

BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program-Program Yang Dilaksanakan.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka penulis menentukan beberapa program yang dilaksanakan selama Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM). Adapun Program kegiatan individu dengan uraian kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Program Kerja

Program Kerja	Uraian Kegiatan	Tanggal
Strategi Pemasaran Multichannel, Pembuatan Konten Digital Kreatif, dan Produksi Video Pendek	Kegiatan ini meliputi optimalisasi Instagram dan marketplace untuk memperluas promosi produk bambu, pembuatan logo sebagai identitas visual, serta produksi video promosi singkat yang menarik di media sosial. Program ini bertujuan memperkuat branding, meningkatkan daya tarik, dan memperluas jangkauan pemasaran produk kerajinan bambu.	28 Juli – 14 Agustus 2025
Program Kerja Tambahan	Uraian Kegiatan	Tanggal
Sosialisasi ke MI Darussalam	Memaparkan materi ntuk menambah wawasan siswa sejak dini, menumbuhkan semangat belajar, serta mendukung pembentukan karakter positif.	25 Juli – 1 Agustus 2025

Berpartisipasi dalam kegiatan 17 Agustus	ikut serta dalam rangkaian kegiatan peringatan Hari Kemerdekaan RI di lingkungan masyarakat	17 Agustus 2025
Berpartisipasi dalam kegiatan gotong royong	kerja bakti bersama masyarakat seperti membersihkan lingkungan, atau menjaga kebersihan sekitar.	9 Agustus 2025

2.2 Waktu Kegiatan

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) dilaksanakan pada tanggal 21 Juli – 20 Agustus 2025 dengan detail kegiatan yang dilaksanakan sebagai berikut:

Tabel 2. 2Waktu Kegiatan Selama PKPM

Waktu Kegiatan	Kegiatan Utama	Keterangan
21 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Pemberangkatan Mahasiswa/I PKPM ke Desa tujuan didampingi oleh DPL - Penyambutan Mahasiswa/I PKPM oleh Desa Sukaraja - Merapihkan posko serta barang bawaan 	Terlaksana
22 Juli 2024	<ul style="list-style-type: none"> - Kordinasi pemaparan program kerja PKPM 	Terlaksana
23 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Pemaparan Program Kerja dengan aparatur dan warga desa 	Terlaksana
24 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Kunjuangan pertama ke UMKM ARUNIKA - Bambu 	Terlaksana
25 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Sosialisasi pertama ke MI Darussaalam desa Sukaraja 	Terlaksana
26 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Senam Pagi bersama ibu-ibu PKK dan teman-teman Kelompok 2 Desa Sukaraja 	Terlaksana

	<ul style="list-style-type: none"> - mempersiapkan acara di Paud Bunda dari pihak PMII Komisariat Buya Hamka Kalianda berkolaborasi dengan mahasiswa PKPM Darmajaya. Dengan tujuan memperingati "Hari Anak". 	
27 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Memperingati Hari Anak Nasional kolaborasi PMII Komisariat Buya Hamka Kalianda x PKPM Darmajaya dengan Lomba Mewarnai tingkat Paud 	Terlaksana
28 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Sosialisasi dua ke MI Darussaalam desa Sukaraja - Kunjuangan kedua ke UMKM ARUNIKA Bambu 	Terlaksana
29 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Nobar final sepakbola Timnas U23 	Terlaksana
30 Juli 2026	<ul style="list-style-type: none"> - Ikut serta dalam pembuatan kerajinan bambu UMKM ARUNIKA - Sosialisasi ketiga ke MI Darussaalam desa Sukaraja - Rapat persiapan HUT RI ke-80 	Terlaksana
31 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Rapat koordinasi pembagian area untuk penggalangan dana dalam rangka menyambut HUT RI ke-80. 	Terlaksana
1 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Sosialisasi keempat ke MI Darussaalam desa Sukaraja 	Terlaksana
2 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> - penggalangan dana dalam rangka menyambut HUT RI ke-80. - Mempersiapkan HUT RI ke -80 dengan mengecat bambu 	Terlaksana
3 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Kunjungan ke UMKM Hatchery Udang Vaname - penggalangan dana dalam rangka menyambut HUT RI ke-80. - Mempersiapkan dekorasi untuk HUT RI ke -80 	Terlaksana

4 Agustus 2025	- Mempersiapkan dekorasi untuk HUT RI ke -80	Terlaksana
5 Agustus 2025	- Mempersiapkan dekorasi untuk HUT RI ke -80 dengan mengecat bambu	Terlaksana
6 Agustus 2025	- Berkunjung ke air terjun way tayas wisata desa Sukaraja	Terlaksana
7 Agustus 2025	- Kunjungan DPL ke posko pkpm desa Sukraja	Terlaksana
8 Agustus 2025	- Kunjuangan ketiga ke UMKM ARUNIKA Bambu - gotong-royong Mempersiapka dekorasi panggung untuk lomba 17 agustus	Terlaksana
9 Agustus 205	- Gotong – royong mepersiapkan costum untuk carnaval 17 Agustus	Terlaksana
10 Agustus 2025	- Gotong – royong membersihkan bahu jalan dusun 4 desa Sukarja	Terlaksana
11 Agustus 2025	- Pembukan lomba 17 Agustus desa Sukaraja	Terlaksana
12 Agustus 2025	- Kunjuangan keempat ke UMKM ARUNIKA Bambu	Terlaksana
13 Agustus 2025	- Menghadiri acara pernikahan anak dari tokoh adat desa Sukaraja	Terlaksana
14 Agustus 2025	- Penyerahan benner kepada UMKM ARUNIKA bambu desa Sukaraja	Terlaksana
15 Agustus 2025	- Gotong – royong membersihkan desa untuk persiapan 17 agustus	Terlaksana

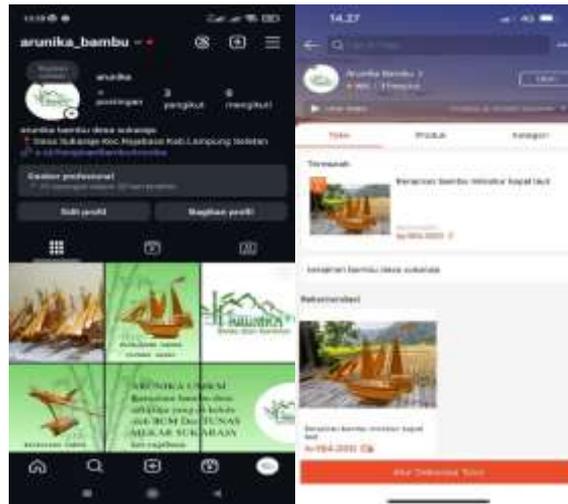
16 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Pembangunan gapura di pintu masuk objek wisata desa Sukaraja - Kunjungan ke UMKM ARUNIKA 	Terlaksana
17 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> - upacara peringatan HUT RI ke-80 - berpartisipasi dalam carnavall 17 agustus 	Terlaksana
18 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> - melakukan foto bersama dengan kepala desa dan kepala dusun 	Terlaksana
19 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> - perpisahan dengan aparaturn desa Sukaraja - Pemberian Plakat Ke balai desa Sukaraja - Berpamitan Dengan Warga Setempat - Persiapan Pulang 	Terlaksana
20 Agustus 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Penjabaran Program Kerja Selama PKPM di Kantor Kecamatan Rajabasa - Pelepasan Mahasiswa/i PKPM - Penjemputan Mahasiswa/i PKPM 	Terlaksana

2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

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

2.3.1 Membuat social media Instagram dan marketplace

Di era digital, media sosial dan marketplace menjadi sarana efektif untuk promosi dan penjualan produk. UMKM masyarakat desa yang belum memiliki kehadiran online akan kesulitan bersaing. Oleh karena itu, program kerja ini dilakukan untuk membantu mereka masuk ke dunia digital, meningkatkan branding, dan memperluas jangkauan pasar



Gambar 2.3. 1 Akun social media dan marketplace UMKM Arunika

2.3.2 Mendesain logo yang merepresentasikan identitas produk

Program kerja ini bertujuan untuk **menciptakan identitas visual** bagi produk bambu agar lebih mudah dikenal masyarakat luas. Logo akan menjadi simbol resmi yang merepresentasikan nilai, keunikan, serta ciri khas produk bambu yang dihasilkan.

Dalam pelaksanaannya, proses dimulai dengan **menggali filosofi dan karakter produk bambu**, lalu dituangkan ke dalam konsep visual berupa bentuk bambu, elemen alam, atau nuansa tradisional. Warna dan tipografi dipilih sesuai dengan karakter bambu agar kesan alami dan ramah lingkungan tetap terasa.

Logo ini nantinya digunakan sebagai **identitas utama** dalam media sosial, marketplace, dan media promosi lainnya. Dengan adanya logo, produk bambu akan terlihat lebih profesional, memiliki ciri khas yang membedakan dari kompetitor, serta dapat memperkuat branding jangka panjang.



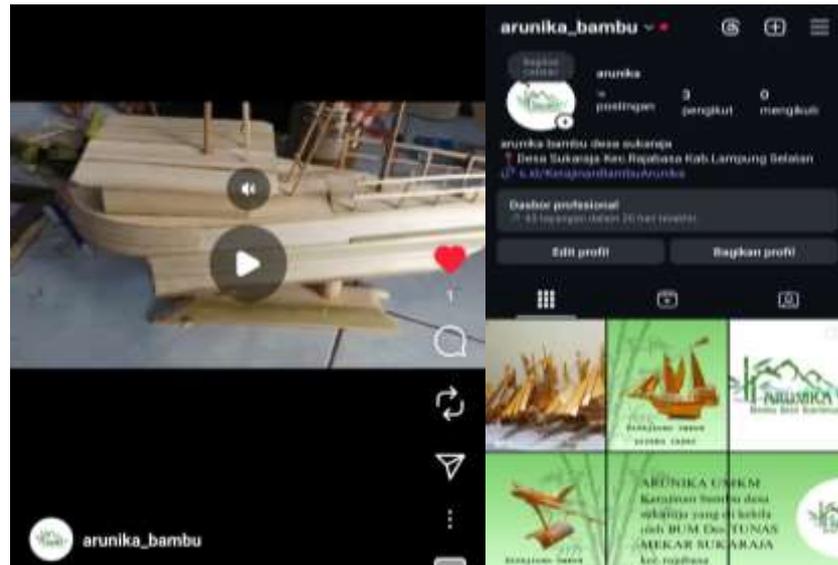
Gambar 2.3. 2 logo UMKM Arunika

2.3.3 Produksi Video Pendek

Produksi Video Pendek Produk Bambu adalah kegiatan yang dirancang untuk mempromosikan produk melalui media visual yang singkat, padat, dan menarik. Video pendek ini menampilkan produk bambu dari berbagai sudut, mulai dari detail bentuk, fungsi, hingga hasil akhirnya, sehingga memberikan gambaran yang jelas kepada calon konsumen.

Tujuannya adalah untuk meningkatkan daya tarik promosi di media sosial dan marketplace dengan cara yang lebih interaktif dan mudah dipahami. Melalui video pendek, produk bambu dapat lebih mudah dikenali, menarik perhatian audiens, serta membedakan diri dari produk sejenis di pasaran.

Dengan adanya konten video ini, UMKM dapat memperkuat strategi pemasaran digital, meningkatkan jangkauan promosi, dan membangun citra produk yang lebih profesional. Hal ini pada akhirnya membantu dalam meningkatkan penjualan sekaligus memperkuat branding UMKM di mata konsumen



Gambar 2.3. 3 vidio maketing social media

2.3.4 Sosialisasi ke MI Darussalam

Sosialisasi ke MI Darussalam adalah kegiatan yang bertujuan untuk memberikan pemahaman, pengetahuan, dan motivasi kepada siswa-siswi mengenai topik tertentu sesuai kebutuhan, seperti pendidikan, kesehatan, maupun wawasan teknologi. Program ini dirancang untuk menambah wawasan siswa sejak dini, menumbuhkan semangat belajar, serta mendukung pembentukan karakter positif. Melalui kegiatan ini, diharapkan siswa MI Darussalam dapat memperoleh pengalaman baru yang bermanfaat bagi perkembangan pengetahuan dan keterampilan mereka.



Gambar 2.3. 4 Sosialisasi ke MI Darussalam

2.3.5 Berpartisipasi dalam kegiatan HUT RI ke 80

Program kerja ini dilakukan untuk ikut serta dalam rangkaian kegiatan peringatan Hari Kemerdekaan RI di lingkungan masyarakat. Kegiatan ini bertujuan mempererat tali silaturahmi, menumbuhkan rasa nasionalisme, serta mendukung partisipasi aktif mahasiswa/UMKM dalam kegiatan sosial kemasyarakatan.



Gambar 2.3. 5 kegiatan HUT RI ke 80

2.3.6 Berpartisipasi dalam kegiatan gotong royong

Program kerja ini merupakan bentuk keterlibatan aktif dalam kegiatan kerja bakti bersama masyarakat seperti membersihkan lingkungan, memperbaiki fasilitas umum, atau menjaga kebersihan sekitar. Tujuannya adalah untuk menumbuhkan rasa kebersamaan, solidaritas, dan kepedulian sosial, sekaligus mempererat hubungan dengan masyarakat sekitar.



Gambar 2.3. 6 Kegiatan gotong royong

2.4 Dampak Kegiatan

Dampak kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) dari berbagai rangkaian program yang telah dilaksanakan memberikan pengaruh positif baik terhadap UMKM, mahasiswa, maupun masyarakat. Melalui program kerja individu yang berfokus pada optimalisasi pemasaran multichannel dan penguatan branding digital, diharapkan keberadaan UMKM kerajinan bambu di Desa Sukaraja dapat berkembang lebih baik, mahasiswa mampu mengimplementasikan ilmunya, serta masyarakat mendapatkan manfaat nyata dalam bidang ekonomi dan pemberdayaan .

2.4.1 Dampak Kegiatan bagi UMKM

Dampak dari kegiatan ini bagi pelaku UMKM kerajinan bambu di Desa Sukaraja sangat signifikan, terutama dalam aspek pemasaran digital. Melalui penerapan strategi pemasaran multichannel, UMKM memperoleh peningkatan visibilitas merek, perluasan jangkauan pasar, serta interaksi yang lebih intens dengan pelanggan secara real-time. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, marketplace, dan toko online mampu menekan biaya promosi dibandingkan metode konvensional, sekaligus membangun kedekatan dengan konsumen. Hal ini meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, serta memberikan peluang bagi UMKM untuk lebih cepat beradaptasi dengan tren pasar. Dengan demikian, UMKM kerajinan bambu menjadi lebih kompetitif dan memiliki potensi pertumbuhan yang lebih baik dalam jangka panjang.

2.4.2 Dampak Kegiatan bagi Mahasiswa

Bagi mahasiswa, kegiatan PKPM ini memberikan pengalaman berharga dalam menerapkan teori yang diperoleh di bangku kuliah ke dalam kehidupan nyata. Mahasiswa terjun langsung ke tengah masyarakat, berinteraksi dengan pelaku UMKM, serta berperan aktif dalam mendukung pengembangan potensi desa. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya belajar tentang strategi digital marketing dan branding, tetapi

juga mengasah keterampilan komunikasi, kepemimpinan, manajemen waktu, serta problem solving di lapangan. Pengalaman tersebut menjadi bekal penting bagi mahasiswa untuk menghadapi dunia kerja sekaligus menumbuhkan rasa kepedulian sosial dan tanggung jawab sebagai agen perubahan di masyarakat.

2.4.3 Dampak Kegiatan bagi Masyarakat

Pelaksanaan PKPM di Desa Sukaraja juga memberikan dampak positif bagi masyarakat. Dengan adanya pengembangan pemasaran digital UMKM kerajinan bambu, masyarakat memperoleh peluang ekonomi yang lebih luas dan pendapatan tambahan dari hasil penjualan produk. Selain itu, masyarakat mendapatkan pengetahuan baru tentang pentingnya branding, digital marketing, dan pemanfaatan media sosial untuk usaha. Kegiatan ini juga meningkatkan kesadaran kolektif masyarakat akan potensi lokal yang dimiliki desanya. Hal ini diharapkan dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam mengembangkan UMKM desa serta memperkuat perekonomian lokal secara berkelanjutan.