamis, 08 Agustus 2024	Meningkatkan daya tarik dan menonjolkan <i>brand</i>

Adapun rincian program tambahan pada tabel berikut:
Tabel Program Kerja Tambahan:

Tabel 2.2.2 Program Tambahan (kelompok)

No	Nama program	Waktu kegiatan	Tujuan
1	kegiatan gotong royong di Kelurahan Purwosari	Minggu, 04 Agustus 2024	membantu memperkuat hubungan sosial antar masyarakat
2	Senam lansia bersama Lembaga Lanjut Usia Indonesia (LLI)	Sabtu, 03 Agustus 2024	membantu meningkatkan daya tahan, fleksibilitas, serta keseimbangan tubuh
3	Mendekorasi kantor kelurahan Purwosari dalam rangka HUT RI ke-79	Sabtu, 10 Agustus 2024	Memperindah kantror Kelurahan
4	Pembagian Beras Cadangan Pangan Pemerintah (CPP)	Selasa, 13 Agustus 2024	Membantu warga yang kurang mampu atau terdampak krisis ekonomi
5	Memasang Plang Desa Siap Siaga	Kamis, 22 Agustus 2024	sebagai pengingat bagi masyarakat tentang pentingnya kesiapsiagaan dalam menghadapi situasi darurat
6	Membantu acara jalan sehat Purwosari	Minggu, 18 Agustus 2024	Mendorong masyarakat untuk menjalani gaya hidup sehat
7	Membantu acara jalan sehat Metro Sport Tourism (MST)	Minggu, 25 Agustus 2024	Mendorong masyarakat untuk menjalani gaya hidup sehat

2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

Hasil kegiatan yang telah dilakukan selama Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Kelurahan Purwosari, Kecamatan Metro Utara, Kota Metro. Hasil kegiatan tersebut diantaranya :

2.3.1 Program Utama

a. Membuat Logo Pada UMKM Cireng PMJ

Tujuan pembuatan logo pada UMKM Cireng PMJ adalah untuk Membangun Identitas Merek pada UMKM tersebut. Pembuatan logo untuk UMKM Cireng PMJ ini di lakukan pada Minggu, 04 Agustus 2024, karena sebelumnya UMKM Cireng PMJ ini belum memiliki logo penulis ber inisiatif kepada bapak Joko Suratno selaku pemilik dari UMKM Cireng PMJ untuk membuat logo guna membangun identitas pada UMKM Cireng PMJ.



Arti Logo:

Logo menampilkan nama "Cireng PMJ" dengan font yang jelas dan mudah dibaca. Font tersebut mungkin berdesain sederhana atau bergaya ceria untuk mencerminkan karakter produk makanan ringan.

terdapat icon topi koki dan sutil di atas logo type yang bermakna UMKM ini membuat dengan kreasi tangan sendiri / memasak sendiri

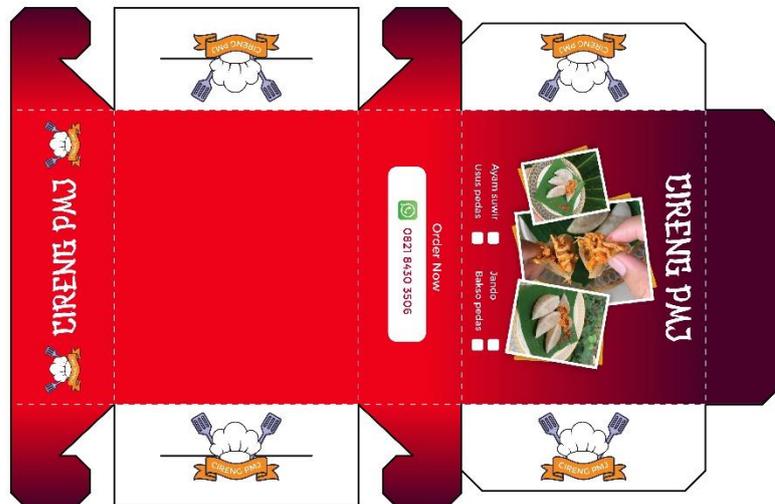
warna orange pada logo menyerupai gorengan cireng ketika matang yang berwarna orange.

Gambar 2.1.1 Logo UMKM Cireng PMJ

b. Membuat *Packaging* Pada UMKM Cireng PMJ

Tujuan pembuatan *packaging* pada UMKM Cireng PMJ adalah Membantu memperkenalkan UMKM kepada calon pelanggan. Pembuatan desain *packaging* untuk UMKM Cireng PMJ ini di lakukan pada Senin, 12 Agustus 2024, karena sebelumnya UMKM Cireng PMJ ini belum memiliki *Packaging* penulis ber inisiatif kepada bapak Joko Suratno selaku pemilik dari UMKM Cireng PMJ untuk membuat *packaging* guna memperkenalkan UMKM Cireng PMJ kepada calon pelanggan.

Owner UMKM Cireng PMJ meminta kepada penulis agar desain *packaging* harus berwarna merah cerah agar memiliki kesan membangkitkan semangat.



Gambar 2.1.2 *Packaging* UMKM Cireng PMJ

c. Membuat *Flyer* Pada UMKM Cireng PMJ

Tujuan pembuatan *flyer* pada UMKM Cireng PMJ adalah meningkatkan daya tarik produk dan memperkuat identitas merek. Pembuatan *flyer* untuk UMKM Cireng PMJ ini di lakukan pada Senin, 12 Agustus 2024. Biasanya Pak Joko Suratno hanya memasarkan produknya ke status *WhatsApp* saja, dengan adanya pemmbuatakn flyer ini dapat mempermudah mempromosikan produk dari UMKM Cireng PMJ ke masyarakat luas dengan membagikan ke event-event tertentu guna memasarkan produk nya.



Gambar 2.1.3 Flyer UMKM Cireng PMJ

d. Membuat Stiker Pada UMKM Cireng PMJ

Stiker untuk UMKM Cireng PMJ berfungsi sebagai alat branding yang efektif, membantu menciptakan identitas visual yang kuat dan mudah dikenali oleh konsumen. Pembuatan stiker untuk UMKM Cireng PMJ ini dilakukan pada Senin, 12 Agustus 2024. Selain itu, stiker dapat meningkatkan daya tarik produk dengan desain yang kreatif, menjadikan kemasan terlihat lebih profesional dan menarik. Sebagai alat pemasaran, stiker dapat ditempel pada kemasan, dibagikan sebagai souvenir, atau digunakan untuk promosi khusus, yang membantu meningkatkan visibilitas merek.



Gambar 2.1.4 Stiker UMKM Cireng PMJ

e. Pembuatan Logo UMKM Dapur Oishi

Tujuan pembuatan logo pada UMKM Dapur Oishi adalah untuk Membangun Identitas Merek pada UMKM tersebut. Pembuatan logo untuk UMKM Dapur Oishi ini di lakukan pada Rabu, 14 Agustus 2024. Logo UMKM Dapur Oishi sebenarnya sudah ada akan tetapi logo tersebut sudah banyak di internet tutur Nuryani selaku owner UMKM Dapur Oishi. Ibu Nuryani meminta kepada penulis agar mengubah desain logo lama ke logo baru yang tidak ada di internet guna menghindari plagiarisme, karena UMKM Dapur Oish ini akan di HKI kan oleh Ibu Nuryani.



Arti Logo:

Warna orange pada logo mencerminkan semangat, kegembiraan, dan kreativitas, sekaligus menciptakan kesan yang hangat dan ramah, menjadikannya pilihan yang tepat untuk menarik perhatian serta membangun hubungan akrab dengan pelanggan.

terdapat tulisan di dalam logo sebagai nama UMKM tersebut dan nama dari si pemilik UMKM yaitu Ibu Nuryani

Gambar 2.1.5 Logo UMKM Dapur Oishi

f. Membuat desain banner untuk UMKM Dapur Oishi

Pembuatan banner untuk Dapur Oishi bertujuan untuk meningkatkan brand awareness, menarik pelanggan baru, memperkuat identitas merek, serta menyampaikan informasi produk dan layanan secara jelas, sehingga dapat memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan penjualan. Pembuatan banner untuk UMKM Dapur Oishi ini di lakukan pada Rabu, 14 Agustus 2024.



Gambar 2.1.6 Banner UMKM Dapur Oishi

g. Foto produk UMKM Cireng PMJ

Foto produk untuk UMKM Cireng PMJ bertujuan untuk meningkatkan daya tarik visual, menunjukkan kualitas cireng, memperkuat branding, serta membantu mempromosikan produk secara efektif, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mendorong penjualan. Foto produk UMKN Cireng PMJ dilakukan pada Minggu, 11 Agustus 2024.



Gambar 2.1.7 Foto Produk UMKM Cireng PMJ

h. Foto produk UMKM Dapur Oishi

Foto produk untuk UMKM Dapur Oishi bertujuan untuk Meningkatkan daya tarik dan menonjolkan *brand*, memperkuat branding, serta membantu mempromosikan produk secara efektif, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mendorong penjualan. Foto produk di UMKM Dapur Oishi dilakukan pada Kamis, 08 Agustus 2024.



Gambar 2.1.8 Foto Produk UMKM Dapur Oishi

2.4 Dampak Kegiatan

Adapun dampak kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) IIB Darmajaya tahun 2023 selama satu bulan di antaranya :

a. Dampak Kegiatan Bagi Kelurahan Purwosari

Kelurahan Purwosari memiliki banyak kegiatan rutin seperti acara Senam, Stunting Balita, dan Gotong Royong. Dengan adanya mahasiswa Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat dapat membantu dalam pelaksanaan kegiatan tersebut sehingga mempermudah kegiatan desa dengan adanya tambahan SDM yaitu mahasiswa PKPM.

b. Dampak Kegiatan Bagi Masyarakat Kelurahan Purwosari

Kegiatan PKPM di Kelurahan Purwosari memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat setempat. Melalui berbagai program yang dilaksanakan oleh mahasiswa, warga mendapatkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan.

Selain itu, kegiatan PKPM mendorong pemberdayaan masyarakat dengan membekali mereka keterampilan yang dapat meningkatkan kemandirian dan ekonomi lokal. Program ini juga memperkuat kesadaran sosial dan kerja sama di antara warga, memperkuat rasa solidaritas dalam menyelesaikan masalah bersama. Secara keseluruhan, PKPM memberikan manfaat jangka panjang bagi Kelurahan Purwosari, baik dalam aspek sosial, ekonomi, maupun lingkungan.

c. Dampak Kegiatan Bagi UMKM Cireng PMJ dan UMKM Dapur Oishi

Beberapa kegiatan telah dilakukan sebagai bentuk program kerja dalam Program Pengabdian Masyarakat, terhadap UMKM Cireng PMJ dan UMKM Dapur Oishi, dimana penulis membantu *re-branding desain* UMKM, Menginovasi dalam segi *Packaging* agar menambah nilai jual produk serta dari *Packaging* yang lebih rapih juga bisa menambah minat atau menarik seseorang untuk membeli, membantu mengembangkan berbasis digital merupakan salah satu cara tercepat untuk memperluas cakupan pemasaran produk saat ini.

d. Dampak Kegiatan Bagi Mahasiswa

Selama kegiatan PKPM ini berlangsung tentu memberikan dampak tersendiri terhadap mahasiswa yang mengikuti PKPM. Mahasiswa terjun langsung ditengah-tengah masyarakat untuk dapat bersosialisasi dengan baik dan membantu masyarakat sekitar belajar serta belajar banyak hal yang mungkin tidak bisa didapatkan saat dibangku perkuliahan. Sehingga mampu mengimplementasikan ilmu yang telah didapat bak itu selama perkuliahan maupun selama pembekalan PKPM. Tentu kegiatan ini memberikan pengalaman yang sangat banyak dan penting sebagai ilmu untuk kedepannya yang nantinya setelah lulus akan terjun di tengah-tengah masyarakat juga. Belajar bagaimana untuk dapat bermanfaat bagi orang banyak serta dapat menjadi orang yang lebih baik lagi untuk bekal di kehidupan mendatang.