

BAB II PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program-Program yang dilaksanakan

Program-Program yang telah dilaksanakan pada kegiatan PKPM di Desa Sungai Langka:

2.2 Kegiatan Utama

1. Survey UMKM Dapur Winda di Desa Sungai Langka

Tabel 2. 1 Survey UMKM Dapur Winda

No.	Rencana Kegiatan	Tujuan	Waktu	Keterangan
1.	Survey UMKM serta meminta izin kepada pemilik Dapur Winda untuk melaksanakan program kerja	Megumpulkan data dan informasi mengenai UMKM Dapur Winda.	1 hari	Terlaksana



Gambar 4 Survey UMKM

Kegiatan pertama ini dengan Melakukan kunjungan langsung ke lokasi UMKM Dapur Winda di Desa Sungai Langka. Dengan tujuannya dari survey ini adalah untuk Mencari tahu, mengumpulkan data dan

informasi tentang kondisi usaha, tantangan yang dihadapi, serta kebutuhan UMKM dalam aspek pemasaran yang dipasarkan. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk meminta izin kepada pemilik UMKM Puji Astuti, agar program-program pendukung bisa dilaksanakan dengan efektif dan sesuai dengan kebutuhan UMKM.

2.3 Waktu Kegiatan

1. Belajar Proses Pembuatan Produk Dapur Winda

Tabel 2. 2 Belajar Proses Pembuatan Produk- Produk

No.	Rencana kegiatan	Tujuan	Waktu	Keterangan
1.	Observasi dan Membantu Pembuatan Produk- Produk Dapur Winda	Memahami proses pembuatan Produk secara langsung.	1 hari	Terlaksana



Gambar 5 Belajar Pembuatan

Kegiatan belajar proses pembuatan Produk Dapur Winda yaitu salah satunya Coksula (Coklat Susu Sungai Langka) yang diajarkan langsung oleh pemilik UMKM Dapur Winda Tersebut.. Selama 1 hari peserta PKPM terlibat secara langsung dalam proses produksi Coksula, Dimulai dari cara melipat bungkus kertas produk tersebut, memasukkan bubuk Coksula ke Bungkusnya dan terakhir Membungkus Produk tersebut yang siap untuk dikemas. Proses tersebut dapat didokumentasikan dengan baik untuk kepentingan promosi dan

Branding UMKM Dapur Winda.

2. Membantu Membuat dan Mempromosikan Produk Melalui *Sosial Media*

Setelah mengetahui berbagai proses pembuatan Produk UMKM Dapur Winda dari awal hingga akhirnya berdiskusi terkait pemasaran produk, Ternyata proses pemasaran produk dapur winda tersebut hanya dijual dari mulut ke mulut dan hanya dijual disekitaran Daerah Sungai Langka itu sendiri, sehingga produk-Produk UMKM Dapur Winda hanya dikenal oleh Sebagian Masyarakat sekitaran di Desa Sungai Langka. Berawal dari permasalahan tersebut, penulis mulai untuk mengerjakan program kerja yang akan penulis lakukan sesuai dengan bidang konsentrasi penulis. Salah satu upaya yang dilakukan penulis adalah memasarkan produk secara digital yaitu dengan memanfaatkan *sosial media*. Adapun *sosial media* yang digunakan di antaranya sebagai berikut;

a) Pembuatan Akun Instagram, Tiktok dan Facebook Marketplace

Tabel 2. 3 Pembuatan Akun Instagram, Tiktok dan Facebook MarketPlace

No.	Rencana kegiatan	Tujuan	Waktu	Keterangan
1.	Pembuatan akun Instagram Bisnis dan cara memasarkannya	Untuk Produk-Produk tersebut banyak yang tahu dan membelinya.	1 hari	Terlaksana
2	Pembuatan akun tiktok dan Cara Mempromosikannya	Supaya dikenal oleh Masyarakat yang suka menonton Tiktok.	1 hari	Terlaksana
3	Pembuatan akun Facebook Marketplace	Untuk dikenal oleh Masyarakat yang memakai facebook supaya mereka membeli produk-produk Dapur Winda	1 hari	Terlaksana

		tersebut.		
4	Pembuatan Video Content Marketing	untuk menarik pembeli, memperoleh, dan melibatkan target konsumen supaya produk- prosuk tersebut dikenal diluaran sana.	1 Hari	Terlaksana

b) Langkah – Langkah Pembuatan Akun Instagram, Tiktok dan Facebook Marketplace

Tabel 2. 4 Langkah – Langkah Pembuatan Akun

No	Nama Kegiatan	Langkah - Langkah	Hasil Dokumentasi
1	Membuat Akun Instagram	Yaitu membuat nama akun yang mudah diingat, Menggunakan foto profil Logo Dapur Winda, Mengisi bio Instagram Dapur Winda itu sendiri, Menentukan Tema dan Desain untuk postingan Instagram dan Feed, dan Membuat konten terkait produk – produk UMKM Dapur Winda.	

2	Membuat Akun Tiktok	<p>Instal Aplikasi Tiktok terdahulu, Lalu Membuat Akun Profesional dan Isi tentang data bisni Dapur Winda tersebut, Pada menu Profil klik symbol 3 garis pada ujung kanan atas halaman Kelola Akun ,Alihkan ke Akun Bisnis dan isi bio tentang produk – produk apa saja yang dijualkan lalu memposting konten tentang produk itu sendiri.</p>	
3	Membuat Akun Facebook Marketplace	<p>Masuk ke akun Facebook yang telah dibuat, kemudian cari icon yang berbentuk seperti rumah icon marketplace di sisi kiri halaman Facebook, Klik Jual Barang dan Kemudian muncul pilihan Jenis Tawaran, Lalu kita dapat menambahkan foto - foto produk yang dijualkan oleh Dapur Winda itu sendiri dan jika produk tersebut habis kita dapat menghapusnya dari Marketplace.</p>	

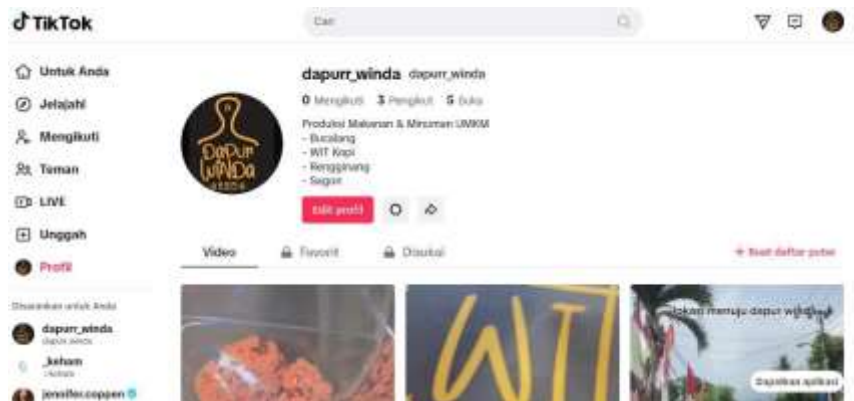
2.4 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

Berdasarkan kegiatan yang telah di lakukan dapat menghasilkan sebuah penambahan bebeapa akun Social Media dan Content Marketinbg yang dilakukan adalah membantu usaha tersebut dikenal oleh masyarakat di dalam

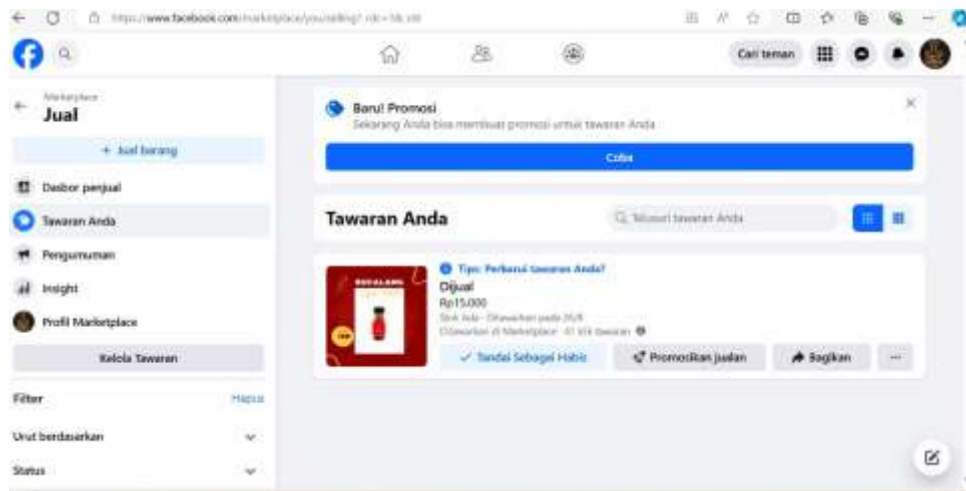
maupun di sekitaran luar, dengan adanya penambahan Social Media dan Content Marketing ini UMKM Dapur Winda dapat memberikan pengaruh baik terhadap pembelinya.



Gambar 6 Akun Instagram Bisnis



Gambar 7 Akun Tiktok



Gambar 8 Akun Facebook Marketplace

2.5 Dampak Kegiatan

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

Pelaku UMKM memahami istilah-istilah dan komponen yang berkaitan dengan pemasaran. Pelaku UMKM Dapur Winda pengajaran tentang bagaimana cara memasarkan produk- produk tersebut secara langsung dan jelas agar dapat memahami istilah-istilah yang ada pada pemasaran produk melalui Media Social dan Content Marketing. Ini berarti bahwa para mitra secara langsung ataupun tidak langsung akan memahami secara optimal istilah-istilah dalam memasarkan produk- produk.