

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.

Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu bentuk kewajiban dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian masyarakat. Pengabdian merupakan suatu wujud kristalisasi dan integralisasi dari ilmu yang tertuang secara teoritis dibangku kuliah untuk diterapkan secara nyata dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat, kehadiran mahasiswa diharapkan mampu memberikan motivasi dan inovasi dalam bidang sosial kemasyarakatan. Hal ini selaras dengan fungsi perguruan tinggi sebagai jembatan (komunikasi) dalam proses pembangunan dan penerapan IPTEK pada khususnya.

Dalam program PKPM tahun 2019, desa Gunung Rejo adalah salah satu tempat yang menjadi pelaksanaan kegiatan PKPM IIB Darmajaya 2019, yang berada di Kecamatan Way Lima, Kabupaten Pesawaran. Didalam PKPM kelompok 67 ini terdapat 6 orang yang terdiri bermacam-macam jurusan antara lain dari fakultas ekonomi dan bisnis terdapat jurusan akuntansi dan manajemen sedangkan dari jurusan ilmu komputer terdapat teknologi informatika dan sistem informasi. adapun fokus kegiatan PKPM IIB Darmajaya tahun ini adalah pengembangan UMKM berbasis kearifan lokal.

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang memperluas lapangan pekerjaan serta memberikan pelayanan ekonomi secara luas terhadap masyarakat. UMKM dapat berperan dalam proses pemerataan

dan peningkatan, pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi serta berperan mewujudkan stabilitas nasional.

Permasalahan yang terjadi pada UMKM di desa Gunung Rejo adalah kurangnya pengembangan yang dilakukan oleh pemilik UMKM yang ada, baik dalam segi keuangan, pemasaran dan sumber daya manusia yang ada. Sedangkan permasalahan dalam segi teknologi informasi pada UMKM di desa Gunung Rejo di antaranya kurangnya pemanfaatan teknologi baik dari segi *social media* dan website guna mengembangkan UMKM tersebut di karenakan kurangnya pengetahuan mengenai teknologi saat ini.

Para pelaku UMKM saat ini harus tanggap dalam menghadapi perubahan *tren* yang sangat cepat, tidak hanya di perubahan tren pasar namun juga perkembangan teknologi. Adopsi teknologi digital yang maksimum dapat mendorong UMKM untuk berinovasi dalam menghadirkan produk dan servis baru hingga peningkatan produktivitas proses bisnis. Hal ini tentunya menjadikan transformasi digital pada bisnis UMKM semakin krusial dan patut untuk diperhatikan. Terlebih lagi pesatnya perkembangan teknologi, telah mengubah perilaku masyarakat saat ini yang semakin mengarah kedigitalisasi.

Salah satu titik *focus* kelompok 67 PKPM IIB Darmajaya adalah mengembangkan UMKM Khususnya UMKM Keripik di Desa Gunung Rejo Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran. UMKM Keripik merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan ringan yang berbahan dasar ubi, talas dan pisang. Meskipun bisnis di bidang makanan tidak pernah ada padamnya walaupun kondisi naik turun perekonomian selalu terjadi disetiap saat, namun UMKM Keripik di Desa Gunung Rejo di nilai belum mampu dalam bersaing di

era digitalisasi saat ini dikarenakan sistem pemasaran masih menggunakan *system* tradisional.

Sistem Pemasaran yang di gunakan UMKM Keripik di Desa Gunung Rejo saat ini menggunakan cara memasarkan masyarakat secara langsung, dan menitipkan produknya kepada distributor, dengan pemasaran semacam ini lingkup penjualan dan promosi pun masih kecil.

Solusi yang diajukan untuk mengartasi masalah yang ada dalam meningkatkan dan mengembangkan UMKM Keripik Tiga Dara. Mengembangkan bisnis pemasarannya usaha Keripik Tiga Dara dengan pembangunan pemasaran berbasis digital seperti *Instagram* Bisnis, *Whatsapp* Bisnis, *Facebook Marketplace* dan *Tokopedia*. Penerapan pemasaran berbasis digital merupakan suatu transaksi perdagangan antar penjual dan pembeli dengan menggunakan internet. Keuntungan yang diperoleh dengan menggunakan transaksi berbasis digital adalah meningkatkan pendapatan dengan menggunakan sistem pemasaran *online*, sehingga di harapkan dapat mengembangkan UMKM serta UMKM di harapkan dapat bersaing di era digitalisasi data ini.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis membuat Laporan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini berjudul **“MENGEMBANGKAN UMKM KERIPIK TIGA DARA DESA GUNUNG REJO UNTUK DAPAT BERSAING DI ERA DIGITALIASI SAAT INI”**

1.2 Manfaat PKPM.

Manfaat dari hasil kegiatan PKPM adalah sebagai berikut :

1.2.1 Bagi IIB Darmajaya.

1. Membangun kerjasama yang baik antara akademis dan pemerintahan Pesawaran.
2. Sebagai sarana atau media bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang didapat dari kampus kepada masyarakat Desa Gunung Rejo.

1.2.2 Bagi Desa.

1. Dapat mengembangkan dan mengelola potensi desa menjadi lebih berkualitas.
2. Diharapkan Masyarakat dan khususnya UMKM yang ada di desa Gunung Rejo siap menghadapi Persaingan di Era Digital.

1.2.3 Bagi UMKM.

1. Menjadikan UMKM Keripik di Desa Gunung Rejo sebagai UMKM berbasis digital.
2. Dapat memperkenalkan dan memberikan informasi tentang UMKM keripik di Desa Gunung Rejo kepada masyarakat luas melalui Internet.
3. Membantu UMKM Keripik Tiga Dara dalam mengelola keuangan yang baik, seperti pembuatan anggaran harga pokok penjualan.
4. Dapat memberikan motivasi untuk membuat inovasi baru dalam usaha.
5. Menjadikan UMKM Keripik Tiga Dara dapat menambah nilai jual produk yang dihasilkan.
6. Meningkatkan pemasaran dan target pasar UMKM Keripik Tiga Dara
7. Mempermudah transaksi jual dan beli antara konsumen dan UMKM Keripik Tiga Dara.

1.2.4 Bagi Mahasiswa.

1. Menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman dalam bermasyarakat untuk masa depan.
2. Melatih mahasiswa dalam mengidentifikasi masalah yang ada dan mencari solusi terbaik yang dapat digunakan dalam permasalahan tersebut.
3. Menimbulkan rasa kepedulian, kepercayaan diri, kedisiplinan, tanggung jawab dan jiwa kepemimpinan.
4. Mahasiswa lebih siap untuk menghadapi persaingan di dunia kerja.

BAB II

SURVEI DAN RENCANA KEGIATAN

2.1 Hasil Survei Lokasi

2.1.1 Deskripsi Wilayah

Dari hasil survey lokasi yang telah dilakukan maka diketahui antara lain:

A. Sejarah Desa Gunung Rejo

Desa Gunung Rejo terletak di Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran. Menurut sejarah dari narasumber terbentuknya Desa Gunung Rejo berawal dari sekelompok orang yang datang dari pulau Jawa yang didominasi dari Jawa Tengah (Purworejo, Kebumen, Solo dan Gunung Kidul) yang terkenal dengan istilah Amprahan pada kisaran Tahun 1925, desa ini dengan nama Gunung Mulya, yang berinduk ke Desa Way Harong.

Pada Tahun 1936 terjadi pemekaran desa dari nama yang semula Gunung Mulya menjadi Gunung Rejo. Nama Gunung Rejo di ambil dari keadaan dan kondisi geografis desa yang merupakan dataran tinggi (pegunungan) dan dataran rendah (rawa/pesawahan). Kata gunung yang berarti pegunungan dan kata rejo di ambil dari bahasa Jawa yang artinya makmur. Pada tahun 2013, Desa GunungRejo dimekarkan menjadi 3 desa yaitu : Desa Gunung Rejo, Mulyosari, Poncorejo, dan dibagi menjadi sembilan dusun, yang masing-masing diberi nama :

1. Dusun Ngadi Rejo (Desa Poncorejo)
2. Dusun Kali Pasir (Desa Poncorejo)
3. Dusun Gunung Rejo 1 (Desa Gunung Rejo)
4. Dusun Gunung Rejo 2 (Desa Gunung Rejo)
5. Dusun Kaliawi (Desa Gunung Rejo)
6. Dusun Tegal Rejo (Desa Gunung Rejo)
7. Dusun Talang Bandung (Desa Mulyosari)
8. Dusun Candi Sari 1 (Desa Mulyosari)
9. Dusun Candi Sari 2 (Desa Mulyosari)

Mayoritas penduduk di Desa Gunung Rejo adalah berasal dari penduduk, Jawa Tengah (Purworejo, kebumen, Solo), Jogjakarta (Gunung Kidul), Jawa Timur (purwodadi). Sejak didirikannya Desa Gunung Rejo pada Tahun 1936. Sudah terdapat banyak sekali pergantian aparat desa sampai dengan sekarang. Berikut adalah pimpinan desa yang pernah menjadi aparatur Desa Gunung Rejo, sebagai berikut :

Tabel 1.1 Pimpinan Pemerintahan

No	Nama	Masa Jabatan	Setatus jabatan
1	Wiryo Sendjoyo	1936 – 1946	Kepala Desa
2	Hardjo Diwiryo Bin Wiryo Sendjoyo	1946 – 1971	Kepala Desa
3	Ngadiran	1971	Pjs Kepala Desa
4	MS Affandi Bin Abdullah Umar	1972-1973	Kepala Desa
5	Ahmad Basyori	1973 – 1983	Pjs Kepala Desa
6	Arsid A. Karim	1983 – 1985	Kepala Desa
7	Giono Bin Marto	1985 – 1987	Pjs Kepala Desa
8	Hasyim S	1987 – 1997	Kepala Desa
9	Dariyo, S.I.P (PJs)	1997 – 2000	Pjs Kepala Desa
10	Fathoni Bin Mas'ud (PJs)	2000	Pjs Kepala Desa
11	Abdul Hamid Bin Ujer	2000 – 2008	Kepala Desa
12	Nurhidayat Bin MS Affandi	2008 – 2014	Kepala Desa
13	Purwito, S.Kep	2014 – 2015	Pjs Kepala Desa
14	Susilo Budi Triwanto, S.E	2015 – 2020	Kepala Desa

B. Hasil Bumi Desa Gunung Rejo

Desa Gunung Rejo memiliki hasil bumi dari pertanian, mulai dari padi, jagung, pepaya hingga kelapa. sehingga kehidupan masyarakat desa bisa dikatakan makmur.

C. Kondisi Geografis

Desa Gunung Rejo memiliki luas wilayah 648 ha/m² dengan perincian sebagai berikut

Tabel 1.2 Tata Guna Tanah

NO	TATA GUNA TANAH	LUAS
1.	Luas pemukiman	150 ha/m ²
2.	Luas persawahan	162 ha/m ²
3.	Luas Perkebunan	194 ha/m ²
4.	Luas kuburan,Jalan dll	90 ha/m ²
5.	Perkantoran	52 ha/m ²
Total Luas		648 ha/m ²

Sumber : Data Umum Desa Gunung Rejo

D. Batas Wilayah

Letak Desa berada di sebelah Barat yang merupakan Ibu Kota Kabupaten Pesawaran, jarak dari Desa sekitar 50 km, dengan batas-batas sebagai berikut :

Tabel 1.3 Letak Desa

Sebelah Utara	Batu Raja Kec.Way Lima danPekon Parerejo Kab.Pringsewu
Sebelah Timur	Desa Way harong Kecamatan Way Lima
Sebelah Selatan	Desa Cimanuk Kecamatan Way Lima
Sebelah Barat	Desa Kerasana dan Desa Gunung Sugih Kecamatan Way Khilau



Gambar 1.1 Peta Wilayah Desa Gunung Rejo

2.1.2 Kondisi Perekonomian

Jumlah penduduk Desa Gunung Rejo Sebanyak 2438 jiwa dengan penduduk usia produktif 1138 jiwa, sedangkan penduduk yang dikategorikan miskin 702 jiwa. Mata pencaharian sebagian penduduk adalah petanisedangkan hasil produksi ekonomi desa yang menonjol adalah padi.

Tabel 1.4 Jumlah Penduduk

NO	PENDUDUK	JUMLAH
1.	Jumlah Laki-Laki	1251 orang
2.	Jumlah Perempuan	1187 orang
3.	Jumlah Total	2438 orang
4.	Jumlah Kepala Keluarga	689 KK
5.	Jumlah RT	19 RT
6.	Jumlah Dusun	6 RW
7.	Kepadatan Penduduk	- per km

Sumber : Data umum Desa Gunung Rejo

2.1.3 Kondisi Sosial Budaya

Tabel 1.5 Tingkat Pendidikan Masyarakat

NO	TINGKAT PENDIDIKAN	LAKI-LAKI	PEREMPUAN
1.	Usia 3-6 tahun yang belum masuk TK	70 Orang	90 Orang
2.	Usia 3-6 tahun yang sedang TK/Play group	100 Orang	73 Orang
4.	Usia 7-18 tahun yang sedang sekolah	75 Orang	60 Orang
5.	18-56 tahun tidak pernah sekolah	- Orang	- Orang
6.	Tamat SD/ sederajat	- Orang	- Orang
7.	Jumlah usia 12-56 tahun tidak tamat SLTP	- Orang	- Orang
8.	Jumlah usia 18-56 tahun tidak tamat SLTA	- Orang	- Orang
9.	Tamat SMP/ sederajat	60 Orang	70 Orang
10.	Tamat SMA/ sederajat	100 Orang	30 Orang
11.	Tamat D-1/ sederajat	- Orang	- Orang
12.	Tamat D-2/ sederajat	- Orang	- Orang
13.	Tamat D-3/ sederajat	- Orang	- Orang
14.	Tamat S-1/ sederajat	30 Orang	3 Orang
15.	Tamat S-2/ sederajat	- Orang	- Orang
	Jumlah	415 Orang	332 Orang
	Jumlah Total	681 Orang	

Sumber : Data umum Desa Gunung Rejo

2.1.4 Kondisi Sarana dan Prasarana

Desa Gunung Rejo memiliki Sarana dan Prasarana untuk masyarakat yang meliputi sarana prasarana dibidang pemerintahan, pendidikan, kesehatan, keagamaan, dan sarana umum.

a. Sarana dan Prasarana Pemerintahan

Sarana dan prasarana pemerintahan Desa Gunung Rejo mempunyai Kantor Balai Desa disertai dengan perangkat d€esa lengkap. Pemerintah Desa membawahi Suku (Rukun Warga) dan Suku membawahi beberapa RT (Rukun Tangga). Desa Gunung Rejo mempunyai 3 Suku. Sarana prasarana tersebut berjalan lancar sesuai peraturan dan memberikan pelayanan kepada seluruh masyarakat.

b. Sarana dan Prasarana Pendidikan

Sarana dan Prasarana Pendidikan di Desa Gunung Rejo mempunyai sekolah dari PAUD sampai sekolah tingkat dasar dengan rincinan:

Tabel 1.6 Pendidikan Formal

No	Nama	Jumlah
1.	TK	1
2.	SD/Sederajat	2
3.	SMP/Sederajat	1
4.	SMA/Sederajat	-

C. Sarana dan Prasarana Kesehatan

Sarana dan prasarana pendidikan di Desa Gunung Rejo mempunyai PKD di tingkat Desa dengan 1 orang bidan Desa dan posyandu di tiap dusun masing masing mempunyai 1 (satu) pos.

Tabel 1.7 Prasarana Kesehatan

NO	PRASARANA KESEHATAN	JUMLAH
1.	Puskesmas Pembantu	1 unit
2.	Posyandu	2 unit
3.	Balai Kesehatan Ibu Dan Anak	- unit
4.	Tempat praktek Bidan	1 unit

Sumber : Data umum Desa Gunung Rejo

Tabel 1.8 Tenaga Kesehatan

NO	SARANA KESEHATAN	JUMLAH
1.	Jumlah dokter umum	- orang
2.	Jumlah paramedic	- orang
3.	Jumlah dukun bersalin terlatih	- orang
4.	Bidan	1 orang
5.	Perawat	- orang
6.	Dukun pengobatan alternative	- orang

Sumber : Data umum Desa Gunung Rejo

d. Sarana dan Prasarana Keagamaan

Sarana dan prasarana keagamaan di Desa Gunung Rejo mempunyai masjid dan mushola di tiap dusun dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 1.9 Sarana Prasarana Ibadah Desa

NO	PRASARANA IBADAH	JUMLAH
1.	Masjid	1 Unit
2.	Langgar / Surau / Mushola	6 Unit
3.	Gereja Kristen Protestan	-

Sumber : Data umum Desa Gunung Rejo

e. Sarana dan Prasarana Umum

Sarana dan prasarana umum yang terdapat di Desa Gunung Rejo, meliputi perdagangan dan kesehatan, sarana prasarana di bidang kesehatan mempunyai beberapa (MCK Umum) dengan kondisi baik. Dalam hal ini beberapa pembangunan MCK Umum dimasukkan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa (RPJM Desa). Jalan dalam Desa Gunung Rejo meliputi jalan Desa dan jalan RT.

Beberapa ruas jalan di Desa sudah beraspal dan rabat beton namun ada jalan yang rusak parah bahkan masih ada jalan yang berupa tanah. Keadaan tersebut meliputi jalan Desa dan jalan RT. Pembangunan jalan tersebut dimasukkan dalam Rencanan Pembangunan Jangka Menengah Desa (RPJM Desa) 2015-2020.

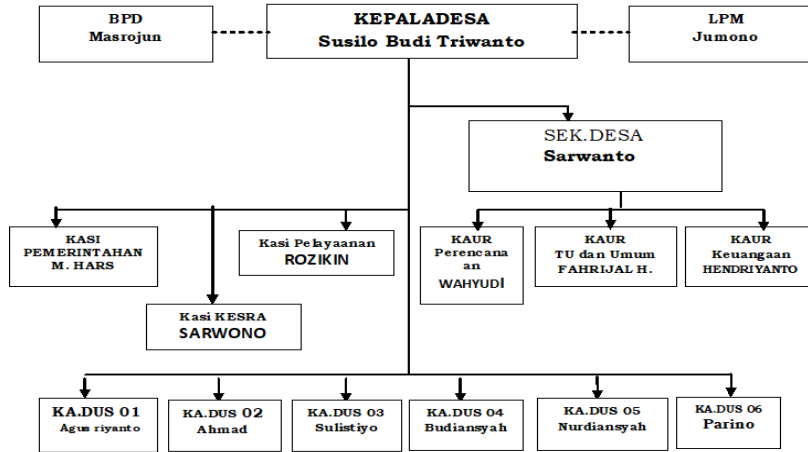
2.1.5 Pemerintahan Umum

Pemerintahan Umum yang berlaku di Desa Gunung Rejo meliputi : Organisasi Pemerintah Desa, Badan Permusyawaratan Desa (BPD), Lembaga Kemasyarakatan Desa, Gambaran Pelayanan, sebagai berikut:

- Organisasi Pemerintah Desa Gunung Rejo

Struktur Organisasi Pemerintah Desa Gunung Rejo Kecamatan Way lima Kabupaten Pesawaran

STRUKTUR ORGANISASI PEMERINTAH DESA GUNUNGREJO



2.1.6 Rencana Pembangunan Desa/Kelurahan

Sasaran yang dapat dicapai dalam suatu pembangunan desa adalah sebagai berikut :

Pengembangan ekonomi kerakyatan pada intinya mengelola seluruh potensi ekonomi yang menguasai hajat hidup orang banyak dengan menerapkan prinsip atau asas ekonomi kerakyatan. Program-program ekonomi kerakyatan yang dapat di kembangkan di desa adalah :

1. Program Pengadaan Usaha Kecil Menengah berupa Pemanfaatan Produk.
2. Pembangunan pertanian dalam arti luas dalam rangka meningkatkan ketersediaan pangan dan meningkatkan pendapatan petani
3. Pengembangan SDM yang handal. Sumber Daya Manusia memegang peranan yang penting dalam proses pembangunan desa. Semakin tinggi Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) Maka semakin mendorong kemajuan suatu desa. Program-program yang dapat dikembangkan diantaranya :

1. Program pengembangan Pendidikan
2. Program Peningkatan pelayanan kesehatan
3. Pembinaan Generasi Muda, seni budaya, pemuda dan olahraga
4. Peningkatan Kualitas dan kuantitas pelayanan masyarakat
5. Pembangunan infrastruktur pedesaan.

6. Pemerintah desa Menetapkan Berbagai Kebijakan untuk memberdayakan memantapkan, menguatkan pemerintah desa. Kebijakan dimaksud antara lain :
- Pemantapan Karang Taruna
 - Penataan Kewenangan dan Standar Pelayanan minimal Desa.
 - Pemantapan kelembagaan
 - Pemantapan administrasi dan keuangan desa
 - Peningkatan Kesejahteraan Para Penyelenggara pemerintah desa.

2.2 Temuan Masalah di Lokasi dan Rencana Kegiatan

2.2.1 Temuan Masalah

Desa Gunung Rejo merupakan desa yang masih dalam proses berkembang. Penduduk dengan mayoritas petani dan berkebun menjadi salah satu faktor yang menyebabkan sulitnya Usaha Kecil Menengah (UKM) untuk tumbuh dan berkembang. Minimnya pengetahuan tentang berwirausaha, serta pendidikan yang minim turut mempengaruhi lambatnya perkembangan ekonomi di Desa Gunung Rejo. Berikut temuan masalah yang dapat kami simpulkan:

1. Minimnya pengetahuan Masyarakat dalam Berwirausaha.
2. Kurangnya keterampilan ibu-ibu dalam mengembangkan UKM keripik pisang dan ubi.
3. Kurangnya pengetahuan tentang ilmu Teknologi.
4. Jarang adanya *event* lomba yang dapat mengakrabkan antar pemuda

2.2.2 Perumusan Masalah

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

1. Bagaimana mengembangkan Inovasi produk pada UKM Keripik pisang dan ubi.
2. Bagaimana menerapkan sistem informasi desa yang dapat membantu pemerintah/pejabat desa dalam menyebarkan informasi desa.

3. Bagaimana menerapkan pengembangan media untuk memasarkan produk-produk dari usaha desa.

2.2.3 Kerangka Pemecahan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, langkah awal yang harus kami lakukan adalah mengembangkan sistem informasi pada desa untuk meningkatkan kualitas dan nilai jual pada usaha kecil menengah (UKM) di Desa Gunung Rejo, karena berdasarkan hasil survey yang kami lakukan sebelumnya di Desa Gunung Rejo belum mampu mengembangkan UKM dengan baik. Dalam mengembangkan UKM tentunya kita juga harus memperhatikan sumber daya manusia yang mampu berperan aktif dan kreatif mengenai *product, price, place, promotion and people*, apakah produk tersebut bisa diterima oleh masyarakat dan mempunyai peluang yang bagus di pasaran, apakah harga yang akan ditawarkan sesuai dengan produk yang dijual, apakah letaknya strategis untuk menjual produk dan bagaimana cara penjualannya.

2.2.4 Tujuan Program

Tujuan dari pembuatan program ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengembangkan UKM Keripik Pisang dan Ubi Tiga Dara yang ada di Desa Gunung Rejo
2. Meningkatkan kualitas SDM sehingga lebih berperan aktif
3. Untuk membantu membuat anggaran keuangan rencana kerja dan anggaran neraca
4. Untuk membantu dalam penyusunan laporan keuangan sehingga lebih terstruktur
5. Untuk membantu mempromosikan produk UKM yang tidak hanya dipasarkan secara sederhana melainkan melalui media teknologi

2.2.5 Manfaat Program

Manfaat dari pembuatan program ini adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan UKM di Desa Gunung Rejo dapat berkembang dengan pesat yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi Desa Gunung Rejo.
2. Diharapkan SDM yang ada di Desa Gunung Rejo mampu untuk bersaing di dunia bisnis.
3. Diharapkan dengan adanya anggaran sistem keuangan dapat terstruktur dengan jelas.
4. Sadar akan pentingnya Berwirausaha
5. Menambah wawasan tentang pengetahuan teknologi
6. Memahami pemanfaatan potensi desa
7. Memberikan ilmu pengetahuan baru bagi masyarakat Desa Gunung Rejo.

2.2.6 Sasaran objek

Sasaran objek dalam program kegiatan ini ditujukan pada masyarakat Desa gunung Rejo, terutama pada ibu-ibu dan muda-mudi desa gunung rejo untuk menambah ilmu pengetahuan akan pentingnya berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi agar UKM desa yang ada mampu berkembang dengan tujuan untuk meningkatkan perekonomian dan mengurangi pengangguran pada desa Gunung Rejo.

2.2.7 Rencana Kegiatan Kelompok

Dengan berbagai permasalahan dari hasil analisa diatas maka mahasiswa PKPM membuat suatu rencana program kerja yang berorientasi pada polemik-polemik tersebut. Dalam upaya pembuatan rencana program kerja terlebih dahulu mahasiswa PKPM melakukan observasi dan pendekatan-pendekatan dengan masyarakat setempat untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan yang dianggap akurat yang kemudian bisa menghasilkan suatu rencana awal dari permasalahan yang diperoleh. Adapun rencana program yng kami buat meliputi 2 sub program dengan kegiatan uraian kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut

Tabel 2.0 Sarana dan Prasarana

No	Nama Kegiatan	Tujuan
1	Pembuatan Web Desa Gunung Rejo	Mempermudah informasi tentang desa lebih cepat
2	Pengadaan Plang Jalan Desa Gunung Rejo	Memberikan petunjuk arah untuk mempermudah Pendatang menemukan alamat.

B. Bidang Perekonomian dan Pendidikan

Tabel 2.1 Perekonomian dan Pendidikan

No	Nama Kegiatan	Tujuan
1	Pembuatan inovasi Produk UKM Tiga Dara	Mengembangkan varian rasa,
2	Pemasaran Produk Keripik talas, singkong, dan pisang Tiga Dara	Mengetahui Keuntungan Pembuatan Produksi dan Memperluas pemasaran produk UKM Tiga Dara
3	Pelatihan Komputer untuk Siswa/i SD Kelas 5 dan 6	Pengenalan Ilmu Teknologi sejak dini.
4	Pengaktifan Karang Taruna	Meningkatkan kinerja karang taruna
5	Peringatan HUT RI-73 Tahun 2018	Ikut memeriahkan perayaan HUT RI ke-73 sekaligus mempererat tali persaudaraan
6	Mengaktifkan dan Membantu kegiatan PKK	Meningkatkan kinerja PKK dan Kegiatan

BAB III

LAPORAN KEGIATAN

Nama : Angga Bagas B

NPM : 1612110567

Jurusan : Manajemen

No	Rencana Kegiatan	Tujuan	Penyelesaian	Keterangan
1.	Sosialisasi tentang pemasaran pada UMKM di Desa Gunung Rejo	Memberikan wawasan tentang pemasaran kepada pemilik UMKM supaya mereka dapat memaksimalkan penjualan produk mereka	1 (satu) hari	Terlaksana
2.	Pemasaran langsung	Kegiatan ini bertujuan menambah target pasar keripik Tiga Dara	3 (tiga) hari	Terlaksana

3.1 Pembahasan Rencana Program Kerja (Angga Bagas B.)

3.1.1 Sosialisasi tentang pemasaran pada UMKM keripik tiga dara

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-

barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Melalui proses marketing, Anda bisa menjelaskan kepada konsumen mengenai fungsi sebuah produk, manfaat, keunggulan, cara penggunaan dan sebagainya yang berkaitan dengan produk. Karena kemungkinan besar konsumen akan tertarik membeli produk atau layanan kami setelah mendengarkan fungsi, manfaat, keunggulan serta cara penggunaan yang benar dari produk bersangkutan. Di sinilah peran pemasaran itu sangat dirasakan, semakin luas pemasaran yang Anda lakukan, maka akan semakin banyak jumlah konsumen yang mengetahui informasi produk usaha Anda.

Di Desa Gunung Rejo mayoritas masyarakatnya memiliki pekerjaan sebagai petani, namun beberapa diantara mereka memiliki UMKM sebagai pekerjaan sampingan diantaranya adalah UMKM Tali Kur, UMKM Sangkek, UMKM Bakul dan UMKM Keripik Tiga Dara. Kami mendapat tugas dari kampus IIB Darmajaya untuk membantu mengembangkan UMKM Keripik Tiga Dara. Kegiatan sosialisasi diadakan karena melihat para pemilik UMKM kesulitan menjual produknya hal ini disebabkan karena mereka belum memiliki wawasan tentang pemasaran.

Kegiatan ini dilaksanakan untuk memberikan wawasan tentang pemasaran. Setelah kegiatan ini mereka memiliki wawasan tentang pemasaran. Harapan kami dari kegiatan ini adalah mereka memahami materi yang kami sampaikan dan menerapkannya. Oleh karena itu setelah kegiatan ini kami turut membantu UMKM Keripik Tiga Dara dalam penerapan materi yang kami sampaikan.

Materi yang kami sampaikan dalam sosialisasi ini antara lain :

NO	Materi sosialisasi
1.	konsep pemasaran
2.	macam-macam pemasaran dan sistim pemasaran

Sosialisasi ini diikuti oleh UMKM Desa Gunung Rejo.



Gambar 1.2 Sosialisasi Pemasaran dan kepada UMKM di Desa Gunung Rejo

3.1.2 Pemasaran Langsung

Pengertian pemasaran langsung adalah suatu proses atau sistem pemasaran dimana orang atau organisasi yang melakukan pemasaran tersebut berkomunikasi langsung dengan target konsumen untuk melakukan penjualan.

Posisi Keripik Tiga Dara disini adalah sebagai produsen, oleh sebab itu kebanyakan dari konsumen Keripik Tiga Dara membeli kripik dalam jumlah banyak untuk dijual kembali. Hal ini menyebabkan ada target pasar yang tidak tercapai oleh Keripik Tiga Dara. Maka dari itu kami melakukan pemasaran langsung salah satunya ke warung-warung untuk mencapai target pasar baru.

Setelah melakukan pemasaran langsung ke warung-warung peminat Keripik Tiga Dara bertambah dan permintaan meningkat. Hal ini dikarenakan pemasaran yang kami lakukan untuk mencapai target pasar baru berhasil. Kegiatan bertujuan untuk mencapai target pasar baru dan upaya untuk mengenalkan Keripik Tiga Dara ke masyarakat. Selain itu kegiatan ini bertujuan untuk memaksimalkan potensi dan penjualan kripik Tiga Dara.



Gambar 1.3 Pemasaran langsung ke warung-warung

Nama : Indah Sari

NPM : 1612110319

Jurusan : Manajemen

No	Rencana kegiatan	Tujuan	Penyelesaian	Keterangan
1.	Sosialisasi membuat desain produk yang menarik konsumen pada pemilik UMKM	Membuat desain kemasan produk yang menarik memang sangat diperlukan agar dapat meningkatkan minat konsumen. kemasan juga akan mempermudah perhitungan produk dan memberi kenyamanan bagi konsumen pemakainya.	2 (dua) hari	Terlaksana
2.	Pembuatan kemasan produk keripik tiga dara.	Agar dapat meningkat kan minat nilai jual produk	1 (hari)	Terlaksana

3.2 Pembahasan Rencana program kegiatan (Indah Sari)

3.2.1 Sosialisasi membuat desain produk yang menarik konsumen pada pemilik UMKM

Desain kemasan produk merupakan salah satu faktor penting yang dapat menguatkan *branding* bisnis dalam persaingan yang semakin ketat. Desain kemasan yang menarik dan berkualitas menjadi pembeda antara *brand* kamu dengan *competitor*.

Desain kemasan selalu menjadi hal yang paling utama ketika kami memutuskan untuk mendirikan sebuah usaha. Baik itu usaha kecil-kecilan atau usaha yang besar. Semua memerlukan kemasan yang dapat menarik perhatian konsumen atau bahkan calon konsumen. Melalui desain kemasan, kami dapat memberikan informasi mengenai merek, logo, serta kualitas, dan lain sebagainya. Bahkan, dari desain kemasan saja, mampu membuat konsumen jatuh cinta terhadap sebuah produk.

Membuat desain kemasan yang menarik tidak perlu terlalu mahal. namun, yang perlu di perhatikan adalah kreativitas seseorang, Hal ini akan membuat sebuah kemasan menjadi lebih berbeda dari kemasan pada umumnya serta dapat menarik perhatian konsumen. Desain kemasan yang unik dan menarik sudah pasti memiliki ciri khas tersendiri. Tujuan dari dibuat nya sosialisasi ini adalah memberi pengetahuan kepada, pemilik UMKM Keripik Tiga dara, akan penting nya membuat sebuah desain produk yang menarik yang dapat disesuaikan dengan usaha yang akan dirintisnya nanti agar dapat mengikuti *trend* masa kini dimana tidak kalah dengan produk imitator atau produk baru

Materi yang disampaikan dalam sosialisasi ini adalah :

NO	Materi sosialisasi
1.	Pengertian desain produk
2.	Langkah-langkah membuat desain produk
3.	Menerapkan langkah-langkah membuat desain produk

3.2.2 Proses pembuatan kemasan produk Keripik Tiga Dara

Dalam membuat kemasan produk tiga dara saya menentukan target pasar terlebih dahulu untuk menentukan target pasar saya melakukan survei diwarung-warung terdekat agar dapat mengetahui apa yang sedang dibutuhkan dan sesuai dengan permintaan konsumen, agar dapat meningkatkan penjualan pada Keripik Tiga Dara. Dalam pemilihan kemasan, kemasan yang dipilih adalah plastik kecil pp bening dan plastik besar yang dikemas kecil-kecil dan dimasukkan ke dalam plastik ukuran besar dengan isi 20 / pack, karena banyak konsumen yang menginginkan kemasan kecil-kecil karena konsumen menjual ulang kepada anak-anak.



Gambar 1.4 kemasan kecil di pack / 20



Gambar 1.5 Sosialisasi membuat desain produk UMKM

NAMA : Muhamad Iqbal Danang Raharjo

NPM : 1512120184

JURUSAN : AKUNTANSI

NO	Rencana Kegiatan	Tujuan	Penyelesaian	Keterangan
1	Pembuatan laporan keuangan UMKM keripik Tiga Dara	Untuk memudahkan penulisan laporan keuangan pada UMKM keripik Tiga Dara	2 Hari	Terlaksana
2	Pelatihan penggunaan aplikasi <i>Microsoft Excel</i>	Memperkenalkan Penggunaan aplikasi <i>Microsoft Excel</i> dalam proses pembukuan	2 Hari	Terlaksana

3.3 Pembahasan Rencana program kegiatan (Muhamad Iqbal Danang Raharjo)

3.3.1 Pembuatan Laporan Keuangan UMKM keripik tiga dara

Laporan keuangan adalah catatan informasi keuangan suatu perusahaan pada suatu periode akuntansi yang dapat digunakan untuk menggambarkan kinerja perusahaan tersebut. Laporan keuangan adalah bagian dari proses pelaporan keuangan.

Laporan keuangan merupakan bagian penting dalam sebuah usaha, dengan adanya laporan keuangan pemilik usaha bisa menyiapkan pengeluaran, dan menganalisis keadaan usaha. Keadaan keuangan usaha yang baik menunjukkan bahwa usaha yang diajarkan berhasil.

Keripik Tiga Dara sebelumnya masih menggunakan cara manual dalam mencatat laporan keuangan, dimana cara ini kurang efektif dan beresiko. Oleh karena itu kami mengajarkan pembuatan laporan keuangan usaha menggunakan *Microsoft Excel* kepada pemilik UMKM Tiga Dara.

Tujuan kegiatan ini agar pemilik UMKM beralih dari laporan keuangan manual ke *Microsoft Excel* selain itu agar laporan keuangan Keripik Tiga Dara lebih detail dan lebih baik lagi.

Laporan Keuangan Keripik Tiga Dara

periode september 2019

Biaya Bahan Baku

Tabel 2.2 Biaya bahan

Material	Justifikasi pemakaian	satuan	kuantitas	harga satuan	Jumlah
singkong	1 minggu	Kg	400	1.700	680.000
talas	1 minggu	Kg	400	3.000	1.200.000
mantang	1 minggu	Kg	800	2.000	1.600.000
pisang	1 minggu	Kg	300	2.000	600.000
penyedap rasa	1 minggu	Renteng	15	5.000	75.000
bumbu rasa	1 minggu	Renteng	5	50.000	250.000
Material	Justifikasi pemakaian	satuan	kuantitas	harga satuan	Jumlah
minyak	1 minggu	Kg	140		

				9.400	1.316.000
plastik kemasan	1 minggu	Kg	3	30.000	90.000
Label	1 minggu	Kg	14	6.200	86.800
kayu bakar	1 minggu	Kg	4	80.000	320.000
Total					6.217.800
dalam waktu 4 minggu					4
total perbulan					24.871.200

Biaya Tenaga Kerja

Tabel 2.3 Biaya tenaga kerja

Keterangan	Produksi	Jumlah karyawan	Upah
Kupas,Pemotongan, Penggorengan, Pengemasan	1 minggu	2	300.000
Total			300.000
dalam waktu 4 minggu			4
total perbulan			1.200.000

Biaya overhead pabrik

Tabel 2.4 Biaya overhead pabrik

Material	Justifikasi Pemakaian	Satuan	Kuantitas	Harga Satuan	Jumlah
Pisau	24 Bulan	Buah	3	3.000	9.000
Baskom	24 Bulan	Buah	2	40.000	80.000
Wajan	24 Bulan	Buah	1	300.000	300.000
Alat Pemotong	24 Bulan	Buah	1	400.000	400.000
Total					789.000

Dari data anggaran diatas kita akan membuat Harga Pokok Penjualan dari Keripik Tiga Dara per Bungkus 1 kg

$$\text{Harga Pokok Penjualan} : = \frac{\text{TotalbiayaProduksiPerBulan}}{\text{JumlahProduksi}} = 24.871.200/48 =$$

Rp.518.150

Harga satuan dari produk Keripik Tiga Dara 5kg adalah Rp 520.000

Tabel 2.5 Pencatatan HPP per satu bulan

Biaya Produksi		
Biaya Bahan Baku	Rp. 24.871.200	
Total Biaya Produksi		Rp.24.871.200
Harga Pokok Produksi per Satu Bulan		Rp.24.871.200
Harga Jual per Satu Bulan		
Biaya Produksi		

Biaya Produksi		
Keripik Tiga Dara 48 x Rp. 520.000	Rp. 24.960.000	
Total Jual per Satu Bulan		Rp. 24.960.000
Keuntungan dalam Satu Bulan		
Total Jual Satu Bulan-Total		
Biaya Produksi Per Bulan		Rp88.800

Laporan laba rugi Keripik Tiga Dara

Tabel 2.6 laba rugi Keripik Tiga Dara

Pendapatan :		
Penjualan Keripik 3 Dara	Rp24.960.000	
Harga Pokok Produksi	Rp24.871.200	
Laba Usaha		Rp49.831.200
Dikurangi :		
Biaya Bahan Baku	Rp24.871.200	
Biaya Tenaga Kerja	Rp1.200.000	
Biaya Overhead Pabrik	Rp789.000	
		Rp26.860.200
Laba Bersih Per bulan	Rp. 22.971.000	

Laporan perubahan modal UMKM Keripik Tiga Dara

Tabel 2.7 perubahan modal UMKM Keripik Tiga Dara

Modal Awal	Rp7.306.800
Laba Bersih	Rp22.971.000
Modal Akhir	Rp30.277.800

3.3.2 Pelatihan penggunaan aplikasi *Microsoft Excel*

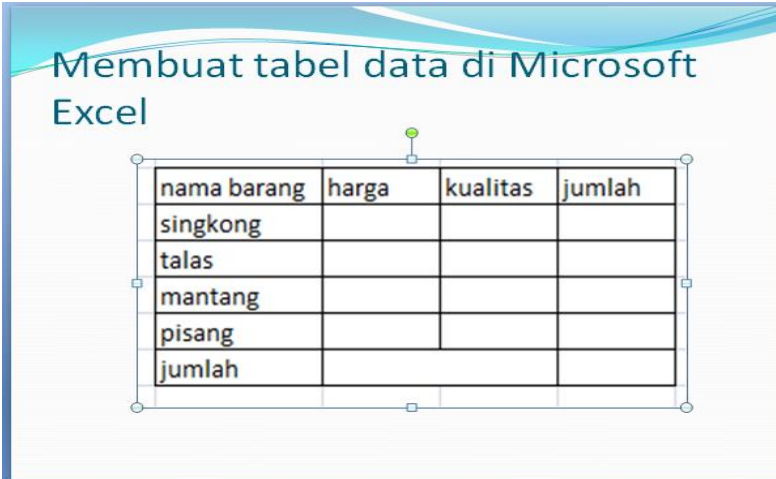
Dengan perkembangan zaman yang sangat modern saat ini, teknologi informasi bukan hal yang asing lagi dalam kehidupan kita. Namun hal tersebut tidak terjadi pada ibu pemilik umkm keripik tiga dara dimana a teknologi informasi sangat awam bagi umkm keripik tiga dara. Sehingga dipilihlah kegiatan “Pelatihan penggunaan aplikasi *Microsoft Excel*” ini sebagai kegiatan utama.

Maksud dari Pelatihan penggunaan aplikasi *Microsoft Excel* ini menjelaskan bahwa *Microsoft Excel* adalah salah satu bentuk dari perkembangan teknologi. Tujuan dari kegiatan ini adalah Memperkenalkan Penggunaan aplikasi *Microsoft Excel* dalam proses pembukuan pada ibu umkm kripik tiga dara agar mudah dalam melakukan perhitungan hasil dari penjualan keripik tiga dara dengan baik.

Materi yang disampaikan dalam pelatihan ini adalah :

No	MATERI PELATIHAN
1.	Membuat tabel data di <i>Microsoft Excel</i>
2.	Menggunakan rumus penjumlahan dan pengalian pada <i>Microsoft Excel</i>

1.



Membuat tabel data di *Microsoft Excel*

nama barang	harga	kualitas	jumlah
singkong			
talas			
mantang			
pisang			
jumlah			

Gambar 1.6 Tabel data *Microsoft excel*

2.

Perkalian dengan microsoft excel

nama barang	harga	kuantitas	jumlah
singkong	1.700	400	=sum(D6*E6)
talas	3.000	400	
mantang	2.000	800	
pisang	2.000	300	
jumlah			

Penjumlahan dengan microsoft excel

nama barang	harga	kuantitas	jumlah
singkong	1.700	400	680.000
talas	3.000	400	1.200.000
mantang	2.000	800	1.600.000
pisang	2.000	300	600.000
jumlah			=sum(F6:F9)

Gambar 1.7 Penjumlahan dengan *Microsoft Excel*



Gambar 1.8 Pelatihan penggunaan aplikasi *Microsoft Excel*

NAMA : Paranita Subaidah

NPM : 1612110427

JURUSAN : Manajemen

No.	Rencana Laporan	Tujuan	Penyelesaian	Keterangan
1.	Melakukan promosi lewat <i>social media</i> (<i>Instagram</i>)	Agar dapat mengenalkan keripik tiga dara ke pangsa pasar yang lebih luas. dan agar produk keripik tiga dara dapat tertanam di benak konsumen.	3 (tiga) hari	Terlaksanakan
2.	Sosialisasi cara mengoperasikan <i>social media</i> kepada pemilik UKM keripik tiga dara.	Agar pemilik UKM bisa memanfaatkan secara optimal teknologi informasi <i>media social</i> (<i>instagram</i>) sebagai media promosi kripik tiga dara.	1 (satu) hari	Terlaksanakan

3.4 Pembahasan Rencana Program Kegiatan Kerja (Paranita Subaidah)

3.4.1 Melakukan promosi lewat *social media* (*Instagram*)

Promosi merupakan faktor penting dalam memasarkan suatu produk karena dapat membantu mempercepat datangnya konsumen dan minat pembelian suatu produk baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya promosi ini produk tersebut akan mudah dikenal dan juga akan sangat mudah bersaing dengan kompetitor-kompetitor lainnya didalam pasar tersebut.

Media Sosial Menurut *Philip Kotler* dan *Kevin Keller* adalah sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Media social adalah sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi liputan blog, jejaring social, *wiki*, *forum*, dan dunia *virtual*. *Media social* sendiri dapat memiliki fungsi yang positif atau negatif, tergantung dari penggunaannya.

Saragih mengatakan bahwa media sosial hanyalah salah satu set alat baru, teknologi baru yang membuat kita lebih efisien dalam berhubungan dan membangun hubungan dengan pelanggan dan prospek-prospek kita. Sosial media sekarang telah memiliki peran penting dalam strategi pemasaran bagi bisnis kecil maupun besar. Kini berbagai informasi kepada pengunjung atau *follower* bukan satu-satunya keuntungan menggunakan sosial media bagi sebuah bisnis.

Apalagi di era globalisasi sekarang ini, dengan melakukan promosi lewat *media social* (*Instagram*) artinya kita menggunakan teknologi informasi. Dengan menguasai teknologi dan informasi, kita memiliki modal yang cukup untuk menjadi pemenang dalam persaingan global.

Salah satu kunci sukses bagi seluruh bisnis dengan mengenal pelanggannya lebih dekat. Sosial media membuat proses pengenalan ini menjadi lebih mudah dibandingkan dengan sebelumnya. Dengan perangkat pendukung yang ada, kini bisa mengetahui dengan terperinci mengenai siapa saja konsumennya, bahasa yang mereka gunakan, rentang usia, bahkan jenis kelamin dari sosial media.

Informasi ini dapat membantu proses branding dan promosi kepada target konsumen yang tepat.

Pelaku bisnis melihat bahwa pengguna internet menjadi sasaran empuk untuk bisnisnya ke depan. Pada era sekarang ini semakin lama semakin banyak yang menggunakan media sosial. Melihat jumlah pengguna yang semakin banyak, media sosial bisa menjadi lahan untuk menaikkan profit serta memperlebar sayap bisnis.

Banyak media promosi yang dapat digunakan dari mulai yang umum hingga unik atau baru, hingga kini dimanfaatkan sebagai media promosi, yang ternyata cukup efektif dalam memperoleh calon konsumen baru. Ada beberapa bidang yang dapat menggunakan media sosial untuk memperkenalkan produk/jasa/ *brand* mereka. Maraknya penggunaan media sosial oleh masyarakat Indonesia ini dilirik oleh pemilik bisnis atau perusahaan untuk memasarkan produk atau jasanya.

Kelebihan yang terdapat dalam pemasaran melalui sosial media diantaranya sebagai sarana berkomunikasi dengan konsumen, sebagai media berkolaborasi apabila adanya ketidakpuasan konsumen, sebagai media promosi, dan membangun merek. Dalam menciptakan persepsi dalam pemikiran konsumen mengenai suatu produk, jasa atau *brand*, dibutuhkan pemikiran yang matang akan media promosi apakah yang cocok dan efektif, agar persepsi dan image yang ingin disampaikan dapat melekat kuat dibandingkan produk, jasa atau brand lainnya yang sejenis.

Social media marketing adalah upaya pemasaran online dengan menciptakan visibilitas, eksistensi dan keberadaan sebuah situs web pada *social media network* (jaringan media sosial) seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* bahkan *Youtube* sekalipun.

Singkatnya *social media marketing* adalah upaya pemasaran yang menggunakan media sosial sebagai salurannya. Salah satu media sosial yang populer digunakan dalam *social media marketing* adalah *Instagram*. *Instagram* merupakan aplikasi photo-sharing yang sedang digandrungi belakangan ini. *Instagram* memiliki kekuatan di bidang visual. Kelebihan *Instagram* sebagai alat pemasaran adalah *Instagram* dapat menyampaikan pesan dari suatu brand melalui foto/gambar atau

video berdurasi 15 detik. Instagram kini tidak lagi hadir sebagai *selfie-platform* atau media bersosialita dunia maya semata, akan tetapi telah menjadi alternatif baru dalam melancarkan aksi pemasaran.

Maka dari itu kami menggunakan Instagram dalam membantu mempromosikan UKM Keripik Tiga Dara agar dapat menimbulkan kepercayaan bagi konsumennya karena banyak testimoni maupun komentar-komentar yang bermanfaat bagi pengguna untuk mengetahui informasi lebih. Gambar-gambar dengan fitur HD tampil secara gagah dan cantik di timeline sehingga menimbulkan kepercayaan dan minat yang tinggi bahwa pemilik akun tersebut yang membuatnya bonafid dan produknya bermutu.

Fungsi dan peran media sosial instagram ini mengubah cara seseorang berkomunikasi yang semula satu dan dua arah, kini menjadi segala arah. Ini juga dapat menjadi saluran penting retailer untuk berhubungan dengan opini konsumen dan bagaimana cara mengajak khalayak umum untuk memecahkan masalah mengenai produk baru dan layanan. Promosi melalui instagramefektif dalam menstimulasi attention (perhatian), tetapi instagram masih belum efektif pada tahap interest (ketertarikan), desire (keinginan), dan action (tindakan). Media instagram sangat cocok untuk menarik perhatian pengguna instagram sehingga pengguna instagram mengetahui berbagai informasi khususnya mengenai promosi dari sebuah produk tetapi untuk tindakan pembelian masih kecil kemungkinan untuk seseorang melakukan membeli pada produk promosi yang diinformasikan.

3.4.2 Sosialisasi cara mengoperasikan *social media* kepada pemilik UKM Keripik Tiga Dara.

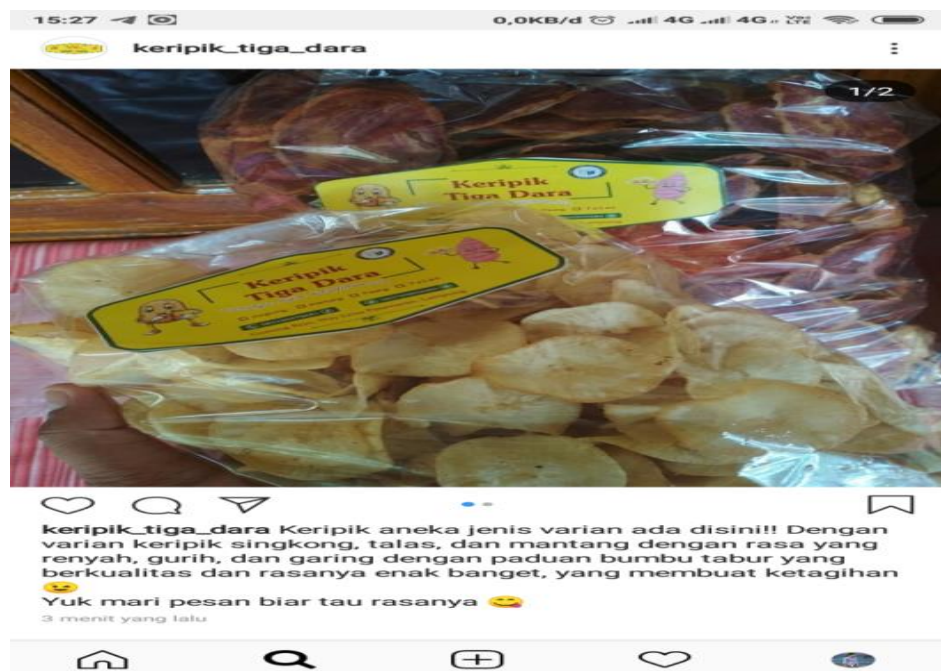
Dalam sosialisasi ini saya mengajar kan ibu umkm keripik tiga dara untuk bisa mengoperasikan *social media* salah satunya instagram. Agar dapat terus menggunakan instagram untuk melakukan promosi keberbagai daerah dan juga ibu umkm keripik tiga dara tidak terlalu gaptek akan teknologi dimana teknologi saat ini sangat di gunakan betul.

Materi yang disampaikan dalam sosialisasi ini adalah :

No	MATERI SOSIALISASI
1.	Cara membuat intagram
2.	Cara mengoperasikan instagram



Gambar 1.9 Sosialisasi cara mengoperasikan *Instagram* terhadap pemilik UMKM



Gambar 2.0 Promosi melalui *Instagram*

NAMA : Saropna
NPM : 1611010208
JURUSAN : Teknik Informatika

No	Rencana Laporan	Tujuan	Penyelesaian	Keterangan
1.	Sosialisasi pembuatan banner dan tokopedia untuk penjualan keripik pada UKM Tiga Dara	Agar masyarakat dapat membeli keripik tanpa harus ketoko	1 (satu)hari	Terlaksana
2.	Pembuatan Tokopedia pada UKM keripik Tiga Dara (www.tokopedia.com/keripiktigadara)	Media informasi kepada khalayak ramai	2 (dua) hari	Terlaksana

3.5 Pembahasan Rencana Program Kegiatan Kerja (Saropna)

3.5.1 Sosialisasi pembuatan banner dan tokopedia untuk penjualan keripik pada UKM Tiga Dara

1. Pengertian banner

Secara umum, pengertian banner adalah suatu media informasi non personal yang berisi pesan promosi, baik itu untuk tujuan menjual ataupun untuk memperkenalkan sesuatu kepada khalayak. Pendapat lain mengatakan pengertian banner adalah suatu media promosi/publikasi yang dicetak menggunakan print digital dengan ukuran tertentu dan berbentuk portrait atau vertikal. Sebelum dicetak, banner didesain terlebih dahulu menggunakan komputer dan *software* pengolah gambar seperti *Adobe Photoshop* dan *CorelDraw*.

Sedangkan pengertian banner menurut para ahli yaitu suatu bentuk komunikasi non personal yang menyampaikan pesan untuk menjual sebuah produk yang memungkinkan lebih banyak konsumen untuk membeli produk yang dijual dan membayar media yang digunakan. Di era digital istilah *banner* sering digunakan untuk menjelaskan sebuah media promosi yang berisi gambar dan teks pada sebuah *website* atau blog. *Banner* pada sebuah *website/blog* biasanya disertai

dengan link aktif yang ketika diklik/ tap akan mengarahkan pengguna *website/blog* tersebut ke halaman *website* yang dipromosikan.

2. Fungsi dan tujuan banner

- a. Media Informasi; pemasangan *banner* merupakan cara yang sangat efektif sebagai media informasi kepada khalayak, baik itu banner offline maupun *banner* di *website/blog*.
- b. Media Promosi; sama halnya sebagai media informasi, *banner* juga efektif digunakan sebagai media promosi. Namun, tentu saja pemasangan *banner* harus berada pada tempat yang strategis dan sering dilihat masyarakat umum.
- c. Identitas/ Ciri Khas; *banner* pada sebuah *website/blog* dapat berfungsi sebagai identitas atau ciri khas *website* tersebut sehingga pengunjung lebih mudah mengingatnya. *Banner* di *website* juga bisa menjadi salah satu cara dalam melakukan *branding* secara online.

3. Pembuatan *banner* pada keripik UKM Tiga Dara

Pembuatan banner pada suatu usaha yang akan berkembang sangat dibutuhkan, karena selain dikenal oleh khalayak ramai juga sebagai media informasi dan promosi yang sangat efektif agar usaha tersebut terus maju dan berkembang.

a. Fungsi pembuatan banner pada UKM keripik Tiga Dara

Pembuatan banner pada keripik Tiga Dara merupakan suatu inisiatif yang sangat bagus agar usaha keripik Tiga Dara dikenal dan diketahui oleh khalayak ramai, baik dari segi tempat maupun lokasi sekaligus sebagai media promosi agar usaha keripik Tiga Dara terus dikenal dan diminati oleh seluruh masyarakat manca negara.

Pembuatan desain banner harus dibuat dengan teliti serta disesuaikan antara gambar dan warna banner yang selaras untuk usaha yang akan dikembangkan, agar terlihat lebih menarik dimata pelanggan baik dari segi nama, gambar, warna, serta ikon – ikon yang tepat. Dibawah ini merupakan gambar dari contoh banner pada UKM keripik Tiga Dara yang dibuat agar usaha keripik tersebut berkembang luas dimasyarakat, serta terus diminati dan sekaligus menambah media informasi dan promosi untuk khalayak ramai.

b. Cara pembuatan desain banner pada UKM keripik Tiga Dara

Ada beberapa langkah dasar untuk membuat banner, yaitu:

1. Tentukan tema dan konten *Banner* yang akan dibuat.
2. Pastikan anda mempunyai aplikasi *Coreldraw*. Saya menggunakan *Coreldraw X4*.
3. Jalankan program *Coreldraw*.
4. Pilih *New Blank Document*.

5. Pilih satuan ukuran yang akan digunakan. Saya menggunakan *centimeters*.
6. Setelah ukurannya sudah sesuai, langkah selanjutnya yaitu membuka aplikasi *google chrome* lalu pada kolom pencarian ketikkan *template cdr chips* lalu download, *template cdr chef* lalu download dan yang terakhir yaitu *template cdr background banner* lalu download.
7. Setelah selesai didownload langkah berikutnya yaitu buka semua *template* yang sudah didownload pada aplikasi *coreldraw*, dan gabungkan ketiga *template* tersebut menjadi satu serta sesuaikan tata letak ikon – ikon banner nya.
8. Jika sudah selesai perbaiki lagi *banner* tersebut jika ada ikon yang kurang silahkan ditambahkan, seperti photo keripik pada UKM Tiga Dara.
9. Jika sudah ditambahkan dan semua ikon dan gambar sudah sesuai, tinggal kita *export* atau dengan mengklik menu file pilih *export*, lalu pilih penyimpanannya dengan format *jpeg* dan pilih lokasi penyimpanannya.
10. Langkah terakhir yaitu buka *banner* yang telah kita buat di lokasi penyimpan komputer, dan silahkan jika ingin dicetak atau hanya dijadikan gambar pada laptop atau komputer.

Dibawah ini merupakan hasil gambar desain banner pada UKM keripik Tiga Dara yang di desain menggunakan aplikasi *CorelDraw X4*.

Banner ini di buat agar media informasi dan lokasi pada penjualan UKM keripik Tiga Dara di desa Gunung Rejo, kecamatan Way Lima, kabupaten Pesawaran mudah diketahui oleh khalayak ramai baik itu masyarakat setempat, masyarakat luar, maupun masyarakat manca negara. Dengan adanya *banner* ini media penjualan pada UKM keripik Tiga Dara lebih mudah dan banyak diketahui oleh banyak orang.



Gambar 2.1 banner pada UKM keripik Tiga Dara

3.5.2 Pembuatan Tokopedia pada UKM keripik Tiga Dara (www.tokopedia.com/keripiktigadara)

A. Pengertian *Tokopedia*

Tokopedia merupakan salah satu mall belanja berbasis online yang memungkinkan setiap orang dan pemilik bisnis di Indonesia untuk membuka dan mengurus toko online mereka secara mudah dan bebas biaya, sekaligus memberikan sebuah pengalaman jual beli online aman dan nyaman. Penggunaan *Tokopedia* sangat mudah dan tidak dipungut biaya.

Ada beberapa keunggulan yang dimiliki oleh Tokopedia yaitu :

a) Dari sisi penjual

1. Penampilan *website* yang berwarna hijau berkesan segar.
2. Tidak memungut biaya
3. Tampilan *website* yang minimalis dan informatif
4. Bagian penambahan daftar produk juga jelas, pilihan kategori lebih bervariasi dan fitur harga grosir
5. Fitur *Preorder* yang memungkinkan untuk produk yang membutuhkan proses yang cukup lama, seperti barang impor
6. Pilihan pengiriman beserta biaya tambahan yang dikenakan
7. Waktu pemrosesan pemesanan yang mencapai 5-7 hari semenjak invoice masuk, jadi lebih leluasa
8. Walaupun banyak *bug*, keamanan akun sangat terjaga, pengguna kode OTP sangat diapresiasi.
9. Bisa mendapatkan cerita inspirasi, tips-tips dll yang informatif untuk meningkatkan penjualan di *blog Tokopedia*.

b) Dari sisi pembeli

1. *Loading website* cepat
2. Sering memberikan promo gratis ongkos pengiriman, biasanya jangka waktunya sebulan.
3. Tersedia dengan fitur pembelian tiket kereta api, pulsa, paket data dan token listrik.
4. Bisa *top up* saldo untuk metode pembayaran lebih cepat dan instan
5. Dengan adanya fitur *preorder*, kesempatan pembeli yang ingin mendapatkan barang yang memang lama prosesnya menjadi lebih tinggi
6. Fitur retur gratis ketika barang tidak sesuai, berguna sekali apalagi produk tersebut seperti *fashion*, sepatu, helm dan lain-lain.
7. Katalog di *Tokopedia* sangat membantu.

B. Pentingnya berjualan lewat *market place* pada UKM keripik Tiga Dara

Salah satu alternatif untuk menjual sesuatu secara *online* adalah dengan berjualan di marketplace atau istilah sederhana dalam Bahasa Indonesia adalah jualan di pasar online. *Marketplace* atau pasar online punya cara kerja yang berbeda lagi. *Marketplace populer* seperti *Tokopedia* atau *BukaLapak* mempertemukan banyak penjual dengan banyak pembeli, mereka menyediakan tempat, fasilitas dan infrastruktur agar penjual dengan pembeli bisa dengan mudah melakukan transaksi. Ada beberapa kelebihan berjualan di *Marketplace* yaitu :

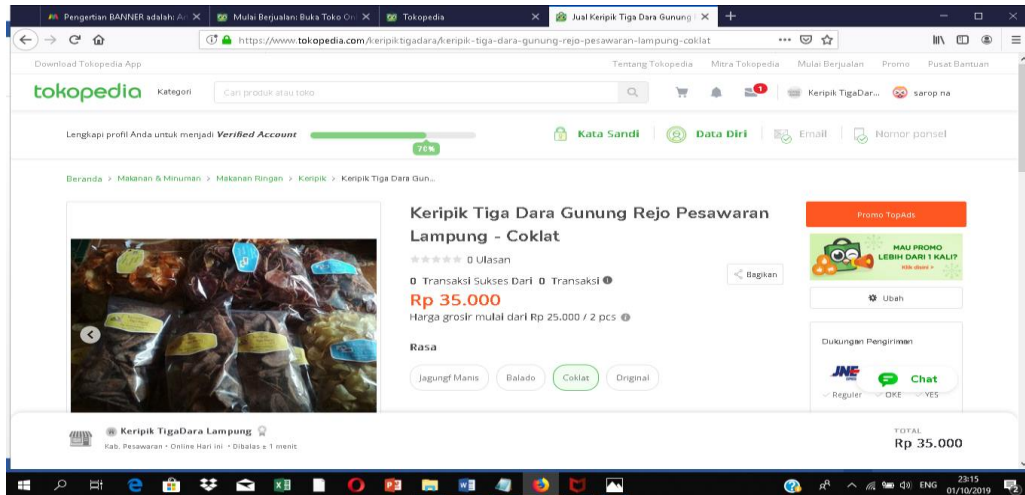
1. Mudah untuk mulai jualan karena sistem dan prasarana sudah disediakan. Penjual relatif tinggal buka akun, upload foto-foto dan keterangan produk dan selesai, kemudahan seperti ini sangat disukai oleh orang-orang yang masih awam.
2. *Marketplace* atau pasar yang bagus biasanya sudah ramai pengunjung. Jika anda buka stan di pasar atau di mall yang ramai, selalu ada pengunjung yang nyasar, masuk dan lihat-lihat dagangan anda dan lalu menjadi *customer* anda.

C. Cara membuat akun *Tokopedia*

1. Klik ikon, lalu pilih daftar
2. Pilih daftar dengan *Google*
3. Klik *accept*
4. Isi semua data pribadi, lalu klik kirim
5. Akun sudah aktif, untuk *login* dan Tarik dana, masukkan kata sandi baru yang kamu buat saat mendaftar.

D. Cara mengelola akun *Tokopedia*

1. Buat struktur bisnis
2. Tentukan barang atau jasa yang ditawarkan
3. Ketahui target *market*



Gambar 2.2 Halaman aplikasi Tokopedia

Nama : Yesi Herawati

NPM : 1611050156

Jurusan : Sistem Informasi

No.	Rencana Kegiatan	Tujuan	Penyelesaian	Keterangan
1	Pembuatan <i>Design Logo</i>	Agar dapat menarik peminat dan memperluas target pasar Kripik Tiga Dara.	3 (Tiga) hari	Terlaksana
2	Sosialisasi tentang pembuatan <i>Design Logo</i> UMKM.	Agar masyarakat dapat membuat sebuah logo untuk UMKM nya sendiri.	1 Hari	Terlaksana

3.6 Pembahasan Rencana Program Kegiatan (Yesi Herawati)

3.6.1 Pembuatan *Design Logo*

Logo adalah suatu gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan hal lainnya membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah di ingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. logo wajib mempunyai filosofi dan kerangka dasar yang berupa konsep dengan tujuan melahirkan sifat yang berdiri sendiri atau mandiri. *Design logo* 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 logo dagang yang mencantumkan nama produk dan *contact person* untuk mempermudah penjualan Keripik Tiga Dara yang berada di Desa Gunung Rejo, karena UMKM yang berada di Desa Gunung Rejo belum memiliki logo produk, maka kami membuat logo produk keripik yang bertujuan untuk dapat mengembangkan pemasaran dan membuat kemasan Keripik Tiga Dara lebih menarik.

Desain ini saya buat dengan menggunakan aplikasi yang khusus digunakan untuk membuat sebuah desain aplikasi yang saya gunakan untuk mendesain adalah *Adobe Photoshop*. *Adobe Photoshop* adalah perangkat lunak *editor* citra buatan *Adobe System* yang dikhususkan untuk mengedit foto atau gambar dan pembuatan efek.

3.6.2 Sosialisasi tentang pembuatan Design Logo UMKM

Pembuatan sebuah desain logo dalam suatu usaha sangatlah berguna bagi perkembangan usahanya agar terlihat lebih menarik dimata masyarakat. juga sebagai media informasi dan promosi yang sangat efektif agar usaha tersebut terus maju dan berkembang. Pembuatan desain logo harus dibuat dengan teliti serta disesuaikan antara gambar dan warna logo yang selaras untuk usaha yang akan dikembangkan, agar terlihat lebih menarik dimata pelanggan baik dari segi nama, gambar, warna, serta ikon – ikon yang tepat.

Maka dari itu saya membuat sosialisasi pembuatan desain logo ini agar masyarakat yang memiliki UMKM dapat membuat sebuah logo yang sesuai dengan keinginannya, serta dapat membuat UMKM yang ada lebih berkembang. Pada sosialisasi ini saya memberitahu cara pembuatan Logo UMKM ini menggunakan *Photoshop*. Karna aplikasi *photoshop* memiliki berbagai macam *future-fiture* yang dapat membantu masyarakat dalam membuat sebuah logo yang diinginkan.



Gambar 2.3 Desain Logo UKM Keripik Tiga Dara

BAB IV

PEMBAHASAN DAN EVALUASI

4.1 Pembahasan

Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan wujud diri mahasiswa IIB Darmajaya kepada UMKM dan juga memberikan dampak positif agar kondisi UMKM menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya dalam kaitannya pengembangan UMKM.

4.1.1 Pembuatann logo dan *Banner*

Pembuatan logo dan banner karena beberapa konsumen kebingungan ketika mencari lokasi penjualan Keripik Tiga Dara. Untuk logo kami memperbarui dari yang sebelumnya hal ini berkaitan dengan progja kami yaitu : pengemasan produk dengan kemasan kecil dan dipasarkan di kantin sekolah dan warung kecil.

4.1.2 Pemasaran Melalui Sosial Media dan Market Place

Melihat pasar Keripik Tiga Dara masih di wilayah sekitar kami mencoba memasarkan Keripik Tiga Dara melalui *media social* dan *market place*. Kami membuatkan Keripik Tiga Dara akun *Instagram*, *Facebook*, dan *Tokopedia*. Tujuan memasarkan melalui *Instagram*, *Facebook* dan *Tokopedia* adalah untuk mencakup pangsa pasar yang lebih luas.

4.1.3 Menjual Kripik Dengan Kemasan Kecil

Produk dengan kemasan kecil ditujukan kepada anak-anak dan pelajar. Karena sebelumnya Keripik Tiga Dara hanya mengemas dengan kemasan 250, 500, 1000gr kemasan tersebut tidak relevan dengan anak-anak dan pelajar. Oleh sebab itu mengemas Keripik Tiga Dara dengan kemasan 50gr dengan tujuan untuk mencapai target pasar baru dan memaksimalkan penjualan.

4.1.4 Merubah Pembukuan Dari Manual Ke *Microsoft Excel*

Pembukuan secara manual memiliki tingkat kesalahan dan ketepatan yang tinggi, dan kurang efisien. Oleh karena itu kami merubah pembukuan manual menjadi menggunakan *Microsoft Excel*. Pembukuan dengan *Microsoft Excel* membantu pembukuan menjadi lebih detail dan efisien. Tujuannya supaya pemilik UMKM Keripik Tiga Dara lebih detail dalam mencatat pembukuan dan supaya lebih efisien.

4.2 Evaluasi

Dalam pelaksanaan setiap program kerja untuk UMKM kami mengalami beberapa kendala seperti :

1. Jauhnya jarak dari lokasi UMKM ke percetakan *banner* dan stiekr. Hal ini dikarenakan harga cetak *banner* dan stiker disekitaran kabupaten Pesawaran lumayan mahal dan lama. Jadi kami harus ke Bandar Lampung untuk cetak *banner* dan stiker.
2. Sulitnya mencari peserta sosialisasi karena beberapa pemilik UMKM tidak memahami pentingnya sosialiasi. Hal ini menyebabkan sosialisasi yang kami lakukan hanya dihadiri sedikit peserta.
3. Minimnya bahan baku keripik pisang dan talas menjadi kendala kami dalam membantu proses produksi keripik.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari penjelasan dan uraian serta pembahasan keseluruhan materi pada bab - bab sebelumnya dan dalam akhiran pembahasan tentang Keripik Tiga Dara maka masih kurangnya pengembangan yang di lakukan oleh pemilik UMKM yang ada, baik dalam segi keuangan, pemasaran dan sumber daya manusia. Serta kurangnya pemanfaatan teknologi baik dari segi *social media* dan website guna mengembangkan UMKM tersebut di karenakan kurangnya pengetahuan mengenai teknologi saat ini. Maka penyusun mengambil kesimpulan bahwa :

1. Mengembangkan bisnis pemasarannya usaha Keripik Tiga Dara dengan pembangunan pemasaran berbasis digital seperti *Instagram* Bisnis, *Whatsapp* Bisnis, *Facebook Marketplace* dan *Tokopedia*.
2. Penerapan pemasaran berbasis digital merupakan suatu transaksi perdagangan antar penjual dan pembeli dengan menggunakan internet.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan dapat menjadikan UMKM Keripik di Desa Gunung Rejo sebagai UMKM berbasis digital.
2. Dapat memperkenalkan dan memberikan informasi tentang UMKM keripik di Desa Gunung Rejo kepada masyarakat luas melalui Internet.
3. Menjadikan UMKM Keripik Tiga Dara dapat menambah nilai jual produk yang dihasilkan.
4. Dapat meningkatkan pemasaran dan target pasar UMKM Keripik Tiga Dara
5. Mempermudah transaksi jual dan beli antara konsumen dan UMKM Keripik Tiga Dara.

LAMPIRAN



PKPM IBI DARMAJAYA 2019 Di Desa Gunung Rejo Kelompok 67

Gambar.1 Opening *film*

Gambar.2 Penyerahan Mahasiswa PKPM



PKPM IBI DARMAJAYA 2019 Di Desa Gunung Rejo Kelompok 67

Gambar 3 Scene mengajar ke SD N 7 Way Lima



PKPM IBI DARMAJAYA 2019 Di Desa Gunung Rejo Kelompok 67

Gambar .4 Membantu Anak-anak Belajar



PKPM IBI DARMAJAYA 2019 Di Desa Gunung Rejo Kelompok 67

Gambar. 5 Sosialisasi tentang bahaya narkoba di MTSn 2 pesawaran



PKPM IBI DARMAJAYA 2019 Di Desa Gunung Rejo Kelompok 67

Gambar.6 kegiatan senam dengan masyarakat Gunung Rejo



PKPM IBI DARMAJAYA 2019 Di Desa Gunung Rejo Kelompok 67

Gambar 7 Gambar *Scene* pembuatan Keripik Pisang dan Ubi



PKPM IBI DARMAJAYA 2019 Di Desa Gunung Rejo Kelompok 67

Gambar 8 gambar *Scene* pada Pelatihan Pembuatan Keripik Pisang dan Ubi



PKPM IBI DARMAJAYA 2019 Di Desa Gunung Rejo Kelompok 67

Gambar 9 gambar *Scene* pada Pelatihan Pembuatan Keripik Pisang dan Ubi



Gambar 10 gambar *Scene* pada Pelatihan Pembuatan Keripik Pisang dan Ubi



Gambar 11 Scene pada Pengemasan dan Pemasaran Keripik Pisang dan Mantang



PKPM IBI DARMAJAYA 2019 Di Desa Gunung Rejo Kelompok 67

Gambar 12 gambar Scene Penjualan Keripik Pisang dan Ubi Tiga Dara



PKPM IBI DARMAJAYA 2019 Di Desa Gunung Rejo Kelompok 67

Gambar 13 Scene Acara pada Minggu Terakhir



PKPM IBI DARMAJAYA 2019 Di Desa Gunung Rejo Kelompok 67

Gambar 14 Ucapan terimakasih.



PKPM IBI DARMAJAYA 2019 Di Desa Gunung Rejo Kelompok 67