

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pelaksanaan PKPM

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya fakultas Ekonomi dan Ilmu Komputer menerapkan program PKPM (Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat). PKPM merupakan suatu bentuk pengabdian mahasiswa kepada masyarakat, yaitu sebagai salah satu cara mengaplikasikan apa yang sudah diterima selama di dalam perkuliahan. Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat bagi mahasiswa diharapkan dapat menjadi suatu pengalaman belajar yang baru untuk menambah pengetahuan, kemampuan, dan kesadaran hidup bermasyarakat. Bagi masyarakat, kehadiran mahasiswa diharapkan mampu memberikan motivasi dan inovasi dalam bidang sosial kemasyarakatan. Dalam kaitannya dengan penelitian, mahasiswa diajak untuk menelaah dan merumuskan permasalahan yang terjadi di masyarakat, menelaah potensi-potensi dan kelemahan masyarakat serta mencari solusi untuk masalah itu. Sebagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat mahasiswa mengamalkan ilmu, teknologi, dan ekonomi untuk memecahkan masalah tersebut dan menanggulangnya. Atau dapat dikatakan bahwa Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat membantu dalam membangun masyarakat.

Mengingat Peningkatan penyebaran dan jumlah pasien COVID-19 yang terus meningkat dan hal ini menjadikan Presiden Joko Widodo memutuskan mengambil kebijakan dengan pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar atau PSBB dalam memutus mata rantai penyebaran virus Corona atau COVID-19 di Indonesia yang dikategorikan sangat berbahaya dan beresiko. Kebijakan PSBB yang oleh Presiden memuat beberapa arahan yang harus ditaati diantaranya 1) Kegiatan sekolah dan bekerja dilakukan di rumah; 2) Pembatasan kegiatan keagamaan; 3) pembatasan kegiatan di tempat/fasilitas umum; 4) Pembatasan kegiatan sosial dan budaya; 5) Pembatasan moda transportasi; 6) Pembatasan kegiatan aspek lainnya khusus terkait aspek pertahanan dan keamanan.

Sejalan dengan situasi dan kondisi pandemi COVID-19 ini, Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya sebagai perguruan tinggi terbesar di Provinsi Lampung, dimana salah satu Tridharma Perguruan Tinggi adalah melaksanakan pengabdian kepada

masyarakat. Maka, dalam hal ini punya tanggung jawab yang besar untuk juga berkontribusi dalam pencegahan dan penanganan penyebarana COVID-19 ini di masyarakat dengan penerapan berbagai program. Melalui Lembaga Penelitian, Pengembangan Pembelajaran dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP4M), IIB Darmajaya merumuskan kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat Tematik di Masa Pandemi COVID-19. Kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan kegiatan yang terjadwal secara akademik di IIB Darmajaya setiap semester. Oleh karena itu, percepatan penanggulangan COVID-19 sangat srategis jika dilakukan melalui kegiatan Kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) COVID-19. Kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) Tematik merupakan salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa secara interdisipliner, institusional, dan kemitraan sebagai salah satu wujud dari tridharma perguruan tinggi.

Pelaksanaan PKPM pada periode genap tahun 2019/2020 dilaksanakan di Kabupaten Lampung Utara. Kabupaten Lampung Utara adalah salah satu kabupaten di Provinsi Lampung, Indonesia. Kabupaten ini diresmikan pada tanggal 15 Juni 1946 berdasarkan Undang-Undang Nomor UU No. 4 (darurat) tahun 1965, juncto UU RI Nomor 28 Tahun 1959,tentang Pembentukan Kabupaten Lampung Utara. Daerah ini kaya akan sumberdaya alam pertanian dan pariwisata.

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 20 Tahun 2000 jumlah kecamatan dimekarkan menjadi 16 kecamatan dengan mendefinitifkan 8 kecamatan pembantu yaitu: Kotabumi Utara, Kotabumi Selatan, Abung Semuli, Abung Surakarta, Abung Tengah, Abung Tinggi, Bunga Mayang dan Muara Sungkai. Sedangkan hari kelahiran Kabupaten Lampung Utara Sikep ini, setelah melalui berbagai kajian, disepakati jatuh tanggal 15 Juni 1946 dan ini disahkan dalam Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2002.

Mahasiswa PKPM IBI Darmajaya kelompok individu diberi kesempatan untuk melaksanakan PKPM di Kabupaten Lampung Utara tepatnya di Kecamatan Bunga Mayang, desa Mulyorejo II. Desa Mulyorejo II merupakan desa induk di kecamatan Bunga Mayang. Desa Mulyorejo II terdiri dari 2 (Dua) dusun dan 18 (delapan belas) RT. Di Desa Mulyorejo II Kecamatan Bunga Mayang terdapat beberapa potensi usaha seperti BUMDes dan UMKM. Namun hingga saat ini, berbagai data menyebut bahwa sebagian besar BUMDes di Desa Mulyorejo II masih sebatas berdiri dan belum

memiliki banyak aktivitas usaha yang menghasilkan. Sebagian lagi belum produktif karena masih sedikitnya pemahaman BUMDes pada potensi desa terutama sumber daya manusianya.

BUMDes yang terdapat di Desa Mulyorejo II bergerak di bidang pendistribusian BUMDes di bidang perdagangan yaitu salah satunya keripik-keripik seperti pisang, singkong, tempe, UMKM tahu usaha desa ini tidak terlalu bergerak dikarenakan kurangnya asupan dana dan media pemasaran.

Di Desa Mulyorejo II Kecamatan Bunga Mayang terdapat beberapa potensi daerah yang menjanjikan, seperti potensi pertanian tebu yang menghasilkan gula berkualitas menengah. Hasil pertanian tersebut di jual di PTPN 7 Bunga Mayang. Selain itu mayoritas warga di desa Mulyorejo II memiliki lahan untuk menanam berbagai sayuran baik di rumah ataupun di ladang sehingga dapat dikatakan warga desa tersebut tidak konsumtif.

Tujuan didirikannya Usaha Mikro Kecil Menengah ini yakni untuk meningkatkan ekonomi Desa Mulyorejo II dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada disekitar untuk berwirausaha yang akan berdampak baik bagi mereka, karena selain menambah kegiatan untuk mengisi waktu luang usaha ini juga merupakan usaha yang memiliki prospek menjanjikan dalam menambah penghasilan.

Kegiatan PKPM ini dilaksanakan sebagai upaya untuk memberdayakan potensi dan sumber daya yang dimiliki Desa Mulyorejo II dengan membuat suatu Usaha Mikro Kecil Menengah yang baru. Di Desa Mulyorejo II terdapat UMKM yang memproduksi berbagai keripik, maka saya melihat potensi yang ada di Desa Mulyorejo II untuk mendirikan Usaha Mikro Kecil Menengah dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang masih produktif di masa pandemi covid-19. Berdasarkan observasi dan pengamatan di lapangan, saya akan mengembangkan UMKM keripik tahu walik karena menurut saya belum tahu walik belum begitu berkembang di Desa Mulyorejo II. Apabila dilihat dari segi inovasi produk tahu walik tersebut belum dikembangkan dengan luas. Selain itu apabila dilihat dari aspek pemasaran belum cukup luas, pembuatan tahu walik hanya berdasarkan pemesanan saja dan tidak ready stock. Maka dengan adanya sumber daya manusia yang cukup ini saya memanfaatkan keadaan ini

untuk mengembangkan inovasi produk segi pemasaran dan pengelolaan sumber daya manusia nya.

UMKM yang baru dibentuk ini memiliki permasalahan dari berbagai aspek, terutama aspek pemasaran. Pada aspek pemasaran permasalahannya adalah belum adanya pemasaran produk secara online (e-commerce). E-Commerce ini dibutuhkan oleh suatu UMKM karena e-commerce ini digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran suatu UMKM. Penerapan usaha dengan menggunakan media online saat ini sudah banyak di seluruh dunia, khususnya di Indonesia.

Dengan adanya permasalahan di atas sesuai dengan tujuan PKPM, saya pun termotivasi untuk mengadakan beberapa kegiatan di Desa Mulyorejo II, dengan tujuan agar Desa Mulyorejo II dapat lebih maju dengan potensi yang dimiliki, dan usaha yang telah berjalan bisa menjadi ekonomi yang mandiri dengan inovasi-inovasi yang lebih kreatif. Adanya permasalahan pada beberapa usaha yang ada di Desa Mulyorejo II, yang salah satunya para pelaku usaha belum mengenal pemasaran produk secara online (e-commerce). Dengan adanya E-commerce ini saya dapat membantu dalam proses penjualan dan promosi keseluruhan daerah di Indonesia secara online, sebelum saya melakukan proses pembuatan akun E-commerce terlebih dahulu untuk menyiapkan akun gmail, karena akun gmail ini sangat penting dalam proses pembuatan akun E-commerce. Namun kurangnya inovasi dari pelaku usaha juga menjadi kendala dalam memajukan usaha mereka, dengan itu ada 3 program yang kami lakukan disana dalam hal inovasi, yaitu inovasi rasa, inovasi kemasan, inovasi pemasaran dengan design yang menarik dan pemasaran secara online. Dengan adanya inovasi pada produk yang mereka buat, akan menjadi nilai jual lebih bagi para pelaku usaha yang ada di Desa Mulyorejo II.

Sehubungan dengan hal-hal yang melatar belakangi masalah-masalah diatas, penulis tertarik mengadakan pengamatan dan pendekatan sosial mengenai :

“OPTIMALISASI UMKM TAHU DENGAN INOVASI TAHU WALIK MENGGUNAKAN E-COMMERCE DIMASA PANDEMI DI DESA MULYOREJO II KECAMATAN BUNGA MAYANG KABUPATEN LAMPUNG UTARA”

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari kegiatan praktek kerja pengabdian masyarakat (PKPM) Covid-19 dalam menginovasikan produk tahu sebagai berikut:

1. Bagaimana meningkatkan ide kreatif dalam UMKM di masa pandemi covid-19?
2. Bagaimana pengetahuan masyarakat Desa Mulyorejo II Kecamatan Bunga Mayang dalam penggunaan e-commerce sebagai media pemasaran untuk menstabilkan perekonomian?
3. Bagaimana pentingnya merek dan kemasan terhadap UMKM di Desa Mulyorejo Kecamatan Bunga Mayang?

1.3 Manfaat dan Tujuan PKPM

1.3.1 Bagi IBI Darmajaya

- a. Mempromosikan kampus IBI Darmajaya yang terkenal berbasis teknologi informasi dan ekonomi bisnis kepada masyarakat desa.
- b. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian IBI Darmajaya kepada masyarakat khususnya Desa Mulyorejo II .
- c. Sebagai acuan dan bahan referensi tambahan pengetahuan dibidang Pemasaran bagi civitas akademik di IBI Darmajaya Bandar Lampung.

1.3.2 Bagi mahasiswa

- a. Mendapatkan nilai lebih yaitu kemandirian disiplin, tanggung jawab dan jiwa kepemimpinan.
- b. Menambah pengetahuan dan wawasan mahasiswa yang dapat di gunakan untuk menyongsong dimasa yang akan datang.
- c. Mahasiswa dapat memiliki kemampuan bersosialisasi dengan masyarakat.
- d. Memberikan pengalaman nyata bagi mahasiswa.
- e. Sebagai wujud pengabdian masyarakat.
- f. Melatih kepekaan mahasiswa dalam menyelesaikan masalah dan memberikan solusi yang baik bagi masyarakat.

1.3.3 Bagi Masyarakat

- a. Membantu pemilik UMKM untuk mengetahui cara produksi dan pemasaran yang baik.

- b. Untuk menambah ilmu pemasaran kepada pemilik UMKM serta menerapkan pemasaran produk secara online (e-commerce).
- c. Membantu siswa siswi SD dan SMP yang kesulitan dalam proses belajar secara daring.
- d. Membantu perangkat desa untuk pengisian formulir pembukaan buku rekening dan pendataan BLT bagi masyarakat.

1.4 Mitra Yang Terlibat

1.4.1 UMKM Tahu

UMKM Tahu merupakan jenis protein nabati dengan harga jualnya cukup murah. Manfaat dari tahu yaitu mengurangi resiko kanker karena tahu mengandung isoflavan, antioksidan yang dapat menghambat pertumbuhan kanker, menurunkan risiko penyakit kardiovaskular karena tahu memiliki kandungan protein yang tidak kalah tinggi dan tahu bisa menggantikan protein hewani dalam menu makanan, osteoporosis karena tahu memiliki kandungan *isoflavan* yang ada dalam tahu dipercaya dapat meningkatkan kepadatan tulang dan menurunkan risiko pengeroposan pada tulang, diabetes tipe 2 karena tahu memiliki kandungan kedelai yang dapat mengurangi risiko terkena diabetes tipe 2, dan tahu baik untuk fungsi otak dan elastisitas tahu karena memiliki kandungan *isoflavan* dan *lecithin* pada tahu diduga memiliki pengaruh baik terhadap fungsi otak dan ingatan. Selain itu, *isoflavan* dapat secara signifikan mengurangi keriputan dan meningkatkan elastisitas kulit. Sehingga tahu bisa dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. Karena itu dengan mengolah tahu dengan dikemas secara berbeda maka tidak menutup kemungkinan tahu yang diolah dapat dijadikan primadona yang bisa meningkatkan mutu harga jualnya selain itu bisa menjadikan tahu jadi tahan lama.

BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program-Program yang Dilaksanakan

2.1.1 Pembuatan Inovasi Kemasan untuk Kripik Tahu

Salah satu daya tarik dari suatu produk adalah dilihat dari segi cara pengemasan (packing). Kemasan pada suatu produk mencitrakan dirinya sendiri dipasaran dan berusaha menawarkan dirinya sendiri di tengah-tengah himpitan produk lain. Jika melihat hal tersebut dapatlah kita menyebutkan sebagai upaya komunikasi atas produk diperlukan suatu ciri khas pada produk sebagai identitas, dengan sederhana kita membutuhkan suatu rancangan atas kemasan produk atau membutuhkan desain kemasan pada produk. Ini bertujuan selain untuk penggunaan jangka pendek yakni mengemas produk itu sendiri juga sebagai tujuan jangka panjang yakni branding, sehingga dibutuhkan konsep yang matang dalam perancangannya.

Ada beberapa pendapat tentang pengertian kemasan: menurut **Kotler** (1995:200) pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. **Swatha** mengartikan (1980:139) pembungkusan (packaging) adalah kegiatan-kegiatan umum dan perencanaan barang yang melibatkan penentuan desain pembuatan bungkus atau kemasan suatu barang. Sedangkan menurut **Saladin** (1996:28) kemasan adalah wadah atau bungkus. Jadi beberapa pendapat para ahli tersebut dapat di simpulkan kemasan adalah suatu kegiatan merancang dan memproduksi bungkus suatu barang yang meliputi desain bungkus dan pembuatan bungkus produk tersebut.

Inovasi dalam kemasan diperlukan agar penjualan keripik tahu walik lebih mudah, karena selama ini kemasan yang digunakan adalah kantong plastik besar dengan kapasitas 8 kg dan kantong plastik kecil dengan kapasitas 3 ons. Dengan inovasi ini diharapkan penjualan keripik tahu walik “tahu Krezz” dapat membantu Kelompok PPEP (Peningkatan Produktivitas Ekonomi Perempuan) Seruni.



Gambar 2.1. Inovasi Baru Kemasan tahu walik “tahu krezz”.

2.1.2 Pembuatan Desain Merek Pada Produk Keripik Tahu Walik Krezz Guna Pengembangan Produk

Merek merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen dengan bertujuan untuk mengembangkan produk dan memperluas pangsa pasar keripik tahu walik dari itu sendiri. Merek dipandang dapat menaikkan gengsi atau status seorang pembeli. Dalam pembuatan merek pun harus memperhatikan hal-hal, seperti sederhana dan ringkas, mengandung keaslian, mudah dibaca atau diucapkan, mudah diingat, tidak sulit digambarkan, dan tidak mengandung konotasi yang negatif.

Dengan adanya design merk bisa dijadikan sebagai sarana untuk mengembangkan produk salah satunya adalah promosi, sehingga dapat mempromosikan hasil produksi cukup dengan menyebut merek nya, dan juga sebagai jaminan atas mutu barang yang diperdagangkan serta merk juga menunjukkan asal barang tersebut dihasilkan.

Design merek yang baik dapat mensinergikan dan mengintegrasikan dari beberapa elemen desain dan fungsi kemasan, sehingga dihasilkan kemasan yang memiliki tingkat efektifitas, efisiensi dan fungsi yang sesuai baik dalam produksi kemasan sampai kegunaan kemasan. Dengan itu, perlu dibuatkan merk dagang yang mencantumkan nama product dan media social terhadap merk tersebut. Karena usaha keripik tahu walik yang berada di Desa Mulyorejo II belum memiliki merk dagang dengan tujuan agar hasil penjualan usaha tersebut dapat meningkat penghasilan tersebut lebih mudah di ingat dan mudah untuk dihubungi

apabila ingin memesan keripik tahu walik baik dalam jumlah sedikit ataupun dalam jumlah banyak.



Gambar 2.2. Inovasi Baru Sticker keripik tahu “tahu krezz”.

2.1.3 Inovasi Rasa Keripik Tahu Walik Krezz

Inovasi merupakan pembaharuan dari suatu sumber daya yang telah ada sebelumnya. Atau inovasi yaitu suatu pembaharuan dari sumber daya yang sudah ada sebelumnya, sumber daya tersebut bisa mengenai alam, energi, ekonomi, tenaga kerja, penggunaan teknologi dll. Inovasi merupakan suatu proses pembaharuan dari berbagai sumber daya, sehingga sumber daya tersebut bisa memiliki manfaat yang lebih bagi manusia (Sora 2016).

Tahu merupakan salah satu bahan masakan yang terbuat dari bahan dasar kacang kedelai, pada kenyataannya tahu dapat dibuat menjadi sebuah makanan ringan yang sangat nikmat yaitu di buat menjadi keripik tahu walik di desa Mulyorejo II Keripik tahu walik bahkan dijadikan sebagai peluang usaha oleh warga Desa Mulyorejo II, Kecamatan Bunga Mayang Kabupaten Lampung Utara. Dengan sumber bahan baku yang memadai maka banyak ibu–ibu Desa Mulyorejo II memiliki usaha sampingan sebagai pengelola usaha Keripik Tahu Walik. Keripik tahu krezz yang dibuat oleh Kelompok UKM tahu hanyalah keripik Tahu yang masih original sehingga menurut hasil penelitian yang dilakukan banyak pelanggan mengaku bosan dengan keripik tahu walik yang masih original.

Dengan adanya hal tersebut perlu dilakukan sebuah inovasi baru terhadap produk keripik tahu walik yang ada. Dalam kaitannya dengan inovasi, inovasi yang dimaksud adalah sebuah inovasi baru terhadap citarasa keripik. saya mengajukan sebuah inovasi baru terhadap citarasa keripik tahu kepada Kelompok UKM tahu di Desa Mulyorejo II dengan menambahkan varian rasa pada keripik tahu walik yang diproduksinya. Tujuannya adalah agar pelanggan tidak bosan dengan hasil produksi Tahu walik yang ada, selain itu agar dapat memperluas jangkauan produksi serta meningkatkan kualitas cita rasa baru pada Keripik tahu walik. Inovasi rasa yang dimaksud adalah memberikan varian rasa baru terhadap olahan keripik tahu yang ada. Varian rasa yang baru antara lain original, balado. Sehingga sekarang Keripik tahu walik memiliki dua varian rasa.

Setelah dilakukan inovasi terhadap citarasa produk tahu hasil survei menunjukkan bahwa banyak pelanggan yang menyukai varian rasa yang ada saat ini, sehingga mampu meningkatkan kualitas serta meningkatkan minat pelanggan untuk membeli Keripik tahu walik krezz tersebut.

2.1.4 Pembuatan Media Sosial Tahu Walik Krezz

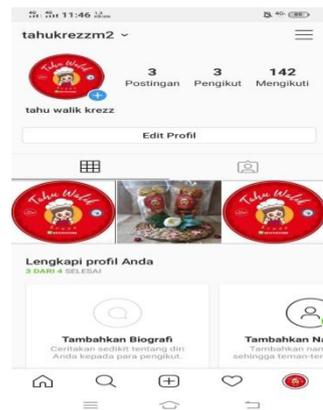
Mendapatkan pelanggan adalah salah satu hal yang perlu dilakukan agar usaha tetap berjalan lancar. Hal inilah yang mendorong pengusaha memikirkan berbagai strategi penjualan paling efektif, termasuk melalui Media Sosial.

Memasarkan produk dan jasa secara online menjadi salah satu strategi yang cukup banyak digunakan di masa kini. Tingginya angka pengguna internet serta kemudahan proses membuatnya menjadi primadona bagi banyak orang. Strategi pemasaran secara online dapat menjadi salah satu cara untuk memperkenalkan produk UMKM tahu di mata masyarakat. Media Sosial bisa menyediakan informasi mengenai produk yang dihasilkan, harga produk, profil usaha, serta dapat melakukan transaksi pembelian.

Dalam proses pembuatan media sosial UMKM Tahu sebelumnya saya melakukan wawancara terlebih dahulu agar dalam proses pembuatan Media Sosial bisa berjalan dengan baik dan memiliki izin dari pemilik UMKM mengenai

pembuatan Media Sosial tersebut. Dengan adanya wawancara terhadap pemilik UMKM kami langsung diizinkan untuk melakukan pembuatan Media Sosial guna meningkatkan pemasaran sehingga produk dari UMKM Tahu dapat terjangkau di luar daerah.

Beberapa hal yang harus saya persiapkan untuk melakukan pembuatan Media Sosial yaitu berupa kamera untuk mengambil foto produk, laptop untuk proses pembuatan media sosial dan koneksi internet.



Gambar 2.3 Media sosial keripik tau walik “tahu krezz”

2.1.5 Memasarkan Produk Dengan Menggunakan Teknologi

Perkembangan Teknologi Informasi, Teknologi Informasi saat ini telah mengalami perkembangan yang sangat cepat. Teknologi Informasi terbukti telah mampu mengintegrasikan setiap detail informasi yang sebelumnya dianggap mustahil tercapai, seperti kecepatan informasi, efisiensi dan efektivitas. Teknologi informasi banyak diaplikasikan sebagai website untuk penjualan produk secara online, dimana produk tersebut dapat diakses di seluruh penjuru dunia. Oleh sebab itu banyak jasa yang menawarkan aplikasi e-commerce bagi penjual produk secara online. yang fitur-fiturnya disesuaikan dengan kebutuhan toko online itu sendiri. Sehingga dapat meningkatkan penjualan secara otomatis. Dan konsumen dapat dengan mudah mengakses setiap product yang dibutuhkan secara cepat, efisien dan tentu saja aman.

E-commerce adalah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet dan jaringan komputer. Menurut E.Turban, David K, J.Lee,

T.Liang, D.Turban (2012, 38), Perdagangan elektronik (electronic commerce, disingkat EC, atau e-commerce) mencakup proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet. UMKM Tahu milik Bapak Muhammad Faiq merupakan suatu usaha yang cukup menjanjikan. Pemasaran produk Tahu Walik Krezz ini dimulai dari warung di sekitar Desa Mulyorejo II, UMKM Tahu menggunakan metode word of mouth sering kita kenal promosi dari mulut ke mulut. Namun, di UMKM ini belum adanya suatu pemasaran secara online sehingga pemasaran produk Tahu Waik Krezz tersebut masih terbatas. Maka dalam hal ini saya berencana memasarkan produk menggunakan sosial media online dengan menerapkan E-commerce agar pemilik UMKM dapat mencakup pasar yang lebih luas lagi. Tak dapat dipungkiri bahwa media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, Twitter dan aplikasi messenger seperti line, whatsapp dan sebagainya bukanlah hal yang baru di kalangan masyarakat. Tidak heran bahwa media sosial saat ini digunakan sebagai alternatif bagi setiap pemilik bisnis untuk memasarkan produk atau memperkenalkan bisnisnya dengan cepat. Memasarkan produk yang kita miliki melalui jasa media sosial adalah salah satu strategi pemasaran (Marketing Strategy) yang efektif, mengingat besarnya pengaruh media sosial ini sebagai tempat pengumpulan informasi bagi aspek dan lapisan masyarakat modern saat zaman sekarang.

1. Pemasaran Secara Manual

Promosi dari mulut ke mulut ini yang di gunakan oleh UMKM Tahu Walik Krezz yang berada di desa Mulyorejo, dengan tujuan untuk memperkenalkan produk nya tanpa mengeluarkan biaya untuk promosi. Kelebihan promosi secara manual ini lebih muda di terima dan di percaya oleh calon konsumen. Dengan promosi yang seperti ini UMKM Tahu Walik Krezz ini dapat menembus pasar hingga pulau jawa dan sepertiga dari pulau Sumatra. Untuk menembus pemasaran yang bisa di bilang luas ini tidak lah mudah dan instan, mereka membutuhkan waktu lama dan kesabaran yang ekstra sehingga usaha yang merek lakukan membuahkan hasil yang maksimal.

Jatuh bangun pun mereka rasakan, orderan tidak masukpun mereka rasakan, mereka menerima pesanan melalui telpon dan bias di bilang resiko yang mereka tanggung cukup beresiko karna apabila barang yang di beli oleh distributor dan suplier tidak laku di pasar mereka lah yang menanggung kerugian dengan cara menukar barang yang lama dengan barang yang baru sehingga dengan cara seperti ini UMKM Tahu Walik Krezz mampu mendongkrak pasar yang luas dan tanpa mengeluarkan biaya promosi sedikitpun.

2. Promosi melalui media Tradisional

Promosi seperti ini menggunakan media cetak seperti iklan di Koran, majalah, brosur, baleho. Promosi cara kuno seperti ini masih banyak di gunakan oleh para pembisnis untuk memperluas pasar mereka. namun promosi ini tidak di lakukan oleh UMKM Tahu Walik Krezz Desa Mulyorejo II karena menurut mereka promosi seperti ini akan memakan banyak sekali biaya.

3. Promosi secara fisik

Promosi seperti ini seperti menggunakan booth di event-event tertentu untuk memperkenalkan produk. Hal ini pun mereka lakukan pada event atau pameran yang rutin diadakan oleh pihak desa setiap tahun nya. Salah satu mahasiswa PKPM IBI Darmajaya melakukan pembuatan account E-commerce yang bertujuan untuk mengembangkan pemasaran produk UMKM Tahu Walik Krezz maupun dari Inovasi dari Mahasiswa IBI Darmajaya. Pada sebelumnya UMKM Tahu Walik Krezz melakukan penjualan produk Tahu Walik Krezz ke perseorangan atau melalui penjualan secara tradisional. Dengan adanya E-commerce ini saya dapat membantu dalam proses penjualan dan promosi keseluruh daerah di Indonesia secara online, sebelum saya melakukan proses pembuatan akun E-commerce terlebih dahulu untuk menyiapkan akun Whatsapp dan Instagram.

Tahapan Pembuatan Media Marketing Home Industri

a. Mencari Informasi Tentang Home Industri

Kegiatan ini saya mulai dari mencari informasi mengenai awalnya kami mendatangi rumah bapak Muhammad Faiq, yang merupakan tempat

pembuatan Tahu tersebut. Kemudian saya mulai mengumpulkan informasi mencari apa yang menjadi kendala pada UMKM tersebut. Pengumpulan informasi tersebut saya lakukan dengan mewawancarai bapak Muhammad Faiq, pemilik UMKM Tahu. Dari hasil wawancara kami mengetahui bahwa Tahu Wlik Krezz tersebut mengalami kendala pada sistem marketing dan pengembangan usaha Tahu Walik Krezz.

- b. Merencanakan Pembuatan Sistem Marketing Dari Informasi yang telah didapat pada UMKM Tahu Walik Krezz

Saya melakukan perencanaan bersama untuk membuat sistem marketing online seperti sosial media yaitu facebook dan instagram. Menurut saya, sosial media merupakan media bisnis online yang paling cocok di zaman sekarang untuk mengoptimalkan marketing UMKM karena dengan menggunakan media tersebut Tahu Walik Krezz yang sudah lama dirintis ini.

- c. Melakukan Persetujuan Pembuatan Sistem Marketing

Saya kembali mendatangi rumah bapak Muhammad Faiq pemilik UMKM Tahu untuk melakukan persetujuan perencanaan untuk Menginovasi produk tahu menjadi Tahu Walik Krezz yang akan saya lakukan terhadap UMKM Tahu tersebut. data-data Tahu Walik Krezz meliputi gambar, harga, lokasi, dan penjelasan mengenai Tahu Walik Krezz.

- d. Menjelaskan Penggunaan Instagram dan Facebook

Setelah media sosial selesai dibuat, saya memberikan penjelasan cara penggunaan media sosial instagram kepada Bapak Muhammad Faiq. Diharapkan Bapak Muhammad Faiq dapat menjalankan sendiri dalam memasarkan Tahu Walik Krezz dan menyalurkan pengetahuan yang dia miliki kepada beberapa anggota lainnya yang membantu dalam pembuatan produk Tahu Walik Krezz.

2.2 Waktu Pelaksanaan

Hari /Tanggal	Pelaksanaan Kegiatan
Senin, 20 Juli 2020	Meminta izin ke kantor balai desa.
Selasa-rabu 21-22 Juli 2020	Meminta izin ke kepala sekolah SMP dan TK.
Kamis, 23 Juli 2020	Berkunjung ke salah satu perkebunan di desa Mulyorejo II.
Jumat-Sabtu, 24-25 Juli 2020	Berkunjung ke usaha Tahu di salah satu desa Mulyorejo II.
Senin-Kamis, 27-30 Juli 2020	Membantu pendataan BLT masyarakat dan pengisian formulir pembukaan rekening di balai desa Mulyorejo II.
Senin-Selasa, 03-04 Agustus 2020	Mengajarkan dan membuat inovasi tahu menjadi makanan ringan yaitu Keripik Tahu Walik krezz.
Rabu-Jum'at, 05-07 Agustus 2020	Melakukan pendampingan pembelajaran daring siswa-siswi SMP Negeri 01 Bunga Mayang .
Senin-Kamis, 10-13 Agustus 2020	Membantu pendampingan belajar siswa TK Darma Wanita Mulyorejo II.
Jum'at, 14 Agustus 2020	Sosialisasi kerumah-rumah serta pembagian pamphlet, masker dan penyemprotan disinfektan.
Sabtu, 15 Agustus 2020	Meminta izin berpamitan dan memberikan cenderamata sebagai kenang-kenangan kepada kepala desa dan kepala sekolah TK Darma Wanita desa Mulyorejo kecamatan Bunga Mayang.

Tabel 2.1 Waktu Kegiatan PKPM Desa Mulyorejo Kecamatan Bunga Mayang

2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

2.3.1 Program Berkunjung Kesalah Satu UMKM Tahu Untuk Menanyakan Penghasilan Saat Pandemi Covid-19

Tahu merupakan salah satu produk dari komoditas usaha kecil menengah berbahan baku kedelai (*Glycine sp*) yang banyak dijumpai di beberapa daerah. Mulai dari perkotaan sampai di pedesaan industri pembuatan tahu mulai dikembangkan. Hal ini disebabkan proses produksi tahu yang cukup sederhana, ditambah lagi pemerintah juga memberikan ruang bagi masyarakat untuk membuka dan mengembangkan usaha produksi tahu skala kecil dan menengah.

Salah satunya Usaha Kecil Menengah pada Pabrik Tahu. Banyaknya pengusaha atau perusahaan tahu yang berkembang memberi dampak positif, yaitu mampu mencukupi permintaan pasar yang terus naik dari waktu ke waktu, Membuka lapangan kerja sekitar lingkungan pabrik tahu memperkecil angka pengangguran.



Gambar 2.4 Foto bersama dengan salah satu pemilik tahu

2.3.2 Program Melihat Proses Pembuatan Tahu Serta Belajar Membuat Tahu

a. Bahan Baku:

- Kacang kedelai
- Air
- Garam
- Cuka

b. Alat yang diperlukan:

- Bak untuk perendaman kacang
- Mesin giling

- Mesin molen
- Tempat perebusan
- Kain saring
- Kain bungkus
- Alat cetak
- Mesin ketel
- Bahan bakar kayu
- Tempat bak untuk menampung hasil rebusan

Cara Pembuatan:



Gambar 2.5 Proses perendaman kacang dan membersihkan kulit ari kedelai yang sudah direndam



Gambar 2.6 kacang kedelai yang sudah bersih siap digiling dengan menggunakan mesin giling.



Gambar 2.7 proses pemasakan tahu



Gambar 2.8 Proses pemberian cuka dan gara



Gambar 2.9 Proses penggumpalan pemberian cuka pada sari kedelai dan proses pemotongan.



Gambar 2.10 Proses penggorengan tahu sayur

2.3.3 Program Inovasi Rasa Produk Keripik Tahu Walik

Program ini bertujuan untuk memberikan cita rasa baru serta inovasi rasa pada keripik tahu walik, sehingga konsumen lebih tertarik untuk mengkonsumsi keripik tahu walik dengan varian rasa yang baru.



Gambar 2.11 Pemberian rasa –rasa produk Kripik Tahu Walik

2.3.4 Program Inovasi Kemasan Produk Keripik Tahu Walik

Merupakan tahapan penting dalam proses produksi keripik tahu walik, karena hal pertama yang dinilai oleh konsumen sebelum mencoba sebuah produk adalah melihat kemasannya terlebih dahulu. Maka dibuatkanlah inovasi kemasan agar dapat menarik minat konsumen.



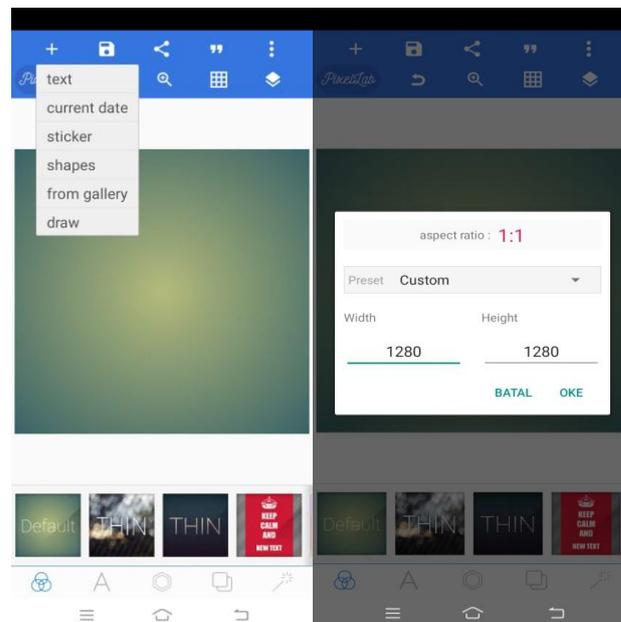
Gambar 2.12 contoh kemasan produk Kripik Tahu Walik

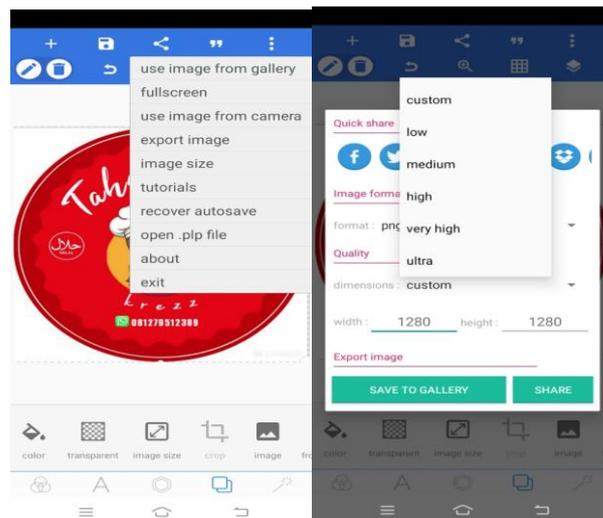
2.3.5 Program Pembuatan Design Merk Keripik Tahu Walik

Merk merupakan salah satu tahapan penting dalam proses pengembangan pangsa pasar produksi Keripik Tahu Walik, karena merk merupakan identitas dari usaha tersebut. Merk bisa dijadikan sebagai alat promosi, sehingga dapat mempromosikan hasil produksi cukup dengan menyebut merk nya, dan juga sebagai jaminan atas mutu barang yang diperdagangkan serta merk juga menunjukkan asal barang tersebut dihasilkan dengan merk produk akan mudah diingat.

Dengan adanya merk dan pembuatan logo baru pada usaha Keripik Tahu Walik ini menggambarkan bagaimana pengemasan yang baik untuk olahan terhadap produk yang ada di Mulyorejo II. Dan adanya logo ini dapat menjadi daya tarik lebih. Adanya pelaksanaan kegiatan yang saya lakukan memiliki manfaat bagi masyarakat secara langsung maupun tidak langsung antara lain :

- Membantu masyarakat Mulyorejo II dalam pengemasan yang baik yaitu dengan adanya merk dan logo sehingga dapat meningkatkan kualitas produk Keripik Tahu Walik.
- Memotivasi masyarakat Mulyorejo II agar logo yang telah dibuat dapat lebih dikembangkan atau dibuat lebih menarik lagi.





Gambar 2.13 Proses pembuatan logo menggunakan aplikasi pixelab

2.3.6 Program Pembuatan Masker Kepada Pejahit Di Desa Mulyorejo II

Salah satu program saya adalah membagikan masker dengan membuat masker ke tukang penjahit untuk meningkatkan perekonomian mereka saat pandemi covid-19



Gambar 2.14 Proses pembuatan masker

2.3.7 Program Membagikan Masker dan Pamflet Covid-19 desa Mulyorejo kecamatan Bunga Mayang

Kegiatan membagikan masker dan pamflet kepada masyarakat sekitar ini merupakan salah satu perhatian yang saya berikan, karena masih banyak yang saya lihat masyarakat sekitar bahkan remaja masih ada yang tidak menggunakan masker saat mereka keluar rumah. Padahal kita tidak akan pernah tahu, dimana virus corona itu berada. Dengan dibagikannya masker, diharapkan masyarakat

selalu ingat dan waspada terkait covid-19 serta gunakanlah protokol kesehatan saat kita berada di luar rumah.



Gambar 2.15 Pembagian masker dan pamphlet

2.3.8 Program Penyemprotan Disinfektan Desa Mulyorejo Kecamatan Bunga Mayang

Kegiatan penyemprotan ini dilakukan sebelum hari raya idul adha, hal ini dilakukan salah satunya bertujuan untuk pencegahan penularan covid-19. Penyemprotan disinfektan dilakukan di berbagai tempat yaitu; di kantor desa, kecamatan dan di masjid desa Tatakarya. Berikut beberapa dokumentasi dari kegiatan penyemprotan disinfektan :



Gambar 2.16 Penyemprotan Disinfektan

2.3.9 Program Membantu Siswa TK Untuk Belajar Dari Rumah Keliling

Sudah enam bulan pemerintah melakukan pembatasan fisik (physical distancing) dan meminta anak-anak belajar dari rumah di tengah wabah pandemi corona. Langkah tersebut diambil untuk memutus mata rantai penyebaran virus corona di Indonesia. Namun, dalam pelaksanaan belajar dari rumah saat ini tak jarang

menyisakan masalah. Banyak orangtua yang kerepotan karena banyaknya tugas yang diberikan oleh sekolah.

Pada kegiatan PKPM ini saya mendampingi seorang guru TK untuk berkunjung rumah kerumah karna proses kunjungan ada beberapa maksud dan tujuan yang dilakukan oleh guru maTK,saya dan ibu guru TK melakukan kunjungan ini karena beberapa orang tua anak tidak memiliki handphone android atau connecting internet untuk melakukan pembelajaran daring atau online, adapun tujuan lainnya yang dilakukan adalah :

1. Berkoordinasi dengan orang tua siswa untuk tetap belajar di rumah selama masa pandemi virus Corona.
2. Berkoordinasi dengan orang tua siswa untuk terus mengingatkan kepada putra-putri nya untuk tetap jaga kebersihan di rumah.
3. Menceritakan permasalahan tentang kondisi virus Corona saat ini khususnya di desa Mulyorejo II.
4. Berkoordinasi dengan orang tua siswa serta memberikan pemahaman apa saja yang harus dilakukan selama anaknya tidak sekolah.
5. Silaturahmi dengan keluarga siswa



Gambar 2.17 Membantu belajar dari rumah ke rumah TK Darma Wanita

2.3.10 Program Membantu Perangkat Desa Dalam Pendataan BLT



Gambar 2.18 Proses pencatatan untuk penerima BLT

2.3.11 Program Membantu Perangkat Desa Dalam Pengisian Formulir Pembukaan Rekening



Gambar 2.19 Proses pengisian formulir pembukaan rekening

2.4 Dampak Kegiatan

Berdasarkan rencana kegiatan yang telah saya susun dan pertimbangkan atas segala pelaksanaan program terdapat beberapa dampak positif Antara lain:

- a. Masyarakat merasa termotivasi dalam inovasi produk, kegiatan inovasi ini supaya mendapatkan penghasilan yang bertambah. Respon masyarakat Mulyorejo begitu positif, mereka ingin mencoba usaha “Tahu Walik Krezz” ini menjadi produk dari inovasi Tahu.
- b. Masyarakat semakin mengerti tentang kegiatan promosi melalui media sosial. Media sosial disini sangat bermanfaat jika kita menggunakannya dengan baik dan bijak. Media sosial juga bisa menjadi tempat kita mencari peluang pasar. Media sosial saat ini sangat mempermudah kita dalam kegiatan promosi produk.
- c. Dari beberapa kegiatan yang terkait pencegahan penularan Covid-19 mendapatkan nilai positif dalam lingkungan masyarakat seperti penyemprotan Disinfektan sebelum hari raya Idul Adha, antusias dari lingkungan masyarakat di desa Mulyorejo begitu positif karena kegiatan ini merupakan salah satu kegiatan pencegahan penularan Covid-19.
- d. Industri pada dasarnya memanfaatkan kekayaan alam yang ada, seperti udara, air dan segala kekayaan yang ada di dalamnya untuk diolah. Kegiatan industri berjalan dengan baik dan berkesinambungan bila unsur pokok penunjang kegiatan industri tersedia. Unsur-unsur pokok tersebut, yaitu:
 - Sumber Daya Alam, seperti bahan baku, air, energy, dan lain-lain.
 - Sumber Daya Manusia, meliputi tenaga kerja dan keahlian.
 - Sarana dan Prasarana, seperti lahan dan peralatannya.

Ketiga unsur pokok ini saling berkaitan sehingga kegiatan industry dapat berjalan. Namun, disisi lain peningkatan industry justru menimbulkan dampak yang merugikan kelangsungan hidup manusia. Misalnya dampak langsung (*direct impact*) akibat dari kegiatan industri adalah:

- Pencemaran udara
- Pencemaran air
- Pencemaran daratan

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian kegiatan saya sebagai Mahasiswa PKPM yang dilakukan di Desa Mulyorejo II kecamatan Bunga Mayang kabupaten Lampung Utara dengan hasil yang telah dilaksanakan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Selama melaksanakan kegiatan PKPM melakukan observasi untuk mencari permasalahan yang dihadapi Desa Mulyorejo II yaitu sudah ada Usaha Kecil Menengah tetapi masyarakat belum dapat mengembangkan sehingga potensi desa terbuang sia-sia. Maka dari itu kami berusaha mencari solusi untuk menangani permasalahan di Desa Mulyorejo II dengan membuat inovasi produk pada keripik tahu walik dengan memanfaatkan potensi fisik dan nonfisik di Desa Mulyorejo II. Sebelum dilakukannya pengembangan UKM melakukan uji coba pembuatan produk keripik tahu walik yaitu produk yang dibuat dari kedelai.
2. Program kegiatan yang telah saya lakukan di Desa Mulyorejo II berjalan sesuai dengan yang diharapkan selama menjalankan kegiatan PKPM, seperti memberikan pelatihan mengenai bagaimana membuat perencanaan anggaran yang baik untuk UKM. Sehingga membantu mengawasi kegiatan dan pengeluaran, mencegah pemborosan dalam proses produksi. Adanya pelatihan pembuatan perencanaan anggaran untuk produksi UKM mempunyai perkiraan pengeluaran yang baik.
3. Dengan adanya pelatihan laporan keuangan yang telah diadakan di Desa Mulyorejo II. Maka kini masyarakat Desa Mulyorejo II khususnya ibu-ibu PKK selaku pengelola UKM sudah mengetahui bagaimana cara pembuatan laporan keuangan sederhana, sehingga dapat melihat posisi keuangan yang dimiliki. Selain itu pengelola UKM telah mengetahui cara membukukan produk sehingga data akan tersimpan dan tersusun dengan baik.
4. UKM yang saya bentuk di Desa Mulyorejo II untuk proses penjualan produk memiliki kendala dalam penentuan harga jual dan penentuan laba. Sehingga untuk menangani permasalahan yang terjadi saya melakukan pelatihan mengenai perhitungan harga pokok produksi yang terdiri atas biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya operasional produk dalam pembuatan emping. Dengan adanya pelatihan sederhana ini membantu UKM keripik tahu walik dalam penentuan harga

jual per unit, keuntungan per unit, dan laba kotor dan dengan adanya pelatihan perhitungan harga pokok produksi membuat UKM di Desa Mulyorejo II mempunyai sistem pencatatan dan perhitungan yang baik.

5. Program kerja pembuatan design merk telah berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Dengan adanya pembuatan design merk untuk keripik tahu walik bertujuan untuk memudahkan dalam memperkenalkan dan menawarkan produk sehingga meningkatkan nilai jual.
6. Setelah seluruh proses produksi dan pengemasan selesai, UKM yang ada di Desa Mulyorejo II menghadapi permasalahan dalam pemasaran. Sehingga saya memberikan solusi dengan menentukan strategi pemasaran dan cara pemasaran yang tepat. Setelah menentukan strategi pemasaran kami memasarkan produk secara konvensional yaitu dengan metode make to order dan dengan metode online. Dengan metode online apabila para konsumen ingin membeli produk kami menyediakan pemasaran melalui jejaring sosial seperti instagram yaitu tahukrezzm2. Hal ini dilakukan untuk memperluas jaringan pemasaran.
7. Program kerja yang telah dilakukan selama proses kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) berjalan sesuai apa yang diharapkan dan semoga bisa berguna bagi seluruh warga masyarakat Desa Mulyorejo II.

3.2 Saran

Adapun saran–saran atau masukan yang dapat saya berikan adalah sebagai berikut:

3.2.1 Bagi UKM

1. Produksi Keripik Tahu Walik Bapak Muhammad faiq dapat dijadikan untuk dikembangkan menjadi produk keripik tahu walik yang mempunyai varian rasa yang berbeda, yang dikemas semenarik mungkin sehingga dapat menambah nilai jual atau nilai ekonomis. Selain itu harus berani mencoba terobosan–terobosan terbaru dalam berinovasi agar konsumen lebih tertarik pada produk dan tidak hanya di Desa Mulyorejo II.
2. Menjalin hubungan relasi bisnis agar tidak kesulitan dalam proses produksi dan distribusi agar usaha dapat terjamin kedepannya, salah satu bentuknya adalah melalui promosi online yang dapat menambah relasi bisnis.
3. Terus kembangkan dan terapkan pengetahuan yang telah saya berikan sehingga tidak berhenti sampai disini saja.

3.2.2 Bagi Masyarakat Desa Mulyorejo II

1. Mencari dan menggali apa saja potensi-potensi yang ada di dalam desa, untuk dijadikan UKM sehingga secara tidak langsung membuat lapangan pekerjaan baru dan mengurangi angka pengangguran yang ada.
2. Dalam memajukan usaha, masyarakat harus berani mengambil risiko dalam menghadapi berbagai kendala yang terjadi di dalam pelaksanaan usaha, serta mampu menjalin komunikasi kepada seluruh pihak-pihak lain dalam pengembangan usaha.
3. Selalu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam bidang ilmu pengetahuan teknologi, bisnis, dan dalam kegiatan organisasi desa yang dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan karakter masyarakat yang cekatan, cerdas dan berakhlak mulia.

3.2.3 Bagi Aparatur Desa Mulyorejo II

1. Sebagai sarana pengolahan informasi dan pelayanan administratif kepada masyarakat desa, terus tingkatkan kemampuan dan profesionalisme yang berimbang dengan kemajuan teknologi dan informasi sehingga lebih maksimal dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat Desa Mulyorejo II.

3.2.4 Bagi Institusi

1. Kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) Ini sebaiknya diadakan kembali pada periode mendatang, Karena kegiatan ini memberikan nilai positif bagi mahasiswa dalam mengembangkan potensi dalam diri, sehingga terciptanya empati dalam diri mahasiswa melalui program interaksi dan sosialisasi terhadap masyarakat setempat.
2. Kedepannya dalam melaksanakan kegiatan PKPM panitia pelaksana dan pihak pihak yang terkait lebih mempersiapkan dengan matang lagi terutama dalam menjalin koordinasi dengan lapangan/Desa lokasi pelaksanaan PKPM.

3.3 Rekomendasi

Adapun rekomendasi masterplan perencanaan desa Mulyorejo adalah sebagai berikut:

3.3.1 Untuk Pemerintah Desa Mulyorejo II

Kepada setiap pemerintah, khususnya Desa Mulyorejo II Kecamatan Bunga Mayang, Kabupaten Lampung Utara diharapkan adanya komunikasi yang lebih baik antara kepala desa, sekretaris desa, RT dan perangkat desa dalam memecahkan permasalahan yang terdapat dalam kehidupan masyarakat desa Mulyorejo II.

3.3.2 Bagi Masyarakat Desa Mulyorejo II

Diharapkan kepada masyarakat agar memperhatikan masalah sosialisasi lebih ditingkatkan, rasa kebersamaan atau gotong royong lebih serta shalat berjamaah lebih ditingkatkan lagi, dan selalu meningkatkan kewaspadaan terkait covid-19.

LAMPIRAN

1. Izin/Penyerahan Surat Tugas Akan Melaksanakan PKPM Di Desa Mulyorejo II



2. Proses Kunjungan Ke UMKM Tahu



3. Proses Pembuatan Keripik Tahu Walik



4. Proses Pembagian Masker, Pamflet dan Penyemprotan Disinfektan



5. Proses Pembelajaran Saat Pandemi Covid-19



6. Proses Pembuatan Masker



7. Membantu Aparat Desa Mulyorejo II



8. Penyerahan Kenang-Kenangan Dan Memperkenalkan Produk Kepada Kepala Desa

