

BAB II PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program Kerja Yang Dilaksanakan

Ada beberapa Program Kerja PKPM yang diimplementasikan di Desa Banding, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan. Program Kerja yang di rencanakan dan di implementasikan merupakan program kerja yang menggunakan pendekatan edukatif kepada masyarakat. Adapun program kerja yang dilakukan sebagai berikut :

Tabel 2.1 Program Kerja Yang Dilaksanakan

	Program Kerja	Deskripsi
1.	Pelatihan Pemasaran Digital Berbasis Instagram untuk UMKM Desa Banding	Melaksanakan sosialisasi dan pelatihan bertema " Strategi Pemasaran Berbasis Video Pendek untuk UMKM Pisang Shidqi ". Kegiatan ini bertujuan mengedukasi pelaku UMKM akan pentingnya pemasaran digital, khususnya melalui Instagram Reels, agar mampu meningkatkan brand awareness dan penjualan produk.

2.2 Waktu Kegiatan

Waktu kegiatan PKPM dilaksanakan selama 1 (satu) bulain, yaitu terhitung mulai dari tanggal 21 Juli 2025 sampai dengan 20 Agustus 2025 di Desa Banding, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan, adapun rincian kegiatan yang dilakukan selama masa PKPM berjalan, yaitu :

Tabel 2.2 Waktu Kegiatan

No	Tanggal	Kegiatan	Keterangan
1	21 Juli 2025	Kedatangan & penyerahan kelompok PKPM ke aparat desa	Terlaksana
2	22–23 Juli 2025	Observasi lapangan, mengunjungi UMKM, aparat desa, dan pihak kecamatan	Terlaksana
3	25 Juli 2025	Mengunjungi kantor kecamatan dan membantu kegiatan desa	Terlaksana
4	7 Agustus 2025	Proses program kerja (progja) individu: pelatihan & pemaparan hasil	Terlaksana
5	8-11 Agustus 2025	Penyelesaian program kerja & dokumentasi hasil kegiatan pemaparan sumpia pisang	Terlaksana
6	20 Agustus 2025	Penutupan kegiatan PKPM di Desa Banding	Terlaksana

2.3. Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

Berdasarkan rencana program kerja PKPM yang telah dibuat dan dilaksanakan, berikut penulis uraian hasil dari program kerja dan dokumentasi dari kegiatan tersebut. Adapun hasil kegiatan dan dokumentasi sebagai berikut;

1. Pemaparan Strategi Pemasaran Berbasis Video Pendek Guna Meningkatkan Penjualan UMKM Sumpia Pisang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, termasuk dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, banyak pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam memasarkan produk mereka secara efektif, terutama dalam memanfaatkan media digital.

UMKM Sumpia Pisang Permata Shidqi, yang dikelola oleh Ibu Rubiana di Desa Banding, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan, memiliki produk khas dengan cita rasa unik. Meskipun produknya berkualitas, strategi pemasaran yang digunakan masih terbatas pada promosi langsung dan penjualan dari mulut ke mulut. Kondisi ini membuat jangkauan pemasaran menjadi kurang luas.

Sebagai bentuk dukungan terhadap pengembangan usaha, dilakukan pelatihan strategi pemasaran berbasis video pendek. Melalui kegiatan ini, Ibu Rubiana diberikan pembekalan mengenai cara membuat konten video singkat yang menarik, informatif, dan sesuai dengan karakteristik produk. Video pendek dipilih karena memiliki potensi besar untuk menarik perhatian konsumen di platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook.

Materi pelatihan meliputi teknik pengambilan gambar produk, penggunaan cahaya dan sudut pengambilan yang tepat, penambahan teks promosi, serta penyusunan narasi singkat yang persuasif. Dengan penerapan strategi ini, diharapkan Sumpia Pisang Permata Shidqi dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan brand awareness, dan pada akhirnya mendorong peningkatan penjualan.



Gambar 2.3.1 Pelatihan membuat posti

Gambar 2.3.1 Pelatihan membuat postngan dan reels

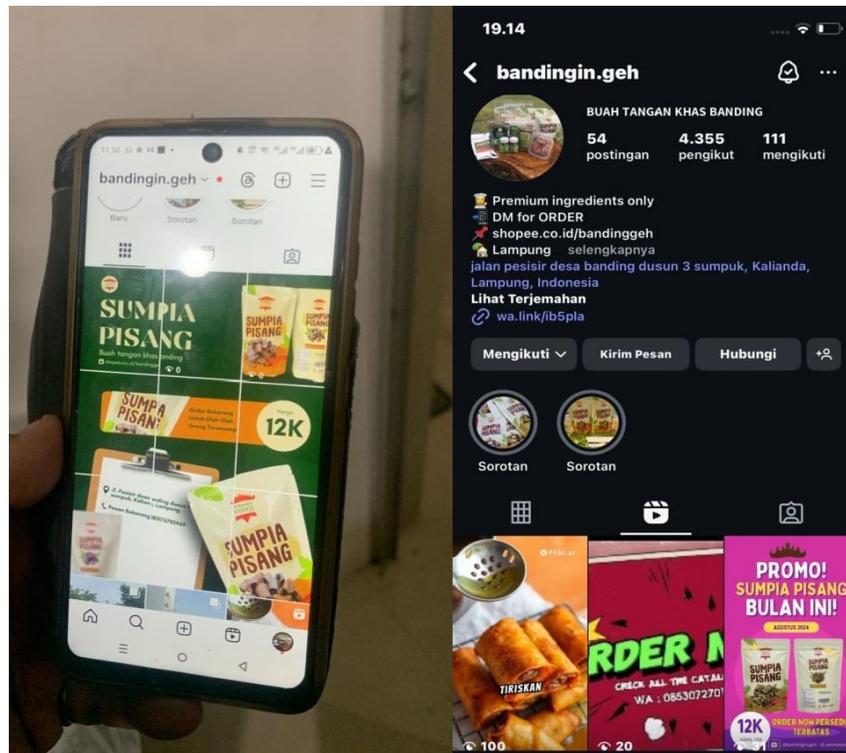
2. Penerapan Strategi Pemasaran Berbasis Video Pendek pada UMKM Sumpia Pisang Permata Shidqi

Strategi pemasaran berbasis video pendek menjadi salah satu metode promosi yang efektif di era digital, terutama bagi pelaku UMKM yang ingin memperluas jangkauan pasar. UMKM Sumpia Pisang Permata Shidqi milik Ibu Rubiana di Desa Banding, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan, memiliki produk unggulan yang potensial untuk dipasarkan melalui media sosial.

Melalui penerapan strategi ini, pemilik usaha dapat membuat dan membagikan konten video singkat yang menampilkan keunikan produk, proses pembuatan, kemasan menarik, hingga testimoni pelanggan. Video pendek dinilai mampu menarik perhatian audiens dalam waktu singkat sekaligus membangun citra merek yang lebih kuat.

Dengan memanfaatkan platform seperti TikTok, Instagram Reels, dan Facebook Stories, UMKM dapat menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa memerlukan biaya promosi yang besar. Konten yang konsisten dan kreatif akan membantu meningkatkan brand awareness, mendorong minat beli, dan pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan penjualan.

Penerapan strategi pemasaran berbasis video pendek diharapkan tidak hanya memperkuat posisi UMKM Sumpia Pisang Permata Shidqi di pasar lokal, tetapi juga membuka peluang untuk merambah pasar yang lebih luas di masa depan.



Gambar 2.3 Postingan instagram dan reels

2.3 Dampak Kegiatan Bagi Masyarakat

Dampak yang dirasakan oleh masyarakat, khususnya pemilik UMKM Sumpia Pisang Permata Shidqi, dari kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk. Melalui pelatihan strategi pemasaran berbasis video pendek, masyarakat menjadi lebih mengerti bagaimana membuat konten promosi yang menarik, singkat, dan efektif untuk dipublikasikan di media sosial.

Kegiatan ini juga mendorong masyarakat untuk lebih kreatif dalam menampilkan produk, mulai dari pengambilan gambar yang estetik, penambahan narasi promosi yang persuasif, hingga pemilihan platform digital yang tepat sasaran. Dengan keterampilan tersebut, masyarakat tidak hanya memahami pentingnya promosi digital, tetapi juga dapat secara mandiri membuat konten pemasaran yang mampu menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan.

2.4 Dampak Kegiatan Bagi UMKM Sumpia Pisang

Pelatihan strategi pemasaran berbasis video pendek memberikan dampak positif yang signifikan bagi UMKM Sumpia Pisang Permata Shidqi milik Ibu Rubiana. Melalui kegiatan ini, beliau memahami pentingnya memanfaatkan media digital untuk mempromosikan produk secara kreatif dan efektif.

Pembuatan konten video singkat yang menarik, informatif, dan sesuai tren media sosial membantu produk lebih mudah dikenali dan diminati oleh konsumen.

Penerapan strategi ini memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran, membangun citra merek yang lebih profesional, serta meningkatkan interaksi dengan calon pembeli melalui platform seperti TikTok, Instagram Reels, dan Facebook. Konten yang konsisten dan berkualitas juga mendorong peningkatan brand awareness, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan penjualan.

Dengan keterampilan yang diperoleh, UMKM Sumpia Pisang Permata Shidqi menjadi lebih siap bersaing di pasar digital, memanfaatkan tren pemasaran modern, dan mengembangkan usaha ke arah yang lebih maj