

## 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. Adapun rencana program kegiatan individu maupun kelompok dengan uraian kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

#### 2.2.1 Perencanaan Program Individu

*Tabel 2.1 - Perencanaan Program Individu*

<i>No</i>	<i>Rencana Kegiatan</i>	<i>Tujuan</i>	<i>Sasaran</i>
1	Pembuatan logo	Tujuan kegiatan pembuatan logo pada UMKM adalah untuk menciptakan identitas visual yang merepresentasikan karakter usaha, meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen, serta mendukung promosi dan pemasaran produk secara konsisten.	UMKM Trigona Arum Honey
2	Pembuatan akun shopee	Tujuan kegiatan pembuatan akun Shopee pada UMKM adalah untuk memperluas jangkauan pemasaran, mempermudah proses penjualan secara online, dan meningkatkan akses produk kepada konsumen di berbagai wilayah.	UMKM Trigona Arum Honey

#### **Permasalahan Umkm Trigona Arum Honey**

UMKM Trigona Arum Honey merupakan usaha lokal yang memiliki potensi besar dalam memasarkan produk madu trigona yang kaya manfaat kesehatan. Namun, dalam proses pengembangannya masih terdapat beberapa kendala yang menghambat peningkatan daya saing dan perluasan pasar. Permasalahan utama yang dihadapi berkaitan dengan aspek logo sebagai identitas usaha dan Shopee sebagai media pemasaran digital. Permasalahan pertama terletak pada logo dan identitas visual. Sebelum adanya pendampingan, UMKM Trigona Arum Honey belum memiliki logo yang jelas dan representatif. Produk dipasarkan tanpa adanya identitas visual yang membedakan dengan madu lokal lainnya. Padahal, logo memiliki peran penting sebagai simbol yang dapat memperkuat brand identity,

menumbuhkan kepercayaan konsumen, serta mempermudah pengenalan produk di pasaran. Ketiadaan logo yang konsisten membuat usaha ini kurang profesional di mata konsumen dan berpengaruh pada efektivitas promosi, baik secara langsung maupun melalui media digital. Permasalahan kedua berkaitan dengan pemanfaatan Shopee sebagai marketplace. Shopee merupakan salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia yang dapat menjadi sarana efektif bagi UMKM untuk memperluas pasar. Namun, UMKM Trigona Arum Honey sebelumnya belum memiliki akun Shopee yang dikelola secara profesional. Tampilan toko online masih sederhana, deskripsi produk kurang detail, foto produk tidak menarik, serta strategi pemasaran digital belum diterapkan secara optimal. Selain itu, keterbatasan literasi digital pemilik usaha menyebabkan kurangnya pemanfaatan fitur-fitur penting di Shopee, seperti promosi berbayar, optimasi kata kunci, dan pengelolaan ulasan pelanggan. Kondisi ini membuat jangkauan pemasaran terbatas dan potensi penjualan belum maksimal. (Andriyanti & Farida, 2022) Kedua permasalahan tersebut berdampak langsung terhadap perkembangan usaha. Tanpa logo yang kuat, produk sulit dikenal luas dan memiliki brand identity yang kokoh. Sementara itu, kurangnya optimalisasi akun Shopee mengakibatkan terbatasnya akses pasar dan rendahnya daya saing dengan produk madu serupa. Oleh karena itu, penting bagi UMKM Trigona Arum Honey untuk mendapatkan pendampingan dalam pembuatan logo sebagai identitas usaha serta pelatihan pengelolaan marketplace Shopee agar dapat meningkatkan citra usaha, memperluas pasar, dan menghadapi tantangan persaingan di era digital. (Suwandi et al., 2023). UMKM di Desa Hargo pancuran menghadapi permasalahan utama dalam pemasaran produk. Selama ini mereka masih mengandalkan cara konvensional, yaitu menjual melalui bandar atau penjual keliling, sehingga jangkauan pasar sangat terbatas hanya di sekitar desa. Kondisi ini membuat produk sulit dikenal lebih luas dan pendapatan UMKM tidak maksimal. Program pengabdian dilanjut dengan pengenalan pemasaran digital dan pelatihan pembuatan toko online Shopee. Penyuluhan menjadi salah satu kegiatan yang sangat bermanfaat untuk proses berbagi pengetahuan terhadap suatu materi (Putro et al., 2024). Selain itu, literasi digital para pelaku UMKM masih rendah. Mereka belum memahami manfaat marketplace dalam meningkatkan penjualan, sehingga peluang besar dari pemasaran online belum dimanfaatkan. Padahal, pemasaran digital dapat membuka akses ke konsumen yang lebih luas, cepat, dan efisien. Dengan pengenalan pemasaran digital dan pelatihan pembuatan toko online Shopee. Penyuluhan menjadi salah satu kegiatan yang sangat bermanfaat untuk proses berbagi pengetahuan terhadap suatu materi (Putro et al., 2024) Shopee dipilih karena merupakan salah satu marketplace terbesar dan mudah digunakan. Dengan Shopee, UMKM bisa membuka toko online gratis, menampilkan produk secara profesional, serta memperluas target pasar hingga ke luar daerah. Penggunaan Shopee juga membantu UMKM meningkatkan daya saing, mempermudah promosi, dan memperbesar peluang peningkatan pendapatan. Dengan pengenalan pemasaran digital dan pelatihan pembuatan toko online Shopee. Penyuluhan menjadi salah satu kegiatan yang sangat bermanfaat untuk proses berbagi pengetahuan terhadap suatu materi (Putro et al., 2024)

- **Apa itu Shopee?**

Shopee adalah salah satu aplikasi marketplace berbasis digital yang memfasilitasi transaksi jual beli secara online. Melalui Shopee, penjual dapat

membuka toko online, mengunggah produk, serta menjangkau konsumen lebih luas tanpa terbatas lokasi.

### **Kenapa Shopee dibutuhkan untuk KKN dan UMKM?**

1,Permasalahan UMKM: UMKM di Desa Hargo pancuran masih melakukan pemasaran secara konvensional, hanya menjual di sekitar dusun, dan bergantung pada bandar atau penjual keliling. Akibatnya jangkauan pasar sempit dan pendapatan terbatas.

2.Rendahnya literasi digital: Banyak pelaku UMKM belum memahami manfaat marketplace, sehingga potensi penjualan tidak optimal.

3.Solusi pemasaran digital: Shopee dipilih karena mudah digunakan, gratis, dan populer sehingga bisa memperluas pasar UMKM sampai ke luar daerah.

### **Dasar dibuatnya akun Shopee untuk UMKM:**

Mengacu pada kebutuhan pemasaran modern, dimana digital marketing menjadi strategi penting untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan.Marketplace seperti Shopee memberikan peluang akses pasar yang lebih luas, memudahkan promosi produk, serta mempermudah interaksi dengan konsumen.Pelatihan ini dilakukan agar UMKM memiliki keterampilan praktis dalam membuat akun, mengunggah produk, hingga mengelola toko online mereka.

### **Proses Kegiatan (Metodologi):**

Observasi: Mengidentifikasi kondisi UMKM dan pemahaman awal tentang pemasaran digital.Wawancara: Dengan pengrajin lokal untuk menggali kebutuhan dan hambatan pemasaran.Penyuluhan & Diskusi: Memberikan materi mengenai pemasaran digital dan manfaat marketplace.Praktik langsung: Mahasiswa mendampingi pelaku UMKM membuat akun Shopee dan mendaftarkan produk.Evaluasi: Dilakukan pre-test dan post-test untuk mengukur pemahaman.

### **Hasil Kegiatan:**

Peserta (25 orang UMKM) menunjukkan peningkatan pengetahuan tentang digital marketing.Setelah pelatihan, mereka mampu membuat akun Shopee, mengunggah produk, serta memahami cara memverifikasi toko.Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan: sebelum pelatihan mayoritas peserta tidak memahami pemasaran digital, setelah pelatihan sebagian besar mampu menjawab pertanyaan dengan benar terkait Shopee dan pemasaran online.

### **Kesimpulan:**

- UMKM Desa Hargo pancuran memiliki potensi besar, namun terkendala pemasaran.
- Pelatihan pembuatan toko online di Shopee terbukti efektif meningkatkan literasi digital dan keterampilan pemasaran.
- Dengan memanfaatkan Shopee, UMKM dapat memperluas pasar, meningkatkan penjualan, serta memperkuat perekonomian desa.

jadi, akun Shopee dibuat untuk UMKM karena:

- Menjawab masalah pemasaran konvensional,
- Memberikan solusi digital yang praktis dan gratis,
- Meningkatkan kemampuan dan pengetahuan pelaku UMKM,
- Mendukung tujuan KKN dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis digital.

UMKM sangat membutuhkan logo karena logo berfungsi sebagai identitas visual utama dari sebuah usaha. Tanpa logo, produk sulit dikenali dan tidak memiliki ciri khas yang membedakan dari pesaing. Logo menjadi tanda pengenal yang membantu konsumen mengingat dan mengasosiasikan produk dengan kualitas maupun nilai yang ditawarkan UMKM. Sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) memainkan peran yang sangat penting (Batubara et al., 2023) dalam perekonomian Indonesia. UMKM adalah bisnis yang memiliki aset di bawah 10 miliar rupiah dan memiliki kurang dari 250 karyawan. Sebagian besar UMKM dimiliki oleh individu atau kelompok kecil dan biasanya beroperasi di sektor informal atau tanpa izin resmi Hildayanti, Siti Komariah. & Alie, Juhaini. (2017). Peran Sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM adalah bisnis yang memiliki aset di bawah 10 miliar rupiah dan memiliki kurang dari 250 karyawan. Sebagian besar UMKM dimiliki oleh individu atau kelompok kecil dan biasanya beroperasi di sektor informal atau tanpa izin resmi Hildayanti, Siti Komariah. & Alie, Juhaini. (2017) Logo juga penting untuk membangun branding. Dengan logo, UMKM dapat menampilkan citra yang lebih profesional, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta menciptakan konsistensi dalam kemasan, promosi, maupun pemasaran digital. Logo tidak hanya sekadar gambar, tetapi juga alat komunikasi yang menyampaikan visi, misi, dan keunikan usaha Sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) memainkan peran yang sangat penting (Batubara et al., 2023) dalam perekonomian Indonesia. UMKM adalah bisnis yang memiliki aset di bawah 10 miliar rupiah dan memiliki kurang dari 250 karyawan. Sebagian besar UMKM dimiliki oleh individu atau kelompok kecil dan biasanya beroperasi di sektor informal atau tanpa izin resmi Hildayanti, Siti Komariah. & Alie, Juhaini. (2017) Selain itu, logo mendukung strategi pemasaran modern, khususnya di era digital. Logo mempermudah promosi di media sosial, marketplace, dan platform online lainnya, sehingga produk UMKM bisa lebih mudah dikenal luas. Dengan adanya logo, UMKM dapat meningkatkan daya saing dan memperluas pasar.

Singkatnya, UMKM membutuhkan logo karena:

1. Sebagai identitas produk agar mudah dikenali,
2. Membangun citra profesional dan kepercayaan,
3. Memperkuat branding dan konsistensi promosi,
4. Mendukung pemasaran digital dan memperluas jangkauan pasar.

#### 1. **Apa itu Logo?**

Logo adalah simbol atau gambar yang mewakili identitas bisnis. Logo berfungsi sebagai wajah dari UMKM, yang membuat produk mudah dikenali, membedakan dari pesaing, dan mencerminkan nilai serta visi usaha. Logo juga merupakan bagian penting dari identitas visual yang memperkuat branding dan meningkatkan kesadaran merek.

#### 2. **Kenapa Logo Dibutuhkan dalam KKN dan UMKM?**

- Identitas Produk: Banyak UMKM belum memiliki logo sehingga produk sulit dikenal. Logo membantu konsumen mengenali dan mengingat produk.
- Branding dan Daya Saing: Logo memperkuat citra merek, menciptakan kesan profesional, dan membantu UMKM bersaing di pasar yang semakin ketat.
- Komunikasi Nilai: Logo dapat menyampaikan nilai, visi, misi, atau keunikan usaha kepada konsumen.
- Pemasaran Digital: Logo sangat dibutuhkan untuk promosi di media sosial, marketplace, dan kemasan produk. Tanpa logo, pemasaran online jadi kurang menarik dan kurang dipercaya.

#### 3. **Dasar Pembuatan Logo untuk UMKM oleh KKN:**

- Permintaan nyata dari UMKM: Banyak UMKM Desa Aras, termasuk usaha Peyek Buk Siti, belum punya identitas visual.
- Kolaborasi: Mahasiswa KKN bersama pemilik UMKM melakukan diskusi, merancang konsep, memilih warna dan simbol, hingga menghasilkan logo yang sesuai karakter produk.
- Strategi Pengembangan: Prosesnya meliputi analisis brand, penentuan konsep, pemilihan elemen visual, uji respons publik, hingga penerapan pada media (label, spanduk, kemasan).
- Manfaat Edukatif: Mahasiswa belajar menerapkan ilmu desain/branding, sementara UMKM mendapatkan logo sebagai identitas profesional.

#### 4. **Hasil Kegiatan:**

- Logo baru berhasil dibuat untuk UMKM Peyek Buk Siti.
- Logo dipakai di label, spanduk, dan kemasan, sehingga produk lebih mudah dikenal.
- Identitas visual UMKM menjadi lebih kuat, membantu pemasaran offline maupun online.
- Daya saing UMKM meningkat karena kini memiliki branding yang jelas dan menarik.

#### 5. **Kesimpulan:**

Pembuatan logo merupakan strategi penting dalam pengembangan identitas visual UMKM. Logo tidak hanya sebagai simbol, tetapi juga alat komunikasi untuk membangun citra, memperkuat branding, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memperluas pasar. Program KKN ini berhasil

membantu UMKM memiliki identitas visual profesional, sekaligus menjadi sarana edukasi praktis bagi mahasiswa

## 2.2 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, masyarakat Desa Hargo Pancuran memiliki potensi usaha lokal yang dapat berkembang melalui pemanfaatan teknologi digital. Pelatihan, sosialisasi, dan pendampingan yang diberikan telah meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM dalam pemasaran digital serta pengelolaan media sosial. Inovasi usaha ini diharapkan mampu mengoptimalkan perkembangan UMKM dan meningkatkan daya saing di pasar. Berikut merupakan hasil dari berbagai macam kegiatan dan program kerja yang telah dilaksanakan :



Gambar 2.4 – Logo Trigona Arum honey menggunakan canva

### 2. Makna Logo *Trigona Arum Honey*

Berikut adalah interpretasi makna simbolis yang bisa diterapkan untuk logo Trigona Arum Honey:

#### 1. Nama “Arum” (Harum / Wangi)

- Kata “Arum” dalam Bahasa Jawa dan Melayu berarti wangi atau harum, yang identik dengan kesan alami dan kualitas tinggi
- Dalam konteks logo, Arum dapat diwakili oleh unsur visual seperti garis melengkung lembut atau detail floral yang menggambarkan aroma alami dan keaslian produk.

#### 2. Simbol Gambar Terkait Madu

- Logo madu sering kali menampilkan elemen seperti lebah, sarang (honeycomb), dan tetesan madu, yang langsung menyampaikan identitas produk secara visual
- Untuk Trigona Arum Honey, simbol lebah Trigona kecil bisa dipadukan dengan sarang bergaya minimalis atau tetesan madu, sebagai representasi kesucian (kemurnian) dan keaslian produk.

#### 3. Pemilihan Warna

- Warna-warna hangat seperti kuning cerah, oranye lembut, atau emas lazim digunakan di logo madu karena membangkitkan perasaan hangat, alami, dan energi positif
- Dalam kasus Trigona Arum Honey, palet warna emas atau kuning hangat akan memperkuat persepsi kualitas premium dan alami.

#### 4. Kesederhanaan dan Profesionalisme

- Logo yang kuat biasanya menyeimbangkan antara sederhana dan informatif: tidak terlalu ramai, cukup mudah diingat, dan tetap profesional. Desain minimalis dengan detail khas trigona (lebih kecil, tanpa sengat) bisa membuat logo terasa modern sekaligus autentik.

### 2.2.1 Melakukan Survei Ke UMKM Trigona Arum Honey

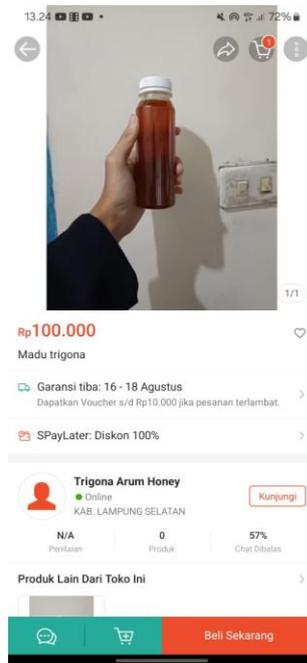
Mengunjungi pemilik serta melakukan survei terhadap usaha keripik Trigona Arum Honey Pak Radiman dengan tujuan mengetahui kondisi umkm saat ini dan memastikan program kerja yang akan dilaksanakan dalam program PKPM kali ini.



2.5 survei umkm Trigona arum Honey

### 2.2.2 Pelatihan dan Pembuatan Akun Shopee

Kegiatan pelatihan dan pembuatan akun Shopee bagi UMKM Trigona Arum Honey dilakukan sebagai upaya untuk memperluas jangkauan pemasaran produk melalui platform e-commerce. Dalam pelatihan ini, pemilik UMKM diberikan pendampingan mengenai cara membuat akun Shopee, mengatur tampilan toko, serta mengunggah produk dengan deskripsi yang jelas dan foto yang menarik. Selain itu, pelaku UMKM juga diberikan pengetahuan terkait strategi pengelolaan toko online, seperti pengaturan harga, pemanfaatan fitur promosi (*voucher*, *gratis ongkir*, *flash sale*), hingga cara berinteraksi dengan konsumen melalui fitur chat. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan pemilik UMKM mampu mengelola toko Shopee secara mandiri, meningkatkan penjualan, dan memperluas pangsa pasar tanpa terbatas oleh lokasi geografis. Pembuatan akun Shopee bukan hanya sekadar sarana penjualan, tetapi juga bagian dari strategi branding digital yang terintegrasi dengan identitas usaha. Kehadiran UMKM Trigona Arum Honey di Shopee diharapkan dapat meningkatkan daya saing, memperkuat eksistensi di pasar online, serta menjadi salah satu fondasi pengembangan usaha yang berkelanjutan di era digital.



*Gambar 3.6 – Pelatihan dan Pembuatan Akun Shopee*

### **2.3 Dampak Kegiatan**

Pelaksanaan program pembuatan logo, pembuatan akun Shopee, serta pelatihan pemasaran digital melalui media sosial memberikan dampak positif yang signifikan bagi UMKM. Dari sisi branding, keberadaan logo yang representatif membantu memperkuat identitas visual UMKM, sehingga produk lebih mudah dikenali oleh konsumen dan meningkatkan kepercayaan terhadap mutu produk. Sementara itu, pemanfaatan Shopee mampu memperluas jangkauan pemasaran dengan biaya relatif rendah, sekaligus memperkuat brand awareness agar produk semakin dikenal luas. Selain itu, pelatihan ini juga meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM, khususnya dalam membuat konten kreatif, mengelola akun penjualan online, serta mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran. Dengan kemampuan tersebut, UMKM dapat menjangkau konsumen baru di berbagai wilayah, menjalin interaksi yang lebih intens dengan pelanggan, serta menyesuaikan strategi pemasaran sesuai tren pasar terkini.

Secara keseluruhan, kegiatan ini mendorong UMKM untuk lebih siap bersaing di era digital, memperluas pasar tanpa batas geografis, meningkatkan penjualan, serta memperkuat posisi usaha di tengah persaingan produk sejenis.