

BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program- Program Yang dilaksanakan

Program kerja yang dilaksanakan dalam kelompok di bagi menjadi 2 (dua) yaitu program kerja utama (individu) dan perogram kerja tambahan (kelompok). Yang dilaksanakan di Desa Kecapi Kecamatan Kalianda pada tanggal 21 Juli Sampai dengan 20 Agustus 2025.

Adapun program utama (individu) yang dilaksanakan sebagai berikut:

***“ OPTIMALISASI MEDIA DIGITAL UMKM MADU TRIGONA
MELALUI PEMBUATAN E-KATALOG BERBASIS GOOGLE SITES”***

2.1.1 Gambaran Umum Pelaksanaan Program

Program ini fokus pada **penerapan teknologi digital untuk mendukung pemasaran produk UMKM Madu Trigona** milik **Hery Damora** yang dikelola di **Kebun Lebah Simpur**.

Desa Kecapi merupakan wilayah yang kaya akan potensi sumber daya alam, salah satunya adalah budidaya **lebah Trigona**, sejenis lebah tanpa sengat yang menghasilkan madu berkualitas tinggi. Meskipun memiliki produk unggulan dengan nilai jual tinggi, UMKM ini masih menghadapi kendala dalam hal pemasaran, khususnya pada **pemanfaatan media digital**.

Oleh karena itu, program PKPM ini merancang solusi berupa **pembuatan EKatalog Digital berbasis Google Sites** yang bertujuan untuk:

- 1.Meningkatkan jangkauan pemasaran produk secara online.
- 2.Menyediakan media promosi yang mudah diakses dan dikelola oleh pemilik UMKM.
- 3.Memberikan edukasi kepada masyarakat terkait manfaat madu Trigona.

Program ini dilaksanakan melalui **pendekatan partisipatif** antara mahasiswa, pemilik UMKM, dan masyarakat desa, sehingga hasilnya tidak hanya berupa produk digital tetapi juga peningkatan keterampilan teknologi pada pelaku usaha.

2.1.2 Tahap Persiapan Program Utama

Tahap persiapan sebelum implementasi program dimulai dengan koordinasi bersama aparat Desa Kecapi untuk mengurus perizinan pelaksanaan, menjelaskan tujuan dan manfaat program bagi masyarakat, serta menentukan jadwal kegiatan yang tidak mengganggu aktivitas rutin desa maupun operasional UMKM. Selanjutnya dilakukan survei lapangan dan analisis situasi dengan mengunjungi lokasi Kebun Lebah Simpur, mengamati secara langsung proses produksi madu mulai dari perawatan koloni lebah hingga pengemasan, serta mengidentifikasi kebutuhan promosi dan hambatan pemasaran yang dihadapi pemilik usaha. Dari hasil survei dan wawancara, ditemukan bahwa promosi produk masih mengandalkan metode konvensional, dokumentasi foto produk belum dilakukan secara profesional, belum tersedia katalog digital yang memuat informasi harga, varian produk, dan manfaat madu, serta pemilik UMKM memerlukan media promosi yang bersifat gratis, mudah dioperasikan, dan tidak membutuhkan keterampilan teknis yang rumit agar dapat digunakan secara mandiri dalam jangka panjang.

2.2 Waktu Kegiatan

Pelaksanaan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) dilakukan selama 30 hari, dimulai pada tanggal 21 Juli 2025 dan berakhir pada tanggal 20 Agustus 2025. Kegiatan dilaksanakan di Desa Kecapi, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Dapat Di Lihat Pada Table 2 Program Yang Dilaksanakan

Table 2 Program Yang Dilaksanakan

NO	Hari/Tanggal	Kegiatan	Terlaksana a
1	Sabtu, 26 juli 2025	Observasi ke UMKM ke kebun lebah simpur dan wisata air terjun cecakhah kenali	Terlaksana
2	27 juli – 10 Agustus 2025	Pelaksanaan program kerja Pembuatan website e-katalog	Terlaksana
3	11 agustus 2025	Uji coba website e-katalog kepada pelaku usaha UMKM Kebun Lebah Simpur	Terlaksana
4	15 agustus 2025	Penyerahan website e-katalog kepada pelaku usaha UMKM Kebun Lebah Simpur	Terlaksana
5	Selasa, 19 Agustus 2025	Pelepasan mahasiswa PKPM IIB Darmajaya di balai Desa Kecapi	Terlaksana
6	Rabu, 20 agustus 2025	Penjemputan mahasiswa PKPM IIB Darmajaya	Terlaksana

2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

2.3.1 Observasi dan Analisis Kebutuhan

- a. Melakukan wawancara dengan pemilik UMKM Madu Trigona untuk memahami kebutuhan promosi digital dan kendala dalam memperluas jangkauan pasar.
- b. Mengidentifikasi kelemahan media promosi manual, seperti keterbatasan penyebaran informasi, kurang menariknya tampilan promosi, dan sulitnya menjangkau konsumen secara online.
- c. Mengumpulkan data produk (foto, deskripsi, harga, serta keunggulan produk) sebagai bahan penyusunan konten e-katalog. Dapat di Lihat Pada Gambar 7 Sosialisasi & Wawancara Pengumpulan Data



Gambar 7 Sosialisasi & Wawancara Pengumpulan Data

2.3.2 Pelatihan Penggunaan Google Sites

- a. Membuat akun Google dan menyiapkan akses ke platform Google Sites.
- b. Memberikan pelatihan step-by-step, mulai dari pembuatan halaman utama, pengaturan layout, hingga penambahan konten produk (gambar, teks, dan informasi kontak).
- c. Mempraktikkan langsung pembuatan halaman produk Madu Trigona selama sesi pelatihan agar pemilik UMKM dapat terbiasa.

2.3.3 Pendampingan Implementasi

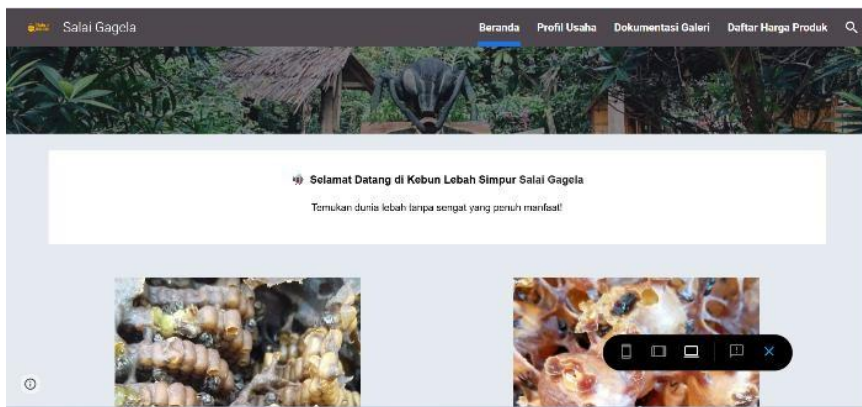
- a. Mendampingi pemilik UMKM dalam mengisi konten e-katalog dengan data produk yang dimiliki.
- b. Memberikan masukan terkait tata letak, kerapian tampilan, serta konsistensi penyajian informasi produk.
- c. Membantu menambahkan fitur pendukung, seperti kontak WhatsApp, link media sosial, dan lokasi usaha.

2.3.4 Evaluasi dan Tindak Lanjut

- a. Melakukan evaluasi tampilan website untuk memastikan informasi yang ditampilkan lengkap, jelas, dan menarik.
- b. Menguji aksesibilitas e-katalog dari berbagai perangkat (laptop, smartphone) agar mudah diakses oleh konsumen.
- c. Memberikan rekomendasi tindak lanjut berupa pembaruan konten secara rutin dan promosi melalui media sosial untuk memperluas jangkauan.

2.3.5 Hasil yang Didapatkan

- a. UMKM Madu Trigona telah memiliki e-katalog digital berbasis Google Sites yang dapat diakses secara online.
- b. Informasi produk tersaji lebih rapi, lengkap, dan mudah diakses oleh calon konsumen.
- c. Proses promosi menjadi lebih efektif karena dapat dibagikan melalui tautan ke berbagai platform digital.
- d. Pemilik UMKM merasakan manfaat dari adanya e-katalog ini dalam meningkatkan citra usaha serta peluang pemasaran yang lebih luas. Dapat Di Lihat Pada Gambar 9 Dan 10 Website Dan Penyerahan Website Trigona



Gambar 8 Websaite



Gambar 9 Penyerahan Website Trigona

2.4 Dampak Kegiatan

Pelaksanaan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Desa Kecapi memberikan sejumlah dampak positif bagi masyarakat, pemerintah desa, UMKM, maupun mahasiswa.

Dampak tersebut dapat dirinci sebagai berikut:

2.4.1 Dampak bagi Masyarakat

- 1.Masyarakat Desa Kecapi memperoleh pemahaman baru tentang pentingnya digitalisasi dalam pengelolaan usaha, khususnya melalui penerapan **website Trigona Manager**.
- 2.Meningkatnya kesadaran akan pentingnya legalitas usaha melalui pembuatan **NIB, NPWP, dan sertifikat halal**.(Thaher et al. 2025)
- 3.Warga, terutama anak-anak, mendapat pengalaman edukatif melalui sosialisasi anti-bullying, pengajaran PAUD, dan TPA yang meningkatkan wawasan sejak dini.

2.4.2 Dampak bagi UMKM

- 1.UMKM madu Trigona kini memiliki sistem digital untuk mencatat hasil panen dan perawatan koloni lebah, sehingga lebih terstruktur dan efisien.
- 2.UMKM emping rumahan mendapat legalitas usaha melalui NIB, sehingga lebih mudah mengakses program bantuan dan peluang pasar.
- 3.Peningkatan kualitas produk dan daya saing UMKM melalui sosialisasi manajemen keuangan dan pemasaran.(Edukasi 2025)

2.4.3 Dampak bagi Pemerintah Desa

- 1.Pemerintah Desa Kecapi terbantu dalam pengembangan potensi lokal melalui dukungan mahasiswa, khususnya dalam promosi wisata Way Belerang Simpur.
- 2.Terjalinnnya sinergi antara aparaturnya desa, masyarakat, dan perguruan tinggi dalam mendukung program pembangunan desa berbasis teknologi dan ekonomi kreatif.

2.4.4 Dampak bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa memperoleh pengalaman langsung dalam mengimplementasikan ilmu pengetahuan di masyarakat, terutama dalam bidang teknologi informasi.
2. Terjadi peningkatan keterampilan sosial seperti komunikasi, kerja tim, dan adaptasi di lapangan. (Az Zahra, Remalya, and Rahmatin 2025)
3. Menumbuhkan rasa empati, tanggung jawab, dan kepedulian terhadap masyarakat desa.