

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu Implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian masyarakat. Pengabdian merupakan suatu wujud nyata dari ilmu yang tertuang secara teoritis dibangku 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.

Tujuan utama adanya Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat adalah agar mahasiswa memperoleh pengalaman belajar yang berharga melalui keterlibatannya dalam masyarakat dan secara langsung dapat menemukan, mengidentifikasi, merumuskan serta memecahkan permasalahan dalam kehidupan bermasyarakat. Berdasarkan hal diatas, Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Darmajaya 2020 sebagai bentuk aplikasi keilmuan yang dimiliki mahasiswa terhadap masyarakat dalam mengembangkan kompetensinya, diharapkan sudah selayaknya siap untuk menghadapi tantangan yang sedang berkembang pada era globalisasi seperti sekarang ini.

Dalam program PKPM tahun ini Pasar Gintung adalah salah satu tempat yang menjadi pelaksanaan kegiatan PKPM tepatnya di Kecamatan Tanjung Karang Kota Bandar Lampung. Di dalam laporan ini mengerjakan secara individu. Di KP Pasar Gintung hanya satu UMKM BFC Chicken dan yang lainnya ada di bidang pertanian. UMKM berdiri sejak tahun 2018 dimana usaha tersebut

merupakan usaha yang dirintis oleh Bapak Anwar dan keluarganya. Kondisi UMKM sekarang cukup stabil yang sebelumnya menurun akibat masa pandemic Covid-19, masalah yang dihadapi UMKM karena kurangnya pasokan biji kopi yang dibatasi interaksi UMKM mengenai *social distancing*. Laporan berjudul **“PEMBERDAYAAN KARYAWAN UMKM BFC CHICKEN DI MASA BERAKHIRNYA PANDEMI COVID-19”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara melakukan pemberdayaan karyawan terhadap umkm?
2. Bagaimana pemberian logo pada kemasan?

1.3 Tujuan Dan Manfaat

Tujuan :

1. Untuk melakukan pemberdayaan karyawan agar selalu safety dalam melakukan proses produksi dengan cara mencuci tangan sebelum dan sesudah dalam melakukan proses produksi serta menggunakan masker.
2. Agar produk lebih dikenal jika memiliki logo dan kemasan terhadap UMKM di dalam kemasan, atau sebagai dikenal bentuk ciri khas UMKM.

Manfaat

1. Pemilik UMKM mendapatkan pengetahuan bagaimana cara yang baik dan benar dalam melakukan proses produksin serta memperluaskan penjualan dengan cara di bantu mahasiswa dalam proses produksi penjualan yang baik dan benar serta pembuatan kemasan dan logo.
2. Mahasiswa mendapatkan pengetahuan cara berwirausahawan yang baik dan benar.

a. Manfaat Bagi Mahasiswa

1. Menjadi bahan pembelajaran untuk menumbuhkan jiwa berwirausaha.
2. Mengimplementasikan yang didapat selama dibangku perkuliahan.

b. Manfaat Bagi UMKM

1. Untuk memperluas pasar atau lingkup penjualan.
2. Untuk menambah hubungan relasi antara mahasiswa dengan pemilik UMKM.

1.4 Mitra Terlibat

Dalam melaksanakan kegiatan PKPM ini kami berkerja sama dengan pemilik UMKM dan Pak RT selaku pembina.

BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program Program yang Dilaksanakan

Pada hari selasa tanggal 21-Juli-2020 saya melakukan survey di KP. Pasar Gintung saya bertemu dengan pak RT dan di izinkan, Setelah melakukan wawancara esoknya saya melakukan kegiatan di UMKM, setelah itu saya bertanya mengenai tentang UMKM dan proses produksinya. Saya berinovasi untuk membuat penjualan dalam kemasan. Membuat kemasan dan logo UMKM. Jenis ayam yang di gunakan ayam potong

- a. Stok Pasokan:** 6 potong ayam perharinya dan bahan bahan baku seperti tepung terigu dll
- b. Mitra:** UMKM berkerja sama dengan distributor yang sudah lama dan menjadi distributor lalu dipasarkan kepada penjual dan juga ke pengecer atau juga konsumen

2.2 Waktu Kegiatan

Hari: Senin - Rabu
Tanggal: 22 Juli - 10 Agustus 2020
Jam: 09.00-12.00
Tempat: KP. Pasar Gintung Kec. Tanjung Karang

Tabel 2.1 Jadwal Kegiatan PKPM

NO	HARI/TANGGAL	JENIS KEGIATAN	LOKASI	WAKTU
1.	Selasa 21-Juli-2020	Melakukan survey lokasi pkpm di pasar gantung	Tempat Produksi UMKM	09.00-11.00
2.	Rabu 22-Juli-2020	Melakukan wawancara kepada pemilik umkm	Tempat Produksi UMKM	09.00-11.00
3.	Senin 27-Juli-2020	Mengikuti proses produksi UMKM dengan karyawan	Tempat Produksi UMKM	09.00-10.00
4.	Rabu 29-Juli-2020	Pembelajaran pembuatan dari bahan mentah UMKM menjadi bahan jadi	Tempat Produksi UMKM	09.00-10.00
5.	Senin 03-Agustus-2020	Melakukan pengemasan penjualan UMKM	Tempat Produksi UMKM	09.00-10.00

2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi



Gambar 2.1: Booth BFC Chicken

I. Booth BFC Chicken

Sebagai tempat penjualan UMKM yang dimana tempat untuk melakukan penjualan dan pemesanan.



Gambar 2.2: Kemasan BFC Chicken

II. BFC Chicken Sesudah Menjadi Kemasan

Ayam potong yang diolah dari bahan bahan mentah seperti tepung terigu dan lainnya sehingga dikemas dan siap di jual belikan.



Gambar 2.3: Logo BFC Chicken

III. Logo BFC Chicken

Logo dibuat agar biji kopi UMKM agar konsumen dapat mengetahui daftar harga serta memilih menu yang sudah ada.

2.4 Dampak Kegiatan

Penjualan menjadi higienis serta meningkat akibat penjualan di sosial media atau ke sekitaran desa sehingga mempermudah konsumen untuk melakukan pembelian. Mahasiswa memberikan pengaruh dan melakukan pembelajaran saat sehingga penjualan menjadi stabil dan terarah seperti pada tiap tahunnya.

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

1. Mahasiswa melakukan inovasi terhadap UMKM dengan tujuan memulihkan proses produksi di pangsa pasar agar terarah dan stabil.
2. Mahasiswa mendapatkan pembelajaran (Pemberdayaan) tentang bagaimana proses UMKM dalam cara mengelola perusahaan serta melakukan produksi dengan benar dan baik.
3. Mahasiswa membantu kemasan dan pembuatan logo sehingga meningkatkan penjualan di social media ataupun secara langsung.

3.2 Saran

Kami menyarankan agar UMKM lebih berani dalam masuk pangsa pasar yang lebih besar dan luas dijual online karena covid-19 orang banyak belanja online dan menambahkan jenis minuman agar menambah daya penjualan.

3.3 Rekomendasi

Saya merekomendasikan agar UMKM menambahkan jenis minuman dan dijual di instagram. Sehingga mempermudah konsumen untuk melakukan pembelian tanpa langsung datang ke UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Buchari Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta.

Chan Jui Jan., Lin Tuong Long., Huang Stanley. *A study on the lifestyles of coffee consumer in Taiwan*

Daft, R. L. (2010), *Era Baru Manajemen*, Buku 2 Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.

LAMPIRAN



Gambar 2.1: Booth BFC Chicken



Gambar 2.2: Kemasan BFC Chicken



Gambar 2.3: Logo BFC Chicken