

BAB I

PENDAHULUAN

I. LATAR BELAKANG

Indonesia masih bergelut melawan virus Corona hingga saat ini, sama dengan negara lain di dunia. Jumlah kasus virus Corona terus bertambah dengan beberapa melaporkan kesembuhan, tapi tak sedikit yang meninggal. Usaha penanganan dan pencegahan terus dilakukan demi melawan COVID-19 dengan gejala mirip flu.

Kasus virus Corona diketahui lewat penyakit misterius yang melumpuhkan Kota Wuhan, China. Tragedi pada akhir 2019 tersebut terus berlanjut hingga penyebaran virus Corona mewabah ke seluruh dunia. Dikutip dari CNN, berikut beberapa hal yang wajib diketahui seputar perkembangan Coronavirus, yang biasa disebut virus Corona atau COVID-19, hingga mewabah dan jadi pandemi. Peningkatan penyebaran dan jumlah pasien COVID-19 yang terus meningkat dan hal ini menjadikan Presiden Joko Widodo memutuskan mengambil kebijakan dengan pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar atau PSBB dalam memutus mata rantai penyebaran virus Corona atau COVID-19 di Indonesia yang dikategorikan sangat berbahaya dan beresiko.

Kebijakan PSBB yang oleh Presiden memuat beberapa arahan yang harus ditaati diantaranya 1) Kegiatan sekolah dan bekerja dilakukan di rumah; 2) Pembatasan kegiatan keagamaan; 3) pembatasan kegiatan di tempat/fasilitas umum; 4) Pembatasan kegiatan sosial dan budaya; 5)

Pembatasan moda transportasi; 6) Pembatasan kegiatan aspek lainnya khusus terkait aspek pertahanan dan keamanan. Kondisi untuk memutus mata rantai penyebaran COVID-19 yang dialami saat ini menuntut masyarakat harus melaksanakan protokol kesehatan seperti beraktivitas di rumah, memakai masker, menjaga jarak dengan orang atau physical dan social distancing, menghindari kerumunan serta mencuci tangan menggunakan sabun atau hand sanitizer. Semua aktivitas dan komunikasi dilakukan secara daring/online.

Pandemi covid-19 memberikan dampak yang cukup serius pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) baik dari kenaikan harga bahan baku sehingga terjadi kenaikan harga produk sampai mengalami penurunan jumlah penjualan. Para produsen harus memutar otak untuk tetap dapat beroperasi dengan mengubah strategi pemasaran pada saat ini, menciptakan inovasi terbaru untuk menarik minat konsumen dan tetap bertahan pada situasi yang tengah dihadapi sekarang, seperti di desa Banjar Agung Jati Agung Lampung selatan, Banyak UMKM yang merasakan dampak dari pandemic covid-19 salah satunya ialah UMKM mie cepet yang dimiliki Bapak Warno, UMKM mie cepet merupakan salah satu dari banyak UMKM yang masih bertahan dan aktif dalam melakukan produksi. Maka dari itu kami mahasiswa PKPM dari Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya membantu dalam pengembangan strategi dalam pemasaran UMKM mie cepet hingga berusaha mengatasi beberapa kendala yang dirasa menghambat proses pemasaran dari produk mie cepet di era-digital dan masa pandemic covid-19 sekarang.

II. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

- 2.1 Bagaimana membuat strategi pemasaran pada UMKM mie cepet?
- 2.2 Bagaimana membuat pangsa pasar mie cepet menjadi lebih luas?
- 2.3 Bagaimanakah peran media online dalam pengembangan UMKM mie cepet?
- 2.4 Apakah terdapat perbedaan hasil penjualan sebelum dan sesudah menggunakan strategi pemasaran yang telah dikembangkan?
- 2.5 Apakah terjadi peningkatan minat konsumen terhadap produk?

III. TUJUAN DAN MANFAAT

Berdasarkan masalah yang sudah ada, maksud dari penulisan laporan PKPM ini adalah membantu memperluas jangkauan penjualan dari UMKM mie cepet menggunakan media online.

- 3.1 tujuan dari memperluas jangkauan penjualan dari UMKM mie cepet menggunakan media online dengan Memberikan kemudahan kepada konsumen dalam mendapatkan informasi maupun dalam pemesanan produk yang dijual oleh UMKM mie cepet di desa Banjar Agung, Jati Agung Lampung Selatan.
 - 3.1.1 Membantu Pemilik Usaha UMKM mie cepet dalam mempromosikan dan memasarkan produknya kepada konsumen melalui media online
 - 3.1.2 Membantu dan memberikan pelatihan kepada pemilik usaha UMKM mie cepet dalam penggunaan media online.
 - 3.1.3 Mendorong UMKM lebih berkembang dengan menggunakan strategi pemasaran yang lebih efektif dan modern pada era digital 4.0

- 3.1.4 Melatih kemampuan mahasiswa dalam penerapan ilmu yang didapat dalam perkuliahan kedalam masyarakat.
 - 3.1.5 Membangun, memelihara, dan mengembangkan jejaring antara IIB darmajaya dengan pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat.
- 3.2 Terdapat manfaat dari PKPM yang dilakukan selama 45 hari di desa Banjar Agung, Jati Agung Lampung Selatan.
- 3.2.1 Manfaat Bagi Penulis
 - 3.2.1.1 Penulis mampu mengimplementasikan semua ilmu dari perkuliahan untuk masyarakat desa Banjar Agung, Jati Agung Lampung Selatan.
 - 3.2.1.2 Penulis belajar untuk memperluas jangkauan penjualan dari UMKM mie cepet menggunakan media online.
 - 3.2.1.3 Sebagai wujud pengabdian kepada masyarakat.
 - 3.2.1.4 Mendapat keluarga baru.
 - 3.2.1.5 Menambah wawasan dalam pemahaman kerja lapangan.
 - 3.2.1.6 Mendapat pengalaman seperti kemampuan dalam berkomunikasi, mengambil keputusan, melihat peluang, menentukan strategi pemasaran serta bertanggung jawab
- “

3.2.2 Manfaat Bagi UMKM mie cepet

3.2.2.1 Memberikan kemudahan kepada konsumen dalam mendapatkan informasi maupun dalam membeli produk yang dijual oleh UMKM mie cepet melalui media online

3.2.2.2 Membantu Pemilik UMKM mie cepet dalam mempromosikan dan menjual produk kepada konsumen.

3.2.2.3 Menambah pengetahuan pemilik UMKM mi cepet dalam penggunaan media online untuk memperluas pangsa pasar.

3.2.2.4 Meningkatkan kebersihan dan mutu dari produk yang dihasilkan oleh UMKM

3.2.2.5 Menambah inovasi-inovasi baru guna menarik minat konsumen

3.2.3 Manfaat Bagi IIB Darmajaya

3.2.3.1 Bisa menjadi media promosi bagi IIB Darmajaya khususnya pada tempat PKPM berlangsung.

3.2.3.2 IIB Darmajaya bisa menjadikan PKPM ini sebagai salah satu tolak ukur hasil pendidikan yang dicapai penulis selama melaksanakan PKPM.

3.2.3.3 Hasil dari penelitian diharapkan dapat menjadi bahan literature mahasiswa yang akan membuat laporan praktek kerja pengabdian masyarakat berikutnya.

IV. MITRA YANG TERLIBAT

UMKM mie cepet di desa Banjar Agung, Jati Agung Lampung Selatan yang dimiliki oleh Bapak Warno sudah berdiri selama 8 tahun dan merupakan cabang dari usaha turun temurun keluarga, usaha UMKM mie cepet tidak memiliki karyawan, hanya dijalankan oleh Bapak Warno beserta istri mulai dari pembelian bahan baku, produksi, pengemasan hingga pemasaran produk. Produksi mie cepet dilakukan setiap hari mulai dari pukul 08.00 sampai pukul 13.00, pengemasan pukul 13.00 sampai 15.00 dan langsung dipasarkan pada hari itu juga. Bapak Warno pemilik UMKM memasok bahan baku berupa tepung tapioka setiap 10 hari sekali sebanyak 15 karung, yang tiap karung memiliki berat 25 kg/karung, bahan baku dipasok melalui pedagang ritel disekitar tempat produksi.

BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

I. PROGRAM-PROGRAM YANG DILAKSANAKAN

1.1 Program-program yang saya buat di UMKM mie cepet Desa Banjar Agung, Jati Agung Lampung Selatan telah dilaksanakan sebagai berikut

- 1.1.1 Menerapkan protokol kesehatan saat kegiatan produksi seperti mencuci tangan menggunakan sabun selama 20 detik sesuai anjuran WHO sebelum memulai produksi, menggunakan masker kain yang telah saya berikan saat proses produksi, memperhatikan kebersihan pada bahan baku.
- 1.1.2 Mengembangkan strategi pemasaran produk menggunakan pelatihan kepada pemilik UMKM dalam menggunakan media online, yang sebelumnya bapak warno pemilik UMKM mie cepet hanya memasarkan produknya dipasar tradisional sekitar desa dan penjual keliling di desa sekitar sekarang telah dapat memasarkan produknya lebih luas.
- 1.1.3 Mempromosikan produk menggunakan media online seperti Instagram, facebook dan go-food.
- 1.1.4 Melakukan penjualan secara online guna memperluas pemasaran produk dengan system kurir yang mana biaya kirim sesuai jarak tempuh dan ditanggung oleh konsumen.
- 1.1.5 Memberikan inovasi baru terhadap produk mie cepet seperti varian mi cepet yang tidak menggunakan pewarna, menambahkan topping cabai rawit dan tahu goreng.

1.2 Program-Program yang saya buat di desa Banjar Agung Jati Agung Lampung Selatan Telah dilaksanakan sebagai berikut :

- 1.2.1 Membantu pekerjaan para karyawan dibalai desa seperti penomoran perangkat desa, pembuatan surat perintah, pembuatan pembukuan pajak dan mengikuti rapat di balai desa
- 1.2.2 Menyediakan dan membagikan tempat cuci tangan, karena melihat masih sedikitnya warga desa yang peduli dengan pentingnya cuci tangan di masa pandemic covid-19 sehingga saya memasang beberapa tempat cuci tangan di tempat yang sering dikunjungi masyarakat seperti posyandu, masjid dan rumah RT, dan mengajarkan cara cuci tangan yang baik.
- 1.2.3 Membagikan Alat perlindungan Diri (APD), seperti masker, handsanitizer dan vitamin, agar terlindung dari virus covid-19 saat menjalankan kegiatan sehari-hari mengikutin anjuran pemerintah.
- 1.2.4 Membantu desa untuk persiapan menyambut hari kemerdekaan nasional, seperti membuat gapura dan memanfaatkan gelas bekas air mineral yang dicat merah putih dan digantung sebagai pengganti bendera dengan tetap menerapkan protokol kesehatan dengan mencuci tangan dan memakai masker.
- 1.2.5 Membuat banner tamu harap wajib lapor 1x24 jam kepada RT setempat dan keamanan setempat.
- 1.2.6 Merenovasi tugu-tugu pembatas antar desa seperti menghias, mengecat dan memperbaiki pembatas tugu.

II. WAKTU KEGIATAN

2.1 Kegiatan UMKM mie cepet di desa Banjar Agung, Jati Agung Lampung Selatan

- 2.1.1 Kegiatan produksi lakukan setiap hari
- 2.1.2 Produksi dimulai pukul 08.00 -13.00
- 2.1.3 Pengemasan dimulai pukul 13.00 - 15.00

2.1.4 Penjualan dilakukan pada pukul 15.00 – selesai

2.1.5 Libur produksi hanya saat ada urusan pribadi pemilik UMKM atau pemilik sedang sakit

III. HASIL KEGIATAN DAN DOKUMENTASI

3.1 HASIL KEGIATAN PKPM

Hasil kegiatan selama PKPM di desa Banjar Agung, Jati Agung Lampung Selatan, mengetahui cara pembuatan mie cepet mulai dari bahan mentah sampai produk jadi siap jual, pemilik UMKM dapat mengoperasikan media online melalui gadget sebagai sarana perluasan pasar dan promosi produk, adanya peningkatan kebersihan dan mutu dari produk UMKM mie cepet pada saat pandemi COVID-19. Dengan menggunakan strategi yang telah dikembangkan memberikan dampak positif yang dirasakan UMKM mie cepet seperti hasil penjualan yang meningkat dan meningkatnya minat konsumen karena adanya inovasi mie cepet dengan variant baru serta tambahan topping. Tersedianya tempat cuci tangan agar warga desa sadar pentingnya menjaga kebersihan tangan, warga desa telah menggunakan masker, handsanitizer dan vitamin yang telah diberikan dalam kegiatan sehari-hari untuk melindungi diri dari penyebaran virus covid-19 sesuai anjuran pemerintah, dapat bekerja sama dengan warga sekitar untuk memebangun desa dan tetap mengikuti protokol Kesehatan sesuai anjuran pemerintah.

3.2 DOKUMENTASI



GAMBAR 1.
ALAT YANG DIGUNAKAN
UNTUK MEREBUS MIE

GAMBAR 2.
TAHAP PENCAMPURAN
ADONAN MIE





GAMBAR 3 DAN GAMBAR 4.
TAHAP PENCETAKAN MIE



GAMBAR 6. MIE SUDAH
MATANG

GAMBAR 5. TAHAP
PEREBUSAN

IV. DAMPAK KEGIATAN

Dampak dari kegiatan PKPM yang telah dilaksanakan di desa Banjar Agung , Jati Agung Lampung Selatan pada UMKM mie cepet yaitu adanya peningkatan kebersihan dan mutu pada produk mie cepet, terjadi peningkatan jumlah penjualan sehingga tidak ada sisa produk mie cepet yang tidak laku dijual bahkan terjadi peningkatan jumlah produksi akibat perluasan pangsa pasar melalui media online dan meningkatnya minat konsumen akibat munculnya inovasi terbaru dari variant mie cepet yang tidak menggunakan pewarna serta adanya penambahan topping mie cepet seperti cabe rawit dan tahu goreng, produk mie cepet lebih dikenal oleh masyarakat melalui promosi di media online sehingga konsumen tidak hanya berasal dari daerah sekitar desa saja.

BAB III

PENUTUP

I. KESIMPULAN

Banyaknya dampak yang ditimbulkan oleh virus covid-19 bukan hanya dirasakan pada sektor kesehatan saja namun dirasakan pula pada sektor perekonomian terutama pada ekonomi menengah kebawah. Banyak UMKM yang mengalami penurunan jumlah penjualan hingga berhenti produksi karena perubahan pola hidup akibat pandemi covid-19, maka dari itu dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

- 1.1 Para pemilik UMKM perlu meningkatkan kebersihan dan mutu dari produk yang dihasilkan.
- 1.2 Membuat strategi baru yang sesuai pada era digital 4.0 dan pandemi covid-19 sekarang agar dapat terus berkembang dan bertahan dengan mengikuti perkembangan zaman.
- 1.3 Adanya peran penting media online pada strategi pemasaran dan perluasan pangsa pasar, sehingga perlunya penggunaan media online agar produk dapat dipasarkan lebih luas lagi tidak terbatas pada daerah sekitar tempat produksi.
- 1.4 Terdapat perbedaan jumlah produksi dan jumlah penjualan setelah menggunakan media online.

1.5 Konsumen bisa lebih mudah mendapatkan informasi mengenai produk dan lebih mudah dalam melakukan pembelian produk menggunakan media online seperti Instagram,facebook,go-food.

1.6 Pemilik UMKM pula harus membuat inovasi-inovasi terbaru mengenai produk agar lebih menarik perhatian konsumen.

II. SARAN

Berdasarkan hasil dari pelaksanaan PKPM tentang optimalisasi umkm mie cepet di desa Banjar Agung, Jati Agung Lampung Selatan, maka penulis menyarankan :

2.1 Peran penting media online sangat menentukan keberhasilan pada strategi pemasaran yang menyesuaikan era digital dan pandemic covid-19 sekarang,sehingga perlunya penggunaan media online sebagai sarana penjualan, promosi dan perluasan pasar.

2.2 Pentingnya menjaga kebersihan dan mutu produk menjadi perhatian konsumen pada saat pandemic covid-19 sekarang serta merupakan tolak ukur dalam menarik perhatian konsumen

2.3 Perlu adanya inovasi-inovasi terbaru agar menarik perhatian konsumen terutama anak muda dan orang yg mulai hidup sehat.

DAFTAR PUSTAKA

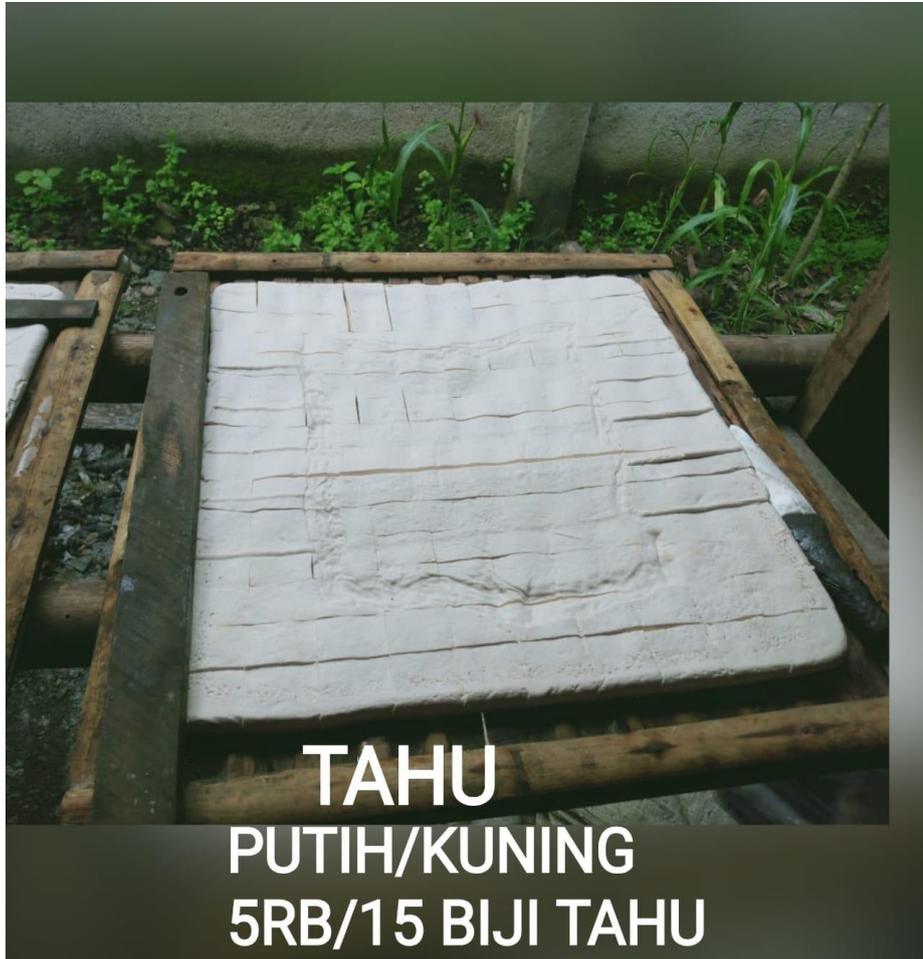
Darmajaya 2020, Buku Panduan Penyusunan dan Penulisan Laporan Praktek
Kerja Pengabdian Masyarakat, IIB Darmajaya: Bandar Lampung.

LAMPIRAN 1

Foto kelompok 23 PKPM 2020 bersama Kepala Desa.

LAMPIRAN II

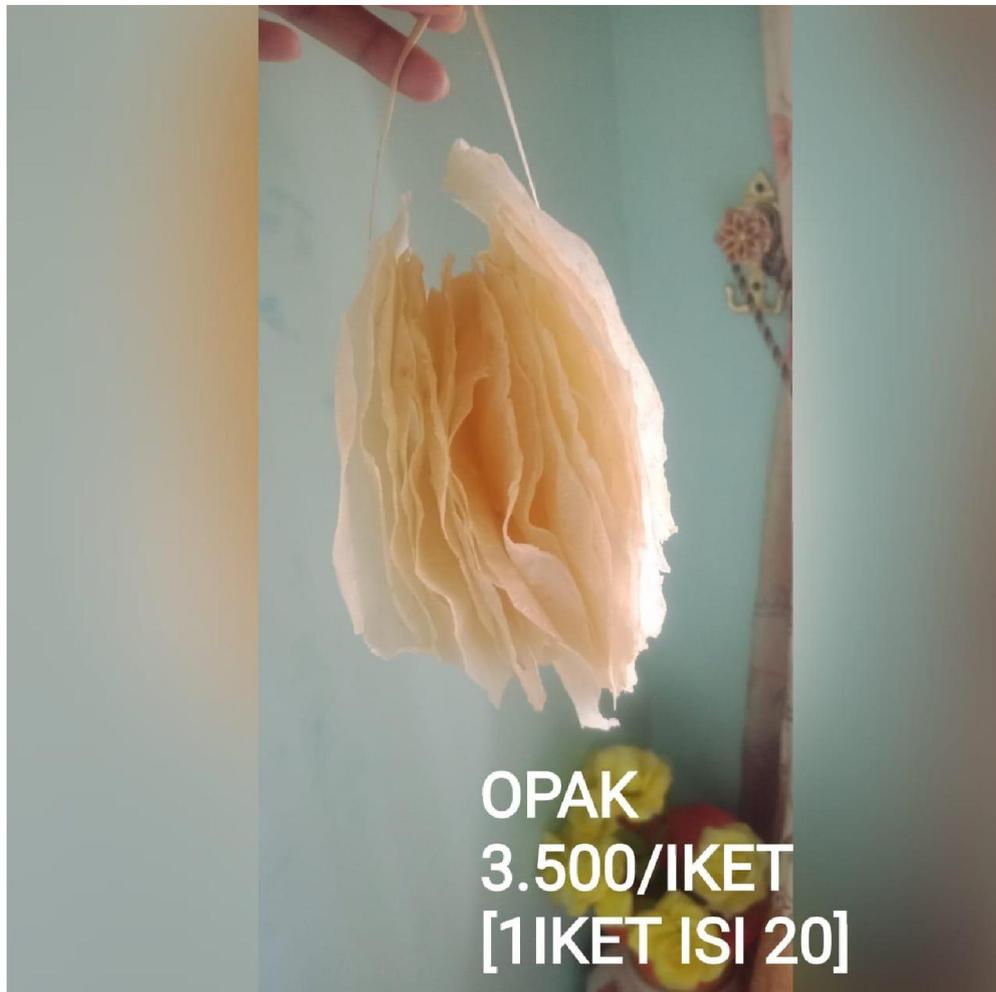
Foto kelompok 23 PKPM 2020 bersama Sekretaris Desa.

LAMPIRAN III

Penjualan UMKM Tahu di media online.

LAMPIRAN IV

Penjualan UMKM mie cepet di media online.

LAMPIRAN V

Penjualan UMKM opak di media online.

LAMPIRAN VI***UPACARA HARI KEMERDEKAAN 17 AGUSTUS 2020***

LAMPIRAN VII

PEMBAGIAN SEMBAKO, MASKER DAN HANDSANITIZER.

LAMPIRAN IIX

PEMBAGIAN TEMPAT CUCI TANGAN.

LAMPIRAN IX



Pemasangan BANNER 1x24 jam

LAMPIRAN X

Penyerahan Plakat kepada Kepala desa.

LAMPIRAN XI

Pengemasan dan penjualan Produk melalui media online

