

**PENGEMBANGAN UMKM TAHU BERBASIS TEKNOLOGI DALAM
MENINGKATKAN STABILITAS PEREKONOMIAN DI TENGAH
PANDEMI COVID-19 DI DESA TATAKARYA**

PRAKTEK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT

(PKPM)



Disusun oleh :

Nadia Atiningsih 1712110271

INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA

BANDAR LAMPUNG

2020

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pelaksanaan PKPM

Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian masyarakat. Pengabdian merupakan suatu wujud kristalisasi dan integralisasi dari ilmu yang tertuang secara teoritis di bangku kuliah untuk diterapkan secara nyata dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat, sehingga ilmu yang diperoleh dapat diaplikasikan dan dikembangkan dalam kehidupan masyarakat luas. PKPM bagi mahasiswa diharapkan dapat menjadi suatu pengalaman belajar yang baru untuk menambah pengetahuan, kemampuan, dan kesadaran hidup bermasyarakat. Bagi masyarakat, kehadiran mahasiswa diharapkan mampu memberikan motivasi dan inovasi dalam bidang sosial kemasyarakatan. Hal ini selaras dengan fungsi perguruan tinggi sebagai jembatan (komunikasi) dalam proses pembangunan dan penerapan IPTEK pada khususnya.

Berkaitan dengan salah satu syarat kelulusan untuk Program S1 di Kampus IIB Darmajaya, pihak kampus mewajibkan seluruh mahasiswanya untuk melaksanakan Mata Kuliah Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) pada salah satu kampus yang telah ditentukan, dimana proses secara teori yang telah diserap di Kampus senantiasa dapat diterapkan di desa Tatakarya Kecamatan Abung Surakarta, Kabupaten Lampung Utara. Hal ini dinilai perlu karena begitu banyak potensi yang terdapat di desa Tatakarya, dari mulai pertanian, industri-industri kecil menengah masyarakat dan lain-lain. Jika potensi-potensi ini dapat dikenal keluar desa Tatakarya dan diketahui banyak orang serta pengusaha-pengusaha, secara tidak langsung dapat berdampak positif dan dapat memajukan potensi daerah tersebut.

Ada beberapa Ekonomi Mikro yang terdapat pada desa Tatakarya Kecamatan Abung Surakarta Kabupaten Lampung Utara yaitu pembuatan tahu, roti, maupun pembuatan tempe. Disini saya lebih fokus terhadap UMKM pembuatan

tahu, pembuatan tahu ini merupakan usaha yang termasuk turun menurun yang sudah lama sekali dijalankan sehingga sudah memiliki pelanggan tetap di pasaran dan tempat berjualan yang sudah dikenal konsumen. Pembuatan tahu ini tidaklah mudah, butuh beberapa proses yang perlu ketelitian. Namun di masa pandemi covid-19 ini penjualan tahu juga terkena dampaknya, biasanya jumlah konsumen yang membeli berjumlah banyak, tetapi setelah adanya pandemi covid-19 ini jumlah konsumen semakin berkurang. Sehingga Mas Paul selaku produsen mengambil keputusan untuk mengurangi bahan produksi tahu seperti kedelai, agar sisa tahu yang telah dijual di pasaran tidak terlalu banyak.

Virus corona ini sangat berdampak bagi masyarakat yang memiliki perekonomian bawah ataupun menengah. Banyak usaha yang mengalami kebangkrutan, karena kondisi harga penjualan yang tidak stabil, dan harga bahan produksi mengalami kenaikan. Dari situlah kita dapat melihat banyaknya usaha yang tutup bahkan beralih membuka usaha lain seperti membuat masker guna mencapai target saat pandemi covid-19 ini.

Dengan adanya permasalahan di atas sesuai dengan tujuan PKPM , penulis mahasiswa/I dari jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis IIB DARMAJAYA 2020. Penulis pun termotivasi untuk mengadakan beberapa kegiatan di desa Tatakarya, dengan tujuan agar desa Tatakarya dapat lebih maju dengan potensi yang dimiliki, dan usaha yang telah berjalan bisa menjadi ekonomi yang mandiri dengan inovasi-inovasi yang lebih kreatif.

UMKM pembuatan tahu ini dapat diinovasikan kembali sehingga dapat meningkatkan penjualan serta daya tarik konsumen terhadap tahu tersebut. Penjualan yang dilakukan juga bisa menggunakan media sosial yang ada, seperti ; Instagram, whatshap dan shopee, Tindakan berjualan melalui media sosial berfungsi untuk menambah penghasilan saat ini yang menurun.

Dengan demikian hal itu menjadi tantangan bagi penulis untuk mengabdikan diri kepada masyarakat dan dapat memperoleh pengalaman dan ilmu dari berbagai perbedaan dan persamaan antar teori dan praktek. Berdasarkan analisa

diatas tersebut, penulis membuat laporan praktek kerja pengabdian masyarakat (PKPM) ini dengan judul **“PENGEMBANGAN UMKM TAHU BERBASIS TEKNOLOGI DALAM MENINGKATKAN STABILITAS PEREKONOMIAN DI TENGAH PANDEMI COVID-19 DI DESA TATAKARYA”**.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana pengembangan UMKM tahu di desa Tatakarya?
- b. Bagaimana meningkatkan stabilitas perekonomian di tengah pandemi covid-19 di desa Tatakarya?
- c. Bagaimanakah pengembangan UMKM tahu berbasis teknologi dalam meningkatkan stabilitas perekonomian di tengah pandemi covid-19 di desa Tatakarya?

1.3 Tujuan dan Manfaat PKPM

1.3.1 Tujuan Untuk Desa Tatakarya

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

Manfaat Untuk Desa Tatakarya

- a. Meningkatkan perekonomian desa Tatakarya dengan mengembangkan UMKM berbasis teknologi.
- b. Meningkatkan jiwa kewirausahaan bagi masyarakat di desa Tatakarya melalui inovasi produk, inovasi kemasan dan pemasaran melalui teknologi seperti media sosial.
- c. Meningkatkan keahlian sumber daya manusia dalam pengoperasian teknologi di desa Tatakarya, sehingga dapat bersaing lebih maju dari pesaing lainnya.

1.3.2 Tujuan Untuk Institusi

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

Manfaat Untuk Institusi

- a. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian IIB Darmajaya kepada masyarakat khususnya desa Tatakarya Kecamatan Abung Surakarta Kabupaten Lampung Utara.

1.3.3 Tujuan Untuk Mahasiswa

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

Manfaat Untuk Mahasiswa

- a. Mendapatkan nilai lebih yaitu di dalam kemandirian, disiplin, tanggungjawab dan juga kepemimpinan.
- b. Dapat menjadi sarana pembelajaran bagi mahasiswa dalam mengimplementasikan ilmu yang di dapatkan dari kampus untuk masyarakat sekitar.

1.4. Mitra Yang Terlibat

1.4.1 Media Sosial

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 seperti Instagram, whatsapp dan shopee. Penggunaan media sosial sekarang ini semakin meningkat, hampir semua kalangan sudah mengenal media sosial. Hal ini tentu saja menguntungkan bagi para pebisnis online untuk memulai memasarkan produknya melalui Instagram, whatsapp maupun shopee. Promosi yang dilakukan seperti menawarkan produk hasil olahan inovasi tahu kopong 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 Inovasi Tahu Pong Menjadi Tahu Crispy

Inovasi adalah suatu proses atau hasil pengembangan pemanfaatan produk / sumber daya yang telah ada sebelumnya, sehingga memiliki nilai yang lebih bearti. Inovasi dilakukan karena memiliki tujuan tertentu yaitu meningkatkan kualitas produk, yang diharapkan produk-produk tersebut memiliki keunggulan dan manfaat yang lebih bernilai dari sebelumnya, kemudian dapat menciptakan pasar baru yang lebih bernilai tinggi sebagai hasil inovasi. Selain itu inovasi produk juga dapat memberikan banyak opsi kepada target pasar seperti kalangan anak-anak, remaja maupun dewasa, sehingga usaha dapat bergerak maju lebih cepat. Inovasi juga dapat membuka peluang untuk memperluas pasar. Apalagi dengan kondisi saat ini yaitu adanya pandemi covid-19 pelaku bisnis dituntut untuk terus kreatif agar tetap bertahan di masa pandemi covid-19 dan pelaku bisnis juga harus pintar dalam melihat peluang yang ada. Tahu pong dilakukan inovasi dengan tujuan utamanya yaitu untuk menstabilkan perekonomian di tengah pandemi covid-19 di desa Tatakarya. Proses tahu pong yang diinovasi menjadi tahu crispy tidaklah sulit, sehingga masyarakat bisa langsung mengikuti kegiatan ini dengan baik dan cepat. Tahu crispy ini memiliki tekstur yang renyah dan gurih. Tahu crispy memiliki 3 varian rasa yaitu ; original, balado dan jagung manis. Varian rasa tahu crispy yang dipilih ini sudah dilakukannya pengamatan, agar dapat sesuai dengan lidah konsumen. Kebanyakan masyarakat lebih dominan menyukai rasa gurih, pedas dan manis. Oleh karena itu muncullah tahu crispy dengan 3 varian rasa tersebut dan varian rasa yang paling *best seller* pada tahu crispy ini yaitu rasa balado yang memiliki rasa gurih, manis dan pedas.

2.1.2 Mengajarkan Cara Pengemasan / Packing Produk

Pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus 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. Dalam pengemasan tahu crispy ini menggunakan standing pouch plastik transparan, agar konsumen bisa melihat isi produk secara langsung. Sesuai namanya jenis kemasan ini berbentuk kantong (pouch) dan bisa berdiri (stand). Standing pouch ini memiliki banyak kelebihan diantaranya ; bisa berdiri, fitur zipper lock sehingga kemasan mudah dibuka dan ditutup kembali. Dalam pengemasan produk, saya memberikan pelatihan atau ajaran kepada masyarakat di desa Tatakarya, salah satunya mba Wiwi selaku pelaku bisnis di UMKM tahu, disana saya memberikan pelatihan atau ajaran bagaimana cara packing produk serta memberitahu tempat-tempat mana saja yang terdapat bahan-bahan untuk membeli packing tersebut.

2.1.3 Program Pembuatan Teknologi Sebagai Media Promosi

Teknologi adalah pengembangan dan penerapan berbagai peralatan atau sistem untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang dihadapi manusia dalam kehidupan sehari-hari (M Maryono). Teknologi yang digunakan dalam kegiatan promosi yaitu melalui media sosial.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Media sosial ini sangat penting untuk kegiatan promosi diantaranya ; dapat digunakan untuk mencari tahu tentang pelanggan, media sosial membantu memperluas target pasar dan mendapatkan pelanggan baru, media sosial mempermudah konsumen dalam memberikan masukan langsung mengenai bisnis. Saat ini pengguna media

sosial sudah semakin berkembang pesat, baik dari kalangan anak-anak, remaja, hingga dewasa. Sehingga keputusan untuk mempromosikan produk melalui media sosial sangatlah menguntungkan. Dalam kegiatan promosi, tahu crispy menggunakan media sosial seperti Instagram, shopee dan whatsapp. Kebanyakan dari semua kalangan masih sangat aktif menggunakan tiga media sosial tersebut. Dalam program ini saya menjelaskan kepada masyarakat yang salah satunya mba Wiwi selaku pelaku bisnis UMKM tahu serta istri dari mas Paul untuk memanfaatkan teknologi dalam promosi online melalui media sosial untuk menambah penghasilan. Salah satu alasan promosi melalui media sosial yaitu untuk melakukan persaingan yang lebih maju dan berkembang pesat terhadap pesaing lain.

Selain program-program yang berfokus pada UMKM di atas saya juga melakukan berbagai kegiatan lainnya seperti pencegahan penularan covid-19 di desa Tatakarya, sebagai berikut :

2.1.4 Program Sosialisasi Menyongsong Era New Normal Di Desa Tatakarya

New normal adalah perubahan perilaku atau kebiasaan untuk tetap menjalankan aktivitas seperti biasa namun dengan selalu menerapkan protokol kesehatan di tengah pandemi covid-19.

Pada tanggal 27 Juli 2020 diadakannya kegiatan sosialisasi menyongsong era new normal di desa Tatakarya Kecamatan Abung Surakarta, Kabupaten Lampung Utara yang dihadiri oleh dinas kesehatan serta bapak/ibu di kantor desa. Acara ini juga turut mengundang bapak RT/RW desa Tatakarya, 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-19.

2.1.5 Melakukan 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 mikroorganisme (baik virus dan bakteri) pada objek permukaan benda mati.

Pada tanggal 30 Juli 2020, diadakannya kegiatan penyemprotan disinfektan di berbagai tempat seperti ; di kantor desa Tatakarya, di kantor kecamatan dan berbagai masjid di desa Tatakarya. 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 covid-19.

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 karena dapat menghalau percikan ludah. Penggunaan masker ini tidak hanya untuk orang dewasa tetapi di semua kalangan.

Pada tanggal 4 Agustus 2020, diadakannya kegiatan membagikan masker kepada anak-anak serta kalangan remaja. Hal ini dilakukan karena mengingat faktor kalangan anak-anak dan remaja yang masih sangat aktif bermain di luar 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 Melakukan 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.

Pada tanggal 5 Agustus 2020, diadakannya kegiatan menempelkan poster terkait pencegahan penularan covid-19. Menempelkan poster ini dilakukan di berbagai tempat seperti kantor desa Tatakarya dan berbagai masjid di desa Tatakarya. Hal ini dilakukan agar masyarakat di desa Tatakarya 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

Tabel 2.2 Waktu Pelaksanaan

Hari /Tanggal	Pelaksanaan Kegiatan
Senin, 20 Juli 2020	Izin ke kantor desa.
Selasa-Rabu 21-22 Juli 2020	Sedang mempersiapkan bahan edukasi terkait covid-19.
Kamis, 23 Juli 2020	Mengikuti kegiatan membagikan sembako.
Jumat, 24 Juli 2020	Melakukan kegiatan jumat bersih di masjid
Senin, 27 Juli 2020	Mengadakan sosialisasi bertema menyongsong era new normal di desa Tatakarya.
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.
Senin, 03 Agustus 2020	Membuat video terkait virus corona.
Selasa, 04 Agustus 2020	Melakukan kegiatan membagikan masker kepada adik-adik.
Rabu, 05 Agustus 2020	Melakukan kegiatan menempelkan poster di kantor desa dan di beberapa masjid di desa Tatakarya.
Kamis, 06 Agustus 2020	Membantu kegiatan posyandu di desa Tatakarya.
Jumat, 07 Agustus 2020	Membuat video handsanitizer dan video mencuci tangan.
Sabtu, 08 Agustus 2020	Izin ke UMKM tahu di desaa Tatakarya.
Minggu, 09 Agustus 2020	Membantu kegiatan produksi tahu
Senin, 10 Agustus 2020	Mengajarkan dan membuat inovasi tahu pong biasa menjadi makanan ringan yaitu tahu crispy.

Selasa, 11 Agustus 2020	Menjelaskan pembuatan logo beserta mengajarkan cara packing produk.
Rabu, 12 Agustus 2020	Menjelaskan kegiatan pemasaran melalui media sosial dan terjun langsung ke pasar.
Kamis, 13 Agustus 2020	Mengikuti kegiatan sosialisasi di kantor desa, tentang pembinaan desa agar masyarakat memiliki kesadaran hukum.
Jumat, 14 Agustus 2020	Membantu mengisi data formulir warga yang akan mendapatkan ATM.
Selasa, 18 Agustus 2020	Ke kantor desa izin pamit selesai kegiatan PKPM dan memberikan cenderamata sebagai kenang-kenangan.

2.3. Hasil Kegiatan Dan Dokumentasi

2.3.1 Inovasi Tahu Pong Menjadi Tahu Crispy

Awal mulanya tahu hanya di buat menjadi makanan pelengkap sehari hari, tahu yang dibuat biasanya hanya tahu pong, tahu sayur dan juga tahu putih kemudian saya memberikan ide untuk membuat tahu crispy yang awalnya makanan pelengkap menjadi makanan ringan yang mudah di bawa kemana mana serta menambahkan cita rasa pada tahu crispy tersebut agar banyak yang menikmati untuk memakan tahu dengan inovasi yang berbeda,.

Inovasi tahu pong menjadi tahu crispy memiliki tekstur yang renyah dan rasa yang gurih. Sehingga sangat cocok bagi konsumen yang suka makanan ringan atau cemilan untuk menemani disegala kegiatan. Tahu crispy ini memiliki 3 varian rasa yaitu original, balado dan jagung manis. Original memiliki rasa yang hanya dominan gurih saja, sedangkan balado memiliki rasa yang pedas, manis dan gurih. Kemudian jagung manis memiliki rasa yang dominan manis dan gurih. Inovasi ini dilakukan untuk mendapatkan penghasilan yang bertambah serta konsumen tidak merasa bosan dengan tahu pong yang

memiliki rasa biasa saja, dan sekarang tahu pong muncul dengan rasa yang cenderung gurih, pedas dan manis. Berikut hasil inovasi tahu pong menjadi tahu crispy :



Gambar 2.3.1 Hasil inovasi tahu pong

2.3.2 Melakukan Pengemasan / Packing Produk

Pengemasan merupakan kegiatan yang paling penting untuk menjaga produk agar tetap aman sehingga kualitas yang diberikan kepada konsumen tidak menurun. Jika pengemasan produk dilakukan dengan baik, maka konsumen akan berminat untuk melakukan pembelian produk. Dengan adanya pengemasan yang dilakukan dapat menambah nilai jual dari produk yang akan dijual.

Tahap Pemilihan Kemasan ini saya memilih kemasan yang memiliki daya tarik tersendiri sehingga produk siap untuk bersaing dipasaran. Pada dasarnya banyak produk lain yang sejenis dan dijual bersamaan dengan produk lain yang sejenis sehingga para konsumen akan tahu bahwa produk yang ingin dibelinya. 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. Saya memilih kemasan yang dapat menunjang ketahanan dan kualitas produk agar dapat sampai ke tangan konsumen dalam keadaan baik. Melalui kemasan identifikasi produk menjadi lebih efektif. Berikut beberapa hasil dokumentasi pada saat pengemasan produk diantaranya:



Gambar 2.3.2 kegiatan packing / pengemasan produk

2.3.3 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.

Saya melakukan perencanaan untuk membuat sistem marketing online menggunakan E-Commerce seperti sosial media yaitu Shopee, Instagram, dan WhatsApp untuk pemesanan. Kegiatan promosi menggunakan media sosial ini menurut saya sangat efektif sekali untuk keadaan yang seperti saat ini yang tidak disarankan untuk berkerumun dengan orang banyak, dan tentunya kegiatan promosi ini juga dapat menemukan konsumen baru, baik dari kalangan anak-anak, remaja dan dewasa. Sayapun segera membuat akun Shopee, Instagram, dan WhatsApp. Pemilik UMKM (usaha mikro kecil menengah) setuju dan merasa senang apabila dibantu dalam proses marketing Tahu Crispy tersebut. Berikut link media sosial yang digunakan dalam kegiatan promosi :

1. Instagram

https://www.instagram.com/invites/contact/?i=wv85f69870pl&utm_content=ic731cw

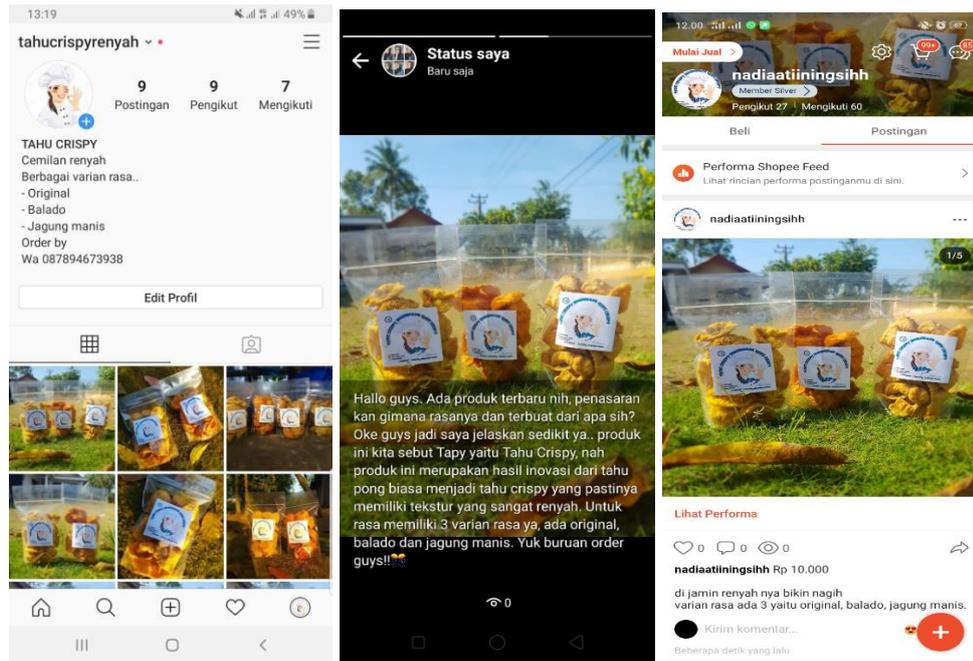
2. Whatshapp

<https://chat.whatsapp.com/LMtOmW3OK6606xhvest6Yv>

3. Shopee

<https://feeds.shopee.co.id/universallink/share/AJgVWECOAwbz8ksDAAAAA==?smtt=0.0.3>

Berikut dokumentasi media sosial yang digunakan sebagai media promosi :



Gambar 2.3.3 Promosi melalui media sosial

Berikut ini beberapa hasil kegiatan selain fokus terhadap UMKM yaitu terkait pencegahan penularan covid-19 sebagai berikut :

2.3.4 Sosialisasi Menyongsong Era New Normal Di Desa Tatakarya

Sosialisasi adalah proses penanaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat. New normal adalah perubahan perilaku atau kebiasaan untuk tetap menjalankan aktivitas seperti biasa namun dengan selalu menerapkan protokol kesehatan di tengah pandemi covid-19.

Sosialisasi ini dilakukan untuk memberikan penjelasan kepada bapak RT/RW yang diharapkan dapat menjelaskan kepada masyarakat, sehingga masyarakat dapat lebih mengerti terkait pencegahan penularan covid-19 dan masyarakat juga harus lebih memiliki kesadaran yang tinggi terhadap pencegahan penularan covid-19. Berikut beberapa hasil dokumentasi dalam kegiatan sosialisasi menyongsong era new normal di desa Tatakarya :



Gambar 2.3.4 Sosialisasi menyongsong era new normal

2.3.5 Melakukan Kegiatan Penyemprotan Disinfektan Di Berbagai Tempat

Penyemprotan disinfektan dinilai cukup efektif untuk mencegah penularan covid-19. Kegiatan penyemprotan ini dilakukan sebelum hari raya idul adha, hal ini dilakukan salah satunya bertujuan untuk pencegahan penularan covid-19. Penyemprotan disinfektan bisa dilakukan dengan membuat cairan disinfektan dengan bahan-bahan yang mudah ditemukan seperti menggunakan wipol. Selain itu, penyemprotan dilakukan di lingkungan perumahan dalam lingkup RT/RW yaitu ; di kantor desa Tatakarya, kantor kecamatan dan di masjid desa Tatakarya. Penyemprotan disinfektan tidak disemprotkan pada organ tubuh tetapi pada benda mati. Berikut beberapa dokumentasi dari kegiatan penyemprotan disinfektan :



Gambar 2.3.5 Penyemprotan disinfektan

2.3.6 Melakukan Kegiatan Membagikan Masker Kepada Anak-Anak

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 karena dapat menghalau percikan ludah. Kegiatan membagikan masker kepada anak-anak dan remaja ini merupakan salah satu perhatian yang diberikan, karena masih banyak yang saya lihat anak-anak bahkan remaja masih ada yang tidak menggunakan masker saat mereka bermain di luar. Padahal kita tidak akan pernah tahu, dimana virus corona itu berada. Dengan dibagikannya masker, diharapkan masyarakat selalu ingat dan waspada terkait covid-19 serta gunakanlah protokol kesehatan saat kita berada di luar rumah. Berikut beberapa hasil dokumentasi kegiatan membagikan masker :



Gambar 2.3.6 Membagikan masker

2.3.7 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. Tujuan poster adalah sebagai bentuk publikasi agar dibaca oleh masyarakat luas dan mau mengikuti ajakan dari isi poster tersebut. 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.



Gambar 2.3.7 Menempelkan poster

2.4. Dampak Kegiatan

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

2.4.1 Dampak Kegiatan Bagi Masyarakat

- a.** Masyarakat merasa termotivasi dalam inovasi produk tahu pong menjadi tahu crispy. Kegiatan inovasi ini dilakukan untuk mendapatkan pendapatan penghasilan yang bertambah. Respon masyarakat Tatakarya begitu positif, mereka ingin mencoba usaha “Tahu Crispy” ini menjadi produk hasil dari inovasi tahu pong.
- b.** Masyarakat maupun pelaku bisnis semakin mengerti tentang kegiatan promosi melalui media sosial. Media sosial sangat bermanfaat jika dapat menggunakannya dengan baik dan bijak. Media sosial juga bisa menjadi tempat kita mencari peluang pasar. Media sosial saat ini sangat mempermudah kita dalam kegiatan promosi produk.
- c.** Selain itu, masyarakat juga sangat berterimakasih dalam kegiatan sosialisasi era new normal di desa Tatakarya, karena kegiatan ini sangat menambah pengetahuan masyarakat terkait new normal di masa pandemic covid-19 ini.

Dan masyarakat pun diharapkan untuk memiliki kesadaran yang tinggi dalam pencegahan penularan covid-19.

2.4.2 Dampak Kegiatan Bagi Desa Tatakarya

Dari beberapa kegiatan yang dilakukan di desa Tatakarya terkait UMKM maupun edukasi pencegahan penularan covid-19 memberikan nilai positif dalam lingkungan desa Tatakarya seperti kondisi desa Tatakarya semakin lebih maju dalam kegiatan promosi melalui teknologi seperti media sosial, kemudian masyarakat desa juga semakin mengerti cara pencegahan penularan covid-19.

BAB III

PENUTUP

3.1. Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian kegiatan kami sebagai mahasiswa Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yang dilakukan di desa Tatakarya Kecamatan Abung Surakarta Kabupaten Lampung Utara dengan hasil yang telah kami laksanakan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Selama melaksanakan kegiatan PKPM khususnya dalam observasi untuk mencari permasalahan yang dihadapi oleh desa Tatakarya yaitu sudah ada usaha kecil menengah tetapi masyarakat belum dapat mengembangkan sehingga potensi desa terbuang sia-sia. Maka dari itu saya memberikan ide atau mencari solusi untuk menangani permasalahan di desa Tatakarya dengan membuat inovasi produk pada tahu pong. Sebelum dilakukannya pengembangan UKM perlu diadakannya uji coba pembuatan produk tahu pong menjadi tahu crispy. Setelah pembuatan produk tersebut berhasil lalu diadakannya pelatihan produksi tahu crispy kepada masyarakat yang salah satunya mengajak mba Wiwi selaku pelaku bisnis tahu pong biasa. Inovasi ini memiliki tujuan utama yaitu untuk menjaga stabilitas perekonomian di tengah pandemi covid-19 di desa Tatakarya.

2. Setelah seluruh proses produksi dan pengemasan selesai, UKM yang ada di desa Tatakarya menghadapi permasalahan dalam pemasaran. Sehingga dapat memberikan solusi dengan menentukan strategi pemasaran dan cara pemasaran yang tepat. Setelah menentukan strategi pemasaran yaitu dengan memasarkan produk secara online apabila para konsumen ingin membeli produk, dan sudah disediakan pemasaran melalui jejaring sosial seperti Instagram, whatsapp dan shopee. Hal ini dilakukan untuk memperluas jaringan pemasaran. Berikut link media sosial yang tersedia dalam kegiatan promosi :

a. Instagram

https://www.instagram.com/invites/contact/?i=wv85f69870pl&utm_content=ic731cw

b. Whatshapp

<https://chat.whatsapp.com/LMtOmW3OK6606xhvest6Yv>

c. Shopee

<https://feeds.shopee.co.id/universallink/share/AJgVWECOAwbZ8ksDAAAAA==?smmt=0.0.3>

3. Dengan adanya kegiatan sosialisasi menyongsong era new normal, masyarakat semakin tertib menggunakan masker dan sudah memiliki kesadaran yang tinggi terkait pencegahan penularan covid-19. Himbauan pemerintah untuk tetap menggunakan protokol kesehatan sudah dijalankan dan sangat diperhatikan oleh masyarakat di desa Tatakarya.

3.2. Saran

3.2.1 Untuk Masyarakat Desa Tatakarya

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 Tatakarya

Kepada setiap pemerintah, khususnya desa Tatakarya 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

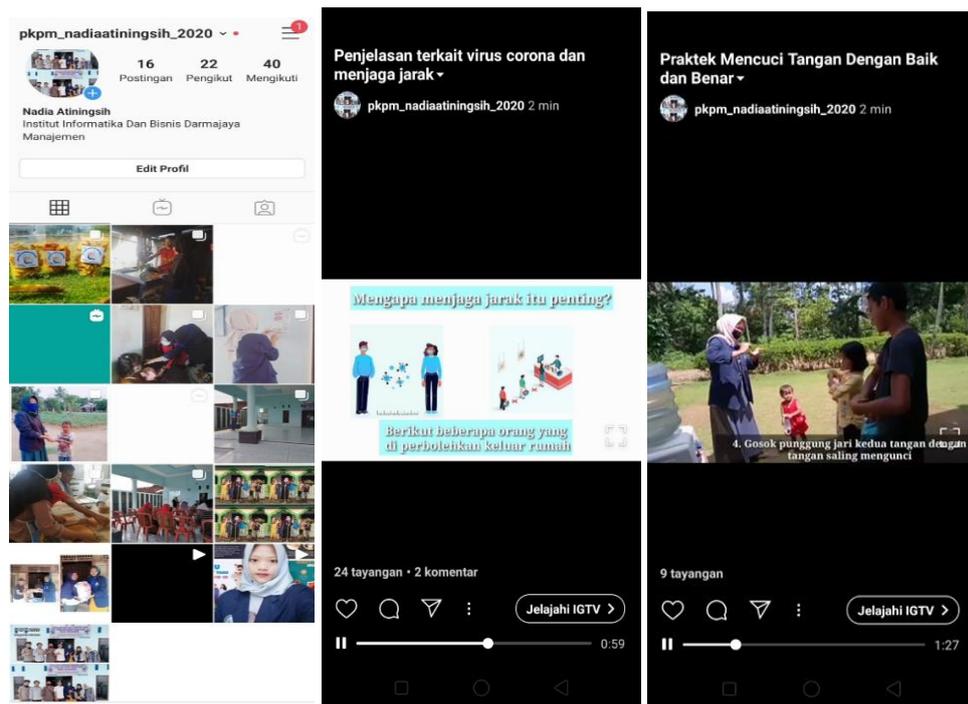
Diharapkan kepada masyarakat agar memperhatikan masalah sosialisasi lebih ditingkatkan, rasa kebersamaan atau gotong royong lebih serta shalat berjamaah lebih ditingkatkan lagi, dan selalu meningkatkan kewaspadaan terkait covid-19.

Lampiran-Lampiran

1. Bukti Aktivitas Di Media Online Dan Media Lainnya ;

Link instagram kegiatan PKPM :

https://www.instagram.com/invites/contact/?i=1jd3kkn35qaoc&utm_content=hxdjybw



Lampiran 1. Kegiatan PKPM di Instagram

Link teknologi sebagai media promosi tahu crispy :

1. Instagram

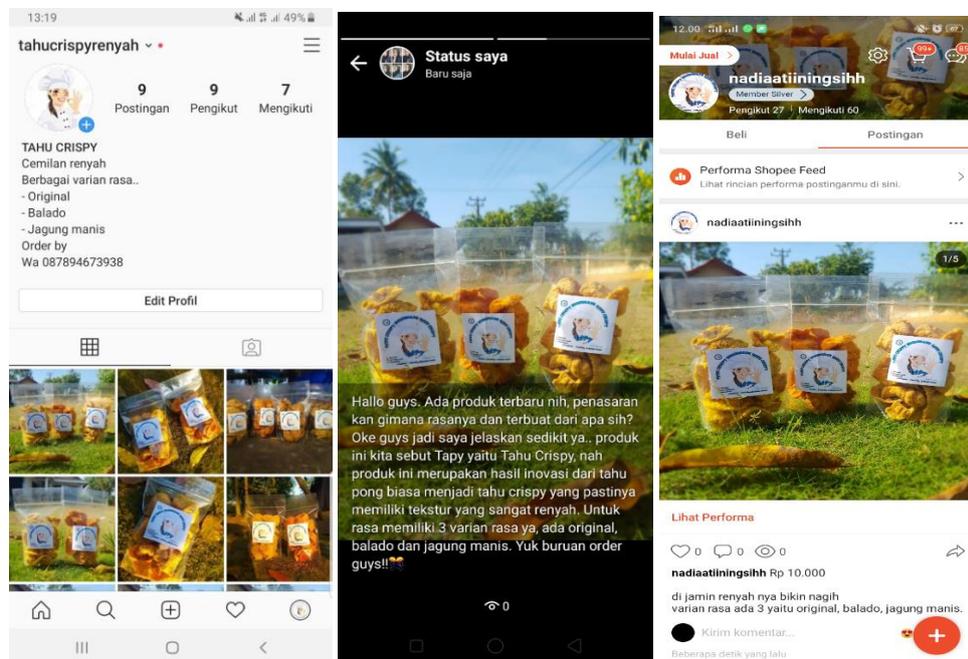
https://www.instagram.com/invites/contact/?i=vw85f69870pl&utm_content=ic731cw

2. Whatshapp

<https://chat.whatsapp.com/LMtOmW3OK6606xhvest6Yv>

3. Shopee

<https://feeds.shopee.co.id/universallink/share/AJgVWECoAWBz8ksDAAAAA==?smtt=0.0.3>



Lampiran 2. Teknologi sebagai kegiatan promosi tahu crispy

2. Bukti Aktivitas Lainnya

Proses Inovasi Tahu Pong



Lampiran 3. Pembuatan tahu crispy

Sosialisasi terkait tentang hukum di kantor desa



Lampiran 4. sosialisasi pembinaan kelurahan dan desa sadar hukum

Menempelkan poster terkait pencegahan penularan covid-19



Lampiran 5. Terkait pencegahan penularan covid-19

Pamit di kantor desa, bahwa kegiatan PKPM IIB Darmajaya sudah selesai, serta menyertakan cenderamata



Lampiran 6. Pamit di kantor desa