

BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

A. Program-Program Yang Dilaksanakan

1. Perogram Utama

Inovasi Pemasaran Digital Pada UMKM Di Desa Penumangan Baru

2. Program Lain

- a. Melakukan pelatihan penggunaan teknologi untuk mendukung proses pembelajaran dan pendampingan.
- b. Pembuatan media edukasi dalam pencegahan COVID-19 bagi masyarakat secara daring.

B.Waktu Kegiatan

Kegiatan yang dilakukan penulis pada progam PKPM di Desa Penumangan Baru terdapat dua kategori, antara lain:

1. Kegiatan Program Utama

Inovasi Pemasaran Digital Pada UMKM Di Desa Penumangan Baru dengan melaksanakan program utama, waktu kegiatan program utama bisa dilihat pada Table 1.

Tabel 1. Kegiatan Program Utama

| No | Kegiatan | Waktu Kehitan (tgl/bln/thn) | Penyelesaian (Hari) | Keterangan |
|----|---------------|-----------------------------------|------------------------|------------|
| 1 | Survei Lokasi | 20/07/2020 | Satu hari | Terlaksana |

| | | | | |
|---|--|------------|-----------|------------|
| 2 | Meberikan surat izin dan surat tugas PKPM | 22/07/2020 | Satu hari | Terlaksana |
| 3 | Pemasaran UMKM tahu menggunakan media daring | 26/07/2020 | Satu Hari | Terlaksana |
| 4 | Meningkatan nilai jual produk UMKM tahu melalui label dan banner | 26/07/2020 | Dua hari | Terlaksana |

2. Kegiatan Tambahan

Penulis juga melakukan beberapa kegiatan yang berada diluar program utama.

Waktu kegiatan pelaksanaan PKPM yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Kegiatan di Luar Program Utama

| No | Kegiatan | Waktu Kehitan (tgl/bln/thn) | Penyelesaian (Hari) | Keterangan |
|----|--|-----------------------------|---------------------|------------|
| 1 | Pelatihan penggunaan IT untuk proses pembelajaran dan melakukan pendampingan pembelajaran. | 02/08/2020 | Dua hari | Terlaksana |

| | | | | |
|---|---|------------|----------|------------|
| 2 | Pembuatan media edukasi untuk pencegahan COVID-19 bagi masyarakat secara daring | 05/08/2020 | Dua hari | Terlaksana |
|---|---|------------|----------|------------|

C. Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

1. Kegiatan 1

a. Judul Kegiatan

Inovasi Pemasaran Digital Pada UMKM Tahu Di Desa Penumangan Baru

b. Sejarah UMKM Pabrik Tahu

Pabrik Tahu Pak Sukidi yang letaknya di Desa Penumangan Rt 2 di bangun pada tahun 2000, pak sukidi merintis atau membangun pabrik ini awalnya melihat tidak ada satu pun warga desa penumangan yang memiliki usaha untuk mengelola pembuatan tahu dan banyak warga desa tepatnya pemilik warung memasok dari luar desa, dari sana lah Pak Sukidi memiliki pamikiran untuk membangun sebuah pabrik tahu, awal merintis pak sukidi membangun pabrik tahu tidak sebesar sekarang iya hanya menggunakan gudang yang ada disamping rumahnya saja dan dinding gudang pun masih dilapisi dengan lembaran papan kayu, awal pembuatan tahu pak sukidi melakukan dengan istrinya saja namun labat laun pak sukidi merekrut 2 pegawai untuk membantu pekerjaan mereka dikarenakan semakin banyaknya yang membeli tahu di pabrik pak sukidi baik melalui pesan antar atau yang datang membeli sendiri, hingga saat ini pabrik tahu pak sukidi

sudah lebih membaik dikarenakan sudah membangun ruangan yang cukup lebar untuk meng konsumsi jumlah tahu yang cukup banyak dan pemasokan bahan pembuatan tahu yang cukup besar.

c. **Digital Pemasaran**

Digital Pemasaran adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk menggunakan media digital atau internet. Identifikasi pasar melakukan pemetaan strategis yang terdapat 3 elemen utama yaitu Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP) [1] [2].

Tujuan digital marketing adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat dan tepat waktu.

Ada beberapa kelebihan digital pemasaran:

1. Kecepatan Penyebaran

Strategi pemasaran dengan menggunakan media digital dapat dilakukan dengan sangat cepat, bahkan dalam hitungan detik. Selain itu, Digital Pemasaran juga dapat diukur secara realtime dan tepat.

2. Kemudahan Evaluasi

Dengan menggunakan media online, hasil dari kegiatan pemasaran dapat langsung diketahui. Informasi seperti berapa lama produk ditonton, berapa banyak orang yang melihat produk, berapa persen konversi penjualan dari setiap iklan dan sebagainya. Setelah mengetahui informasi-informasi selanjutnya dapat melakukan evaluasi mana iklan yang baik dan buruk.

3. Jangkauan Lebih Luas

Kelebihan berikutnya yaitu jangkauan geografis dari Digital Pemasaran yang luas. dapat menyebarkan brand atau produk ke seluruh dunia hanya dengan beberapa langkah mudah dengan memanfaatkan internet.

4. Membangun Nama Brand

Digital Pemasaran membantu membangun nama brand dengan baik. Eksistensi dunia maya dengan keberadaan brand sangat penting karena orang akan melakukan pencarian online sebelum membeli produk.

d. Jenis Digital pemasaran

1. Toko online atau marketplace

Toko online adalah sebuah toko yang menjual barang-barang yang direalisasikan dalam tampilan sebuah website yang dapat diakses saat terhubung dengan jaringan internet atau Marketplace adalah sebuah website atau aplikasi online yang memfasilitasi proses jual beli dari berbagai toko [3].

2. Social Media Marketing

Edarkan platform di media sosial seperti Facebook dan Twitter karena dapat dilakukan dengan biaya yang minim bahkan gratis. Ini tentu saja dapat meningkatkan brand perusahaan [4].

3. Akun media social

Melakukan pemasaran dengan akun media yang dimiliki seperti instagram di era digital sekarang [5]

4. Email Marketing

dapat memberitahu informasi terbaru mengenai promosi yang sedang berlangsung maupun produk atau jasa terbaru.[6]

5. Website

Website sangat berperan penting dalam menunjukkan profesionalisme perusahaan membantu konsumen mengetahui bisni promosi yang hemat dan bisni yang murah.[7]

e. Banner Pemasaran UMKM Tahu

Banner yaitu suatu media informasi non personal yang berisi pesan promosi, baik itu untuk tujuan menjual ataupun untuk memperkenalkan sesuatu kepada khalayak dan bentuk iklan yang dipakai di jaringan internet. Bentuk iklan tersebut umumnya merupakan bagian dari suatu halaman blog atau website yang dipakai untuk menarik perhatian pengunjung supaya mengunjungi (mengklik iklannya) situs web yang diiklankan [8].

adapun beberapa fungsi banner adalah sebagai berikut:

1. **Media Informasi**; pemasangan banner merupakan cara yang sangat efektif sebagai media informasi kepada khalayak, baik itu banner offline maupun banner di website/ blog.
2. **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.
3. **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.

f. Banner Pemasaran

Sebelum membuat banner pemasaran UMKM tahu kita harus menentukan tema terlebih dahulu agar pembuatan banner menjadi lebih menarik dan membuat pelanggan menjadi tertarik dengan UMKM Tahu, dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Banner Pemasaran UMKM Tahu

g. Label Pemasaran UMKM Tahu

Label adalah salah satu bagian dari produk berupa keterangan baik gambar maupun kata-kata yang berfungsi sebagai sumber informasi produk dan penjual. Label umumnya berisi informasi berupa nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk dan keterangan legalitas [9].

Fungsi dan Tujuan Label:

1. Label mengidentifikasi produk atau merek.
2. Label menentukan kelas produk.
3. Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman).
4. Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik.

Adapun tujuan label adalah sebagai berikut:

1. Memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan.
2. Berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik.
3. Memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimum.
4. Sarana periklanan bagi produsen.
5. Memberi rasa aman bagi konsumen

h. Label Pemasaran UMKM Tahu

Label sangat lah penting dalam pemasaran dikarenakan dapat mengenalkan produk kepada kalangan masyarakat luas dan memberikan informasi produk ke konsumen dengan adanya label konsumen dapat memesan produk untuk yang kesekian kali. Label UMKM tahu dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Label Pemasaran UMKM Pabrik Tahu

i. Pemasaran UMKM Tahu

Pemasaran merupakan kunci penting dalam sebuah perusahaan, baik itu perusahaan dagang maupun perusahaan jasa, tanpa adanya divisi pemasaran maka akan sangat sulit bagi perusahaan tersebut akan berkembang.

Dalam melakukan strategi pemasaran, tentu ada hal-hal yang perlu kita perhatikan antara lain :

1. Melakukan analisis pasar, yaitu menganalisis produk, apakah produk dapat diterima masyarakat, apakah produk benar-benar dibutuhkan masyarakat sehingga produk dapat diterima dan lain sebagainya.
2. Menyusun strategi pemasaran yaitu menetapkan harga, diskon, cara memasarkan, melakukan pameran atau demo produk dan lain sebagainya dapat menarik minat masyarakat untuk mengetahui produk tersebut.
3. Merencanakan program pemasaran, yaitu program yang akan digunakan untuk melakukan pemasaran, misalnya memberikan diskon.

Dalam pemasaran UMKM Pabrik Tahu masih dilakukan secara manual dengan begitu pemasaran UMKM ini dikembangkan dengan cara yang digital di jaman sekarang ini melalui salah satu pemasaran yaitu Sosial Media Marketing, dengan media Instagram Dan Facebook semua dapat melihat hasil produk yang dihasilkan UMKM Pabrik tahu dan akan memesan apabila berminat [10].

j. Pemasaran media UMKM Tahu melalui media daring

Dalam dunia pemasaran digital banyak sekali yang menggunakan media social untuk melakukan pemasaran dikarenakan jangkauannya sangat luas mampu dilihat berbagai kalangan pengguna media sosial karena dalam pemasaran sangat lah mudah dan dapat dipahami oleh semua pengguna media seperti media intagram dan Facebook. dapat dilihat pada Gambar 3 dan Gambar 4.



Gambar 3. Pemasaran UMKM Pabrik Tahu melalui media intagram



Gambar 4. Pemasaran UMKM Pabrik Tahu melalui media Facebook

2. Kegiatan Tambahan I

a. Judul Kegiatan

Pelatihan penggunaan IT untuk proses pembelajaran dan melakukan pendampingan pembelajaran.

b. Mempersiapkan Materi Pembelajaran

Sebelum proses pembelajaran dilakukan, terlebih dahulu melakukan penyusunan materi yang akan disampaikan agar proses pembelajaran berjalan dengan baik dan sesuai rencana. Materi yang disiapkan antara lain adalah:

1. Menjelaskan dan menganalisis pembelajaran tentang IT
2. Menerapkan langsung pembelajaran menggunakan media elektronik.

c. Memberikan Pelatihan penggunaan IT

Dalam pelatihan penggunaan IT terlebih dahulu memberikan pengenalan dan penjelasan tentang IT serta dampak apa yang paling berpengaruh untuk dalam bidang IT. Apabila sudah paham lebih baik langsung menggunakan media pembelajaran elektronik sebagai sarana pembelajaran.

d. Pendampingan pembelajaran dengan media elektronik

Pendampingan ini melakukan penerap praktek satu persatu dan bertanya bagian yang tidak dimengerti tentang media elektronik dengan pola pikir mereka masing-masing mampu mengetahui perkembangan yang ada dipotensi diri.

e. Gambaran umum dan sasaran pelatihan IT dalam pembelajaran

Saat ini kekurangan wawasan pembelajaran dibidang IT masih sangat lah minim di desa penumangan baru walau pun elektronik sekarang sudah berkembang pesat. Dengan pembelajaran ini semoga dapat memotivasi agar selalu semangat dalam pelatihan pembelajaran dibidang IT khususnya untuk media elektronik sebagai media pengembangan bakat yang dimiliki masing-masing.

Sasaran pelatihan IT ini mampu membuka pola pikir remaja untuk mengembangkan suatu pembelajaran dan menerapkannya secara langsung di kalangan masyarakat sekitar.

f. Dampak langsung terhadap pembelajaran

1. Mampu menerapkan ulang yang telah dipelajari.
2. Dapat mengajak kalangan masyarakat sekitar.
3. Mampu menambah wawasan saat melakukan Pelatihan IT.
4. Mampu membuka peluang masa depan mereka bila mempelajari dengan sungguh-sungguh.

g. Pelatihan Penggunaan IT untuk proses pembelajaran

Pelatihan penggunaan IT didesa Penumangan Baru dengan memberikan pembelajaran dan penjelasan tentang IT dan mampu membuka wawasan pembelajaran mengembangkan kemampuan yang ada pada diri masing-masing. Akrifitas tersebut dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Pelatihan penggunaan IT untuk proses pembelajaran

3. Kegiatan Tambahan II

a. Judul Kegiatan

Pembuatan media edukasi dalam pencegahan COVID-19 bagi masyarakat secara daring

b. Pelaksanaan kegiatan

Penulis melaksanakan kegiatan ini dengan mengedukasi masyarakat Desa Penumangan Baru dengan membuat media edukasi berupa poster dan spanduk yang berisi edukasi pencegahan COVID-19 dan dan mempublikasikan ke masyarakat melalui media social.

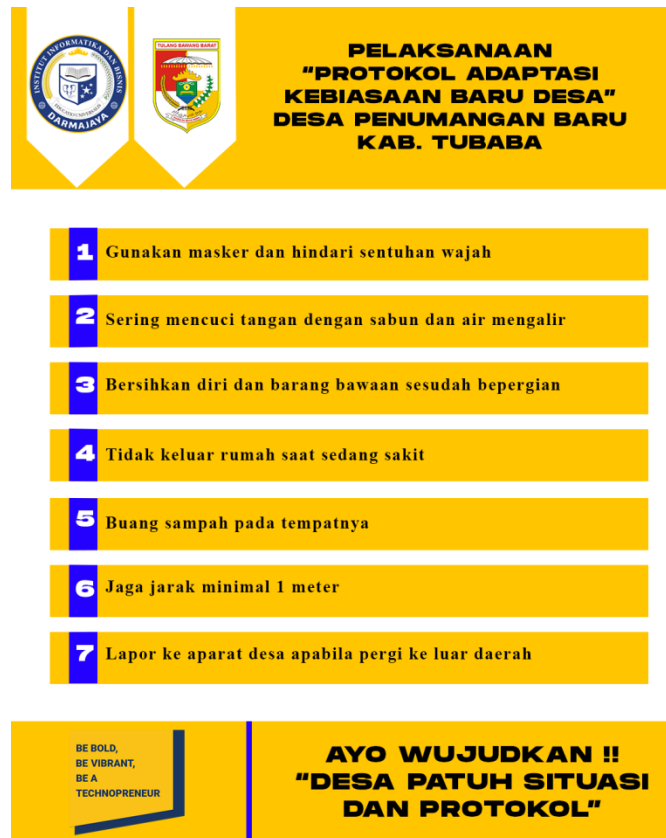
Berikut aplikasi pendukung untuk pembuatan gambar edukasi.

- Adobe photoshop

Berikut aplikasi media sosial yang digunakan untuk mempublikasikan gambar edukasi pencegahan COVID-19:

- Intagram
- Facebook

Berikut adalah hasil media edukasi pencegahan COVID-19 dan dokumentasi penyaluran ke masyarakat melalui media sosial dan dapat dilihat pada Gambar 6 dan Gambar 7



Gambar 6. Poster himbawan untuk mematuhi protokol kesehatan



Gambar 7. Pembatasan sosial jarak dengan orang lain

D. Dampak Kegiatan

Dampak kegiatan Inovasi Pemasaran Digital Pada UMKM Tahu yaitu mampu meningkatkan pemasaran, Meningkatkan nilai jual produk dan Kemasan menjadi lebih menarik dan pemasaran digital bertujuan untuk mengenalkan UMKM Tahu keseluruh pengguna media social.

Dampak Melakukan pelatihan penggunaan teknologi dalam proses pembelajaran dan pendampingan yaitu mampu menangkap materi pembelajaran yang diberikan, menerapkan langsung dengan media elektronik, Memotivasi kemampuan kita agar beradaptasi dan mengantisipasi perkembangan Teknologi Informasi.

Dalam Penyuluhan Pencegahan COVID-19 melalui media daring ini bertujuan agar masyarakat Meningkatkan rasa kesadaran dalam pencegahan Covid-19 dengan mematuhi aturan yang telah diberikan pemerintah dan melakukan isolasi diri di tempat tinggal masing masing sehingga dapat mengurangi rantai penyebaran Virus Covid-19 dan mendapatkan respon yang sangat positif dari masyarakat.