

## BAB II PELAKSANAAN PROGRAM

### 2.1 Program-program yang dilaksanakan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada. Maka, kami menentukan beberapa program kerja yang dilaksanakan selama Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat. Adapun rencana program kegiatan yang dilakukan sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Rencana program kerja Individu

NO	PROGRAM KERJA	DESKRIPSI
1	Sosial Media Marketing	Strategi Pemasaran yang memanfaatkan platform media sosial untuk mempromosikan produk, layanan atau merek agar jangkauan pasar lebih luas.
2	Konten Kalender	Jadwal harian atau mingguan yang khusus dibuat untuk mengatur kapan dan dimana konten akan dipublikasikan

Tabel 2. 2 Program kerja Kelompok

NO	PROGRAM KERJA	DESKRIPSI
1	Tabulampot	Program ini diarahkan untuk mengoptimalkan lahan terbatas dengan cara menanam buah-buahan menggunakan media Sampah Plastik (Botol Air Bekas). Kegiatan ini tidak hanya mendukung ketahanan pangan rumah tangga, tetapi juga memperbaiki lingkungan sekitar dan berpotensi menambah penghasilan melalui hasil panennya. Selain itu, Tabulampot juga berfungsi sebagai sarana pembelajaran masyarakat mengenai pertanian perkotaan serta pemanfaatan halaman rumah.
2	Bank Sampah	Pengelolaan sampah dengan memanfaatkan ember bekas sebagai wadah, sehingga sampah anorganik dapat dipilah dan ditukar bernilai ekonomi. Program ini mendukung pemberdayaan masyarakat sekaligus menjaga kebersihan lingkungan.

## 2.2 Waktu Kegiatan

Waktu pelaksanaan kegiatan program kerja yang dilakukan selama satu bulan, kegiatan PKPM disusun dalam bentuk tabel berikut ini:

**Tabel 2. 3** Tabel Waktu Kegiatan

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	TTD*
1	Senin, 21 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pelepasan dan pemberangkatan peserta PKPM 2025</li> <li>- Penyerahan Mahasiswa PKPM ke Desa sukaraja</li> <li>- Pemasangan Banner IIB Darmajaya</li> <li>- Mengunjungi rumah Bapak RT 18</li> </ul>	Terlaksana
2	Selasa, 22 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Komunikasi terkait Program Kerja dengan Aparat Desa</li> <li>- Mengikuti Kegiatan Volly bersama Warga</li> </ul>	Terlaksana
3.	Rabu, 23 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pemaparan Program Kerja Bersama Aparat Desa</li> <li>- Silaturahmi Ke Rumah Kepala Desa</li> <li>- Musyawarah bersama PMII terkait Perayaan hari anak Nasional</li> </ul>	Terlaksana
4	Kamis, 24 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sosialisasi Ke Paud Latisha Albina II</li> <li>- Silaturahmi Ke Rumah Kepala Dusun 2 &amp; 3</li> </ul>	Terlaksana
5	Jumat, 25 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Senam Bersama Kisanak Paud Latisha Albina II</li> <li>- Survey UMKM Kopi Pangkul</li> </ul>	Terlaksana
6	Sabtu, 26 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Senam Bersama Warga Ibu PKK</li> <li>- Silaturahmi ke Paud KB Khalinia</li> </ul>	Terlaksana
7	Minggu, 27 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lomba Mewarnai Memperingati Hari Anak Nasional</li> </ul>	Terlaksana
8	Senin, 28 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Survey Sekolah yang ada di Sukaraja</li> </ul>	Terlaksana
9	Selasa, 29 Juli 2025	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sosialisasi Mengajar tentang Motivasi Pembelajaran Terhadap Anak di SDN Sukaraja.</li> <li>- Silaturahmi ke UMKM Kopi Dori.</li> </ul>	Terlaksana

10	Rabu, 30 Juli 2025	- Sosialisasi Mengajar tentang Motivasi Kebijakan Internet di SMP N 2 Rajabasa	Terlaksana
11	Kamis, 31 Juli 2025	- Proses Pengerjaan Program Kerja Foto Produk, Konten Nenu Tapis UMKM Tapis Dua Putri - Musyawarah sekaligus pembentukan Panitia 17 Agustus	Terlaksana
12	Jumat, 1 Agustus 2025	- Proses Pengerjaan Program Kerja TABULAMPOT bersama Ibu PKK - Proses Pengerjaan Program Kerja Akun Sosial Media (Instagram, Tik-Tok), Marketplace Shopee, Laporan Keuangan, Logo dan Kemasan UMKM Kopi Dori	Terlaksana
13	Sabtu, 2 Agustus 2025	- Melanjutkan pengerjaan Program Kerja strategi konten UMKM Kopi Dori	Terlaksana
14	Minggu, 3 Agustus 2025	- Melanjutkan pengerjaan Program Kerja membuat akun Shopee dan NIB UMKM Tapis Dua Putri - Melanjutkan pengerjaan Program Kerja Foto Produk UMKM Kopi Dori - Melanjutkan pemasangan bendera 17 agustusan di Jalan	Terlaksana
15	Senin, 4 Agustus 2025	- pembuatan gapura dusun kenali - pendampingan umkm kopi dori	Terlaksana
16	Selasa, 5 Agustus 2025	- Gotong Royong - Membantu pembuatan gapura dusun cukuh	Terlaksana
17	Rabu, 6 Agustus 2025	- Kunjungan UMKM Bakso Kenali - Membantu pembuatan karnaval dusun kenali	Terlaksana
18	Kamis, 7 Agustus 2025	- Persiapan Lomba volly	Terlaksana
19	Jumat, 8 Agustus 2025	- Kunjungan DPL - Melanjutkan Lomba Volly antar RT dusun cukuh - Latihan tari di sanggar	Terlaksana
20	Sabtu, 9 Agustus 2025	- Melanjutkan Lomba Volly antar RT dusun cukuh	Terlaksana

21	Minggu, 10 Agustus 2025	- Gotong Royong di Dusun Kenali - Melanjutkan Lomba Volly antar RT dusun cukuh	Terlaksana
22	Senin, 11 Agustus 2025	- Melanjutkan Lomba Volly antar RT dusun cukuh	Terlaksana
23	Selasa, 12 Agustus 2025	- Lomba 17an Paud KB Latisha Albina II - Membantu persiapan karnaval dusun Cukuh	Terlaksana
24	Rabu, 13 Agustus 2025	- Survey ke Air Terjun Way Tayas	Terlaksana
25	Kamis, 14 Agustus 2025	- Lomba menghias kelas Paud KB Latisha Albina II - Lomba Futsal antar RT dusun cukuh - Lomba Gaplek & Catur Antar RT	Terlaksana
26	Jumat, 15 Agustus 2025	- Posyandu di dusun cukuh	Terlaksana
27	Sabtu, 16 Agustus 2025	- Pembukaan Lomba di dusun kenali - Pembuatan Bank Sampah	Terlaksana
28	Minggu, 17 Agustus 2025	- Upacara HUT RI - Lomba 17 Agustus	Terlaksana
29	Senin, 18 Agustus 2025	- Melanjutkan Perlombaan 17 Agustus - Melanjutkan Pembuatan Bank Sampah	Terlaksana
30	Selasa, 19 Agustus 2025	- Penyerahan Bank Sampah ke Balai Desa, Dusun Cukuh dan Dusun Kenali - Penyerahan Plakat sekaligus perpisahan ke sekolah PAUD, SD dan SMP - Penayangan After Movie di Balai Desa sekaligus perpisahan	Terlaksana
31	Rabu, 20 Agustus 2025	- Presentasi Program Kerja Di Kecamatan Rajabasa - Penjemputan mahasiswa PKPM	Terlaksana

### 2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

#### 2.3.1 Melakukan Koordinasi dengan Desa

Berkoordinasi terkait program kerja dan kegiatan yang dilakukan selama satu bulan PKPM di Desa Sukaraja, ditunjukkan pada gambar berikut ini.



Gambar 2. 1 Koordinasi terkait progja dengan aparatur desa

### 2.3.2 Survei

Kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui potensi apa saja yang ada di Desa Sukaraja, ditunjukkan pada gambar berikut ini:



Gambar 2. 2 Survei Umkm

### 2.3.3 Silaturahmi dengan Pemilik UMKM Kopi Dori

Melakukan survei lokasi dan silaturahmi dengan pemilik UMKM di Desa Sukaraja agar kegiatan PKPM ini dapat berjalan dengan baik, Pada poin ini Terdapat UMKM yakni Kopi Dori dan Kerajinan Dua Putri, namun penulis lebih fokus pada UMKM Kopi Dori, ditunjukkan pada gambar berikut ini:



Gambar 2. 4 Silaturahmi umkm kopi dori



Gambar 2. 3 Silaturahmi ke Umkm dua Putri

#### A. Proses Produksi UMKM Kopi Dori

Kopi Yang Digunakan Dalam Produksi Ini Adalah Kopi Robusta, Yang di peroleh dari Petani-Petani Lokal Desa Sukaraja. Proses produksi UMKM Kopi Dori berawal dari input berupa biji kopi pilihan, Biji kopi yang dipilih harus memenuhi kriteria matang sempurna, bebas cacat, dan berkualitas tinggi, sehingga sejak awal bahan baku sudah terjamin mutunya. Selanjutnya masuk pada tahap proses, yaitu penyangraian dengan metode tradisional yang dilakukan secara hati-hati untuk menjaga aroma dan rasa kopi, kemudian dilanjutkan dengan penggilingan hingga menjadi bubuk halus, dan diakhiri dengan pengemasan ke dalam beberapa varian ukuran. Hasil akhir dari seluruh rangkaian tersebut adalah output berupa produk kopi bubuk murni tanpa campuran bahan lain, yang dikemas dalam ukuran 50g, 100g, dan 250g. Dengan harga yang terjangkau, sekaligus menjadi identitas khas Kopi Dori sebagai kopi lokal Desa Sukaraja. Dengan menjaga alur input, proses, hingga output yang konsisten, Kopi Dori berupaya menghadirkan cita rasa kopi yang autentik, meskipun dalam pengembangannya masih dihadapkan pada kendala promosi dan rendahnya brand awareness yang perlu diatasi melalui strategi pemasaran digital.



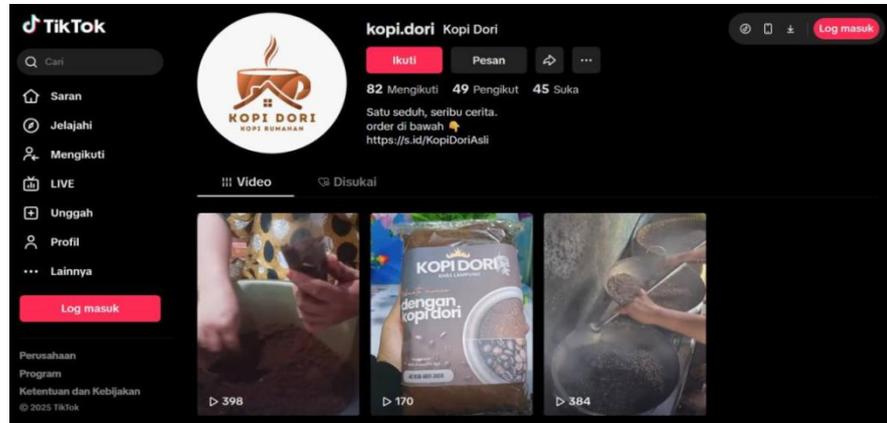
Gambar 2. 5 Proses pembuatan kopi Dori

#### B. Pemanfaatan Media Sosial

Sebelum adanya sentuhan digital, pemasaran produk Kopi Dori masih dilakukan dengan cara sederhana, yaitu pemilik memasarkan produknya secara langsung ke warung-warung di sekitar Desa Sukaraja hingga menjangkau daerah lain dengan menggunakan sepeda motor. Pola pemasaran tradisional ini memang efektif dalam menjalin kedekatan dengan konsumen setempat, namun jangkauan pasar yang dihasilkan masih sangat terbatas. Produk kopi belum mampu dikenal secara lebih luas karena hanya bergantung pada distribusi manual dan promosi dari mulut ke mulut.

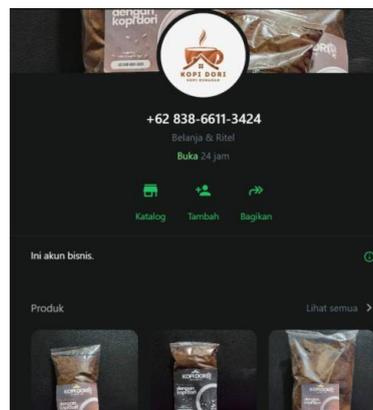
Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen yang semakin terbiasa dengan dunia digital, pola pemasaran tradisional tersebut perlu mendapatkan inovasi agar mampu bersaing dengan produk lain. Oleh karena itu, sebagai bagian dari program kerja pengabdian, penulis bersama tim mahasiswa menghadirkan terobosan baru berupa pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Langkah awal yang dilakukan adalah dengan membuat akun TikTok resmi dengan nama @kopi.dori, yang difokuskan untuk mengunggah konten kreatif mengenai proses produksi, keunggulan produk, hingga testimoni konsumen. TikTok dipilih karena memiliki basis pengguna yang sangat luas, khususnya dari kalangan anak muda yang merupakan

target pasar potensial. Berikut Adalah link media sosial Tiktok UMKM Kopi Dori: <https://www.tiktok.com/@kopi.dori?t=ZS-8yXDnXEuaud&r=1>



Gambar 2. 6 Sosial Media Tiktok Kopi Dori

Selain TikTok, pemasaran juga diperluas melalui pemanfaatan WhatsApp Business sebagai media komunikasi interaktif dengan konsumen. Melalui fitur katalog dan layanan pesan otomatis, konsumen dapat lebih mudah memperoleh informasi mengenai varian produk, harga, dan cara pemesanan. Tidak hanya itu, keberadaan WhatsApp Business juga memperkuat hubungan langsung antara penjual dan pembeli karena interaksi dapat berlangsung secara personal. Berikut Adalah link Wa *Business* Yang dapat diakses: [https://api.whatsapp.com/send/?phone=%2B6283866113424&text&type=phone\\_number&app\\_absent=0&wamectl=1](https://api.whatsapp.com/send/?phone=%2B6283866113424&text&type=phone_number&app_absent=0&wamectl=1)



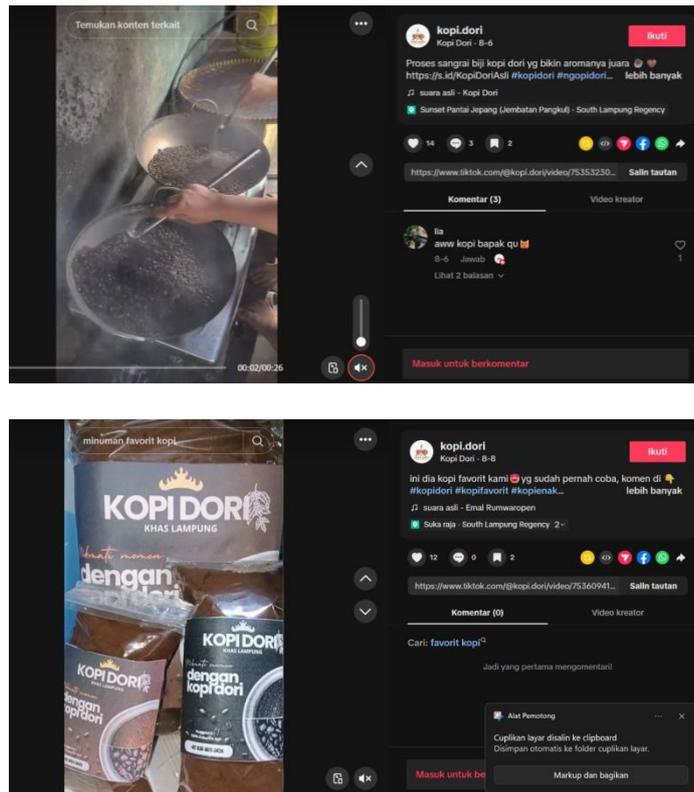
Gambar 2. 7 Whatsapp Busines UMKM Kopi Dori

Agar jangkauan promosi semakin meluas, Kopi Dori juga mulai membangun kehadiran di platform Instagram dengan akun resmi @kopi\_dori. Instagram dipilih karena memiliki keunggulan dalam membangun citra merek melalui konten visual yang menarik, seperti foto produk, video singkat, maupun desain grafis yang memperkuat *branding*. Dengan konsistensi unggahan dan pemanfaatan fitur-fitur seperti Instagram Story maupun Reels, diharapkan Kopi Dori mampu menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran merek di kalangan pengguna media sosial.

Pemanfaatan media sosial ini menjadi langkah strategis dalam memperluas pemasaran Kopi Dori. Dari yang sebelumnya hanya dipasarkan secara manual, kini Kopi Dori mulai hadir di dunia digital dengan identitas yang lebih jelas dan mudah diakses konsumen. Kehadiran di berbagai platform digital bukan hanya memperkuat citra merek, tetapi juga membuka peluang besar agar produk lokal Desa Sukaraja mampu bersaing dalam pasar yang lebih kompetitif.

#### C. Pembuatan konten umkm Kopi Dori

Pembuatan konten UMKM Kopi Dori tidak hanya berupa unggahan foto produk, tetapi juga dikembangkan dalam bentuk video singkat yang dipublikasikan melalui TikTok dan Instagram. Konten video menampilkan proses produksi mulai dari pemilihan biji kopi, penyangraian tradisional, penggilingan, hingga pengemasan, disertai testimoni konsumen maupun cara penyajian kopi agar lebih menarik. Setiap konten dilengkapi dengan keterangan produk, harga, dan informasi pemesanan sehingga tidak hanya membangun daya tarik visual, tetapi juga memperluas jaringan pemasaran. Melalui strategi ini, Kopi Dori diharapkan mampu meningkatkan brand awareness sekaligus memperkuat *personal branding* sebagai kopi lokal khas Desa Sukaraja. Adapun Bukti Pembuatan konten Bisa Diakses melalui Link Sebagai Berikut: <https://vt.tiktok.com/ZSAbBfG2u/>



Gambar 2. 8 Foto Konten tiktok UMKM Kopi Dori

#### D. Pembuatan Konten Kalender Sebagai Acuan Strategi Push Konten

Sebagai upaya konkret dalam menjalankan strategi pemasaran digital, disusunlah sebuah content calendar yang berfungsi sebagai panduan utama dalam mengelola unggahan di akun TikTok UMKM Kopi Dori. Kalender konten ini memuat jadwal unggahan secara terstruktur, termasuk jenis konten, waktu publikasi, hingga tema pesan yang ingin disampaikan. Dengan adanya perencanaan tersebut, proses produksi dan distribusi konten menjadi lebih terarah serta konsisten, sehingga mampu menjaga ritme interaksi dengan audiens.

Implementasi kalender konten dilakukan dengan membagi variasi materi promosi ke dalam beberapa kategori, antara lain konten edukasi tentang kopi, cerita singkat mengenai perjalanan UMKM Kopi Dori, hingga konten hiburan ringan yang mengikuti tren populer di TikTok. Setiap konten dipadukan dengan visual menarik serta deskripsi yang informatif agar pesan dapat diterima dengan baik oleh target pasar. Selain itu, waktu unggah dipilih menyesuaikan jam aktif pengguna

TikTok, dengan tujuan memaksimalkan jangkauan dan peluang interaksi.

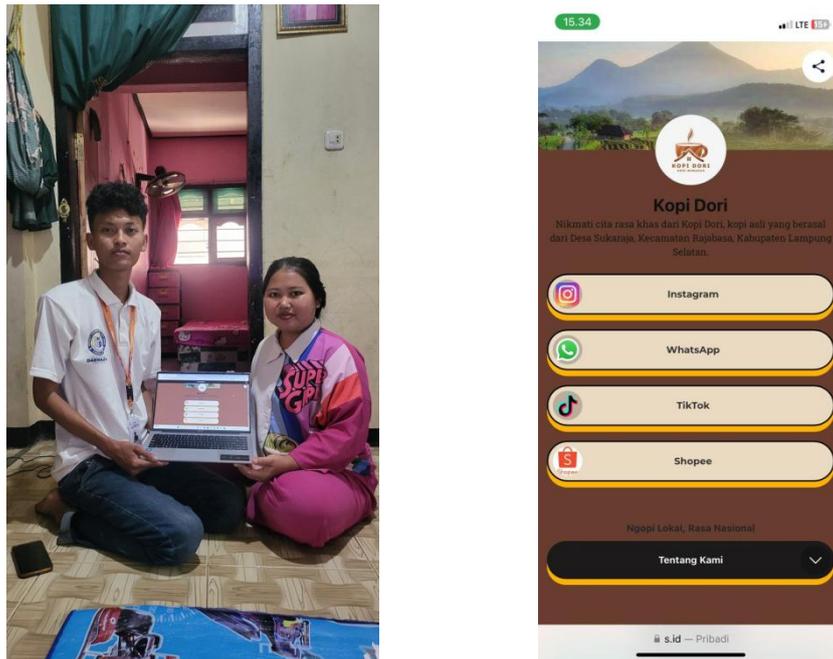
Melalui strategi ini, diharapkan UMKM Kopi Dori dapat membangun citra merek yang kuat sekaligus meningkatkan brand awareness secara bertahap. Konsistensi unggahan konten yang sesuai kalender tidak hanya mendukung keteraturan komunikasi digital, tetapi juga menjadi sarana untuk menumbuhkan loyalitas audiens. Dengan demikian, implementasi content calendar TikTok ini menjadi langkah strategis dalam mendorong UMKM Kopi Dori agar lebih adaptif terhadap perkembangan digital marketing dan semakin mampu bersaing di pasar modern.

Tanggal	Hari	Tema Konten	Caption (Call to Action)	Hashtag
4 Agustus 2025	Senin	Fakta Kopi Dori	Cobain sensasi aroma khas Kopi Dori! ☕ Siapa yang udah pernah nyoba?	#KopiDori #NgopiDori #KopiLokal #FYP #NgopiSantai
6 Agustus 2025	Rabu	Proses Roasting	Lihat proses sangrai biji kopi Dori yang bikin aromanya juara! ☕	#KopiDori #NgopiDori #KopiRobusta #KopiLokal #FYP
8 Agustus 2025	Jumat	Promo Weekend	Promo spesial weekend! Dapatkan Kopi Dori dengan harga hemat! 🏷️	#PromoKopi #KopiDori #NgopiDori #NgopiHemat #FYP
11 Agustus 2025	Senin	Cerita Kopi Dori	Kenal lebih dekat dengan cerita di balik Kopi Dori ☕	#CeritaKopi #KopiDori #NgopiDori #KopiLokal #FYP
13 Agustus 2025	Rabu	Cara Seduh	Cara mudah seduh kopi Dori di rumah. Siap coba? ☕	#CaraSeduh #KopiDori #NgopiDori #KopiRobusta #NgopiDirumah
15 Agustus 2025	Jumat	Tanya Pilihan	Kamu tim kopi hitam atau kopi susu? ☕ Komentari di bawah ya!	#KopiHitam #KopiSusu #KopiDori #NgopiDori #FYP

Gambar 2. 9 Konten Kalender

#### E. Pembuatan Microsite

Pendampingan Pembuatan microsite ini membantu calon pelanggan untuk mendapatkan berbagai informasi terkait media sosial pelaku UMKM (Kopi Dori).



Gambar 2. 10 Pembuatan Microsite Dan Tampilannya dalam Bentuk Mobile

Microsite ini berguna untuk calon pembeli mengakses sosial media UMKM, Maupun *E-commerce* seperti shopee. Berikut Adalah link *Microsite* UMKM Kopi Dori: <https://s.id/KopiDoriAsli>

#### F. Mengikuti Kegiatan Gotong Royong

Mengikuti kegiatan gotong royong bersama masyarakat Dusun Setempat Guna Persiapan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia yang ke-80:



Gambar 2. 11 Gotong Royong

### 2.3.4 Berkunjung ke UMKM Bakso Desa Sukaraja

Berkunjung ke Umkm ini Bertujuan untuk melihat dan mendengarkan secara Langsung dari pemilik Usaha, kendala apa yang dihadapi dalam proses pemasaran, bagaimana proses produksi dan berapa harga jual produknya.



Gambar 2. 12 Berkunjung Ke umkm Bakso Dusun III

### 2.3.5 Brkunjung Ke Kebun Kopi Desa Sukaraja

Kebun Kopi Desa Sukaraja Memiliki Luas Kurang lebih 250Ha, Menurut penuturan Aparatur desa bahwasannya, Pada Tahun 2022, Pasokan kopi dari petani lokal mampu Mencakup kurang lebih 200 Ton Kopi. namun secara umum, Lampung adalah produsen kopi Robusta unggulan yang dipanen antara bulan Juni dan Agustus. Rata-rata, satu hektar kebun kopi Robusta bisa menghasilkan 4-6 ton buah kopi, yang setara dengan 700-900 kg biji kopi hijau atau green bean setelah diolah. Berikut adalah Kopi Robusta Desa Sukaraja:



Gambar 2. 13 Kebun Kopi Robusta

## 2.4 Dampak Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan yang berfokus pada UMKM Kopi Dori memberikan dampak nyata, terutama dalam memperkuat identitas produk sekaligus memperluas jangkauan pemasaran. Dari sisi produksi, pemilik usaha semakin memahami pentingnya menjaga mutu kopi melalui pemilihan biji berkualitas, penyangraian tradisional, hingga pengemasan yang konsisten tanpa campuran, sehingga Kopi Dori semakin dikenal sebagai kopi murni khas Desa Sukaraja. Dari aspek pemasaran, kehadiran akun media sosial seperti TikTok, Instagram, serta WhatsApp Business membuka ruang promosi baru yang jauh lebih luas dibandingkan cara lama yang hanya mengandalkan penjualan ke warung-warung dengan sepeda motor. Dampak lain yang juga penting adalah meningkatnya personal *branding* dan *brand awareness* melalui konten kreatif berupa foto maupun video singkat yang menampilkan proses produksi, keunggulan produk, serta narasi tentang UMKM lokal. Dengan adanya strategi pemasaran digital ini, Kopi Dori tidak hanya lebih mudah dikenal konsumen, tetapi juga memiliki peluang untuk memperkuat daya saing dan memberikan kontribusi bagi perekonomian masyarakat Desa Sukaraja.