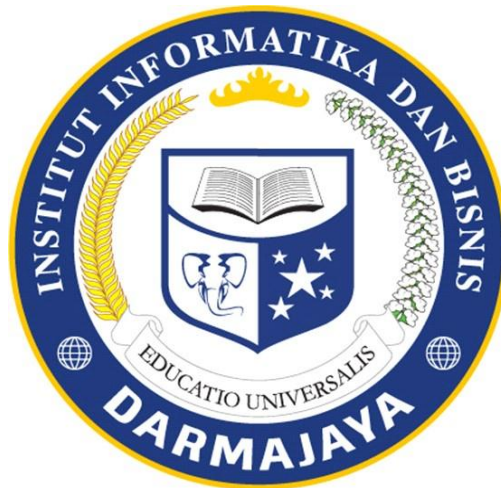


LAPORAN INDIVIDU

**MENINGKAT POTENSI EKONOMI UMKM TAHU DI DESA TATA KARYA DI MASA
PANDEMI DENGAN BERBASIS MEDIA SOSIAL**

PRAKTEK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT



Disusun oleh :

Dwita Tifani 1712110315

**INSITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DAN DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG**

2020

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN INDIVIDU

PRAKTEK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT

**MENINGKAT POTENSI EKONOMI UMKM TAHU DI DESA
TATA KARYA DI MASA PANDEMI DENGAN BERBASIS MEDIA
SOSIAL**

Disusun Oleh :

Dwita Tifani

(1712110315)

Telah memenuhi syarat untuk diterima

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Pembimbing Lapangan

Ananda Sartika S.E., M.SM

Sholikhin

NIK. 14930419

NIK : 1003141806680001

Ketua Jurusan

Aswin, S.E., M.M

NIK. 1019065

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN.....	
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR GAMBAR.....	
DAFTAR TABEL	
KATA PENGANTAR.....	
BAB I PENDAHULUAN.....	
1.1 LATAR BELAKANG.....	
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	
1.3 TUJUAN DAN MANFAAT	
1.3.1 Tujuan PKPM	
1.3.2 Manfaat PKPM	
1.4 MITRA YANG TERLIBAT	
BAB II PELAKSANAAN PROGRAM.....	
2.1 PROGRAM-PROGRAM YANG DILAKSANAKAN	
2.1.1 Program Kegiatan Pembuatan Inovasi Produk, Dan Pemberian Nama Produk	
2.1.2 Program kegiatan pembuatan logo dan pengemasan	
2.1.3 Program pembuatan media sosial pemasaran berupa media Sosial	
2.1.4 Program Sosialisasi Menyongsong Era New Normal Di Desa Tata Karya.....	
2.1.5 Melakukan Kegiatan Penyemprotan Disinfektan di Berbagai Tempat	
2.1.6 Program Membagikan Masker.....	
2.1.7 Melakukan Kegiatan Menempelkan Poster	
2.2 WAKTU KEGIATAN	
2.2.1 Hasil Kegiatan Dan Dokumentasi	
2.2.1 Inovasi Tahu Pong Menjadi Tahu Crispy.....	
2.2.2 Melakukan Pembuatan logo dan Pengemasan	

2.2.3	Melakukan Kegiatan Promosi Melalui Media Sosial.....	
2.2.4	Sosialisasi Menyongsong Era New Normal.....	
2.2.5	Kegiatan Penyemprotan Disinfektan Di Berbagai Tempat	
2.2.6	Melakukan Kegiatan Membagikan Masker	
2.2.7	Menempelkan Poster Di Berbagai Tempat	
2.3	DAMPAK KEGIATAN.....	
2.3.1	Dampak Kegiatan untuk UMKM	
2.3.2	Dampak Kegiatan Pembagian Masker, Penyemprotan Disinfektan & Pemasangan poster covid	
BAB III	
3.1	KESIMPULAN	
3.2	SARAN.....	
3.2.1	Untuk Desa Tata Karya.....	
3.2.2	Untuk Institusi.....	
3.3	REKOMENDASI.....	
3.3.1	Untuk Pemerintah Desa Tata Karya	
3.3.2	Untuk Masyarakat.....	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Kerangka Pemecahan masalah	
Gambar 2.2.1 Hasil Inovasi Produk	
Gambar 2.2.2 Proses Pembuatan Logo serta contoh dan produk yang sudah di beri logo dan proses packing	
Gambar 2.2.3 kegiatan promosi melalui media sosial	
Gambar 2.2.4 Sosialisasi Era New Normal	
Gambar 2.2.5 Penyemprotan Disinfektan	
Gambar 2.2.6 Membagikan Masker	
Gambar 2.2.7 Kegiatan Menempelkan Poster	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Waktu Pelaksanaan Kegiatan.....

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunianya sehingga kegiatan Pengabdian Kerja Praktek Masyarakat (PKPM) ini hingga penyusunan laporan kegiatan PKPM dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktu yang telah ditentukan. Sholawat serta salam kami haturkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW dan para sahabatnya, yang telah memberikan tauladan baik sehingga akal dan fikiran penyusun mampu menyelesaikan laporan PKPM, semoga kita termasuk umatnya yang kelak mendapatkan syafa'at dalam menuntut ilmu.

Dalam kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam pelaksanaan dan penyusunan laporan kegiatan PKPM diantaranya :

1. Bapak Ir. Firmansyah YA, MBA., M.Sc, selaku Rektor IIB DARMAJAYA Bandar Lampung.
2. Bapak Dr. RZ. Abdul Aziz, ST.,MT, selaku Wakil Rektor I Bidang akademik IIB DARMAJAYA.
3. Bapak Ronny Nazar, SE,M.M, selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum dan Keuangan IIB DARMAJAYA.
4. Bapak Muprihan Thaib, S.Sos, selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Sumber Daya IIB DARMAJAYA.
5. Bapak Prof. Bustomi selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IIB Darmajaya.
6. Ibu Aswin, S.E., M.M., selaku Ketua program studi Manajemen IIB DARMAJAYA.
7. Ibu Ananda Sartika Putri,S.E.,MSM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, petunjuk serta saran-saran yang sangat membantu dalam kegiatan praktek kerja pengabdian masyarakat sampai dengan penulisan laporan.
8. Para dosen dan Staf Jurusan Manajemen IIB DARMAJAYA.
9. Kedua Orang Tua saya serta keluarga besar yang telah memberikan semangat ,do'a serta motivasi.
10. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar terutama Jurusan Manajemen yang telah membagi ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat kepada penulis dalam pembelajaran..
11. Dan terimakasih untuk semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis.

Semoga penyusunan laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Penulis berharap hasil laporan ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan acuan dalam pengembangan penelitian laporan selanjutnya.

Bandar Lampung, 31 Agustus 2020

Penulis

Dwita Tifani

NPM: 1712110315

1.1 Latar Belakang

Pemerintah pada saat ini sedang meningkatkan Program Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian di tengah perkembangan ekonomi yang sangat cepat dan memasuki pada pasar persaingan bebas. Bukan tidak mungkin jika masyarakat Indonesia tidak ikut bersaing di pasar persaingan bebas maka Indonesia akan jauh tertinggal dan hanya jadi sasaran ekspor dari negara-negara lain. Semenjak datangnya virus baru di Indonesia yaitu *Covid – 19* (penyakit baru dari golongan corona virus yang menyerang sistem pernafasan), yang mengganggu sistem pernafasan Indonesia mengalami penurunan tatanan ekonomi yang sangat drastis. Sangat banyak masyarakat yang kehilangan pekerjaannya baik pekerjaan formal maupun informal.

Masyarakat yang kehilangan pekerjaan formal antara lain korban PHK maupun dirumahkan. Sementara itu masyarakat yang kehilangan pekerjaan informal seperti tukang Ojek Online, para supir, buruh harian, mingguan atau bulanan, para pedagang kaki lima dan lain-lain juga mengalami dampak dari *Covid – 19* (penyakit baru dari golongan corona virus yang menyerang sistem pernafasan). Termasuk di dalamnya adalah orang-orang fakir miskin yang selama ini memang membutuhkan uluran tangan dari para dermawan untuk mencukupi kehidupannya. Kondisi tersebut tentu berdampak pada sosial ekonomi dimasyarakat yang kacau. Oleh karena itu bagi yang memiliki usaha UMKM harus berfikir keras untuk memasarkan produk di masa pandemi ini mereka melakukan beberapa inovasi di usaha UMKM produk tersebut.

Ditengah era distrupsi teknologi, kemajuan Ilmu Pendidikan dan Teknologi (IPTEK) sangat diperlukan, yang kemudian dapat memberikan dampak dan kontribusi dalam pengembangan UMKM. Maka demikian diperlukan usaha dan langkah kongkrit dalam perwujudan pengembangan (UMKM), sehingga masyarakat Indonesia mampu mengeksplere kemampuan dan kreatifitas usaha

yang berkenaan dengan pengembangan dan produktifitas UMKM secara mandiri juga memenuhi kebutuhan ekonomi. Jika program pemerintah dalam sektor UMKM ini berhasil, akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan tentunya akan menekan jumlah pengangguran karena *Covid* ini banyaknya penyerapan tenaga kerja di sekitar UMKM

Berkaitan dengan salah satu syarat kelulusan untuk Program Manajemen di Kampus IIB Darmajaya, pihak kampus mewajibkan seluruh mahasiswanya untuk melaksanakan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM), dimana proses secara teori yang telah diserap di Kampus ingin dapat diterapkan di Desa Tata Karya Kecamatan Abung Surakarta . Hal ini dinilai perlu karena begitu banyak potensi yang terdapat di desa , dari mulai pertanian, peternakan dan industri-industri kecil menengah masyarakat lainnya. Jika potensi-potensi ini dapat dikenal keluar Desa Tata Karya dan diketahui banyak orang serta pengusaha-pengusaha secara tidak langsung dapat berdampak positif dan dapat memajukan potensi daerah tersebut

Desa Tata Karya adalah salah satu Desa yang ada di Kabupaten Lampung Utara tepatnya di Kecamatan Abung Surakarta, desa ini awalnya memiliki 6 Dusun yaitu : Dusun Tri Rahayu, Wonogiri, Dulang Mas, Sidomulyo, Siderjo dan Tambah Rejo di bawah pimpinan Bpk. Marzuki Latif setelah ia meninggal dunia untuk melancarkan roda pemerintahan Desa Tata Karya mengadakan musyawarah tentang pengangkatan Kepala Desa yang baru mulai tahun 1987 sampai dengan 1988. Sehingga masa jabatan Kepala Desa habis, kemudian desa ini yang semula nya 6 dusun di pecah lagi menjadi 8 dusun yaitu :

1. Dusun Tri Rahayu.
2. Dusun Wonogiri.
3. Dulang Mas.
4. Dusun Sidomulyo.
5. Dusun Siderejo.
6. Dusun Tambah Rejo.
7. Dusun Sido Rukun.
8. Dusun Banyu Mas.

Berdasarkan hasil observasi bahwasannya Desa Tata Karya memiliki potensi untuk mengembangkan potensi perkebunan dan ada beberapa ekonomi mikro yang terdapat pada Desa Tata Karya yaitu : usaha tahu, pembuatan roti, usaha tanaman hias, keripik, kerupuk ikan, usaha toge, usaha tempe dll. Usaha tahu merupakan Ekonomi Mikro yang masih aktif dalam melakukan produksi di

lihat dari segi usaha Ekonomi Mikro pembuatan tahu ini banyak diminati oleh masyarakat sekitar , tetapi hanya masyarakat disekitar tempat pembuatan usaha tahu yang mengetahui tentang informasi pembuatan tahu tersebut Kurangnya pemasaran untuk usaha tahu mempunyai beberapa kendala, yaitu belum adanya pemasaran yang baik dari daerah pendistribusian yang masih terbatas. Tempat yang dijadikan target pemasaran adalah warung, pasar dan orang sekitar yang mengetahui usaha tahu didaerah sekitar usaha ini . Hal ini mengakibatkan belum maksimalnya jarak jangkauan pemasaran. Begitu juga dengan potensi lainnya seperti usaha pembuatan roti, usaha tanaman hias, keripik, kerupuk ikan, usaha toge, usaha tempe yang memiliki permasalahan yang sama.

Program yang akan dilakukan disana sesuai dengan kompetensi yang saya punya. Adanya permasalahan pada beberapa usaha yang ada di Desa Tata Karya. Masalah yang terdapat salah satunya para pelaku usaha belum mengenal memasarkan dengan media social di jaman modern ini, memberikan inovasi-inovasi baru dengan membuka peluang usaha yang baru tetap menggunakan bahan dasarnya tahu agar penjualan dapat meningkat pendapatan di masa pandemi seperti ini serta ikut dalam membangun desa, menerapkan teknologi informasi bagi masyarakat desa, menggali potensi wilayah atau desa yang bertujuan untuk mengembangkan kreatifitas masyarakat melalui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Guna menjalin kerjasama yang berkelanjutan antara kampus dengan pemerintahan daerah di Kabupaten Lampung Utara sebagai sarana pembelajaran mahasiswa guna memperoleh ilmu di perkuliahan

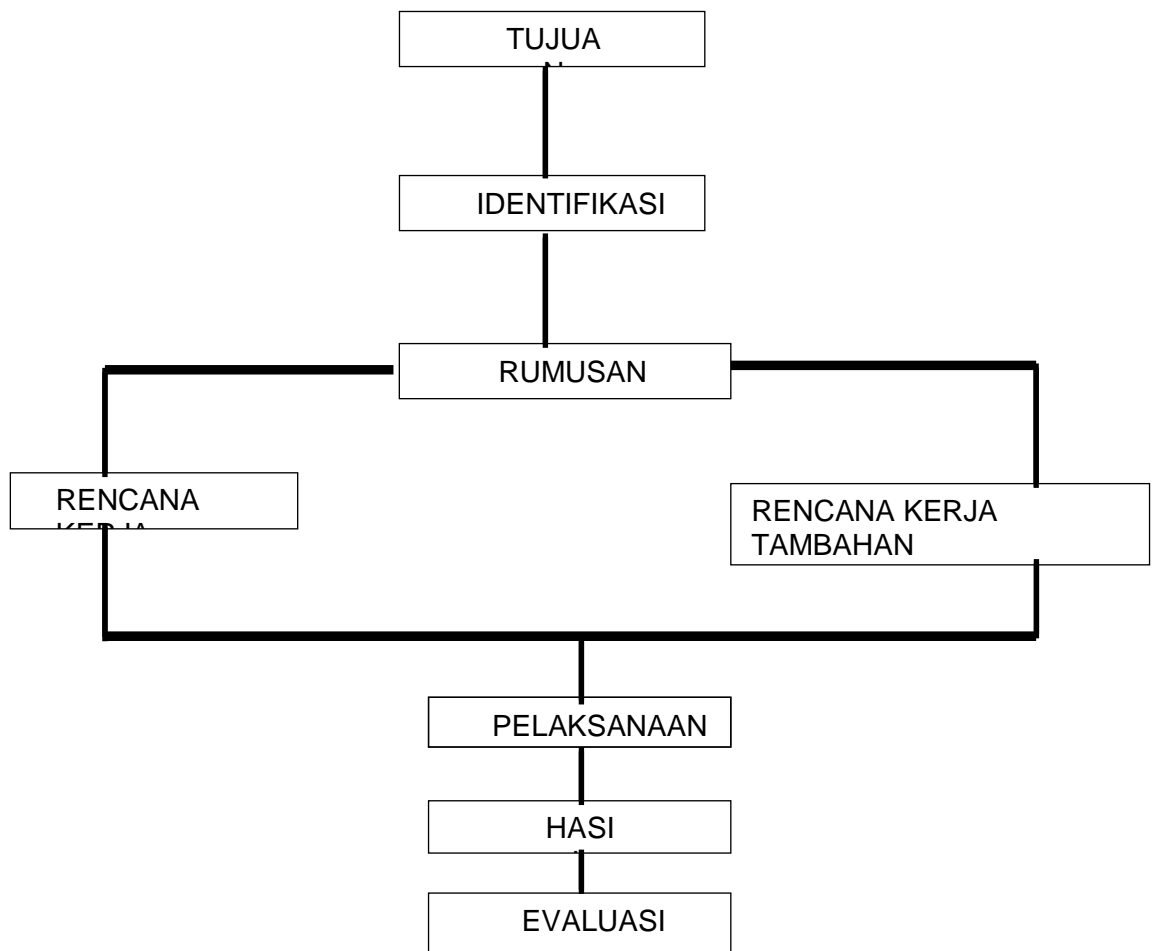
Berdasarkan latar belakang di atas kami melaksanakan kegiatan PKPM di „pembuatan tahu” yang terdapat di Desa Tata Karya dengan judul „**MENINGKAT POTENSI EKONOMI UMKM TAHU DI DESA TATA KARYA DI MASA PANDEMI DENGAN BERBASIS MEDIA SOSIAL** “

1.2 Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang di atas saya merumuskan permasalahan yang ada dalam penelitian ini yaitu :

- A. Kurangnya ide kreatifitas dalam pemulihan UMKM di masa pandemic *covid-19*?
- B. Kurangnya memanfaatkan teknologi dalam kegiatan pemasaran di jaman *milenial* ini?
- C. masih banyak masyarakat yang belum mematuhi protocol kesehatan dan masih menggagap remeh *covid-19*?
- D. Kurangnya kesadaran masyarakat yang tinggi terkait pencegahan penyebaran *covid-19*?

Adapun kerangka pelaksanaan kegiatan dapat dilihat pada gambar 1.2



Gambar 1.2 Kerangka Pelaksanaan Kegiatan. **1.3. Tujuan PKPM.**

1.3.1 Tujuan Untuk Desa Tata Karya.

- Mahasiswa dapat membantu melancarkan program-program yang ada di Desa serta dapat menjalin hubungan dengan lembaga perguruan tinggi sebagai mitra kerja yang sejajar.

1.3.2 Tujuan Untuk Institusi

- Untuk menghasilkan sarjana yang menghayati permasalahan masyarakat dan memberikan solusi permasalahan secara pragmatis.

1.3.3 Tujuan Untuk Mahasiswa.

- Untuk menjadi inspirator dalam menghadapi persoalan pada masyarakat serta hidup bermasyarakat yang penuh dengan realitas dan yang terkadang tidak realistis.

1.4 Manfaat PKPM.

1.4.1 Manfaat Untuk Desa Tata Karya.

- a. Meningkatkan jiwa kewirausahaan bagi masyarakat di Desa Tata Karya melalui inovasi produk, inovasi kemasan, perhitungan HPP, pembuatan anggaran, dan pemasaran secara online.
- b. Memberdayakan usaha ekonomi mikro, membantu perekonomian masyarakat dan terbukanya peluang usaha baru.
- c. Memberikan inspirasi bagi masyarakat dalam upaya memanfaatkan potensi-potensi usaha yang terdapat di Tata Karya melalui inovasi produk, inovasi kemasan dan memeberikan informasi memasarkan secara online.
- d. Dengan adanya *home* industri di Desa Tata Karya, diharapkan ke depan dapat menyerap tenaga kerja dan menumbuhkan inovasi bagi masyarakat di sekitar pemilik usaha.
- e. Dengan adanya *social media* di Desa Tata Karya diharapkan dapat memberikan informasi tentang Desa Tata Karya sehingga masyarakat dapat mengetahui potensi – potensi yang ada di Desa Tata Karya.

- f. Terciptanya inovasi terhadap kemasan dan *merk* yang membuat mudah diingat.
- g. Terciptanya akun Instagram, Whatsapp dan Shopee untuk memasarkan produk secara *online* yang mampu mengatasi permasalahan-permasalahan pada proses pemasaran dan dapat mempublikasikan produk tahu crispy di Desa Tata Karya pada masyarakat secara *online*.
- f. Meningkatkan pendapatan pengusaha tahu di Desa Tata Karya melalui inovasi produk tersebut, yaitu dari membuat atau berinovasi kemasan dan pembuatan *design merk* produk yang lebih menarik dan mudah diingat.

1.4.2 Manfaat Untuk Institusi

- a. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian IIB Darmajaya kepada masyarakat khususnya di Desa Tata Karya Kecamatan Abung Surakarta.

1.4.3 Manfaat Untuk Mahasiswa

- b. Mendapatkan nilai lebih yaitu di dalam kemandirian, disiplin, tanggung jawab dan memiliki jiwa kepemimpinan.
- c. Dapat menjadi sarana pembelajaran bagi mahasiswa dalam mengimplementasikan ilmu yang di dapatkan dari kampus untuk masyarakat sekitar.

1.5 Mitra Yang Terlibat

Media sosial adalah sebuah media daring, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. *Media sosial* ini juga memiliki banyak manfaat bagi strategi pemasaran produk, diantaranya :

- a. Membantu menemukan konsumen baru dan memperluas target pasar.
- b. Memudahkan dalam memberikan feedback secara langsung.
- c. Mengembangkan target pasar dan selangkah lebih maju dari kompetitor.

d. Lebih dekat dengan konsumen melalui *sosial media*.

Media sosial ini juga sangat efektif dalam meningkatkan penjualan, khususnya di bidang pemasaran. *Media sosial* saat ini menjadi andalan untuk melakukan promosi dengan biaya yang efisien namun dengan hasil yang maksimal. Disini saya menggunakan *media sosial* sebagai kegiatan promosi untuk memasarkan produk. Penggunaan *media sosial* sekarang ini semakin meningkat, hampir semua kalangan sudah mengenal *media sosial*. Hal ini tentu saja dapat berdampak memajukan prekonomian bagi para pebisnis online untuk memulai memasarkan produknya melalui *Instagram*, *whatsapp* maupun *shopee*. Promosi yang dilakukan seperti menawarkan produk hasil olahan inovasi tahu kpong biasa menjadi tahu crispy. Tahu crispy ini memiliki 3 varian rasa yaitu original, balado dan jagung manis.

BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program program yang dilaksanakan

2.1.1 Program Pembuatan Inovasi Produk dan Pemberian Nama.

UMKM tahu merupakan salah satu kegiatan produksi usahan makanan sebagai menu pelengkap makanan pokok yang hadir di Desa Tata Karya, tahu merupakan konsumsi yang sangat lekat di masyarakat, tidak terkecuali masyarakat desa tata karya, hal ini kemudian yang mendorong beberapa masyarakat untuk membuka peluang usaha tahu yang banyak diminati oleh masyarakat. adapun UMKM tersebut bermula dari peminat masyarakat tentang tahu tersebut namun sekarang adanya pandemi *covid-19* maka dari itu omset penjualan menjadi sangat menurun sehingga saya berniat berkunjung ke tempat pemilik usaha tahu salah satunya mba Wiwi.

Pada awal saya berkunjung ke tempat pembuatan tahu yang dibuat adalah tahu kopong, tahu sayur dan tahu putih, dari hal itu yang memunculkan ide dan niat saya tergerak untuk membuat inovasi pada produk. Ide yang coba saya tawarkan adalah membuat „tahu crispy“ dan kemudian saya beri nama dengan brand „TAPY“ singkatan dari tahu crispy tnya *Brand* salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen dengan bertujuan untuk mengembangkan produk dan memperluas pangsa pasar tahu crispy itu sendiri. Dalam pembuatan *brand* 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. Dengan adanya *design brand* bisa dijadikan sebagai sarana untuk mengembangkan produk salah satunya adalah promosi, sehingga dapat mempromosikan hasil produksi cukup dengan menyebut *brand* nya, dan juga sebagai jaminan atas mutu barang yang diperdagangkan serta *brand* juga menunjukkan asal barang tersebut dihasilkan. Kemudian saya menambahkan citra rasa pada tahu crispy tersebut agar menjadi bervariasi. Adapun rasa yang kami coba tawarkan adalah rasa balado, dan jagung manis.

2.1.2 Program kegiatan Pembuatan Logo, Dan Pengemasan.

Pengemasan dan pembuatan logo adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan produk yang menarik untuk produk. Fungsi kemasan ini yaitu untuk menjaga produk agar tetap aman dan memiliki kualitas yang diinginkan. Kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Kemasan yang baik juga dapat menarik perhatian konsumen, sehingga konsumen berminat untuk melakukan pembelian produk.

Dapat diketahui desain logo menjadi bagian utama dalam mengembangkan usaha, sebab logo akan menjadi sebuah identitas dari perusahaan. Selain itu, logo juga akan menjelaskan secara singkat mengenai perusahaan dan meningkatkan citra profesional dalam pekerjaan. Hal ini biasa disebut dengan *corporate identity* atau *branding*. Ketika sebuah usaha memiliki logo, maka perusahaan tersebut akan mendapat tempat tersendiri dibanding usaha yang tidak ada logo. Oleh karena itu, membuat desain logo tidak boleh asal-asalan harus unik, simple, dan menarik minat masyarakat untuk ingin tahu.

Rencana kegiatan yang akan dilakukan berfokus pada pengemasan produk serta pemberian logo pada produk tahu crispy. Tujuan kami mencoba memberikan inovasi pengemasan produk agar lebih menarik ketika sudah dikemas dan memiliki nilai jual yang tinggi

2.1.3 Program pembuatan media pemasaran berupa media sosial.

Rencana kegiatan individu pembuatan sistem informasi yang berfokus memasarkan melalui *sosial media*, memanfaatkan teknologi informasi di era milenial ini sangat cepat ini berkembang pesat semakin meluas. Kemajuan teknologi informasi saat ini tentang pemanfaatan jaringan internet yang memungkinkan setiap orang dapat mengakses atau memperoleh data-data yang tersedia secara bersama-sama melalui jaringan yang saling terhubung. Era teknologi dan globalisasi juga semakin mendorong timbulnya kebutuhan informasi yang cepat dan tepat. Hal itu sangat nantinya akan berdampak pada pemasaran produk nantinya dan dapat meningkatkan omset.

Rencana ini yaitu membantu dalam memberikan informasi tentang tahu

crispy agar dikenal lebih luas oleh masyarakat dan hanya tidak dipasarkan melalui media offline saja. Dalam *media sosial* tersebut menyediakan berbagai bentuk informasi yang dibutuhkan oleh konsumen mulai dari komposisi, cara membeli menggunakan media social, bentuknya UMKM tahu crispy sampai proses pembuatan tahu sampai jadi tahu crispy menjadi makanan ringan serta alamat produksi agar lebih jelas.

Selain program-program yang berfokus pada UMKM di atas juga melakukan berbagai kegiatan lainnya seperti pencegahan penularan *covid-19* di Desa atau Karya, sebagai berikut :

2.1.4 Program Sosialisasi Menyongsong Era New Normal Di Desa

Tata Karya

New normal adalah perubahan perilaku atau kebiasaan untuk tetap menjalankan aktivitas seperti biasa namun dengan selalu menerapkan protokol kesehatan di tengah pandemi *covid-19*. Menyongsong Era New Normal di desa Tata Karya yang akan dihadiri oleh dinas kesehatan serta bapak/ibu di kantor Desa, bertujuan untuk memberikan penjelasan secara rinci kepada bapak RT/RW setempat agar dapat disampaikan lagi kepada masyarakat, sehingga masyarakat semakin paham dan mengerti terkait era new normal atau perubahan pola hidup pada situasi pandemi *covid-19*. Walaupun kita sudah masuk ke dalam situasi era new normal, kita semua harus tetap menggunakan protokol kesehatan serta mendengarkan dan memperhatikan imbauan dari pemerintah seperti menjaga kebersihan diri, serta saling menjaga jarak dengan yang lainnya. jarak yang dianjurkan yaitu 1-3 meter. Dari kegiatan ini juga diharapkan masyarakat lebih memiliki kesadaran yang tinggi dalam pencegahan penularan *covid*

2.1.5 Program Kegiatan Penyemprotan Disinfektan di Berbagai Tempat

Penyemprotan disinfektan merupakan salah satu cara pencegahan penularan *covid-19*. Penyemprotan disinfektan dinilai cukup efektif untuk mencegah penularan *covid-19*. Disinfektan merupakan proses dekontaminasi

yang menghilangkan atau membunuh segala hal terkait mikro organisme (baik virus dan bakteri) pada objek permukaan benda mati.

kegiatan penyemprotan disinfektan di akan di semprotkan di berbagai tempat seperti : di kantor Desa Tata Karya, di kantor kecamatan dan berbagai masjid. Kegiatan ini dilakukan pada sebelum Hari Raya Idul Adha yang jatuh pada tanggal 31 Juli 2020, hal ini dilakukan bertujuan untuk menjaga lingkungan sekitar tetap aman dari penularan

2.1.6 Program Membagikan Masker

Masker merupakan salah satu protokol kesehatan yang harus digunakan oleh semua masyarakat saat situasi seperti ini yaitu adanya *covid-19*, hal ini bertujuan untuk mencegah penularan *covid-19* Penggunaan masker ini tidak hanya untuk orang dewasa tetapi di semua kalangan.

Kegiatan membagikan masker kepada masyarakat desa dilakukan karena mengingat semua faktor masih kurang sadar akan bahayanya *covid-19* yang masih sangat aktif berpergian keluar rumah ataupun dalam perjalanan jauh, yang dikhawatirkan mereka tidak memperhatikan protokol kesehatan, seperti menggunakan masker. Jika memang harus keluar rumah, usahakan anak-anak tidak terlalu dekat dengan orang lain, dimana selain menggunakan masker kita juga dihimbau untuk tetap menjaga jarak. Walaupun sekarang sudah dikatakan new normal, kita semua harus tetap menggunakan protokol kesehatan yang disarankan. Kesadaran yang tinggi terhadap protokol kesehatan sangat diperlukan untuk membantu pemerintah dalam mencegah penularan *covid-19*.

2.1.7 Program Kegiatan Menempelkan Poster

Poster adalah suatu media publikasi yang memadukan antara tulisan, gambar atau kombinasi keduanya dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak. Tujuan poster adalah sebagai bentuk publikasi agar dibaca oleh masyarakat luas dan mau mengikuti ajakan dari isi poster tersebut.

Kegiatan menempelkan poster terkait pencegahan penularan *covid-19*. Menempelkan poster ini dilakukan di berbagai tempat seperti kantor desa Tata Karya dan berbagai masjid di desa Tata Karya. Hal ini dilakukan agar masyarakat di desa Tata Karya memiliki kesadaran yang lebih tinggi dalam pencegahan penularan *covid-19*. Mari kita lindungi keluarga dan orang sekitar dengan tetap memperhatikan himbauan dari pemerintah seperti menggunakan protokol kesehatan, menjaga kebersihan diri dan menjaga jarak.

2.2 Waktu Pelaksanaan

Table 2.2 Waktu Pelaksanaan

Hari /Tanggal	Pelaksanaan Kegiatan
Senin, 20 Juli 2020	Izin ke kantor Desa.
Selasa-Rabu 21-22 Juli 2020	Membantu kegiatan di kantor Desa
Jum'at, 24 Juli 2020	Jum'at bersih, membersihkan masjid untuk solat jum'at
Sabtu-minggu 25-26 Juli 2020	Prepare untuk sosialisasi tentang „Era New Normal“
Senin, 27 Juli 2020	Mengadakan sosialisasi tentang menyongsong Era New Normal di Desa Tata Karya.
Selasa-Rabu 28-29 Juli 2020	Membantu kegiatan UMKM di Cah Ayu dan memberikan motivasi pemasaran melalui media sosial.
Kamis, 30 Juli 2020	Melakukan kegiatan penyemprotan disinfektan di berbagai tempat yaitu; kantor Desa, Kecamatan dan masjid.
Jum'at, 31 Agustus 2020	Menjadi panitia Qur'an
Senin – selasa 03-04 Agustus 2020	Membantu mengisi data formulir warga untuk mendapatkan ATM di kantor desa
Rabu, 05 Agustus 2020	Membagikan masker ke masyarakat
Kamis, 06 Agustus 2020	Membantu kegiatan posyandu di Desa Tata

	Karya.
Sabtu, 08 Agustus 2020	Izin ke UMKM tahu di Desa
Senin, 10 Agustus 2020	Membantu kegiatan produksi tahu
Selasa, 11 Agustus 2020	Memberikan arahan tentang inovasi produk tahu menjadi makanan ringan.
Rabu, 12 Agustus 2020	Membuat inovasi produk dari tahu menjadi makanan ringan „tahu crispy“
Kamis, 13 Agustus 2020	Mengikuti kegiatan sosialisasi di kantor Desa, tentang pembinaan desa agar masyarakat memiliki kesadaran hukum.
Jumat, 14 Agustus 2020	Memberikan arahan berjualan menggunakan media social dan terjun langsung ke pasar untuk menjual produk.
Selasa, 18 Agustus 2020	Ke kantor desa izin pamit selesai kegiatan PKPM dan memberikan cenderamata sebagai kenang-kenangan.

Table 2.2 Waktu Pelaksanaan

2.2.1 Hasil Kegiatan Dan Dokumentasi

2.2.2 Inovasi Tahu Pong Menjadi Tahu Crispy.

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 kenyataanya tahu dapat dibuat menjadi sebuah maknan ringan yang sangat nikmat bisa dibuat sebagai makanan ringan yang mudah dibawa kemana mana yang bisa dijadikan sebagai peluang usaha baru di Desa

Tata Karya, sumber sumber pembuatan tahu juga sangat mudah di dapatkan di Desa Tata Karya,

Dengan adanya hal tersebut perlu dilakukan sebuah inovasi baru terhadap produk tahu untuk menjadi makanan ringan juga di tambah dengan beberapa varian rasa nantinya. Dalam kaitannya dengan inovasi, inovasi yang dimaksud adalah sebuah inovasi baru terhadap cita rasa. Saya mengajukan sebuah inovasi baru terhadap olahan tahu untuk menjadi makanan ringan „tahu crispy“ yang memiliki beberapa varian rasa yang berbeda cita tahu crispy tujuannya adalah agar pelanggan tidak bosan dengan rasa yang itu saja, selain itu agar dapat memperluas jangkauan produksi serta meningkatkan kualitas cita rasa baru pada tahu crispy inovasi rasa yang dimaksud adalah memberikan varian rasa baru terhadap tahu crispy. Tahu crispy memiliki tekstur yang renyah dan rasa yang gurih. Sehingga sangat cocok bagi konsumen yang suka makanan ringan /cemilan untuk menemani disegala kegiatan. Inovasi juga dilakukan untuk mendapatkan apresiasi dari pelanggan sehingga bisa lebih banyak penikmat tahu dan dapat meningkatkan pendapatan pada pemilik tahu.

Berikut hasil inovasi tahu pong menjadi tahu crispy dengan berbagai rasa :



Gambar 2.2.2 Inovasi Tahu Pong Menjadi Tahu Crispy dengan berbagai varian rasa

2.2.3 Kegiatan Pembuatan Logo, Dan Pengemasan.

Kemasan produk merupakan salah satu faktor penting yang dapat menguatkan branding bisnis dalam persaingan yang semakin erat. Kemasan yang menarik dan berkualitas menjadi daya tarik tersendiri atau pembeda dengan kompetitor lain. Melalui desain kemasan produk, kita dapat menyampaikan informasi mengenai identitas bisnis seperti terdapat logo di dalam kemasan serta kualitas produk

Tahap Pemilihan Kemasan adapun dalam tahap ini saya memilih kemasan yang untuk mendukung produk ini dan memiliki daya tarik tersendiri sehingga produk siap untuk bersaing dipasaran. Pemilihan kemasan sendiri bertujuan sangat penting dimana kemasan menjadi pertahanan pertama produk dari kerusakan ataupun faktor lain yang merusak produk. Pemilihan kemasan ini berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan oleh saya. Saya memilih kemasan yang dapat menunjang ketahanan dan kualitas produk agar dapat sampai ke tangan konsumen dalam keadaan baik

Kemasan yang di gunakan untuk produk adalah plastik standing pouch bening yang sering digunakan untuk kemasan makanan-makanan ringan, karena jenis plastik ini berisifat transparan sehingga menurut saya plastik ini menjadi kemasan yang ideal. Tidak hanya kemasan yang menjadi wajah yang akan menjadikan bisnis menarik logo pun sangat penting untuk membedakan bisnis dengan competitor lain, logo juga menjadi hal pertama yang akan diingat konsumen terhadap usaha makanan. Logo menjadi representasi bisnis di pasar logo yang unik akan selalu dibicarakan dan bisa menjadi alat pemasaran yang bagus untuk memasarkan suatu produk.

Logo yang dipilih ialah warna putih sebab warna tersebut terlihat bersih dan memanjakan mata, di tambah gambar seorang ibu yang lagi menggenggam kedua jari telunjuk dan jempol sehingga berbentuk O yang menggambarkan keramahan produk yang benar-benar enak dan crispy mulai dari rasa, pengemasan dan harga yang saya sajikan sangat terjangkau . Contohnya dapat dilihat pada gambar 2.2.3



Gambar 2.2.3 proses pembuatan logo



Gambar 2.2.3 Kemasan Produk bening belum diberi logo.



Gambar 2.2.3 Kemasan Produk yang sudah di beri logo.



Gambar 2.2.3 Proses Pengemasan Produk.

2.2.4 Melakukan Kegiatan Promosi Melalui Media Sosial

Pembuatan akun media sosial UMKM tidak bisa dipisahkan dari perkembangan teknologi informasi. Memanfaatkan teknologi informasi yang saat ini berkembang pesat semakin meluas. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan ketersediaan informasi yang akurat dan cepat. Kemajuan teknologi informasi saat ini tentang pemanfaatan jaringan internet yang memungkinkan setiap orang dapat mengakses atau memperoleh data-data yang tersedia secara bersama-sama melalui jaringan yang saling terhubung. Era Teknologi dan Globalisasi juga semakin mendorong timbulnya kebutuhan informasi yang cepat dan tepat. Hal itu sangat dirasakan bagi masyarakat umumnya keberhasilan sistem ini dapat diukur berdasarkan maksud pembuatannya dan mutu data, pengorganisasian data dan tata cara penggunaannya.

Tidak hanya diperkotaan, di desapun sudah memasuki oleh perkembangan teknologi informasi penyebaran informasi UMKM tahu crispy dengan menggunakan teknologi yang sudah berkembang akan meningkatkan kualitas dan ketetapan data yang tersedia. Kegiatan ini kami mulai dari mencari informasi mengenai UMKM. Awalnya saya mendatangi desa Tata Karya. Kemudian saya mulai mengumpulkan informasi mencari apa yang menjadi kendala pada UMKM tersebut.

Pengumpulan informasi tersebut kami lakukan dengan mewawancarai warga desa Tata Karya. Dari hasil wawancara kami mengetahui bahwa Tahu Crispy Tata Karya tersebut mengalami kendala pada sistem marketingnya.

Saya melakukan perencanaan untuk membuat sistem marketing online menggunakan E-Commerce seperti sosial media yaitu Shopee, instagram, dan WhatsApp untuk pemesanan. Menurut saya, sosial media merupakan media bisnis online yang paling cocok di zaman sekarang yang masih pandemi *Covid-19* karena dengan menggunakan media tersebut UMKM Tahu Crispy produknya dapat tersebar luas di berbagai wilayah. Selain itu, media social Shopee, Instagram, dan WhatsApp juga untuk sebagai media promosi. Setelah perencanaan yang dilakukan, sayapun segera membuat akun Shopee, Instagram, dan WhatsApp. Pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) setuju dan merasa senang apabila kami membantu dalam proses marketing Tahu Crispy tersebut.

Kami mulai mengumpulkan data-data yang dibutuhkan untuk pembuatan media marketing Tahu Crispy seperti gambar dari produk, data-data yang dibutuhkan dan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) sudah memiliki logo kemudian saya mulai membuat instagram (@tahucrispyrenyah) untuk mengoptimalisasi marketing pada UMKM Tahu Crispy. Saya mulai memasukkan data-data meliputi gambar, harga, lokasi, dan penjelasan mengenai Tahu Crispy berupa varian rasa yang telah kami sediakan. Setelah media sosial selesai dibuat, diharapkan pemilik usaha tahu dapat menjalankan sendiri dalam memasarkannya.



Gambar 2.3.3 Melakukan Kegiatan Promosi Melalui Media Sosial

Berikut ini beberapa hasil kegiatan tambahan selain berfokus terhadap UMKM juga ikut serta dalam pencegahan penularan *Covid-19* sebagai berikut :

2.2.4 Sosialisasi Menyongsong Era New Normal Di Desa Tata Karya.

Sosialisasi ini dilakukan untuk memberikan penjelasan kepada bapak RT/RW dan pegawai puskesmas dalam rangka mengedukasi dan menyosialisasikan dan dapat menyampaikan ke pada masyarakat cara edukasi cara mencegah penularan virus corona. edukasi di lakukan sesuai dengan protokol kesehatan tetap mematuhi imbauan pemerintah dengan tetap menggunakan masker, menjaga jarak dan tidak mengumpulkan masa dalam tidak banyak, sehingga dalam sosialisasi ini hanya dihadiri oleh perwakilan perangkat desa dan pegawai puskesmas. Pengabdian masyarakat soal edukasi dalam pencegahan penularan *Covid-19* dan penjelasan berkaitan dengan pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) melalui sosialisasi menyongsong era new normal

Mungkin yang di lakukan ini tidak seberapa, sangat kecil. Namun saya merasa terpanggil dan lebih baik saya berbuat sesuatu walau sederhana dari pada hanya diam terhadap keadaan terlebih di masa *Covid-19* harus turun langsung dan peduli dalam memberikan penyuluhan pencegahan penularan

Covid-19 kepada masyarakat. Berikut beberapa hasil dokumentasi dalam kegiatan sosialisasi menyongsong era new normal di Desa Tata Karya :



Gambar 2.2.4 Sosialisasi Menyongsong Era New Normal

2.2.5 Kegiatan Penyemprotan Disinfektan Di Berbagai Tempat.

Salah satu cara pencegahan penyebaran *Covid-19* baik di rumah maupun di lingkungan sekitar rumah adalah dengan menerapkan kebersihan, termasuk melakukan penyemprotan disinfektan dalam pedoman untuk Siaga Pandemi *Covid-19* yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam rangka penerapan Pembatasan Sosial Skala Besar (PSBB), penyemprotan disinfektan bisa dilakukan dengan membuat cairan disinfektan dengan bahan-bahan yang mudah ditemukan. Selain itu, penyemprotan dilakukan di lingkungan lingkungan perumahan dalam lingkup RT/RW. Penyemprotan disinfektan dinilai cukup efektif untuk mencegah penebaran *Covid-19*.

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 Tata Karya, kantor kecamatan dan di masjid desa Tata Karya. Berikut beberapa dokumentasi dari kegiatan penyemprotan disinfektan :

2.2.6



Gambar 2.3.5 Penyemprotan disinfektan

2.2.7 Melakukan Kegiatan Membagikan Masker

Masker merupakan salah satu protokol kesehatan yang harus digunakan oleh semua masyarakat saat situasi seperti ini yaitu adanya *Covid-19*, hal ini bertujuan untuk mencegah penularan. Kegiatan membagikan bertujuan untuk mensosialisasikan pentingnya memakai masker pada masyarakat sekaligus menekan penyebaran *Covid-19* dengan terus memakai masker dengan demikian butuh upaya yang lebih serius untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya memakai masker ini adalah salah satu perhatian yang saya berikan, karena masih banyak yang saya lihat para pedagang di pasar kurang memperhatikan dunia diluar begitu pun dengan anak anak yang orang tuanya kurang memperhatikan anak mereka dan lebih memetingkan diri sendiri Padahal kita tidak akan pernah tahu, dimana virus corona itu berada. Dengan dibagikannya masker, diharapkan masyarakat selalu ingat dan waspada terkait adanya *Covid-19* serta tetap memperhatikan protokol kesehatan yang berlaku saat kita berada di luar rumah. Berikut beberapa hasil dokumentasi kegiatan membagikan masker kepada masyarakat :



Gambar 2.2.6 Melakukan Kegiatan Membagikan Masker.

2.2.8 Menempelkan Poster Di Berbagai Tempat

Poster adalah suatu media publikasi yang memadukan antara tulisan, gambar atau kombinasi keduanya dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak. kegiatan yang saya lakukan adalah menempel poster edukasi covid tentang gerakan masyarakat hidup sehat, cara mencuci tangan yang baik dan benar serta terkait gejala klinis virus corona serta pencegahannya. Penempelam poster ini dilakukan di masjid masjid dan berbagai. Sebelum penempelan juga terlebih dahulu meminta izin kepada pengurus masjid dan juga kantor untuk ditempelkan poster edukasi

menempelkan poster ini bertujuan untuk mengingatkan masyarakat untuk tetap melakukan kewaspadaan terkait *covid-19* dan tetap memperhatikan imbauan dari pemerintah dalam pencegahan penularan *covid-19*. Pencegahan penularan *covid-19* yaitu dengan cara menjaga kebersihan diri dan tetap menggunakan protokol kesehatan saat melakukan aktivitas di luar rumah. Dengan adanya berbagai poster ini diharapkan masyarakat membaca dan mengerti sehingga kesadaran masyarakat akan muncul dalam segala kegiatannya dan selalu berhati hati terhadap virus ini.



2.2.7 Menempelkan Poster Di Berbagai Tempat

2.3 Dampak Kegiatan

2.3.1 Dampak Kegiatan Untuk UMKM.

Berdasarkan rencana kegiatan yang telah di susun dan pertimbangan atas segala pelaksanaan program terdapat beberapa dampak positif antara lain:

1. Dampak kegiatan jangka pendek untuk UMKM:
 - a. Masyarakat merasa termotivasi dalam inovasi produk, kegiatan inovasi ini supaya mendapatkan penghasilan yang bertambah. Respon masyarakat Desa Tata Karya begitu positif, mereka ingin mencoba usaha “Tahu Crispy” ini menjadi produk dari inovasi tahu pong. B.
 - b. Pelaku bisnis semakin mengerti tentang kegiatan promosi melalui *media sosial*. Di Era *melenial* Ini sangat bermanfaat jika menggunakan *media social* untuk memasarkan produk. *Media sosial* juga bisa menjadi tempat kita mencari peluang pasar.
2. Dampak kegiatan jangka panjang untuk UMKM :
 - a. Dapat mengoptimalkan potensi usaha mikro kecil menengah dan dapat menjadi penyumbang pelaku usaha usaha baru nantinya, agar pemilik usaha lebih kreatif dan inovatif lagi guna perekonomian daerah agar bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang merata khususnya melalui sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di bidang industri yang saat ini masih mengalami berbagai macam hambatan dalam pengembangannya sehingga membutuhkan perhatian dari pemerintah daerah.
 - b. Adanya strategi pengembangan yang dilakukan ditunjukan unruk mereduksi hambatan hambatan yang ada sehingga nantinya UMKM mampu berkembang menjadi usaha yang kuat dan mandiri. Selain itu, berkembangnya UMKM, nantinya juga akan berdampak kepada peningkatan

kesejahteraan ekonomi masyarakat secara umum serta diharapkan mampu menjadi contoh guna menarik minat masyarakat untuk memulai usaha mikro kecil menengah sehingga menumbuhkan wirausahawan-wirausahawan yang baru.

2.3.2 Dampak Kegiatan Pembagian Masker, Penyemprotan Disinfektan & Pemasangan Poster Pencegahan Covid-19

1. Dampak kegiatan jangka pendek untuk masyarakat
 - a. Dengan adanya pembagian masker tidak ada lagi alasan masyarakat untuk tidak menggunakan masker ketika merasa tidak enak badan dan ketika diluar rumah. Meningkatkan cara hidup sehat masyarakat sekitar dengan selalu menggunakan masker.
 - b. Masyarakat berterimakasih dalam kegiatan sosialisasi Era New Normal di Desa Tata Karya , karena kegiatan ini sangat menambah pengetahuan masyarakat terkait new normal di masa Pandemi Covid-19 ini dan masyarakat pun diharapkan untuk memiliki kesadaran yang tinggi dalam pencegahan penularan *Covid-19*.

2. Dampak kegiatan jangka panjang unntuk masyarakat :

Masyarakat lebih mengerti tentang manfaat protokol kesehatan mematuhi segala imbauan pemerintah dengan tetap menggunakan masker, berjaga jarak dengan adanya sosialiasi di era new normal pula masyarakat bisa lebih wasapada dengan adanya bahanya virus covid ini dan masyarakat lebih sadar akan bahayanya juga dapat menurunkan tingkat angka orang yang terkena virus ini kedepan nya serta Indonesia cepat pulih akan virus ini. Berharap juga dapat terjalin semakin baik hubungan erat kampus dan masyarakat Tata Karya dan juga menginspirasi serta memberi semangat untuk orang orang yang terdampak virus ini.

BAB III

PENUTUP

3.1. Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian kegiatan kami sebagai mahasiswa Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yang dilakukan di Desa Tata Karya, Kecamatan Abung Surakarta dengan hasil yang telah kami laksanakan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Selama melaksanakan kegiatan PKPM kami melakukan observasi untuk mencari permasalahan yang dihadapi oleh Desa Tata Karya yaitu sudah ada Usaha Kecil Mikro Menengah tetapi masyarakat belum dapat mengembangkan sehingga potensi desa terbuang sia-sia. Maka dari itu saya berusaha mencari solusi untuk menangani permasalahan di Desa Tata Karya dengan membuat inovasi produk pada tahu pong. Sebelum dilakukannya pengembangan UMKM kami melakukan uji coba pembuatan produk tahu pong terlebih dahulu untuk melihat ketahanan produk berapa lama dan kualitas produk yang akan dibuat menjadi tahu crispy. Setelah pembuatan produk berhasil saya mengadakan pelatihan produksi tahu crispy mengajak mba Wiwi selaku pelaku yang memiliki usaha tahu ,yang saya lakukan ini memiliki tujuan utama untuk menjaga stabilitas perekonomian masyarakat di desa Tatakarya di masa pandemi *Covid-19*.
2. Setelah seluruh proses produksi dan pengemasan selesai, UMKM yang ada di desa Tata Karya menghadapi permasalahan dalam pemasaran. Sehingga saya memberikan solusi dengan menentukan strategi pemasaran dan cara pemasaran yang tepat. Setelah menentukan strategi pemasaran saya memasarkan produk dengan metode online apabila para konsumen ingin membeli produk kami menyediakan pemasaran melalui jejaring sosial

seperti Instagram, Whatsapp dan Shopee. Hal ini dilakukan untuk memperluas jaringan pemasaran .

3. Kegiatan saya juga tidak lepas dengan sosialisasi kepada masyarakat terkait *Covid-19*, supaya masyarakat hidup di era new normal ini tetap waspada dan tetap menerapkan protokol kesehatan. Diharapkan masyarakat memiliki kesadaran yang tinggi terkait covid-19 ini.
4. 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 di Desa Tata Karya.

3.2. Saran

3.2.1 Untuk Masyarakat Desa Tata Karya.

1. Saling bekerjasama untuk mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki desa untuk dijadikan UKM agar menjaga stabilitas perekonomian akibat pandemi covid-19 di desa Tatakarya.
2. Dalam memajukan usaha, masyarakat harus berani mengambil risiko didalam menghadapi berbagai kendala yang terjadi didalam pelaksanaan usaha, serta dapat memanfaatkan teknologi yang ada guna mempermudah kegiatan 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.

3.2.2 Untuk Insitusi

Kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat 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.

3.3 Rekomendasi

3.3.1 Untuk Pemerintah Desa Tata Karya

Kepada setiap Pemerintah, khususnya Desa Tata Karya kecamatan Abung Surakarta, 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 Tatakarya.

3.3.2 Untuk Masyarakat

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 LAMPIRAN KEGIATAN

1. Izin melaksanakan PKPM di Desa Tata Karya.



2. Membantu proses pembuatan tahu dan inovasi tahu juga turun langsung kepasar untuk berjualan hasil inovasi.



Proses pembuatan tahu



Proses pembuatan inovasi dan pengemasan produk.



Terjun langsung berjualan di pasar.

3. Dokumentasi foto sosialisasi menyongsong era new normal



4. Menjadi Panitia Qur'ban



5. Penyemprotan disinfektan ke berbagai tempat



6. Dokumentasi foto pembagian masker



7. Dokumentasi pemasangan poster di kantor dan masjid.



8. Kegiatan jum'at bersih untuk solat jum'at



9. Kegiatan membantu di kantor desa mengisi formulir untuk pembuatan ATM



10. Membantu kegiatan posyandu di Desa Tata Karya



11. Mengikuti kegiatan sosialisasi di kantor desa tentang pembinaan desa agar masyarakat sadar hukum.



12. Izin slesai PKPM di kantor Desa dan memberikan cendera mata.

