

BAB II PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program-Program yang dilaksanakan

Kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) dibagi menjadi 3 kegiatan yaitu Program Kerja Individu, Program Kerja Kelompok dan Program kerja Pendukung yang dilaksanakan di Desa Sukaraja, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan. Adapun kegiatan utama yaitu membantu mengembangkan strategi pemasaran melalui preferensi pasar untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen pada Arunika Bambu

Table 2.1 Program yang dilaksanakan

No	Program Kerja	Deskripsi
1	Pengembangan Strategi Pemasaran Merchandise Arunika Bambu Berbasis Preferensi Pasar dan Analisis Harga dan Pembuatan E-Commerce Shoppe	Dengan pengembangan strategi pemasaran Arunika Bambu berbasis preferensi pasar dan analisis harga agar dapat meningkatkan kualitas produk dimukai dari pembuatan aksesoris serta memberikan keunikan tersendiri yg menjadi pembeda dari brand pesaing lainnya agar Arunika Bambu dapat bersaing dipasar luar serta memanfaatkan platform e-commerce shoppe untuk meningkatkan penjualan Arunika Bambu
2	Sosialisasi ke MI Darussalam	Dengan sosilasisasi ke MI Darsussalam agar menambah wawasan siswa sejak dini, menumbuhkan semangat belajar serta mendukung pembentukan karakter diri yang positif

2.2 Waktu Kegiatan

Kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Desa, dimulai dari tanggal 21 Juli hingga 20 Agustus 2025. Selama periode tersebut, berbagai program kerja yang telah direncanakan dan dilaksanakan secara bertahap sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, Rincian waktu pelaksanaan setiap kegiatan akan disajikan secara detail dalam tabel di bawah ini

Table 2.2 Waktu Kegiatan

No	Tanggal	Kegiatan	Keterangan
1	21 Juli 2025	- Pemberangkatan Mahasiswa/I PKPM ke	Terlaksana

		Desa tujuan didampingi oleh DPL - Penyambutan Mahasiswa/I PKPM oleh Desa Sukaraja - Merapihkan posko serta barang bawaan	
2	22 Juli 2025	- Kordinasi pemaparan program kerja PKPM	Terlaksana
3	23 Juli 2025	- Kordinasi pemaparan program kerja PKPM	Terlaksana
4	24 Juli 2025	Pembuatan e commerce shopee dan melakukan analisis pasar	Terlaksana
5	25 Juli 2025	Menyebarkan kuesioner kepada beberapa penduduk dan wisatawan Desa Sukaraja	Terlaksana
6	26 Juli 2025	Penyampaian hasil kuesioner yang telah dikumpulkan dari responden dan melakukan diskusi bersama pemilik umkm bambu dilanjutkan dengan penyampaian saran dan rekomendasi untuk pengembangan strategi pemasaran merchandise arunika bambu berbasis preferensi pasar dan analisis harga	Terlaksana
7	27 Juli 2025	Penjelasan cara menggunakan shopee dan pemasangan banner	Terlaksana
8	28 Juli 2025	Sosialisasi dua ke MI Darussaalam desa Sukaraja	Terlaksana
9	29 Juli 2025	Nobar final sepakbola Timnas U23	Terlaksana
10	30 Juli 2025	- Sosialisasi ketiga ke MI Darussaalam desa Sukaraja - Kunjungan kedua ke UMKM Arunika Bambu	Terlaksana

		- Rapat persiapan HUT RI ke-80	
11	31 Juli 2025	Rapat koordinasi pembagian area untuk penggalangan dana dalam rangka menyambut HUT RI ke-80.	Terlaksana
12	1 Agustus 2025	Sosialisasi keempat ke MI Darussaalam desa Sukaraja	Terlaksana
13	2 Agustus 2025	- Penggalangan dana dalam rangka menyambut HUT RI ke-80. - Mempersiapkan HUT RI ke -80 dengan mengecat bambu	Terlaksana
14	3 Agustus 2025	- Kunjungan ke UMKM Hatchery Udang Vaname - penggalangan dana dalam rangka menyambut HUT RI ke-80. - Mempersiapkan dekorasi untuk HUT RI ke -80	Terlaksana
15	4 Agustus 2025	Mempersiapkan dekorasi untuk HUT RI ke -80	Terlaksana
16	5 Agustus 2025	Mempersiapkan dekorasi untuk HUT RI ke -80 dengan mengecat bambu	Terlaksana
17	6 Agustus 2025	Berkunjung ke air terjun way tayas wisata desa Sukaraja	Terlaksana
18	7 Agustus 2025	Kunjungan DPL ke posko pkpm desa Sukaraja	Terlaksana
19	8 Agustus 2025	- Kunjuangan ketiga ke UMKM Arunika Bambu - gotong-royong Mempersiapka dekorasi panggung untuk lomba 17 agustus	Terlaksana
20	9 Agustus 2025	Gotong – royong mepersiapkan costum untuk carnavall 17 Agustus	Terlaksana

21	10 Agustus 2025	Gotong – royong membersihkan bahu jalan dusun 4 desa Sukaraja	Terlaksana
22	11 Agustus 2025	Pembukaan lomba 17 Agustus desa Sukaraja	Terlaksana
23	12 Agustus 2025	Kunjuangan keempat ke UMKM Arunika Bambu	Terlaksana
24	13 Agustus 2025	Menghadiri acara pernikahan anak dari tokoh adat desa Sukaraja	Terlaksana
25	14 Agustus 2025	Penyerahan bener kepada UMKM Arunika bambu desa Sukaraja	Terlaksana
26	15 Agustus 2025	Gotong – royong membersihkan desa untuk persiapan 17 agustus	Terlaksana
27	16 Agustus 2025	Pembangunan gapura di pintu masuk objek wisat desa Sukaraja	Terlaksana
28	17 Agustus 2025	- upacara peringatan HUT RI ke-80 - berpartisipasi dalam carnavall 17 agustus	Terlaksana
29	18 Agustus 2025	Melakukan foto bersama dengan kepala desa dan kepala dusun	Terlaksana
30	19 Agustus 2025	- perpisahan dengan aparatur desa Sukaraja - Pemberian Plakat Ke balai desa Sukaraja - Berpamitan Dengan Warga Setempat - Persiapan Pulang	Terlaksana
31	20 Agustus 2025	- Penjabaran Program Kerja Selama PKPM di Kantor Kecamatan Rajabasa - Pelepasan Mahasiswa/i PKPM - Penjemputan Mahasiswa/i PKPM	Terlaksana

2.1.1 Melakukan Pelepasan PKPM

Salah satu hal yang harus dilaksanakan ketika hendak melaksanakan kegiatan PKPM yaitu pelepasan mahasiswa dengan Dosen Pemnimbing lapangan kepada perangkat desa serta pihak UMKM dan berterimakasih telah diizinkan melaksanakan kegiatan di daerah tersebut. Berikut ini pelepasan PKPM yang dapat dilihat



Gambar 2.1 Pelepasan Mahasiswa

2.1.2 Pengabdian Terhadap BUMDes

Salah satu kegiatan yang dilakukan pada saat PKPM yaitu melakukan pengabdian kepada BUMDes yakni BUMDes Arunika bambu dengan upaya melakukan pengembangan pemasaran sehingga bertujuan untuk mendapatkan penambahan pemasaran digital yang lebih luas dan dikenal banyak orang.

2.1.3 Analisis Preferensi Pasar Merchandise Arunika Bambu

Produk merchandise bambu yang dihasilkan oleh UMKM di bawah naungan BUMDes ini menunjukkan potensi pasar yang cukup menjanjikan, terutama dari segi keunikan produk dan ketersediaan bahan baku lokal. Produk yang diproduksi saat ini antara lain miniatur perahu layar, asbak, hiasan dinding, dan kapal jet miniatur. Dari hasil wawancara, diketahui bahwa produk-produk tersebut sebagian besar sudah pernah dibeli oleh masyarakat, terutama jenis asbak dan miniatur perahu. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat minat pasar terhadap produk kerajinan yang memiliki fungsi praktis sekaligus nilai estetika.

Produk-produk tersebut memiliki ciri khas desain tradisional yang merepresentasikan unsur lokalitas, seperti bentuk perahu layar tempo dulu, yang dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pasar wisata. Keunikan ini merupakan nilai jual utama yang membedakan produk ini dari produk massal pabrikan. Selain itu, letak geografis UMKM yang dekat dengan kawasan wisata juga menjadi peluang besar dalam menjangkau segmen wisatawan, meskipun saat ini masih terdapat kendala dalam pemasarannya.

Dari sisi demografi pasar, UMKM ini belum menjangkau khalayak yang lebih luas karena masih terbatasnya promosi, khususnya secara digital. Saat ini, pemasaran masih dilakukan secara konvensional dan mengandalkan pengunjung lokal serta dukungan dari pemerintah desa. Masyarakat umum di sekitar lokasi produksi juga belum sepenuhnya menyadari potensi dan nilai dari produk lokal tersebut. Namun demikian, adanya perhatian dan dukungan dari perangkat desa menjadi sinyal positif bagi pengembangan preferensi pasar ke depannya. Dukungan ini juga dapat menjadi penguat dalam membangun citra merek dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya mendukung produk lokal. Berikut hasil dari kuisioner yang diserahkan langsung ke ketua BUMDes



Gambar 2.2 Hasil Kuisioner Preferensi Pasar Merchandise

2.1.4 Analisis Strategi Harga Jual Merchandise Bambu

Penetapan strategi harga jual produk merchandise bambu harus mempertimbangkan berbagai faktor yang saling berkaitan, antara lain biaya produksi, nilai tambah produk, daya beli masyarakat, dan daya saing di pasar. Berdasarkan hasil wawancara, bahan baku utama yaitu bambu tersedia secara melimpah di lingkungan sekitar dan tidak memerlukan biaya pembelian. Hal ini memberikan keunggulan kompetitif dari sisi biaya produksi yang sangat rendah. Komponen biaya utama berasal dari bahan pendukung seperti lem, serta investasi alat

yang masih sangat sederhana. Selain itu, waktu produksi untuk satu unit miniatur perahu hanya memakan waktu sekitar empat jam jika dikerjakan secara fokus.

Dengan biaya produksi yang rendah dan nilai estetika produk yang cukup tinggi, maka pendekatan yang tepat untuk penetapan harga adalah strategi *cost-plus pricing* untuk produk yang fungsional seperti asbak, serta strategi *value-based pricing* untuk produk yang memiliki keunikan bentuk dan nilai budaya seperti miniatur perahu layar. Strategi penetapan harga juga dapat didukung dengan pendekatan bundling, di mana beberapa jenis produk digabungkan menjadi satu paket, misalnya “paket souvenir bambu”, sehingga memberikan nilai lebih bagi konsumen dan memungkinkan peningkatan harga jual per unit.

Namun demikian, terdapat kendala signifikan dari sisi produksi, yakni keterbatasan alat. Hal ini berdampak pada kualitas akhir produk, terutama dari sisi kerapian dan ketahanan, yang tentu memengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai produk tersebut. Oleh karena itu, investasi pada peralatan yang lebih memadai akan sangat penting untuk meningkatkan kualitas dan memungkinkan UMKM ini menaikkan harga jual produknya.

Selain itu, kendala dalam pemasaran juga menjadi faktor penentu. Karena pelaku UMKM berada di daerah perkampungan dan belum menguasai media digital, maka jangkauan pemasaran masih terbatas. Oleh karena itu, strategi harga yang disusun harus disesuaikan dengan segmentasi pasar yang dapat dijangkau saat ini, seperti masyarakat lokal dan wisatawan domestik. Seiring waktu, dengan adanya pelatihan digital marketing dan kolaborasi dengan UMKM lain (misalnya dalam penambahan bahan resin untuk meningkatkan estetika dan keawetan), strategi harga dapat dikembangkan lebih fleksibel untuk menasar pasar urban dengan harga premium. Berikut tabel analisis harga pada produk Arunika Bambu

Table 2.3 Harga Arunika Bambu

Jenis Produk	Biaya Produksi (Estimasi)	Nilai Tambah	Harga Jual Disarankan	Strategi Harga
Miniatur Perahu Layar	± Rp 5.000 (lem&alat)	Estetikatradisional, unik	Rp 25.000 – Rp 40.000	Value-based pricing

Asbak dari Bambu	± Rp 3.000	Fungsional, dekoratif	Rp 15.000 – Rp 25.000	Cost-plus pricing
Hiasan Dinding	± Rp 4.000	Handmade, cocok untuk souvenir	Rp 20.000 – Rp 35.000	Bundling & souvenir pricing
Kapal Jet Miniatur	± Rp 6.000	Produk langka, nilai unik	Rp 30.000 – Rp 50.000	Value-based pricing

2.1.5 Pembuatan Akun Shoppe Arunika Bambu

Dalam rangka meningkatkan pemasaran dan memperluas jangkauan pasar produk-produk anyaman bambu BUMDES Arunika Bambu, maka dilakukan pembuatan akun official store di platform e-commerce Shopee. Sebagai upaya adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital dan tren belanja online, BUMDES Arunika Bambu memandang perlu untuk memiliki channel penjualan melalui marketplace Shopee. Pembuatan akun toko online di Shopee ini bertujuan untuk memudahkan akses bagi konsumen, meningkatkan volume penjualan, serta membangun brand awareness 'Arunika Bambu' di tingkat nasional dan untuk meningkatkan omzet penjualan, memperkenalkan kerajinan bambu kepada generasi muda, dan bersaing secara sehat di pasar digital. Berikut ini pendaftaran akun shoppe Arunika Bambu dapat dilihat



Gambar 2.3 Pembuatan Akun Shoppe Arunika Bambu

2.3 Hasil kegiatan dan Dokumentasi

2.3.1 Hasil Kegiatan

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, dapat menghasilkan sebuah pelatihan pemahaman pentingnya efektifitas pengembangan strategi pemasaran merchandise berbasis preferensi pasar dan analisis harga serta memanfaatkan e-commerce untuk meningkatkan penjualan yang dilakukan pada BUMDes arunika bambu.

2.3.2 Dokumentasi Kegiatan

2.3.2.1 Pelepasan Peserta PKPM

Pelepasan ini adalah awal kegiatan PKPM yang didampingi langsung oleh Dosen pembimbing Lapangan dan mengantarkan Mahasiswa ke posko PKPM di desa Sukaraja Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan. Berikut pelepasan peserta PKPM IIB Darmajaya dapat dilihat.



Gambar 2.4 Pelepasan Peserta PKPM

2.3.2.2 Pemaparan Program Kerja

Pemaparan program kerja ini bertujuan untuk mensosialisasikan seluruh rangkaian kegiatan PKPM kepada masyarakat dan perangkat desa guna menciptakan sinergi dan dukungan untuk kelancaran pelaksanaannya. Serta untuk memperkenalkan masing-masing mahasiswa PKPM Darmajaya kepada Aparatur desa



Gambar 2.5 Pemaparan Program Kerja

2.3.2.3 Observasi Produk BUMDes

Tujuan kunjungan ini dilakukan adalah untuk mendapatkan beberapa informasi mengenai potensi BUMDes Arunika Bambu dan mengetahui bagaimana proses pembuatan Arunika Bambu yang nanti akan dipasarkan. Berikut observasi Arunika Bambu yang dapat dilihat.



Gambar 2.6 Observasi Produk BUMDes

2.3.2.4 Observasi MI Darussalam

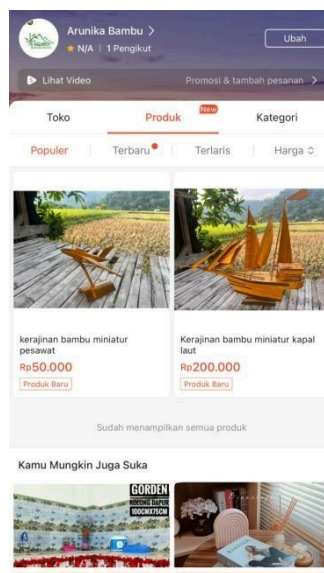
Observasi dilakukan untuk memperkenalkan mahasiswa PKPM Darmajaya kepada murid-murid dan guru-guru di MI Darussalam agar tali silaturahmi semakin luas di desa Sukaraja sekaligus sosialisasi tentang uang jajan untuk modal usaha. Berikut observasi ke MI Darussalam



Gambar 2.7 Observasi MI Darussalam

2.3.2.5 Mendaftarkan akun Shoppe

Sebagai upaya adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital dan tren belanja online, BUMDES Arunika Bambu memandang perlu untuk memiliki channel penjualan melalui marketplace Shopee. Maksud dari pembuatan akun ini adalah untuk menjadikan Shopee sebagai salah satu saluran distribusi utama produk-produk unggulan BUMDES. Tujuannya adalah untuk meningkatkan omzet penjualan, memperkenalkan kerajinan bambu kepada generasi muda, dan bersaing secara sehat di pasar digital. Dengan adanya akun ini, diharapkan dapat tercipta perluasan pangsa pasar yang tidak lagi terbatas secara geografis. Berikut akun shoppe dari Arunika Bambu



Gambar 2.8 Mendaftarkan akun Shoppe

2.3.2.6 Penyerahan Kusioner Preferensi Konsumen terhadap Arunika Bambu

Keunikan desain dan pemanfaatan bahan baku lokal yang melimpah menjadi nilai jual utama dari berbagai merchandise bambu yang diproduksi UMKM binaan BUMDes ini, seperti

miniatur perahu, asbak, hingga beragam hiasan dinding. Dari hasil kuisisioner yang disebar ke 52 orang yang sebagian besar adalah wisatawan dan warga desa Sukaraja dengan rentan usia 17th - 45th diketahui untuk pengisi kuisisioner laki-laki 25% dan 75% perempuan. Untuk pembelian merchandise yang berbahan bambu diketahui bahwa produk-produk tersebut sebagian besar sudah pernah dibeli oleh masyarakat, terutama jenis asbak dan miniatur perahu. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat minat pasar terhadap produk kerajinan yang memiliki fungsi praktis sekaligus nilai estetika. Jenis merchandise bambu yang paling menarik dimata konsumen ialah aksesoris seperti gantungan kunci, pin serta dekorasi rumah seperti miniatur, pajangan. Melalui kuisisioner ini diharapkan untuk kemajuan penjualan pada bagian perkembangan pemasaran dari Arunika Bambu. Fokus pada hasil kuisisioner yaitu meningkatkan kualitas produk dimukai dari pembuatan aksesoris serta memberikan keunikan tersendiri yg menjadi pembeda dari brand pesaing lainnya agar Arunika Bambu dapat bersaing dipasar luar. Berikut hasil penyerahan kuisisioner dari Preferensi Konsumen terhadap Arunika Bambu



Gambar 2.9 Penyerahan Kuisisioner Preferensi Konsumen terhadap Arunika Bambu

2.3.2.7 Sosialisasi Pentingnya belajar membaca MI Darussalam

Minat baca yang rendah masih menjadi tantangan besar dalam dunia pendidikan Indonesia, khususnya di tingkat dasar. Membaca merupakan fondasi utama untuk menyerap ilmu pengetahuan dan mengembangkan kemampuan berpikir kritis. MI Darussalam, sebagai institusi pendidikan yang berperan penting dalam mencetak generasi penerus bangsa, menyadari sepenuhnya bahwa membangun kebiasaan membaca sejak dini adalah sebuah keharusan. Berikut hasil dokumentasi sosialisasi pentingnya belajar membaca di MI Darussalam



Gambar 2.10 Sosialisasi Pentingnya belajar membaca MI Darussalam

2.3.2.7 Penyerahan Banner Arunika Bambu

Penyerahan bukti fisik banner pada BUMDes Arunika Bambu. Banner ini nantinya digunakan sebagai identitas dan sebagai penanda bagi para pelanggan dan juga calon pelanggan agar mengetahui lokasi dan jenis usaha yang di jalankan. Berikut terlampir penyerahan banner Arunika Bambu



Gambar 2.11 Penyerahan Banner Arunika Bambu

2.3.2.10 Berpartisipasi dalam kegiatan gotong royong

Gotong royong merupakan nilai luhur dan budaya bangsa Indonesia yang mencerminkan semangat kebersamaan, solidaritas, dan kepedulian sosial.

Kegiatan ini dilaksanakan sebagai wujud nyata kepedulian dan kontribusi saya/kelompok kami terhadap masyarakat sekitar. Selain itu, partisipasi dalam kegiatan ini juga bertujuan untuk menjalin silaturahmi yang erat dengan warga dan belajar langsung tentang nilai-nilai kerjasama yang ada di dalam masyarakat. Berikut dokumentasi yang dapat dilihat



Gambar 2.12 Berpartisipasi dalam kegiatan gotong royong

2.3.2.11 Berpartisipasi dalam kegiatan HUT Kemerdekaan RI

Berpartisipasi dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh desa kalirejo dan dusun mekarjaya dalam memeriahkan HUT RI Ke-79 dengan berbagai macam perlombaan. Berikut terlampir dari kepanitiaan kemerdekaan RI



Gambar 2.13 Berpartisipasi dalam kegiatan HUT Kemerdekaan RI

2.3.2.12 Berpartisipasi dalam pembuatan tugu desa Sukaraja

Partisipasi aktif anggota PKPM untuk membuat tugu desa Sukaraja tidak hanya berfungsi sebagai penanda geografis semata, melainkan juga sebagai simbol identitas, atau monumen yang merepresentasikan semangat dan cita-cita bersama masyarakat desa. Pembangunan tugu ini memiliki arti yang sangat strategis dalam memperkuat karakter dan jati diri Desa Sukaraja. Berikut terlampir dalam pembuatan tugu desa Sukaraja



Gambar 2.14 Berpartisipasi dalam pembuatan tugu desa Sukaraja

2.4 Dampak Kegiatan

2.4.1 Dampak Kegiatan PKPM untuk Masyarakat

Beberapa kegiatan telah dijalankan dalam Program Pengabdian Masyarakat ini, memberikan manfaat nyata bagi warga sekitar. Di tingkat sekolah dasar, siswa kini lebih memahami nilai pola hidup sehat, termasuk pengelolaan waktu yang efektif. Selain itu, partisipasi masyarakat dalam kegiatan desa seperti senam rutin, Jumat Berkah (khusus ibu-ibu), dan gotong royong menunjukkan peningkatan. Tak kalah penting, pelaku BUMDes kini lebih terampil dalam mendigitalisasi produk mereka, sekaligus mengikuti perkembangan tren digital terkini

2.4.2. Dampak Kegiatan PKPM untuk BUMDes Arunika Bambu

Kegiatan PKPM yang telah dilaksanakan dapat membantu BUMDes dalam melakukan kegiatan dengan meningkatkan pemahaman pelaku usaha terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen melalui pendekatan berbasis data. Dan membantu menentukan strategi penetapan harga yang kompetitif sehingga produk lebih mampu bersaing di pasar. Selain itu kegiatan yang saya lakukan juga menimbulkan dampak cukup baik bagi input dan output terkait hasil penjualan Produk Arunika Bambu baik secara offline maupun online.