

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era perkembangan dan teknologi serta tingginya tingkat persaingan dalam dunia bisnis merupakan sebuah tantangan yang harus dihadapi oleh semua pihak terutama oleh Usaha Kecil Menengah (UKM). Di era globalisasi ini, bisnis menuntut setiap individu untuk berinovasi, baik dari produk, teknik pemasaran, dan teknologinya apalagi saat ini kondisi memperhatikan dengan adanya virus covid-19. Teknik pemasaran saat ini seharusnya tidak lagi dilakukan secara sederhana seperti *face to face* melainkan harus sudah menggunakan media teknologi yang telah berkembang sehingga membantu UKM yang terdampak kondisi covid-19. Mahasiswa tentunya tidak lepas dari berbagai ilmu dan teknologi informasi, dengan itu diharapkan mahasiswa dapat memiliki gambaran yang lebih mendalam tentang kondisi nyata di dunia bisnis ini, sekaligus menambah wawasan dan pengalaman serta membuka pandangan yang luas yang tidak didapatkan selama masa perkuliahan. Berdasarkan uraian diatas, mahasiswa/i IIB Darmajaya jurusan Akuntansi, Manajemen, Teknik Informatika, dan Sistem Informasi melaksanakan program PKPM. PKPM merupakan salah satu kegiatan untuk mahasiswa sebagai syarat mata kuliah sekaligus sebagai sarana pengembangan ide dan kreatifitas dalam memanfaatkan berbagai sumber daya potensial yang ada di RT.02 Perumnas Bumi Way Urang Kelurahan Kalianda, Lampung Selatan. Karena kondisi saat ini masih di landa Covid-19 maka Praktek Kerja

Pengabdian Masyarakat (PKPM) dilakukan selama 30 hari secara Daring/Online oleh mahasiswa/i IIB Darmajaya jurusan Akuntansi, Manajemen, Teknik Informatika, dan Sistem Informasi. Pelaksanaan PKPM merupakan sarana yang memfasilitasi mahasiswa untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh di perkuliahan dalam bentuk usaha program kegiatan masyarakat usaha kecil & menengah yang terletak di desa-desa atau pinggiran kota. di RT.02 Perumnas Bumi Way Urang Kelurahan Kalianda, Lampung Selatan merupakan lokasi kegiatan program PKPM yang penulis pilih/tempat tinggal penulis.

Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan selama PKPM di RT.02 Perumnas Bumi Way Urang Kelurahan Kalianda, Lampung Selatan, maka penulis dapat menyelesaikan program kerja selama proses PKPM di Desa. Banyak hal yang bisa dilakukan mahasiswa untuk proses pengembangan dan pembentukan UKM yang sudah ada maupun yang belum ada di desa ini. Hal ini disebabkan oleh berbagai kendala yaitu kurangnya SDM dalam mengelola UKM, kurangan tingkat kesadaran akan kreatifitas oleh warga, serta kurangnya pengetahuan terhadap teknologi pemasaran di UKM yang sudah berdiri. Dengan kurangnya sumber daya manusia untuk mengembangkan inovasi agar produk lebih menarik, adanya motivasi dari PKPM IIB Darmajaya untuk membangun dan mengembangkan produk bakso gardu milik Ibu Jasmita.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis mengangkat judul permasalahan untuk laporan ini tentang “**INOVASI PEMASARAN UKM/UMKM BAKSO GARDU MELALUI SOSIAL MEDIA DAN E-COMMERCE WAY URANG KALIANDA, LAMPUNG SELATAN**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan permasalahan yang ada dalam penelitian ini yaitu :

- Bagaimana membuat inovasi dimasapandemi dengan pola pemasaran yang efektif dan efisien berbasis media sosial dan e-commerce sehingga membantu meningkatkan daya jual.

1.3 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk memberikan kemudahan bagi pemilik dan melaksanakan kegiatan usaha karena terdampak situasi covid-19 dan sesuai dengan apa yang telah disusun sehingga dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

1.4 Manfaat PKPM

Manfaat dari hasil kegiatan PKPM adalah sebagai berikut :

1.4.1 Bagi Penulis

- a. Hasil dari penelitian dan kegiatan PKPM ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan, pengalaman, dan gambaran yang

jelas mengenai bagaimana pengembangan dan pengelolaan dasar dalam Usaha Kecil Menengah (UKM).

- b. Dapat menjadi sarana pembelajaran bagi mahasiswa dalam mengimplementasikan ilmu yang diharapkan dari kampus untuk salah satu UKM/UMKM di RT.02 Perumnas Bumi Way Urang Kelurahan Kalianda, Lampung Selatan.

1.4.2 Bagi UMKM Bakso Gardu Ibu Jasmita

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi UMKM Bakso Gardu Ibu Jasmita. Serta dapat menambah inovasi, mempermudah pemasaran, dan dapat meningkatkan volume penjualan UMKM Bakso Gardu Ibu Jasmita pada masa covid-19.

1.4.3 Bagi IIB Darmajaya

- a. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian IIB Darmajaya kepada masyarakat khususnya RT.02 Perumnas Bumi Way Urang Kelurahan Kalianda, Lampung Selatan.
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan literatur Mahasiswa yang akan membuat laporan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) berikutnya.

1.5 Demografi Perumnas Bumi Way Urang

Demografis atau ilmu kependudukan adalah ilmu yang mempelajari dinamika kependudukan manusia. Demografi meliputi ukuran, struktur, dan distribusi penduduk, serta bagaimana jumlah penduduk berubah setiap waktu akibat kelahiran, kematian, migrasi, serta penuaan.

1.5.1 Luas Wilayah Desa

Pemukiman : 46Ha

Sekolah : SDN 2 Way Urang

Pendidikan Anak Usia Dini

Fasilitas : Taman Perumahan

1.5.2 Orbitasi

- Jarak ke Ibu Kota Kecamatan 3km

- Lama Jarak Tempuh ke Ibukota Kecamatan 5 menit

- Jarak ke Ibukota Kabupaten 4km

- Lama Jarak Tempuh ke Ibukota Kabupaten 10 menit

- Jarak ke Ibukota Provinsi 59km

- Lama Jarak Tempuh ke Ibukota Provinsi 1 ½ jam

1.5.3 Kependudukan RT.02 Perumnas Bumi Way Urang Kalianda, Lampung Selatan

- Jumlah Penduduk terdapat 174 jiwa dengan jumlah:
 - Laki-Laki : 84 Jiwa
 - Perempuan : 90 Jiwa
- Jumlah penduduk menurut agama:

Islam	93%
Kristen	7%

Tabel 1.1 Persentase Agama Penduduk

- Jumlah penduduk menurut mata pencaharian

Mata pencaharian adalah keseluruhan kegiatan untuk mengeksplotasi dan memanfaatkan sumber-sumber daya yang ada pada lingkungan fisik, sosial dan budaya yang terwujud sebagai kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi (Mulyadi, 1993)

PNS	45%
Wirasaha	17%
Wiraswasta	19%
DII	19%

Tabel 1.2 Presentase Mata Pencaharian Penduduk

BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Temuan Masalah di Lokasi dan Rencana Kegiatan

2.1.1 Temuan Masalah

Dari hasil survei yang telah penulis lakukan di RT.02 Perumnas Bumi Way Urang Kelurahan Kalianda, Lampung Selatan ditemukan beberapa temuan masalah, sebagai berikut :

a. Temuan Masalah

- Kurangnya pemahaman atau penguasaan mengenai teknologi informasi.

b. Temuan Masalah pada UMKM

Salah satu yang menjadi perhatian penulis adalah UKM yang dimiliki oleh perorangan (individu). Terdapat 3 Usaha Kecil Menengah , yaitu : Usaha Jahit, Usaha Dagang Bakso/Mie ayam. Yang menjadi fokus penulis saat PKPM adalah untuk mengembangkan Usaha Bakso Gardu ibu Jasmita di RT.02 Perumnas Bumi Way Urang. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh Ibu Jasmita .:

- Produk belum memiliki identitas seperti logo atau *branding*.
- Minimnya pengembangan inovasi produk, sehingga produk kurang mengikuti perkembangan zaman.
- Berkurangnya pendapatan karena pandemi covid-19.

2.1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas penulis mengambil identifikasi masalah untuk UKM Bakso Gardu yang berada RT.02 Perumnas Bumi Way Urang Kelurahan Kalianda, Lampung Selatan, maka yang menjadi permasalahan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pembuatan logo atau *branding*?
2. Bagaimana memanfaatkan sosial media dan *e-commerce* untuk memasarkan produk?
3. Meningkatkan/stabil pendapatan pada pandemi covid-19?

2.1.3 Tujuan Program

Tujuan dari pembuatan program ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk memberikan kemudahan bagi pemilik UKM dalam melaksanakan kegiatan usaha agar lebih berkembang.
- b. Untuk membantu mengembangkan media promosi untuk UKM yang tidak hanya dipasarkan secara sederhana melainkan melalui media teknologi.
- c. Untuk memberikan inovasi produk, *branding*.

2.1.4 Manfaat Program

Manfaat dari pembuatan program adalah sebagai berikut :

- a. Diharapkan UKM di RT.02 Perumnas Bumi Way Urang dapat berkembang dengan pesat dan mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi.
- b. Diharapkan SDM yang ada di Desa Pekondoh mampu untuk bersaing di dunia bisnis.
- c. Diharapkan dengan adanya pemberian inovasi dari segi produk, *branding*, dan penemasan dapat meningkatkan penjualan produk.

2.1.5 Sasaran Produk

Sasaran objek program kegiatan ini ditujukan kepada Usaha Kecil Menengah (UKM) individu milik Ibu Jasmita dari RT.02 Perumnas Bumi Way Urang Kelurahan Kalianda, Lampung Selatan. Dipilihnya objek ini dikarenakan mendapat rekomendasi dari RT setempat (Bpk Mulyadi). Penulis berfokus kepada UKM karena tema PKPM tahun ajaran 2019-2020 ini Optimalisasi Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Ketahanan Masyarakat Selama Pandemi Covid-19.

2.1.6 Rencana Kegiatan

- a. Rencana kegiatan individu utama
 1. Rencana kegiatan individu pembuatan merk logo atau *branding* dan kemasan produk. Merk dan kemasan merupakan

bagian penting produk sebagai identitas dan media pemasaran tidak langsung, serta dapat menjadi nilai tambah bagi produk.

2. Rencana kegiatan individu melakukan pemasaran dan penjualan secara *online* melalui sosial media seperti Instagram. Sehingga bukan hanya masyarakat setempat saja yang mengetahui adanya produk Bakso Gardu, melainkan semua masyarakat luar dapat mengaksesnya.
3. Rencana kegiatan individu mendesain logo, membuat *website*, serta *e-commerce*. Sebagai media informasi dan media pemasaran bahwa terdapat Produk Bakso Gardu Rencana

Kegiatan Tambahan

1. Membantu posyandu yang diadakan bidan dari puskesmas ke beberapa rumah warga yang memiliki balita.
2. Membersihkan taman perumahan bersama pemudi dari RT.02 setempat.
3. Kunjungan ke tempat UKM yang dituju serta mempelajari permasalahan UKM dalam pandemi covid-19 saat ini.
4. Membersihkan tempat ibadah bersama beberapa pemudi ditempat.

2.2 Laporan Kegiatan Pengembangan Inovasi Produk

a. Pengembangan Inovasi Produk

Inovasi merupakan menciptakan suatu penemuan baru yang belum pernah ada atau mengembangkan yang sebelumnya sudah ada. Langkah ini merupakan hal pertama dalam membentuk UKM menjadi lebih maju dan lebih modern dalam masa pandemi covid ini. Untuk dapat memunculkan ide-ide baru penulis melihat berbagai sumber referensi yang nantinya akan menjadi tolak ukur penulis dalam produksi bakso daging. Setelah mencari referensi dalam pemasaran produk maka penulis memutuskan untuk memberikan inovasi dalam bentuk frozen jika di buat keluar kota serta inovasi bakso beranak karena memang di perumahan sekitar belum ada yang menjual bakso beranak yang sedang banyak diminati masyarakat.

b. Tolak Ukur Keberhasilan

Kegiatan ini dapat dikatakan berhasil apabila Bu Jasmita bersedia untuk mencoba mempraktekan dari referensi yang beliau dapat. Seperti saat penulis memberikan inovasi bakso beranak, terlihat beliau berantusias dan segera untuk mempraktekannya.

c. Bentuk Inovasi yang diberikan

Berikut ini adalah bentuk dari inovasi yang telah penulis berikan kepada Bu Jasmita. Setelah memberikan inovasi pembuatan bakso beranak serta penjualan bakso dalam bentuk frozen sehingga dapat dikirim ke kota-kota



Gambar 3.1 Bakso Kemasan Frozen



Gambar 3.2 Bakso Beranak

2.3 Laporan Kegiatan Pembuatan Merek dan Kemasan

a. Merek, Logo, dan Kemasan

Merek merupakan suatu identitas sebuah Usaha Kecil Menengah (UKM). Hal ini mencakup filosofi dari UKM, dan produk yang dihasilkan. Selain itu merek juga membedakan antara UKM satu dengan para pesaingnya. Tentunya merek-merek memberikan keuntungan dalam jangka panjang untuk sebuah Usaha Kecil Menengah. Dalam menamai produk penulis tentunya penulis meminta izin kepada Bu Jasmita selaku pemilik UKM Bakso Gardu, untuk dapat memberikan saran Merek untuk produknya.

Penulis memberikan usulan “SoGar”. Penulis pun menjelaskan apa maksud dari nama tersebut secara garis besar inti dari nama tersebut merupakan bakso gardu karena bakso milik Bu Jasmita ada didekat gardu.

Tidak hanya merek, penulis juga memberikan saran berupa logo dari merek tersebut. Logo merupakan salah satu komponen penunjang dari sebuah merek yang berbentuk representasi visual yang mudah dikenali sebagai nama, simbol dari merek dagang, atau dengan kata lain logo merupakan tanda tangan dari sebuah merek yang menjadi identitas pembeda dari para kompetitor. Sama dengan pemberian saran merek, penulis juga memberikan beberapa pilihan dari logo yang cocok dengan merek yang telah diberikan. Tentunya logo yang penulis berikan mempunyai filosofi yang sesuai dengan karakter UKM Bakso Gardu.

Kemudian dari segi kemasan, penulis memutuskan untuk memberi saran untuk memberikan kemasan yang sederhana.

b. Tolak Ukur Keberhasilan

Selain itu untuk pemberian merek atau logo dapat dikatakan berhasil apabila logo tersebut dapat melekat di benak konsumen sebagai *positioning*. Hal tersebut sangat penting untuk pemasaran dalam jangka panjang yang dapat membentuk citra merek dari produk Bakso

c. Bentuk Merek dan Logo yang Diberikan

Berikut ini merupakan tampilan dari merek yang penulis buat.



Gambar 3.3 Logo UKM Bakso Gardu

2.4 Laporan Kegiatan Pemasaran Digital

a. Sosial Media dan *E-commerce*

Sosial merupakan media online atau daring yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Hal itu menjadi landasan bagi penulis untuk memanfaatkan media tersebut sebagai media pemasaran yang dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen. Ada berbagai macam jenis media sosial di antaranya adalah *facebook*, *twitter*, dan *instagram*. Diantara ketiga media sosial tersebut penulis memutuskan untuk memilih *instagram* sebagai media pemasaran untuk UKM Bakso Gardu. Hal tersebut di karenakan pengguna *instagram* dari waktu ke waktu meningkat.

Untuk mempromosikan dan meningkatkan eksistensi produk UKM Bakso Gardu maka penulis memutuskan untuk membuat akun yang menunjang kegiatan tersebut. Terlebih dahulu penulis meminta izin kepada Bu Jasmita sebagai pemilik UKM untuk membuat akun *instagram* sebagai media promosi. penulis membuat *instagram* dengan nama akun “**sogar1004**”.

Selain media sosial, *e-commerce* juga menjadi pilihan penulis dalam meningkatkan penjualan. *E-commerce* merupakan kegiatan jual beli barang atau transmisi dana melalui jaringan elektronik, terutama internet. Di Indonesia jual beli barang melalui *e-commerce* merupakan hal yang sudah tidak biasa lagi bagi masyarakat Indonesia oleh karena itu *e-commerce* adalah sarana yang baik untuk melakukan jual beli barang secara daring. Untuk lebih meningkatkan penjualan penulis membuat akun Shopee sebagai sarana pemasaran digital.

b. Tolak Ukur Keberhasilan

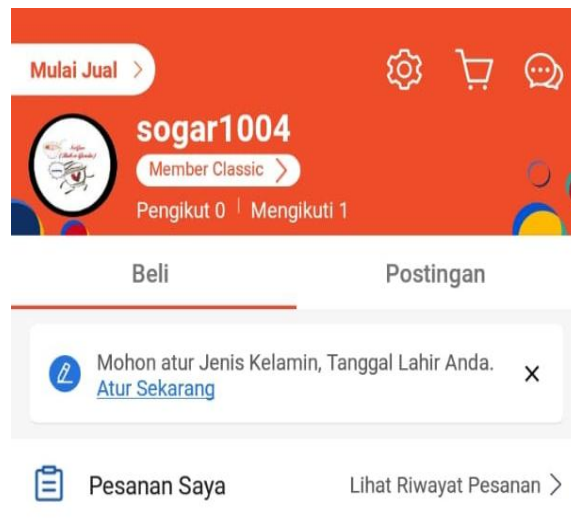
Sebuah media pemasaran, kegiatan ini dapat dikatakan berhasil apabila media tersebut memberikan dampak yang positif terhadap produk yang dipasarkan. Dalam hal ini, media sosial Instagram dapat dikatakan berhasil apabila dapat memikat para calon konsumen yang dapat menimbulkan rasa ingin tahu akan produk sehingga terdapat interaksi antara penjual dan calon pembeli. Dari segi *e-commerce*, dapat dikatakan berhasil apabila media tersebut dapat menimbulkan rangsangan untuk berbelanja produk yang penulis sediakan. Hal-hal tersebut tentunya tidak akan ada berjalan lancar tanpa adanya calon konsumen. Penjaringan calon konsumen dilakukan dengan cara mempromosikan barang dengan cara yang menarik.

c. Tampilan Instagram dan Shopee

Berikut ini merupakan tampilan dari Instagram dan Shopee yang dimiliki oleh UKM Bakso Gardu :



Gambar 3.4 Instagram SoGar



Gambar 3.5 Shopee SoGar

2.5 Cara Pembuatan Bakso

Produksi merupakan proses pengolahan bahan mentah menjadi barang jadi yang nantinya akan menambah nilai guna dari suatu barang. Berikut merupakan proses pembuatan Bakso Gardu.

- **Pembuatan Adonan Bakso**

Bahan yang disiapkan dari daging, tepung, yang sudah diolah dan menyiapkan isian bakso dari daging, telur dan juga sambal untuk membuat bakso beranak.



Gambar 3.6 Bahan Adonan Bakso

- **Melakukan pencetakan bakso besar**

Penyiapan adonan yang sudah dicampur rata di cetak kemangkok untuk menjadi lingkaran besar dan diisi beberapa isian bakso dan telur serta sambal



Gambar 3.7 Pencetakan Adonan



Gambar 3.8 Pengisian Bakso

- **Melakukan pemasakan/merebus Bakso**

Selanjutnya, adalah merebus bakso yang sudah diisi atau sudah jadi sehingga dapat di konsumsi dengan baik.



Gambar 3.9 Hasil dari Perebus Bakso

- **Penyajian Bakso yang dapat dikonsumsi**

Setelah bakso selesai direbus, proses selanjutnya adalah menyiapkan penyajian untuk di pasarkan atau diperjual belikan.



Gambar 3.10 Hasil Bakso Beranak



Gambar 3.11 Penyajian Bakso di tempat dagang

2.6 Laporan Kegiatan Pembuatan Website

a. Website

Website sebuah kumpulan dari halaman web yang saling berhubungan dan dapat diakses melalui halaman depan (home page) menggunakan sebuah browser dan juga jaringan internet. Website mempunyai fungsi sebagai media promosi, informasi, hiburan, dan pendidikan. Pembuatan website dalam kegiatan inovasi dan pengembangan UKM sangatlah bermanfaat sebagai media promosi mengenai produk yang dijual UKM dan juga sebagai media informasi mengenai UKM seperti alamat, kontak yang dapat dihubungi dan media sosialnya. Website dapat digunakan dan diakses semua orang tanpa harus mempunyai akun yang telah terdaftar terlebih dahulu seperti media social.

Website yang penulis buat menggunakan wix.com yang merupakan platform pembuatan website yang memberi kebebasan untuk membuat, mendesain, mengelola, dan mengembangkan website yang sesuai kita ingin kan. Website yang penulis buat penulis beri nama alamat situsnya. <https://yooel1004.wixsite.com/website> Dalam website ini penulis membuat informasi bakso yang dapat di beli pada Bakso Gardu dan informasi kontak. Website ini tidak hanya bias diakses melalui komputer yang terkoneksi internet namun juga dapat diakses melalui *smartphone* yang terkoneksi internet.

b. Tolak Ukur Keberhasilan

Kegiatan ini dikatakan berhasil apabila setelah pembuatan website ini memberikan banyak manfaat pada usaha Ibu Jasmita dengan meningkatnya jumlah konsumen yang tersebar di seluruh pelosok negeri yang didapatkan dari hasil penelusuran melalui mesin pencarian internet sehingga menemukan website UKM Bakso Gardu yang berisi informasi mengenai produk serta kontak yang dapat dihubungi untuk penjualan produknya.

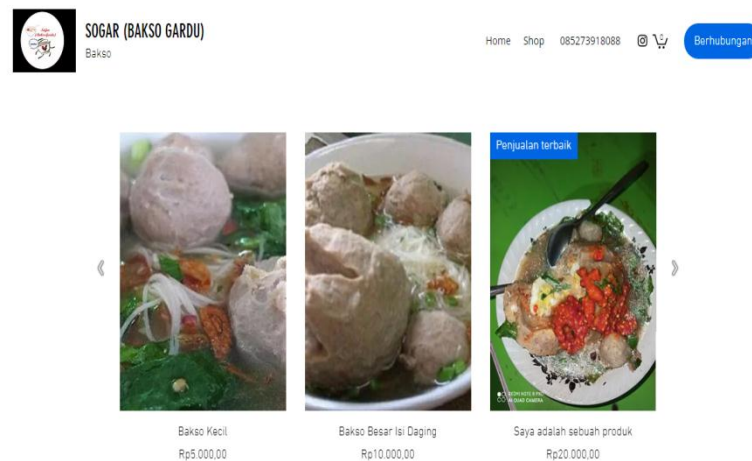
c. Tampilan Website

Berikut ini merupakan tampilan dari website yang dimiliki oleh UKM Bakso Gardu:

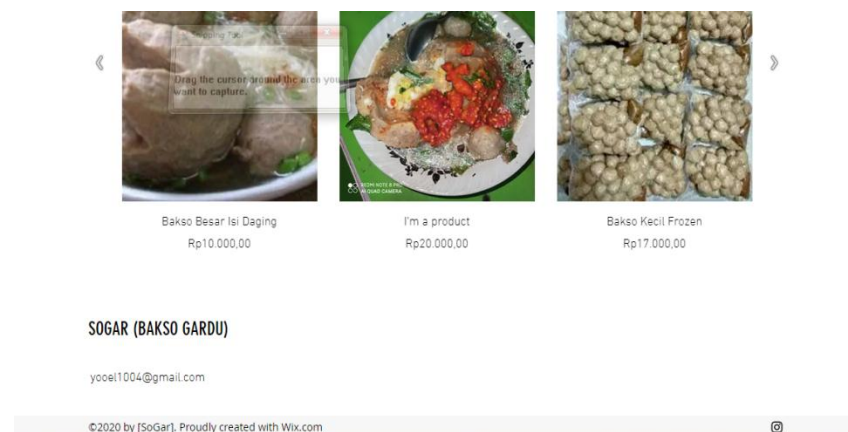
- Tampilan menu

Menu home berisi beranda website yang menampilkan berbagai produk bakso yang di perjual belikan.

Serta dapat mengklik tiap produk untuk mendapatkan informasi produk, juga tertera kontak nomor juga instagram yang disediakan bahkan e-mail pada bagian bawah website.



Gambar 3.12 Tampilan Menu atas pada website



Gambar 3.13 Tampilan bagian bawah website

2.7 Dampak Kegiatan

Di Perumnas Bumi Way Urang terdapat beberapa UKM (Usaha Kecil Menengah), salah satu yang penulis kunjungi adalah UKM Bakso Gardu milik Bu Jasmita yang terletak di Perumnas Bumi Way Urang. Penulis berencana untuk mengembangkan yang ada pada UKM yang nantinya diharapkan dapat memberikan suatu dampak yang positif untuk UKM tersebut. Terlebih dahulu

penulis mengidentifikasi keluhan kesah yang dirakan oleh Bu Jasmita dalam mengelola UKM Bakso Gardu dalam masa pandemi covid-19 ini yang cukup berpengaruh. Adapun keluhan kesah yang beliau sampaikan yaitu, pemasaran yang kurang, menurunnya pendapatan keuangan dalam masa pandemi ini. Dari permasalahan tersebut penulis berinisiatif untuk membantu Bu Jasmita untuk menjawab persoalan yang tengah dihadapi. Hal yang pertama penulis buat adalah perbaikan pemasaran yang merupakan ujung tombak dari kegiatan bisnis. Masih banyak kekurangan yang dihadapi dalam memasarkan produk maka dari itu penulis membuat beberapa alternatif untuk meningkatkan penjualan. Contoh dari kegiatan adalah pembuatan merek serta logo, hal ini perlu diperhatikan dengan cermat. Merek dan logo erat kaitannya dengan produk atau dengan kata lain komponen ini merupakan jantung dari produk. Karena kedua hal tersebut merupakan identitas dari produk Tas Tal Kur. Adapun dari segi pemasaran lainnya, yaitu dengan pembuatan media sosial dan web sebagai media promosi dari UKM Bakso Gardu. Media sosial yang penulis buat adalah Instagram menyusul e-commerce Shopee. Alasan yang mendasari penulis memilih keduanya adalah banyaknya pengguna yang menggunakan media tersebut. Untuk instagram sendiri merupakan media promosi dan penjualan yang sangat menjanjikan, hal ini disebabkan karena pengguna instagram umumnya usia muda yang tinggat aktif dalam instagram sangat tinggi. Dan hal tersebut menjadi tolak ukur penulis dalam segmentasi pasar. Selain media sosial e-commerce juga berperan sebagai media penjualan yang tidak terbatas. Hal itu dikarenakan kemudahan dalam berbelanja tanpa tatap muka. Web juga berperan sebagai sarana promosi untuk meningkatkan

penjualan. Hal itu disebabkan karena web mengandung informasi yang lengkap tentang produk yang dipasarkan. Tak hanya itu web juga langsung mengarah pada akun-akun yang telah UKM Bakso Gardu punya. Selama kegiatan penulis di UKM Bakso Gardu, Bu Jasmita sangat antusias mendiskusikan rancangan-rancangan untuk membuat UKM nya lebih maju lagi. Hal itu ditandai dengan umpan balik yang diberikan Bu Jasmita sebagai bentuk apresiasi yang diberikan karena telah berusaha memberikan hal yang terbaik yang penulis punya.

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Dari program-program yang telah penulis buat dapat ditarik kesimpulan bahwa produk yang menarik saja tidak cukup untuk dapat bertahan dipasaran. Pengembangan produk perlu dilakukan agar produk yang akan dipasaran menjadi daya tarik bagi konsumen apalagi pada masa pandemi covid-19 ini penjualan semakin menurun. Tak hanya itu pemberian merek dan pembuatan logo juga harus diperhatikan dalam pemasaran yang mana berguna sebagai identitas dari suatu produk. Hal tersebut merupakan bagian pemasaran jangka panjang untuk mendapatkan citra merek. Promosi juga penting sebagai sarana untuk memperkenalkan produk-produk yang kita miliki agar lebih banyak diketahui banyak kalangan. Ada banyak media promosi termasuk promosi lewat media sosial, atau bahkan media yang paling sederhana yaitu dari mulut kemulut yang dapat menaikkan penjualan.

Diharapkan dengan adanya kegiatan-kegiatan diatas, UKM Bakso Gardu dapat menerima dengan baik dan semua yang penulis berikan untuk UKM dapat diimplementasikan dalam jangka panjang dan diharapkan juga UKM ini dapat lebih memotivasi UKM lainnya.

3.2 Saran dan Rekomendasi

Adapun saran dan rekomendasi penulis untuk pihak-pihak yang terlibat :

3.2.1 Untuk UKM Bakso Gardu

Memperhatikan hasil analisis pembahasan dan kesimpulan diatas maka beberapa saran yang dapat diajukan yaitu :

- a. Harapan penulis semoga UKM Bakso Gardu dapat berkembang dan berjalan sebagaimana mestinya di Perumnas Bumi Way Urang.
- b. Proses pemasaran diharapkan dapat ditingkatkan kembali, misalnya dengan menguasai berbagai jenis pemasran yang telah dipraktekan sebelumnya agar tetap stabilnya pendapatan UKM pada pandemi covid-19.
- c. Semoga dengan kegiatan yang telah lakukan sebelumnya dapat meningkatkan perekonomian UKM yang terlibat.

3.2.2 Bagi Pemerintah

Memberikan banyak penyuluhan pada masyarakat agar dapat mengerti apa yang mereka harus lakukan untuk membangun perekonomian daerahnya sendiri, tak hanya itu diharapkan juga pemerintah dapat menumbuhkan jiwa *technopreneur* atau jiwa wirausaha dengan tekhnologi agar dapat lebih mandiri dan kreatif dalam mengembangkan usaha yang potensial. Dan yang tak kalah penting, diharapkan pemerintah juga memberikan dukungan moril dan materil khususnya pada masa pandemi covid-19 seperti saat ini.

3.2.3 Bagi Masyarakat

Setelah adanya kegiatan program PKPM ini diharapkan masyarakat dapat termotivasi dari kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan untuk berwirausaha secara aktif dan kreatif serta tetap melakukan sesuatu inovasi untuk meningkatkan ketahanan pada masa pandemi covid-19 sekarang ini.

3.2.4 Bagi Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Dalam melaksanakan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini sebaiknya perlu dilakukan kembali karena kegiatan ini memberikan nilai yang positif bagi mahasiswa/i dalam mengembangkan potensi diri, sehingga tercapainya empati dalam diri mahasiswa melalui program interaksi dan sosialisasi terhadap masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

Mulyadi, 1993. Sistem Akuntansi. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN

<https://id.wikipedia.org/wiki/Demografi#:~:text=Demografi%20atau%20ilmu%20kependudukan%20adalah,kematian%2C%20migrasi%2C%20serta%20penuaan.>
(26 Agustus 2020 12:37)