

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN DAN HASIL**

#### **4.1. Pembahasan**

Program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini merupakan suatu wujud dari pengabdian mahasiswa IBI Darmajaya kepada masyarakat untuk memberikan pengembangan dan pengelolaan daerah-daerah yang memiliki potensi agar kondisi masyarakat sadar akan keanekaragaman atau komoditas unggulan yang selama ini belum mulai dikelola dengan cara yang tepat serta membangun sistem informasi guna meningkatkan manajemen pemasaran untuk usaha yang terdapat pada desa Bumisari.

Kegiatan Program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat ini suatu bentuk dalam penerapan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Oleh karena itu, suatu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh seorang sarjana untuk mengembangkan potensi yang terdapat pada desa tersebut.

Kegiatan Program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat ini berlangsung di Kabupaten Lampung Selatan selama 30 hari. Program dan kegiatan penunjang yang telah berjalan dan dapat tercapai tujuannya sesuai dengan harapan.

#### **4.2 Hasil**

##### **4.2.1 Program Kerja UKM**

###### **a. Pengembangan Inovasi Produk Keripik Tempe**

Agar pelaksanaan pengembangan produk dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan, perlu diperhatikan dalam melaksanakan pengembangan produk keripik tempe. Pengembangan produk keripik tempe dari pencarian gagasan. Gagasan produk biasanya berasal dari berbagai sumber yaitu manajer pengembangan dan penelitian, pelanggan, pegawai, pesaing, saluran pemasaran dari produk keripik tempe untuk meningkatkan usaha yang di jalankan dan mencoba

berinovasi. Tujuannya adalah agar konsumen/masyarakat tidak merasakan bosan dengan oalahan itu-itu saja.

**b. Strategi Promosi Penjualan Produk Inovasi Menggunakan Media Sosial**

Saat ini Keripik Tempe merupakan sebuah usaha mandiri yang pemasarannya *offline* yang bertujuan meningkatkan strategi khusus guna mempromosikan usaha Keripik Tempe. Oleh karena itu, mahasiswa PKPM mencoba untuk membantu mempromosikan dan memperkenalkan baik produk maupun keberadaan usaha keripik tempe sebagai target pasar utama maupun masyarakat sekitar. Pemasaran menggunakan akun sosial media seperti, Facebook, Whatsapp dan Instagram. Pembuatan akun sosial media ini membantu dan meningkatkan dalam pengembangan dan pemasaran dalam usaha keripik tempe ini

**c. Laporan Keuangan UKM Tempe**

Dalam Pembuatan Laporan Keuangan UKM Tempe bertujuan untuk membantu usaha tempe Pak Dawan dalam pembukuan usaha tempe serta Mengetahui kemajuan dan kemunduran yang dialami Pak Dawan dan Menumbuhkan minat kepada pak Dawan dan usaha – usaha lainnya untuk mempelajari ilmu akuntansi

**d. Pembuatan Logo dan Banner UKM Tempe**

Merek merupakan salah satu tahapan penting dalam proses pengembangan pangsa pasar produksi keripik Tempe, karena merek merupakan identitas dari usaha tersebut. 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 di ucapkan, mudah diingat, tidak sulit digambarkan, dan tidak mengandung konotasi yang

negatif. Design merek pada UMKM ini yaitu Keripik Tempe Pak Dawan, Bumi Sari, Natar, Lampung Selatan.

Spanduk / Banner berfungsi sebagai media promosi baik itu berupa produk/jasa, acara, sekolah dan sebagainya. Selain itu spanduk / banner merupakan media promosi yang murah dan sangat efektif. Dengan melihat spanduk yang menarik, konsumen pun akan tertarik untuk membeli produk atau jasa kita. Setidaknya itu sudah terbukti dengan adanya spanduk “Pengrajin Tempe” di rumah Pak Dawan akan lebih mudah para konsumen untuk mengetahui bahwa adanya pengrajin tempe di Desa Bumi Sari, Natar, Lampung Selatan. Inovasi Kemasan merupakan tahapan penting dalam proses produksi Keripik Tempe, 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. Desain kemasan pada produk. Ini bertujuan untuk penggunaan jangka pendek yakni mengemas produk itu sendiri juga sebagai tujuan jangka panjang yakni branding, sehingga dibutuhkan konsep yang matang dalam perancangannya. Inovasi kemasan pada produk Keripik Tempe Pak Dawan.

**e. Pembuatan Video UKM dan Desa**

Dalam Pembuatan Video, durasi video tersebut kurang lebih 6 menit. Dimana semua aspek kegiatan yang dilakukan selama kurang lebih 30 hari di desa Bumi Sari yang telah kami olah sebelumnya sudah termuat dalam video tersebut, agar pihak-pihak yang menonton atau melihat tidak merasa bosan dan jenuh.

**f. Pembuatan Web UKM Tempe**

Untuk meningkatkan sarana sistem informasi kami menggunakan web online shop sehingga transaksi bisa dilakukan lebih luas dimanapun

kapanpun tanpa perlu di batasi oleh runag waktu dan jarak. Transaksi juga bisa lebih cepat dan mudah yang penting terdapat koneksi internet. Di websate toko online kita bisa memajang semua produk yang kita jual sebebas-bebasnya. Begitu juga bagi calon pembeli mereka bisa terlebih dahuhulu melihat-lihat gambar barang-barang yang kita jual tanpa bertemu denga penjual.

#### **4.2.2 Program Kerja Desa**

##### **a. Belajar Bersama**

Belajar bersama ini terdiri dari anak-anak Pendidikan anak usia dini, Taman kanak-kanak dan sekolah dasar. Materi yang diberikan terdiri dari membaca, menulis, mewarnai, menghitung dan matematika dasar. Kegiatan ini bertujuan untuk memudahkan dan membantu anak-anak sekitar dalam mengerjakan pekerjaan rumah yang diberikan sekolah, selain itu memberikan pengetahuan dasar tentang materi yang selanjutnya yang akan diberikan oleh sekolah.

##### **b. Sosialisasi di SDS Swadhipa Natar**

Sosialisasi ini terdiri dari 3 materi yaitu menabung sejak dini untuk siswa SD kelas 1 dan 2, bahaya gadget dan pengenalan dan praktek seputar Ms Office untuk kelas 5 dan 6. Sasaran dalam sosialisasi ini yaitu SDS Swadhipa Natar. Kegiatan ini dilakukan dalam jangka waktu 2 hari. Kegiatan ini bertujuan untuk memberi informasi seputar pentingnya menabung usia dini, membedakan dampak negatif maupun positif dari gadget dan memberi pengetahuan seputar MS Office.

**c. Film Edukasi**

Kegiatan Film Edukasi ini adalah salah satu kegiatan PKPM yang bertujuan untuk memotivasi dalam menjalankan kegiatan postif. Film yang ditayangkan terdiri dari 7 film yaitu *Putri Kemarau, Asal Mula Surabaya, Cinderelas, Kancil Mencuri Timun, Lutung Kasarung, Batu Menangis, Angsa dan Telur Emas*. Kegiatan ini berjalan dalam kurun waktu 1 hari di dusun II desa Bumisari. Sasaran dari kegiatan ini adalah anak-anak di desa Bumisari.