BAB II
PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program-Program Yang Dilaksanakan

Selama melakukan kegiatan PKPM terdapat berbagai program kerja yang dilakukan di Desa Cugung Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan, Program yang dilakukan ini berfokus untuk pembuatan website potensi desa cugung . Dalam melaksanakan program penulis membuat beberapa kegiatan yang dilakukan secara langsung maupun menggunakan media sosial. Adapun program yang dilaksanakan adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Program Individu

NO	KEGIATAN	PENANGGUNG JAWAB	SASARAN	HASIL
1	Pembuatan Konsep Desain Master Plan dan analisis pengembangan Air Terjun Cihis untuk Website Potensi Desa	Afwa Nurul Qodariah	Pemerintah Desa dan tim pengelola wisata yang membutuhkan rancangan pengembangan kawasan wisata secara visual dan terstruktur	Tersusunnya konsep desain master plan dan analisis potensi pengembangan wisata Air Terjun Cihis yang ditampilkan secara informatif dalam website potensi desa
2	Pembuatan Website potensi desa Wisata Cugung	Eldrada Intan Putri	Pemerintah Desa dan masyarakat Desa Cugung yang membutuhkan media informasi dan promosi digital terkait potensi wisata dan desa	Terbentuknya website resmi yang menampilkan informasi tentang potensi wisata seperti Air Terjun Cijuet dan Cihis, profil desa, serta produk UMKM
3	Pembuatan Akun Media Sosial untuk Pemasaran Wisata Air Terjun Cihis	Depa Saputra	Pemerintah desa dan pengelola wisata yang memerlukan media promosi digital untuk memperkenalkan destinasi wisata Air Terjun Cihis	Terbentuknya akun media sosial khusus wisata desa yang berisi konten promosi, foto, dan informasi akses ke Air Terjun Cihis untuk menarik wisatawan
4	Pembuatan Logo Air Terjun Cihis		menciptakan identitas visual resmi yang dapat merepresentasikan keindahan dan ciri khas Air Terjun Cihis.	Telah dihasilkan logo resmi Air Terjun Cihis Logo tersebut siap digunakan untuk keperluan promosi, baik pada media cetak maupun digital,

				sehingga dapat meningkatkan citra profesional dan daya tarik wisata.
5	Pembuatan Akun Media Sosial dan Foto Produk pada UMKM Madu sebagai Alat Pemasaran Digital	Wayan Peri	UMKM Madu Klanceng di Desa Cugung yang membutuhkan media promosi online untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui strategi pemasaran digital	Terbentuknya akun media sosial resmi (Instagram/Facebook) dan tersedianya foto produk yang menarik untuk mendukung promosi digital UMKM secara optimal
6	Sosialisasi Gemar menabung dan Kelola keuangan di SD & MTS	Laura Amelia	Siswa-siswi Sekolah Dasar (SD) dan Madrasah Tsanawiyah (MTs) di Desa Cugung agar memiliki pemahaman keuangan sejak dini	Meningkatnya kesadaran dan pemahaman siswa tentang pentingnya menabung, serta pengenalan dasar-dasar pengelolaan uang secara sederhana
7	Pelatihan pembukuan keungan UMKM Madu Secara Manual		Memberikan pemahaman mendalam kepada pelaku UMKM madu mengenai pentingnya pencatatan transaksi keuangan secara manual menggunakan buku kas sederhana, termasuk pencatatan harian atas pemasukan dan pengeluaran.	Pelaku UMKM mampu membuat dan mengelola pembukuan secara manual dengan rapi dan teratur, serta dapat memahami arus keuangan usaha madu mereka berdasarkan catatan fisik yang dibuat secara harian.
8	Pelatihan pembukuan keungan UMKM Madu Secara digital		Mengenalkan penggunaan teknologi digital untuk pencatatan keuangan kepada pelaku UMKM madu, dengan pengoperasian aplikasi pembukuan seperti aplikasi catatan keuangan harian agar pencatatan menjadi lebih mudah, cepat,	Pelaku UMKM mampu mengoperasikan salah satu aplikasi pembukuan digital, memahami cara mencatat transaksi keuangan harian secara digital, serta mengelola data keuangan dengan lebih efisien dan akurat.

			dan minim kesalahan.	
9	Pembutan Profil Usaha UMKM Madu Klanceng Boga Rasa	Rachma Annisa Wira Putri	UMKM "Madu Klanceng Boga Rasa" sebagai pelaku usaha lokal yang memerlukan identitas usaha yang rapi dan terstruktur	Tersusunnya dokumen profil usaha yang berisi informasi lengkap mengenai UMKM, termasuk sejarah, visi misi, produk, legalitas, dan kontak usaha
10	Pembuatan Proposal Bisnis inovasi "Teh Sari Wungu" dari UMKM Madu		UMKM Madu Klanceng yang ingin mengembangkan produk baru berupa Teh Sari Wungu untuk menambah variasi dan nilai jual produk	Tersusunnya proposal bisnis inovasi yang mencakup analisis pasar, strategi pemasaran, rencana operasional, serta proyeksi keuangan untuk produk Teh Sari Wungu
11	Penyusunan dan Implementasi Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk UMKM Madu	Deni Albami	UMKM Madu Klanceng yang memerlukan panduan operasional usaha agar kegiatan produksi, pengemasan, dan pemasaran berjalan lebih tertib	Tersusunnya dokumen SOP yang mencakup alur kerja produksi, pengemasan, distribusi, dan pelayanan pelanggan serta mulai diterapkan oleh pelaku UMKM

Dalam laporan PKPM ini, berfokus pada Pembuatan Website potensi desa Wisata Cugung .Adapun aktivitas lainnya menjadi tanggung jawab dari tim PKPM lainnya.

2.2 Waktu Kegiatan

Kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat ini dimulai pada tanggal 21 Juli 2025 dan berakhir pada tanggal 22 Agustus 2025. Berikut waktu kegiatan yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel Rangkaian Kegiatan dan Waktu Pelaksanaan :

Tabel 3. Tabel Waktu Kegiatan

NO	TANGGAL	KEGIATAN	TTD
1	21 Juli 2025	- Pelepasan Mahasiswa PKPM - Penyerahan Mahasiswa PKPM ke Balai Desa - Pemasangan Banner PKPM	TERLAKSANA
2	22 Juli 2025	- Diskusi Bersama Kepala Desa Terkait masalah yang ada di Desa Cugung .	TERLAKSANA

		- Kunjungan ke UMKM Pengrajin Anyaman Bambu	
		- Survei Lokasi Air Terjun Cijuet untuk menentukan Masalah dan perkembangan potensi desa wisata	TERLAKSANA
3	23 Juli 2025	- Diskusi Bersama Aparatur Desa mengenai permasalahan Website Desa Cugung	TERLAKSANA
		- Silaturahmi Ke Rumah Kepala Dusun 1,2,3,4 & 5 Desa Cugung	
		- Melihat Proses Pengolahan Buah Pinang	
		- Diskusi Bersama DPL Membahas Program Kerja	
4	24 Juli 2025	- Kunjungan dan Silaturahmi ke MI & MTS Al- Khairiyah	TERLAKSANA
		- Kunjungan dan Silaturahmi ke SDN Cugung	
		- Survei Lokasi Air Terjun Citiis untuk menentukan Masalah dan melakukan Perkembangan Potensi Desa Wisata	
		- Survei Lokasi BUMdes Cabai	
5	25 Juli 2025	- Kunjungan ke UMKM Madu Klanceng Boga Rasa	TERLAKSANA
		- Kegiatan Pembagian Bahan Pangan di Balai Desa	
		- Menghadiri Pengajian Rutin bersama Warga Cugung	
6	26 Juli 2025	- Pelatihan Pembukuan secara Manual dan Digital Untuk UMKM Madu	TERLAKSANA
		- Pembuatan Inovasi Baru dari Teh dan Madu UMKM Madu Klanceg Boga Rasa	

7	27 Juli 2025	- Rapat Bersama Aparatur Desa dan Karang Taruna Untuk pembahasan acara 17 Agustus	TERLAKSANA
8	28 Juli 2025	- Penyerahan Surat Izin Sosialisasi ke SDN Cugung - Penyerahan Surat Izin Sosialisasi Ke MTS Al-Khairiyah	TERLAKSANA
9	29 Juli 2025	- Diskusi Bersama Bapak Kepala Desa Mengenai Persiapan Sosialisasi pemaparan Program Kerja	TERLAKSANA
10	30 Juli 2025	- Sosialisasi Kelola Uang Sejak dini di MTS Al-Khairiyah	TERLAKSANA
11	31 Juli 2025	- Sosialisasi Pemaparan Program Kerja PKPM di Balai Desa	TERLAKSANA
12	1 Agustus 2025	- Sosialisasi Gemar Menabung di SDN Cugung	TERLAKSANA
13	2 Agustus 2025	- Gotong Royong pemasangan Umbul-Umbul untuk menyambut Hari kemerdekaan	TERLAKSANA
14	3 Agustus 2025	- Penyusunan SOP dan E-Wallet untuk UMKM Madu klanceng boga rasa - Pembuatan Proposal Bisnis "Teh Sari Wungu" dan Profil Bisnis UMKM Madu Klanceng Boga Rasa - Pembuatan Akun Sosial Media Untuk UMKM Madu Klanceng Boga Rasa - Pembuatan Mock Up Produk Inovasi Teh sari Wungu dari UMKM Madu Klanceng Boga Rasa	TERLAKSANA
15	4 Agustus 2025	- Rapat Bersama Aparatur Desa Terkait Acara Kemerdekaan	TERLAKSANA

16	5 Agustus 2025	- Kunjungan DPL untuk melihat Progres Program Kerja - Kunjungan dan Silaturahmi ke Rumah Kepala Desa Sekaligus Membahas Kegiatan Senam Rutin	TERLAKSANA
17	6 Agustus 2025	- Latihan Paduan Suara bersama ibu-ibu PKK Persiapan Upacara 17 agustus	TERLAKSANA
18	7 Agustus 2025	- Penggarapan progja individu "Desain master plan Air Terjun" - Penggarapan Progja individu " Website potensi desa cugung" - mengikuti Pengajian Rutin	TERLAKSANA
19	8 Agustus 2025	- Senam Bersama Warga Cugung	TERLAKSANA
20	9 Agustus 2025	- Proses Pembuatan PHOTOBOOTH untuk 17 Agustus	TERLAKSANA
21	10 Agustus 2025	- Membantu menyiapkan hadiah perlombaan 17 agustus	TERLAKSANA
22	11 Agustus 2025	- Menonton Pertandingan Volly Desa Cugung	TERLAKSANA
23	13 Agustus 2025	- Gotong Royong 17 Agustus - Diskusi singkat bersama LPHD	TERLAKSANA

2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

2.3.1 Diskusi Terkait Wisata desa Cugung

Kegiatan ini dilakukan melalui pertemuan langsung dengan Kepala Desa Cugung beserta aparat desa untuk membahas potensi wisata yang dimiliki desa. Dalam diskusi, dibahas berbagai kelemahan dan kelebihan wisata yang ada di desa cugung, hingga strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau wisatawan. Hasil diskusi ini diharapkan menjadi dasar perencanaan yang lebih terarah dalam meningkatkan kualitas dan daya saing sektor pariwisata Desa Cugung.

Gambar 2. Diskusi dengan Kepala Desa

2.3.2 Survei UMKM Madu Klanceng Boga Rasa

Kegiatan ini dilakukan melalui kunjungan langsung ke UMKM Madu Klanceng Boga Rasa untuk mengidentifikasi kondisi usaha, permasalahan yang dihadapi, serta kebutuhan yang diperlukan dalam pengembangan bisnis. Survei mencakup wawancara dengan pemilik usaha, observasi proses produksi, dan pencatatan potensi inovasi produk. Hasil survei ini menjadi dasar dalam merancang strategi pendampingan dan program pengembangan yang tepat sasaran.

Gambar 1.3 Survei UMKM Madu Klanceng Boga Rasa

2.3.3 Proses Pengambilan Madu Klanceng Boga Rasa

Kegiatan ini dilakukan dengan melakukan observasi langsung terhadap tahapan pengambilan madu dari sarang lebah klanceng yang dikelola oleh UMKM Madu Klanceng Boga Rasa. Proses dimulai dengan memastikan kondisi sarang dalam keadaan siap panen, ditandai dengan penuh dan tertutupnya kantung madu oleh lebah. Selanjutnya, madu diambil menggunakan peralatan khusus untuk menjaga kualitas dan kebersihannya, kemudian disaring untuk memisahkan kotoran atau sisa lilin lebah. Setelah itu, madu murni dikemas sesuai standar kebersihan dan takaran yang telah ditentukan. Proses ini dilakukan secara hati-hati dan higienis agar kandungan nutrisi dan rasa alami madu klanceng tetap terjaga hingga sampai ke

tangan konsumen.

Gambar 1.4 Proses Pengambilan Madu Klanceng

2.3.4 Pelatihan Pembuatan Akun Media Sosial UMKM Madu Klanceng

Pembuatan akun media sosial adalah proses membuat profil resmi di platform media sosial (seperti Instagram, TikTok, atau lainnya) yang bisa digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, organisasi, atau komunitas (Septianto et al., 2024). Secara umum, langkah-langkahnya meliputi:

1. Memilih platform Menentukan media sosial yang sesuai dengan tujuan. Instagram untuk foto produk dan membangun komunitas, TikTok untuk video promosi.
2. Mendaftar Mengisi formulir pendaftaran menggunakan alamat email atau nomor HP yang aktif.Membuat username/nama akun Gunakan nama yang relevan dengan usaha dan mudah diingat. instagram : @madu_klanceng_boga_rasa tiktok: @madu.klanceng.bog

3. Mengatur profil Mengunggah foto profil (misalnya logo usaha), menulis bio yang menarik, dan menambahkan informasi kontak.
4. Mengatur keamanan Mengaktifkan verifikasi dua langkah atau pengaturan privasi agar akun lebih aman.
5. Mulai membuat konten Mengunggah foto, video, atau tulisan yang mendukung promosi dan branding usaha.

Gambar 1.5 Proses Pembuatan Akun Social Media UMKM Madu

Gambar 1.6 Dokumentasi penyerahan Akun Media Social

Gambar 1.7 Instagram UMKM Madu @madu_klanceng_boga_rasa

Gambar 1.8 Tiktok UMKM Madu @madu.klanceng.bogarasa

2.3.5 Pelatihan pengambilan foto produk untuk meningkatkan daya Tarik promosi UMKM madu klanceng boga rasa

Foto produk adalah salah satu elemen penting dalam strategi promosi digital (Dunan et al., 2022). Bagi UMKM Madu Klanceng Boga Rasa, kualitas visual produk madu yang ditampilkan akan sangat memengaruhi minat konsumen. Melalui pelatihan pengambilan foto produk, terdapat beberapa manfaat yang secara langsung dapat meningkatkan daya tarik promosi:

1. Meningkatkan Kualitas Visual Produk

   Pelatihan membantu pelaku UMKM memahami teknik dasar fotografi seperti pencahayaan, komposisi, dan angle.

   Produk madu klanceng dapat ditampilkan lebih jernih, detail, dan menggugah selera, sehingga menambah kesan profesional.

2. Menonjolkan Keunikan Produk

   Dengan pengambilan foto yang tepat, keistimewaan madu klanceng (warna, tekstur, kemasan, dan label “Boga Rasa”) bisa diperlihatkan secara jelas.

   Hal ini membedakan produk dengan madu lainnya di pasaran.

3. Meningkatkan Daya Tarik di Media Sosial

   Konten visual yang menarik akan lebih mudah mendapatkan perhatian audiens di platform seperti Instagram, Facebook, atau TikTok.

   Foto yang berkualitas tinggi membuat akun media sosial UMKM terlihat lebih profesional dan kredibel.

4. Membangun Citra dan Branding

   Foto produk yang konsisten, rapi, dan sesuai konsep branding akan memperkuat identitas UMKM Madu Klanceng Boga Rasa.

   Konsumen akan lebih mudah mengingat dan percaya terhadap brand.

   Mendorong Minat Beli Konsumen

   Penelitian menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung membeli produk dengan tampilan visual yang jelas, estetis, dan informatif.

   Foto yang baik tidak hanya memperlihatkan produk, tetapi juga bisa membangun cerita (storytelling) tentang kualitas, manfaat, dan keaslian madu klanceng.

Gambar 1.9 Foto Produk sebelum di edit

Gambar 1.10 Produk Setelah di Edit

Foto produk sebelum diedit menampilkan tampilan yang sederhana tanpa sentuhan desain, sehingga kurang menarik perhatian calon pembeli. Setelah melalui proses editing menggunakan Canva, foto diberi latar belakang yang lebih estetik, pencahayaan diperbaiki, dan ditambahkan elemen desain yang relevan. Hasilnya, foto produk terlihat lebih profesional, informatif, dan mampu meningkatkan daya tarik visual untuk promosi di media sosial.

2.4 Dampak Kegiatan

Kegiatan pelatihan pembuatan akun media sosial marketing dan foto produk memberikan dampak positif bagi UMKM Madu Klanceng Boga Rasa, antara lain meningkatnya keterampilan pemasaran digital, tersedianya media promosi yang lebih menarik, serta bertambahnya peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Hasil foto produk yang lebih profesional juga berpotensi meningkatkan minat beli konsumen dan penjualan.