

**OPTIMALISASI TEKNOLOGI DAN INOVASI GULA AREN VARIASI
YANG TERKENA DAMPAK PANDEMI COVID 19 DI DESA TALANG
MULYA KEC TELUK PANDAN KAB PESAWARAN**

PRAKTEK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT(PKPM)



Disusun Oleh :

CLARA AGUSTIN (1712110068)

Dosen Pembimbing Lapangan: Dr Anuar Sanusi

**INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG**

TAHUN 2020

**HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN**

PRAKTEK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT (PKPM)

**OPTIMALISASI TEKNOLOGI DAN INOVASI GULA AREN VARIASI
YANG TERKENA DAMPAK PANDEMI COVID 19 DI DESA TALANG
MULYA KEC TELUK PANDAN KAB PESAWARAN**

OLEH:

CLARA AGUSTIN (1712110068)

Telah memenuhi syarat untuk diterima

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Dr Anuar Sanusi, SE.M.Si
NIK. 30010203



Pembimbing lapangan

Salim

Ketua jurusan manajemen



Aswin, S.E., MM
NIK 10190605

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL	iv
KATA PENGANTAR	v
 BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.1.1 RUMUSAN MASALAH.....	4
1.1.1.1 TUJUAN DAN MANFAAT.....	6
1.1.1.2 MITRA YANG TERLIBAT.....	8
 BAB II PELAKSANAAN PROGRAM	
2.1 PROGRAM-PROGRAM YANG DILAKSANAKAN.....	9
2.1.1 WAKTU KEGIATAN.....	31
2.1.1.1 HASIL KEGIATAN DAN DUKUMENTASI.....	31
2.1.1.1 DAMPAK KEGIATAN.....	37
 BAB III PENUTUP	
3.1 KESIMPULAN.....	38
3.1.1 SARAN.....	39
3.1.1 REKOMENDASI.....	40
 LAMPIRAN	
a. Form Observasi.....	41
b. Hasil Observasi.....	43
c. Proses Pemasakan Gula Aren.....	44

d. Hasil Pencetakan Gula Aren Variasi.....	45
e. Foto Menggunakan Banner PKPM Darmajaya.....	47
f. Menjelaskan Proses pembuatan Laporan Laba/Rugi Kepada UMKM.....	48
g. Proses Belajar Mengajar Di Desa Talang Mulya.....	49
h. Pemasangan poster Pencegahan Virus Covid 19 SD Negeri Desa Talang Mulya.....	50
i. Pemasangan Poster Pencegahan Covid 19 Kantor Kepala Desa Talang Mulya.....	51
j. Pemasangan Poster Pencegahan Covid 19 SMK Negeri Desa Talang Mulya.....	52
k. Pemasangan Poster Pencegahan Covid 19 Posyandu Desa Talang Mulya.....	53
l. Pemasangan Poster Pencegahan Covid 19 Di Musholla Desa Talang Mulya.....	54
m. Pembagian Masker Desa Talang Mulya.....	55
n. Denah Lokasi Desa Talang Mulya Kec. Tuluk Pandan Kab. Pesawaran.....	56

Daftar Pustaka

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Strategi Pemasaran Gula Aren Variasi melalui media sosial	11
Gambar 2.2 Desain Logo Pada Produk Gula Aren Variasi	18
Gambar 2.3 Proses pembuatan Editing Video untuk UMKM Gula Aren Variasi	25

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pembuatan Strategi Untuk Pemasaran Gula Aren Variasi.....	9
Tabel 2.2 Metode Model Bisnis (Aren Variasi) dalam UMKM Gula Aren Variasi.....	12
Tabel 2.3 Model Bisnis Aren Variasi Pada UMKM Gula Aren Variasi.....	13
Tabel 2.4 Inovasi Desain Logopada UMKM Gula Aren Variasi.....	17
Tabel 2.5 Perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) untuk UMKM Gula.....	20
Tabel 2.6 Biaya Bahan Baku.....	21
Tabel 2.7 Perhitungan Biaya Penolong.....	22
Tabel 2.8 Analisis Biaya Penolong.....	22
Tabel 2.9 Perhitungan Total Harga Penjualan.....	23
Tabel 2.10 Perhitungan laba rugi UMKM Gula Aren Variasi.....	23
Tabel 2.11 Pembuatan Editing Video untuk Produk UMKM Gula Aren Variasi.....	24
Tabel 2.12 PEMBUATAN INSTAGRAM UMKM GULA AREN VARIASI.....	25
Tabel 2.13 Pengenalan Penggunaan Sosial Media dan Instagram.....	28
Tabel 2.14 Tabel Waktu Kegiatan.....	31

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Laporan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat ini yang berjudul:

“OPTIMALISASI TEKNOLOGI DAN INOVASI GULA AREN VARIASI YANG TERKENA DAMPAK PANDEMI COVID 19 DI DESA TALANG MULYA KEC TELUK PANDAN KAB PESAWARAN”

Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan kepada sayaa dari awal kegiatan sampai selesai
2. Bapak dan Ibu beserta keluarga besar yang telah memberikan semangat, do’a dan motivasi kepada saya.
3. Bapak Ir. Firmansyah YA, M.B.A., M. Sc, selaku Rektor IIB Darmajaya
4. Bapak Dr anuar sanusi, selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) yang telah memberikan bimbingan, petunjuk serta saran-saran yang sangat berharga dalam kegiatan PKPM sampai penulisan laporan PKPM
5. Ibu Aswin, S.E., M.M, selaku Ketua Jurusan Manajemen IIB Darmajaya.
6. Bapak Salim, selaku Kepala Desa Talang Mulya beserta jajarannya
7. Bapak Arji selaku Ketua UMKM Gula Aren Variasi serta bapak-bapak anggota kelompok UMKM Gula Aren Variasi.
8. Segenap Masyarakat Desa Talang Mulya yang senantiasa mendukung setiap agenda kegiatan yang saya lakukan.

Saya menyadari, meskipun seluruh kemampuan telah dicurahkan untuk menyempurnakan baik isi maupun materinya, tetapi tentunya terdapat kekurangan-kekurangan. Hal ini

disebabkan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, namun kami mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun kepada laporan ini dan dapat disempurnakan di masa-masa yang akan datang.

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 Talang Mulya Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran yang memiliki UMKM Gula Aren yang sebelum adanya virus covid 19 UMKM ini masih stabil dalam penjualannya dan ada virus Covid 19 UMKM Gula aren mengalami penurunan penjualan yang biasanya oleh sebab itu dilakukannya optimalisasi teknologi sarana untuk mempermudah dalam proses penjualan yang sebelumnya dilakukan secara manual atau dari orang perorang dengan adanya Optimalisasi Teknologi Sarana penjualan dapat dilakukan

secara online melalui media sosial seperti Instagram dan inovasi gula aren variasi bertujuan untuk membedakan dengan gula aren pada umum dan menjadi suatu ciri khas Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) Gula Aren di Desa Talang Mulya dan dapat diingat oleh masyarakat sehingga menjadi daya tarik konsumen.

Manajemen (manajemen SDM, Manajemen keuangan, manajemen pemasaran dan manajemen produksi). Aspek Manajemen Produksi Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) Gula Aren dimana proses pembuatannya masih secara manual dan tradisional maupun dalam proses pembungkusan gula aren yang belum memiliki logo atau brand masih menggunakan daun pisang dan bambu maka dari itu dilakukan perubahan pembungkusan menggunakan plastik dan membuat logo untuk Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) Gula Aren sehingga memiliki brand dan ciri khas dengan yang lain sebagai UMKM yang akan berkembang juga penulis juga memperhatikan bagaimana manajemen laporan keuangan apakah sudah berjalan dengan baik dan jelas itu juga menjadi aspek yang harus diperhatikan.

Di Desa Talang Mulya Kec. Teluk Pandan Kab. Pesawaran selain Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) ada banyak potensi yang terdapat di desa, dari mulai Perkebunan, Wisata Air Terjun, Wisata Kebun Salak, Wisata Kebun Manggis, Wisata Kebun Durian dan Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) yang sedang berkembang dalam keadaan Virus Covid 19 ini adanya masyarakat yang kehilangan pekerjaan oleh sebab itu dengan mempelajari UMKM maka secara mandiri dapat membuka serta mendapatkan pekerjaan dan penghasilan oleh sebab itu Gula Aren Variasi dapat dipilih karena memungkinkan masyarakat dapat membantu dan ikut serta dalam mengembangkan UMKM ini karena sudah melakukan inovasi dan perbedaan dengan Gula Aren pada umum yang dilihat dari pencetakan gulanya sehingga dapat dikenal masyarakat lainnya

Jika potensi-potensi ini dapat dikenal keluar daerah desa Talang Mulya Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran dan diketahui banyak orang serta pengusaha-pengusaha, secara tidak langsung dapat berdampak positif dan dapat memajukan potensi daerah tersebut.

Ada Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) yang terdapat di Desa Talang Mulya yaitu “Gula Aren Variasi”. Gula Aren Variasi (UMKM) yang masih aktif dalam melakukan produksi, dilihat dari segi usaha kecil menengah Gula Aren Variasi dari bahan baku nira pohon aren yang di minati oleh masyarakat.

Begitu banyaknya masyarakat yang berminat untuk membeli Gula Aren Variasi dengan desain minimalis yang terkini. UMKM Gula Aren Variasi mempunyai beberapa kendala yaitu tentang kurangnya bahan baku air nira, pemasaran produk, karna di daerah ini dalam memproduksi Gula Aren Variasi harus menunggu air nira dari pohon aren tersebut dan dalam pemasarannya masih terbatas. Dan di Desa Talang Mulya ini yang masyarakatnya memproduksi Gula Aren Variasi masih dikerjakan secara individu. Target pemasaran hanya melalui mulut ke mulut dalam pemasaran usaha tersebut, dan produksi Gula Aren Variasi disesuaikan dengan jumlah bahan baku dari pohon Aren. Hal ini mengakibatkan belum maksimalnya pemasaran.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas Maka penulis berinisiatif untuk membentuk suatu Kelompok Usaha agar produk yang di jual bukan hanya Produk dari salah satu dari perorangan namun menjadi produk dari masyarakat Desa Talang Mulya serta melihat kurang maksimalnya pemasaran Gula Aren Variasi tersebut, maka mekanisme yang perlu dilakukan adalah melakukan inovasi dan membuat perancangan *E-Commerce* untuk pemasaran Gula Aren Variasi yang dirasa mampu mengatasi permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam pemasaran Gula Aren Variasi, serta diharapkan mampu meningkatkan kualitas penjualan dan pemasukkan bertambah bagi pemilik UMKM tersebut,

Dengan demikian Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) Gula Aren Variasi menjadi tantangan bagi penulis untuk mengabdikan diri kepada masyarakat dan dapat memperoleh pengalaman dan ilmu dari berbagai perbedaan dan persamaan antara teori dan praktek. Berdasarkan analisa di atas tersebut, penulis membuat Laporan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini dengan judul,

“ OPTIMALISASI TEKNOLOGI DAN INOVASI GULA AREN VARIASI YANG TERKENA DAMPAK PANDEMI COVID 19 DI DESA TALANG MULYA KEC. TELUK PANDAN KAB. PESAWARAN.”

hal itu menjadi tantangan bagi penulis untuk mengabdikan diri kepada masyarakat dan dapat memperoleh pengalaman dan ilmu dari berbagai perbedaan dan persamaan antara teori dan praktek. Berdasarkan analisa di atas tersebut, penulis membuat Laporan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini dengan judul.

1.1.1 RUMUSAN MASALAH:

Berdasarkan latar belakang di atas, saya merumuskan permasalahan yang ada dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana Inovasi produksi Gula Aren Variasi?
2. Bagaimana menentukan Harga Pokok Penjualan (HPP) dan membuat laporan laba/rugi?
3. Bagaimana metode marketing yang digunakan dalam pemasaran UMKM tersebut?
4. Bagaimana memperkenalkan teknologi kepada masyarakat terutama pemilik usaha Gula Aren Variasi?

Desa Talang Mulya merupakan desa yang masih dalam proses berkembang. Penduduknya yang mayoritas pekebun menjadi salah satu faktor yang menyebabkan sulitnya Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) untuk tumbuh dan berkembang. Minimnya pengetahuan tentang berwirausaha, serta pendidikan yang minim turut mempengaruhi lambatnya perkembangan ekonomi di Desa Talang Mulya, Setelah penulis melakuakn survey

dan mengamati UMKM yang ada di Desa Talang Mulya ada UMKM Gula Aren yang masih melakukan proses pembuatannya dan pencetakannya masih sama seperti gula aren pada umumnya dari bentuk dan kemasan masih menggunakan daun atau bambu maupun dalam aspek penjualan dan pemasarannya masih belum menggunakan online atau media sosial.

Berikut temuan masalah yang dapat saya simpulkan:

1. Kurang adanya inovasi dalam bentuk gula aren pada saat pencetakan produksi Gula Aren.
2. Kurangnya pemahaman pemilik Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) Gula Aren tentang media marketing atau pemasaran untuk mempromosikan produknya di era digital.
3. Kurangnya pemahaman pemilik usaha Gula Aren Variasi tentang perhitungan HPP dan Laba/Rugi.
4. Kurangnya kemampuan penguasaan teknologi dalam memasarkan produknya melalui teknologi digital atau media sosial.

Produksi merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan. Produksi tidak hanya terbatas pada pembuatannya saja tetapi juga penyimpanan, distribusi, pengangkutan, pengeceran, dan pengemasan kembali atau yang lainnya (*Millers dan Meiners, 2000*)

Kerangka pemecahan masalah:

Berdasarkan rumusan masalah dan temuan langkah awal yang harus dilakukan:

1. Mengembangkan Usaha Kecil Menengah (UMKM) yang sudah ada di Desa Talang Mulya, karena berdasarkan hasil survey yang dilakukan sebelumnya, Desa Talang Mulya sudah terdapat UMKM. UMKM di Desa Talang Mulya sudah berjalan namun masih adanya yang belum memiliki inovasi dan perbedaan produksinya pada umumnya. Inovasi yang kami berikan adalah bagaimana berinovasi dalam perubahan kemasan dan bentuk dari

Gula Aren agar menjadi sebuah hasil karya yang menjadikan suatu ciri khas hasil produksi gula aren di Desa Talang Mulya.

2. Melakukan pelatihan perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) dan perhitungan laba rugi kepada pemilik UMKM Gula Aren Variasi. Diharapkan dengan adanya sistem pembukuan sederhana ini, sekecil apapun laba yang diperoleh akan tetap terlihat dan dapat digunakan untuk perputaran modal.
3. Melakukan Pembuatan Media Marketing untuk produk yang sudah dihasilkan. Media marketing berguna untuk memasarkan produk yang sudah diciptakan kepada masyarakat tidak hanya masyarakat di Desa Talang Mulya namun masyarakat yang berada di luar Desa Talang Mulya. Media marketing yang akan dibuat adalah secara online yaitu melalui *Instagram, Facebook, dan Whatsapp Business*.
4. Pembuatan social media instagram, Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada UMKM Gula Aren Variasi Desa Talang Mulya belum memiliki Instagram yang berguna untuk mempromosikan potensi-potensi UMKM, setelah melakukan pembuatan instagram kegiatan yang akan dilakukan selanjutnya adalah melakukan pengenalan dan pemrosesan Instagram kepada pemilik UMKM Gula Aren Variasi

1.1.1.1 TUJUAN DAN MANFAAT PROGRAM:

Tujuan dari pembuatan program ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk membuat perbedaan produksi Gula Aren pada umumnya dari bentuk dan kemasan sehingga dapat mendukung maupun meningkatkan penjualan bagi pemilik UMKM dalam melaksanakan kegiatan usaha agar lebih berkembang.
2. Untuk memberikan ciri khas produk yang akan dipasarkan selain itu agar mempermudah konsumen mengenali produk.
3. Untuk membantu dalam penyusunan laporan keuangan sehingga lebih terstruktur.

4. Untuk membantu mempromosikan produk UMKM yang tidak hanya dipasarkan secara sederhana melainkan melalui media teknologi.
5. Untuk memberikan wawasan tentang dunia teknologi agar bisa beradaptasi di jaman yang canggih seperti sekarang.
6. Untuk meningkatkan layanan UMKM yang ada di Desa Talang Mulya kepada masyarakat melalui jaringan internet.
7. Untuk menciptakan wadah bagi pemilik-pemilik usaha Gula Aren Variasi agar mampu menunjukkan produk dari Desa Talang Mulya.

Manfaat dari pembuatan program ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan UMKM Gula Aren di Desa Talang Mulya dapat berkembang dengan pesat, dan akan muncul UMKM-UMKM baru lain yang mampu bersaing dengan UMKM yang lainnya dan menjadi suatu kebanggaan di Desa Talang Mulya.
2. Diharapkan produk yang dihasilkan menjadi suatu ciri khas yang dimiliki Desa Talang Mulya dan konsumen mengenali produk Gula Aren Variasi yang berbeda dengan Gula Aren pada umumnya yang akan dipasarkan.
3. Diharapkan laporan keuangan UMKM Gula Aren Variasi tercatat dengan jelas.
4. Diharapkan dapat membantu dalam memasarkan produk sehingga produk Gula Aren Variasi bisa tersebar di berbagai wilayah.
5. Diharapkan pemilik UMKM Gula Aren Variasi di Desa Talang Mulya dapat mengelola Teknologi *Instagram* dan Inovasi yang sudah dilakukan UMKM dan nantinya dapat dimasukkan kedalam media sosial *Instagram* Desa ini sebagai media komunikasi dan informasi dengan masyarakat luas.

1.1.1.2 MITRA YANG TERLIBAT:

Mitra yang terlibat dalam program kegiatan ini, yaitu:

1. Ditujukan pada Pemilik UMKM Gula Aren Variasi yang ada di Desa Talang Mulya. Alasan dipilihnya objek ini adalah karena Pemilik (UMKM) Gula Aren Variasi merupakan UMKM yang sudah ada namun masih memerlukan inovasi pada hasil produksi, kemasan serta pemasaran produk menggunakan *WhatsApp bisnis* dan *Instagram*
2. Selain itu, sasaran konsumen atau mitra yang pengguna Gula Aren Variasi ini dapat digunakan di cafe – café maupun ditempat minuman obat herbal yang memerlukan Gula Aren untuk pendamping minuman, ditujukan pada Pemilik UMKM, alasan dipilihnya objek ini adalah karena aktivitas keuangan Pemilik UMKM Gula Aren Variasi masih terbilang cukup rendah sehingga dapat meningkatkan penghasilan.

BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 PROGRAM-PROGRAM YANG DILAKSANAKAN

Pembuatan strategi untuk pemasaran Gula Aren Variasi

Rencana Kegiatan	Kegiatan	Tujuan Kegiatan	Penyelesaian	Keterangan
Membuat Strategi Pemasaran Yang Sesuai Untuk UMKM Desa Terutama Untuk Gula Aren Variasi	Membuat bentuk Gula Aren berVariasi yang berbeda dan Membuat Media sosial untuk penjual dan promosi Gula Aren Variasi	Agar Meningkatkan Penjualan Dan Promosi Brand UMKM Gula Aren Variasi Serta Meningkatkan Minat Konsumen Terhadap Produk Gula Aren Variasi	7 Hari	Terlaksana

(Tabel 2.1 Pembuatan Strategi Untuk Pemasaran Gula Aren Variasi)

Strategi Pemasaran adalah upaya memasarkan sebuah produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi meningkat dan dapat dikenal dipasaran.

Strategi pemasaran menurut, *Kotler dan Amstrong Menurut Kotler dan Amstrong 2008*, pengertian Strategi Pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen.

Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran, perusahaan mengkombinasikan empat variabel yang sangat mendukung didalam menentukan strategi pemasaran, kombinasi keempat variabel di kenal dengan istilah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*).

1. *Product*, Setiap UMKM harus bisa menentukan produk yang dapat menjadi andalan dan bagaimana cara bagaimana mengembangkan produk andalannya tersebut. Misalnya menambah disign produk, warna produk. Hal yang paling penting dan harus dijaga adalah kualitas dari produk andalan dan inovasi produk. Produk Gula Aren Variasi yang berada di Desa Talang Mulya ini yang di buat oleh kelompok usaha dan Mahasiswa PKPM UMKM Gula Aren Variasi merupakan UMKM yang sudah dapat membuat perbedaan dan menjadi produk Gula Aren yang memiliki ciri khasnya dikarenakan telah menciptakan satu inovasi baru dalam usaha Gula Aren dengan menciptakan bentuk yang berbeda pada umumnya di Desa Talang Mulya, karena hasil produksinya banyak diminati banyak orang sehingga konsumennya mencapai keluar Kabupaten Pesawaran.
2. *Price*, Penentuan produk sangat menentukan dalam kesuksesan proses penjualan, penetapan harga sangat berpengaruh terhadap penjualan maupun pemasaran produk yang ditawarkan. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa. Untuk harga di Gula Aren Variasi ini dijual dari harga Rp. 20.000. – 25.000 Per setiap 250gram untuk Gula Aren Variasi.
3. *Place*, Dalam strategi pemasaran, adanya pemilihan tempat atau lokasi usaha yang strategis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. UMKM Gula Aren Variasi yang dikelola oleh Kelompok Usaha dan Mahasiswa PKPM ini bertempat di Desa Talang Mulya Kec.Teluk Pandan Kab.Pesawaran.
4. *Promotion*, Kegiatan promosi bisnis merupakan bagian dari strategi pemasaran yang sangat dibutuhkan sebuah usaha, baik usaha kecil maupun usaha yang sudah berkembang besar. Promosi sering digunakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan permintaan atau penjualan barang dan jasa yang ditawarkan, sehingga meningkatkan laba yang

diperoleh. Untuk pemasaran Gula Aren Variasi semut ini kita memanfaatkan media sosial seperti, *WhatsApp*, *Instagram* yang saat ini masih ramai digunakan oleh masyarakat dan bisa untuk media promosi suatu produk atau jasa.

Berikut Hasil Pemanfaat Media Sosial instagram dalam mempromosikan Gula Aren Variasi di Desa Talang Mulya.



(Gambar 2.1 Strategi Pemasaran Gula Aren Variasi melalui media sosial)

Strategi Diffrensiasi Produk

Differensiasi produk adalah cara perusahaan atau produsen memenangkan persaingan atas pemasaran produknya dengan cara membuatnya berbeda dari bentuk yang bervariasi sehingga konsumen tertarik untuk membelinya dengan produk sejenis dari pesaing dengan memberikan model bentuk Gula Aren dan design dari produknya sendiri.

Menurut Kotler, differensiasi produk dapat didefinisikan sebagai tindakan untuk menetapkan kumpulan perbedaan-perbedaan yang mempunyai nilai guna membedakan penawaran produsen dari pesaingnya. Dari pernyataan ini dapat diambil kesimpulan bahwa

ada 2 hal yang harus menjadi fokus perhatian dalam differensiasi produk, yaitu:

1. Model dari Gula Aren Variasi menjadi komponen penting dari pembuatan Gula Aren Variasi karena menjadi salah satu daya tarik konsumen.
2. Nilai tambah yang ada di Gula Aren Variasi ini yaitu bentuknya yang unik misalnya: Gula Aren Variasi.

Dalam diferensiasi ini produsen menetapkan perbedaan produknya berdasarkan fisik, ada beberapa unsur dalam melakukan diferensiasi produk yaitu UMKM Gula Aren Variasi ini mempunyai harga yang terjangkau dan kualitas yang bagus, serta dapat membuat konsumen tertarik dengan hasil produk yang di produksi oleh UMKM Gula Aren Variasi ini.

Metode Model Bisnis (Aren Variasi) dalam UMKM Gula Aren Variasi

Rencana Kegiatan	Tujuan Kegiatan	Penyelesaian	Keterangan
Membuat model bisnis lebih modern, guna menarik konsumen untuk tertarik dengan hasil produk.	Agar lebih memperluas pemasaran dan menarik peminat Gula Aren Variasi Desa Talang Mulya	3 Hari	Terlaksana

(Tabel 2.2 Metode Model Bisnis (Aren Variasi) dalam UMKM Gula Aren Variasi)

Model bisnis Gula Aren Variasi pada dasarnya digunakan untuk merintis sebuah bisnis baru, ditujukan agar usaha atau bisnis yang akan dijalankan dapat sesuai dengan keinginan pemilik usaha baik dari segi pemasaran, jumlah produksi, biaya yang digunakan baik dari

biaya bahan baku maupun biaya bahan mentah dan biaya petani Gula Aren Variasi maupun pendapatan yang dihasilkan dari usaha atau bisnis yang dijalankan.

UMKM Gula Aren Variasi merupakan salah satu Gula Aren Variasi yang baru dikembangkan di Desa Talang Mulya, bahkan Gula Aren Variasi talang mulya kami jadikan sebuah peluang usaha oleh UMKM Gula Aren Variasi di Desa Talang Mulya. UMKM Gula Aren Variasi adalah salah satu UMKM yang baru dibentuk karena sebelumnya masih dikerjakan secara perorangan di karnakan bahan baku yang cukup sulit nira aren yang sudah tidak lagi keluar tetapi sebagian petani masih ada yang bisa produksi Gula Aren Variasi karena para petani ada beberapa saja yang sudah tidak aktif lagi oleh karna itu dibentuklah suatu organisasi di desa talang mulya khususnya untuk para penggiat Gula Aren Variasi agar dapat bekerja sama dengan semua penggiat Gula Aren Variasi di Desa Talang Mulya ini dengan inovasi yang telah di lakukan.

Key Partner	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segment	Key Resources	Channels	Cost Structures
Caffee Toko	produksi packing dan penjualan produksi berupa pesanan	melayani produk melalui pesanan memaksimalkan waktu produksi menjaga kualitas produk hingga ditangan konsumen pengemasan yang steril dan higienis	melayani konsumen dengan cara yang baik dan sopan dengan proses pelayanan yang cepat serta tidak mengecewakan	semua kalangan (remaja, orang dewasa, IRT/pekerja)	Produksi Kompresor, Air Nira Aren dan alat Sederhana	dengan menggunakan media sosial : whatsapp, instagram serta contact person yang dapat dihubungi Revenue stream Dengan penjualan aren variasi baik langsung maupun ketika dititipkan	produksi bahan baku aren, pengelolaan, packing, serta penjualan keuntungan

(Tabel 2.3 Model Bisnis Aren Variasi Pada UMKM Gula Aren Variasi)

Model Bisnis Aren Kita yang digunakan pada UMKM Gula Aren Variasi di Desa Talang Mulya seperti yang telah dijabarkan pada bagan diatas, berikut uraian model bisnis Gula Aren Variasi yang digunakan:

1. **Customer Segment:** Segmen dari produk ini adalah semua kalangan baik untuk remaja, ibu rumah tangga dan pekerja. Hal ini menunjukkan bahwa produk UMKM Gula Aren Variasi dapat dikonsumsi untuk segala usia.
2. **Value Proposition:** UMKM Gula Aren Variasi lebih berfokus pada proses pelayanan serta memberikan produk yang berkualitas untuk konsumen dengan waktu yang tepat sehingga konsumen puas akan pelayanan yang diberikan oleh UMKM Gula Aren Variasi.
3. **Channels:** Dalam UMKM Gula Aren Variasi juga memanfaatkan teknologi yang mudah digunakan oleh para pengurus dari UMKM Gula Aren Variasi yaitu dengan menggunakan Media Sosial seperti, Instagram, WhatsApp dan dengan menggunakan nomor telepon sebagai penghubung antar konsumen dengan produsen UMKM Gula Aren Variasi.
4. **Customer Relationship:** Customer Relationship yang dibangun dalam UMKM Gula Aren Variasi adalah dengan memberikan tanggapan yang cepat terhadap pemesanan konsumen baik secara langsung maupun melalui Media Sosial yang digunakan, hal ini bertujuan agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan ketika ingin bertanya maupun ketika ingin membeli Gula Aren Variasi.
5. **Revenue Streams:** Pendapatan yang dihasilkan semata mata berdasarkan penjualan UMKM Gula Aren Variasi selama masa aktif produksi, hal ini dapat dipastikan karena pendapatan utama dari UMKM Gula Aren Variasi telah dipasarkan baik dalam lingkungan Desa maupun diluar Desa.
6. **Key Resource:** Kunci inti dalam proses produksi dari UMKM Gula Aren Variasi pada dasarnya memiliki kebutuhan seperti proses Pengelolaan gula pada umumnya.

7. **Key Partners:** Partner dalam proses produksi dari UMKM Gula Aren Variasi antara lain adalah para Penggiat Gula Aren Variasi, yang mana merupakan partner utama dalam pembuatan Produk Aren Kita.
8. **Key Activities:** Kegiatan Inti dari UMKM Gula Aren Variasi adalah melakukan penjualan Gula Aren Variasi kepada para konsumen yang telah mengetahui keberadaan dari UMKM Gula Aren Variasi, selain itu dengan pengembangan kemasan yang menambah minat konsumen dalam pembelian menjadi kegiatan untuk menginovasikan kemasan serta merk dari UMKM Gula Aren Variasi sendiri, UMKM Gula Aren Variasi juga melayani pemesanan dalam jumlah besar sesuai dengan keinginan konsumen.
9. **Cost Structure;** Biaya yang dikeluarkan selama proses produksi Gula Aren Variasi selain nira aren yang digunakan adalah biaya untuk bahan baku kemasan.

Masalah Dan Solusi Pada Model Bisnis Gula Aren Variasi

1. Masalah

Saat ini UMKM yang berada didesa – desa masih melakukan penjualan dan promosi produknya masih secara tradisional dari mulut ke mulut atau dari cerita dari kerabat sehingga penjualan dan promosi produk UMKM akan kalah bersaing dengan yang sudah menggunakan atau memanfaatkan teknologi dan masih UMKM yang belum menggunakan teknologi di era digital ini apalagi dengan keadaan Virus Covid 19 ini orang banyak membeli keperluan secara online sehingga penjualannya belum maksimal bisa dikatakan relative rendah.

1. Dampak dari belum optimalnya teknologi sehingga ada kesulitan dalam menentukan Harga Pokok Penjualan (HPP) dan membuat laporan laba/rugi?
2. Bagaimana metode marketing yang digunakan dalam pemasaran UMKM tersebut?
3. Bagaimana memperkenalkan teknologi kepada masyarakat terutama pemilik usaha Gula Aren Variasi?

Seperti yang telah dijabarkan diatas, dapat disimpulkan bahwa masalah inti UMKM Gula Aren Variasi adalah pada Channels atau media yang digunakan untuk mempermudah baik konsumen maupun pengurus dari UMKM Gula Aren Variasi dalam proses promosi dan penjualan secara luas dengan menggunakan media sosial, namun pada kenyataan dilapangan adalah banyak dari pengurus yang kurang mengerti dalam mengoperasikan media sosial dengan baik sehingga tidak banyak dari pengurus yang dapat mengelola akun media sosial walau pada sebenarnya hanya Admin yang merupakan perwakilan dari pengurus UMKM Gula Aren Variasi yang dapat mengelola akun media sosial guna mempermudah hubungan antar konsumen dengan produsen.

2. Solusi

Dikarenakan banyaknya dari para pengurus yang belum dapat mengoperasikan media sosial dengan baik, kami selaku mahasiswa membantu dengan membuat akun media sosial yang dapat digunakan dengan baik oleh para pangurus baik admin yang dipercaya maupun beberapa pengurus lainnya, setelah dibuatkan akun media sosial kami memberikan Username serta password dari akun media sosial yang telah dibuatkan agar dapat digunakan sebagai sarana promosi produk UMKM Gula Aren Variasi secara luas sehingga dapat meningkatkan penjualan dari UMKM Gula Aren Variasi secara berkala, dan mendapatkan masukan serta kritik dari para konsumen sehingga UMKM Gula Aren Variasi dapat berkembang menjadi UMKM yang lebih baik lagi serta memiliki produk yang berkualitas dan terpercaya dimata konsumen.

Dalam model bisnis Gula Aren Variasi diatas dapat dilihat bahwa UMKM Gula Aren Variasi memiliki tujuan agar pengurus dari UMKM Gula Aren Variasi dapat mengetahui dengan jelas aktifitas serta biaya yang diperlukan dalam menjalankan usaha UMKM Gula Aren Variasi ini, selain itu agar dapat memperluas jangkauan produksi serta meningkatkan kualitas produk pada UMKM Gula Aren Variasi.

Diharapkan dengan adanya Model Bisnis Gula Aren Variasi ini UMKM Gula Aren Variasi dapat berjalan secara terstruktur serta sesuai dengan harapan dari pengurus UMKM Gula Aren Variasi.

Setelah dilakukan penerapan model bisnis Gula Aren Variasi untuk produk UMKM Gula Aren Variasi Talang Mulya hasil survei menunjukkan bahwa pengurus, sehingga mampu meningkatkan kualitas serta kuantitas para pengurus dalam menjalankan usaha UMKM Gula Aren Variasi di Desa Talang Mulya.

Membuat Inovasi Desain Logo pada UMKM Gula Aren Variasi

Rencana kegiatan	Tujuan kegiatan	penyelesaian	Keterangan
Membuat Logo untuk UMKM Gula Aren Variasi	Agar masyarakat luas lebih mengenal Produk dan meningkatkan daya tarik konsumen dengan konsep Konten yang menarik untuk mengembangkan Produk Gula Aren Variasi.	3 hari	Terlaksana

(Tabel 2.4 Inovasi Desain Logopada UMKM Gula Aren Variasi)

Metode Pelaksanaan:

1. Desain Logo Produk

Logo merupakan suatu gambar atau sekedar seketsa yang memiliki arti tertentu yang mewakili arti sebuah produk. Logo harus memiliki filosofi dan kerangka dasar berupa konsep dengan tujuan melahirkan sifat yang berdiri sendiri atau mandiri logo lebih lazim dikenal oleh penglihatan atau visual. Seperti ciri khas berupa warna dan bentuk logo tersebut.

Pembuatan Desain Logo pada UMKM Gula Aren Variasi adalah faktor penting dalam kegiatan pemasaran, yang bertujuan untuk menawarkan dan memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh produsen dan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen dengan bertujuan untuk mengembangkan produk Gula Aren Variasi itu

sendiri. *Desain Logo* juga dipandang dapat menaikkan gengsi atau status seorang pembeli. Dalam pembuatan *Desain Logopun* harus memperhatikan hal-hal, seperti: sederhana dan ringkas, mengandung keaslian, mudah dibaca atau di ucapkan, mudah diingat, tidak sulit digambarkan, dan tidak mengandung konotasi yang negatif.

Dengan adanya desainLogo Produk juga bisa dijadikan sebagai sarana untuk alat promosi dan dengan hanya melihat nama dari Logo Produk kita sudah bisa mengetahui asal dari produk tersebut. Desain Logo Produk yang baik juga dapat menarik konsumen untuk membeli sebuah produk dari UMKM Gula Aren Variasi itu sendiri.

Dengan diberikan Inovasi Desain Logo pada Produk Gula Aren Variasi harapannya agar hasil penjualan dapat lebih meningkat dari sebelumnya.



(Gambar 2.2 Desain Logo Pada Produk Gula Aren Variasi)

Hal Yang Harus Diperhatikan Dalam Membuat Logo

1. Warna

Pemilihan warna yang tepat menjadi salah satu hal yang begitu krusial saat anda membuat logo. Sebab jika warna yang anda pilih adalah warna yang salah, maka bisa jadi pesan serta emosi yang ingin anda sampaikan kepada masyarakat menjadi rancu dan kacau. Warna yang dipilih untuk logo sebaiknya warna yang mudah diingat dan sederhana. Pemilihan warna yang sederhana juga bisa menghemat biaya produksi anda dalam pembuatan logo.

2. Bentuk

Yang harus diperhatikan bentuk logo yang ingin didesain. Sebab setiap bentuk logo baik lurus, bundar, siku, dan lain sebagainya bisa mempunyai arti tersendiri

3. Selera

Saat anda menentukan pembuatan logo, anda juga harus mengingat selera setiap orang adalah berbeda dan sangat subjektif. Selain itu, anda juga harus memperhatikan keseimbangan dengan mencari tahu atau menemukan seberapa baik logo yang telah dibuat. Anda bisa mencoba dengan memutar atau membolak-balikkan logo tersebut untuk menemukan kemungkinan lain yang bisa menjadikan logo lebih berkembang.

4. Opini

Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) Gula Aren masih memproduksi dan membuat gula aren dengan bentuk yang pada umumnya sehingga adanya pendapat dari penulis untuk membuat suatu produk yang baru dengan bentuk dan memiliki logo atau brand yang berbeda dari gula aren pada umumnya di dalam pembuatan produk maupun logo, maka tidak ada yang salah untuk menanyakan kritik, pandangan, serta masukan dari orang lain. Karena dengan hal tersebut, kita bisa lebih mengembangkan kreativitas serta bisa memenuhi selera pemesan. Logo itu dapat diibaratkan sebagai wajah, Setiap orang dapat dengan mudah mengenali satu sama lain hanya dengan cara melihat wajah mereka. Begitu pula dengan logo. Logo menjadi

visi penyampaian citra positif lewat tampilan sederhana yang hadir dalam bentuk simbol. Karena fungsi dasar logo adalah sebagai identitas, maka pembuatan logo harus unik dan mudah diingat.

Perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) untuk UMKM Gula

No.	Rencana kegiatan	Tujuan kegiatan	penyelesaian	Keterangan
1	Membuat perhitungan harga pokok produksi Gula Aren Variasi	Agar pemilik mengetahui besaran dana yang dikeluarkan dalam memproduksi Gula Aren Variasi	7 hari	Terlaksana
2	Membuat perhitungan harga pokok produksi Gula Aren Variasi	Agar pemilik mengetahui besaran dana yang dikeluarkan dalam memproduksi Gula Aren Variasi	7 hari	Terlaksana

(Tabel 2.5 Perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) untuk UMKM Gula)

Harga pokok produksi

Harga Pokok Produksi adalah penjumlahan seluruh pengorbanan sumber ekonomi yang digunakan untuk mengubah bahan baku menjadi produk. Perhitungan Harga pokok Produk dapat digunakan untuk menentukan harga jual yang akan diberikan kepada pelanggan sesuai dengan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi.

Komponen biaya harga pokok produksi

Biaya produksi terdiri dari dua yakni biaya komersial dan biaya manufaktur, biaya manufaktur adalah biaya pabrik yakni jumlah dari elemen-elemen biaya diantaranya Biaya bahan baku.

Dari penjelasan disamping ‘biaya bahan baku’ disebut juga biaya utama. Sedangkan biaya komersial adalah biaya yang timbul atau yang terjadi dikarenakan kegiatan diluar dari proses produksi seperti biaya pemasaran dan biaya administrasi umum.

Penjelasan Mengenai Biaya Bahan Baku:

a. Biaya Bahan Baku

Terjadi karena adanya pemakaian bahan baku. Biaya bahan baku merupakan harga pokok bahan baku yang dipakai dalam produksi untuk membuat barang atau produk, biasanya 100% bahan baku merupakan masuk dalam produk yang telah jadi.

No.	Bahan baku	Harga bahan baku	Harga bahan baku perset
1	Kayu	Rp. 15.000 X 1 ikat	Rp. 15.000
2	Gula Aren Variasi	Rp. 2 toros x Rp. 25.000	Rp. 50.000
	Total biaya bahan baku		Rp. 65.000

(Tabel 2.6 Biaya bahan baku)

b. Analisis Biaya Bahan Baku:

Dari tabel di atas terdapat perhitungan bahan baku pada UMKM Gula Aren Variasi yang menjadi bahan baku langsung dalam pembuatan Gula Aren Variasi, adalah kayu dan Gula Aren Variasi. Kayu tersebut digunakan untuk mengolah air nira menjadi Gula Aren Variasi. Di beli dalam jumlah ikatan dan harga 1 ikat kayu Rp. 15.000/ikat, sedangkan Gula Aren Variasi dihitung per toros dengan harga kisaran Rp. 25.000 – Rp. 30.000 dan Gula Aren Variasi perliter dengan kisaran Rp. 15.000 – Rp. 30.000 sehingga bahan baku terhitung Rp. 80.000,- /set Gula Aren Variasi dengan ukuran 250 Gram dan 250 ml.

Perhitungan Biaya Penolong

No.	Bahan baku	Harga bahan baku	Harga bahan baku perset
1	Sticker	1 lembar x Rp. 8000	Rp. 80.000
2	Kemasan/plastic	1pcs 25 kemasan x Rp. 62.500	Rp. 62.500
	Total biaya bahan baku Penolong		Rp. 142.500

(Tabel 2.7 Perhitungan Biaya Penolong)

Analisis Biaya Penolong:

Dari tabel di atas dapat diketahui terdapat biaya penolong sebesar Rp. 144.500

Total biaya operasional.

No.	Jenis biaya operasional	Biaya
1	Biaya bahan baku	Rp. 65.000
2	Biaya penolong	Rp. 90.500
	Total biaya operasional	Rp. 155.500

(Tabel 2.8 Perhitungan Total Biaya Operasional)

Jadi, untuk setiap pembuatan satu set Gula Aren Variasi yang sudah jadi dan siap dikirim, harga pokok produksi yang dibutuhkan sebesar Rp. 155.500 **Harga pokok produksi: Rp. 155.500**

Harga penjualan

Jenis harga penjualan	Biaya (RP)
Gula Aren Variasi per kemasan 250 gram	Rp. 25.000
Total harga penjualan	Rp. 25.000

(Tabel 2.9 Perhitungan Total Harga Penjualan)

Jadi, untuk setiap penjualan satu set Gula Aren Variasi yang sudah jadi dan siap dikirim, sebesar Rp. 25.000

Perhitungan laba rugi UMKM Gula Aren Variasi

No.	Pendapatan	Biaya-biaya
1	Kayu	Rp. 15.000
2	Gula Aren Variasi	Rp. 25.000
3	Sticker	Rp. 8.000
4	Kemasan plastik	Rp. 62.500
	Total biaya-biaya	Rp. 135.500
	Laba bersih	Rp. 29.500

(Tabel 2.10 Perhitungan laba rugi UMKM Gula Aren Variasi)

Laporan Laba Rugi UMKM Gula Aren Variasi

Pembukuan sederhana seperti diatas diharapkan mampu menjadi dasar untuk mengetahui besaran pengeluaran dana dalam sekali produksi dan besaran laba yang dapat diterima dalam sekali produksi tersebut dan menjadi tolak ukur perkembangan UMKM Gula Aren Variasi.

Pembuatan Editing Video untuk Produk UMKM Gula Aren Variasi

Rencana kegiatan	Tujuan kegiatan	Penyelesaian	Keterangan
Membuat Editing Video untuk UMKM Gula Aren Variasi	Membuat video yang menarik dengan konsep yang menarik untuk mengembangkan Produk Gula Aren Variasi.	5 hari	Terlaksana

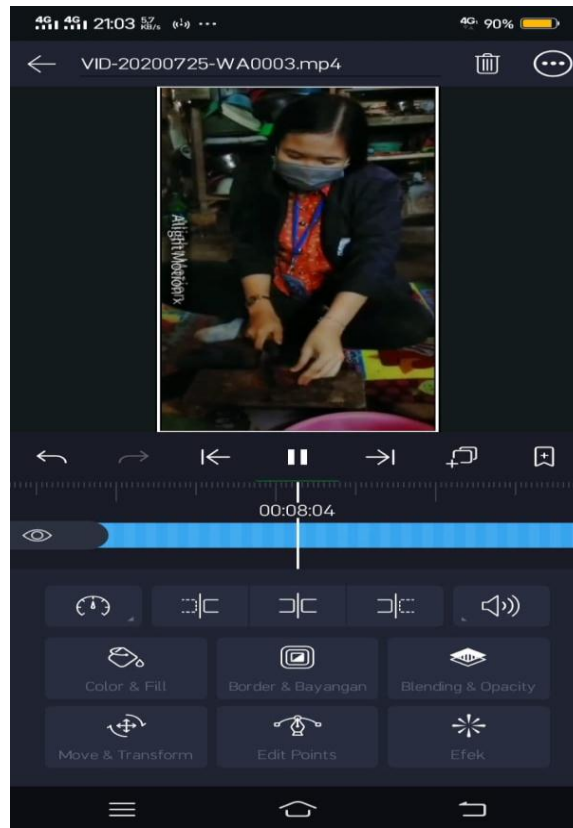
(Tabel 2.11 Pembuatan Editing Video untuk Produk UMKM Gula Aren Variasi)

Editing Video

Video adalah suatu informasi yang ditampilkan dalam sebuah gambar bergerak sehingga lebih mudah untuk dapat dimengerti secara cepat dan memperlihatkan informasi UMKM. Video sendiri didasari oleh adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Sebab karena itu di jaman perkembangan teknologi informasi komunikasi yang begitu cepat ini sangat di perlukan suatu video profil UKM untuk mempermudah dalam menyebarkan informasi dari suatu UKM guna memperkenalkan produk yang dibuat kepada masyarakat luas.

Persiapan Membuat Editing Video

Dalam proses pembuatan video ada beberapa hal yang harus dipersiapkan mulai dari media pengambilan gambar dan video dalam hal ini kami menggunakan kamera Hp Iphone 7+ sebagai media pengambil gambar, software editing video yaitu Adobe Premier 2020.



(Gambar 2.3 Proses pembuatan Editing Video untuk UMKM Gula Aren Variasi)

Tujuan Pembuatan Video

Tujuan dari pembuatan video UMKM ini sendiri adalah untuk memperkenalkan UMKM Gula Aren Variasi kepada masyarakat di sosial media, sasaran yang ingin dicapai yaitu para pengguna sosial media seperti di, Instagram, Whatsapp dan lain-lain.

Pembuatan Instagram Umkm Gula Aren Variasi

Rencana kegiatan	Tujuan	Penyelesaian	Keterangan
Membuat Instgram UMKM Gula Aren Variasi Desa Talang Mulya	Untuk memudahkan pemasaran melalui teknologi yang tersedia	7 hari	Terlaksana

(Tabel 2.12 PEMBUATAN INSTAGRAM UMKM GULA AREN VARIASI)

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan aktivitas berjejaring lainnya.

Instagram adalah jejaring sosial yang lahir dari sebuah perusahaan bernama Burbn, Inc. yang berdiri pada 6 Oktober 2010. Perusahaan ini didirikan *oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger* yang saat ini menjadi CEO dari Instagram.

Instagram adalah aplikasi media sosial berbasis Android untuk smartphone, IOS untuk iPhone, Blackberry, Windows Phone dan sekarang juga dapat dijalankan di komputer atau PC Anda. Namun, ketika digunakan pada komputer, ini tidak sepenuhnya identik dengan ponsel Anda. Secara umum menggunakan Instagram untuk berbagi foto atau video. Prinsip ini cenderung berbeda dari aplikasi media sosial lainnya di mana penggunaan kata-kata atau status publik berada di garis depan. Seperti halnya aplikasi media sosial lainnya, Anda dapat menemukan banyak teman di Instagram menggunakan istilah Follow. Dengan begitu banyak pengikut, akun Anda sudah memiliki banyak teman. Interaksi dapat dilakukan dengan suka atau komentar bersama ke posting atau teman Anda. Anda juga dapat menggunakan pesan atau pesan langsung (DM). InstaStory yang paling populer saat ini adalah dalam bentuk berbagi kegiatan langsung atau video langsung.

Instagram juga bisa disebut dengan media sosial yang dicintai oleh banyak orang. Penggunaannya sangat beragam, mulai dari anak-anak hingga orang tua. Dari siswa hingga pebisnis. Media sosial, yang berfokus pada platform foto dan video, menjadi semakin populer hingga dapat dibandingkan dengan Facebook dan Twitter.

Instagram berasal dari kata “instan” atau “insta”, seperti kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan “foto instan” (Pengertian instagram, 2012, dalam <http://id.wikipedia.org/wiki/instagram>, diakses pada tanggal 04 Januari 2016). Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Begitu pula dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari kata “instan-telegram” (Putri, 2013:14).

Fungsi Instagram:

1. Interaksi antara pengguna instagram

Ini tentunya merupakan fungsi utama dari setiap aplikasi media sosial. Sebelumnya dinyatakan bahwa interaksi spesifik Instagram dapat melalui berbagi foto atau video dan mengirim pesan (DM). Ada juga fitur perekaman langsung atau fitur Insta Story yang populer, yang memungkinkan untuk berbagi kegiatan mereka melalui video langsung sambil berinteraksi dengan teman-teman yang menontonnya.

2. Rekomendasi tempat hiburan

Tidak dapat dipungkiri bahwa sebagian besar foto atau video yang dibagikan di Instagram memberikan informasi dan keindahan tujuan wisata. Semua orang menginginkan perjalanan liburan yang diambil dalam foto atau video dan kemudian dibagikan di Instagram. Bagi teman atau pengguna lain, ini tentu merupakan keuntungan, karena mereka bisa mengenal keindahan tempat wisata, tanpa harus mencari di internet.

3. Mencari dan berbagi informasi atau ilmu pengetahuan

Tentu saja, di antara banyak pengguna Instagram, Anda akan menemukan akun non-pribadi / pribadi dengan informasi atau keahlian di bidang tertentu. Contohnya termasuk akun yang

berbagi informasi kesehatan, informasi tujuan wisata, informasi yang jelas atau misterius, dan sebagainya. Menggunakan video juga dapat digunakan untuk berbagi tutorial, meskipun waktunya terbatas. Tentu saja, ini bisa menjadi nilai positif dalam dirinya sendiri jika Anda menggunakan Instagram.

4. Sebagai sarana pemasaran

Pada saat ini, ada banyak pelaku bisnis atau penjual produk / layanan yang mulai menggunakan pemasaran online, Tidak hanya di situs web resmi Anda dapat menggunakan media sosial Dan dengan semakin populernya Instagram, tentu saja menawarkan keuntungan tersendiri ketika produk atau layanan dipasarkan di sini, serta fitur penerbitan foto yang dapat dengan jelas menggambarkan produk yang Akan di tawarkan.

Pengenalan Penggunaan Sosial Media dan instagram Kelompok Usaha UMKM Gula Aren Variasi.

Rencana Kegiatan	Tujuan Kegiatan	Penyelesaian	Keterangan
pengenalan Fungsi dan penggunaan Instagram dan media sosial kepada administrator UMKM Gula Aren Variasi.	Agar dapat menggunakan media sosial dan Instagram yang telah dibuat. Dan dapat membuat konten yang menarik sebagai bahan penunjang Produksi produk.	3 hari	Terlaksana

(Tabel 2.13 Pengenalan Penggunaan Sosial Media dan Instagram)

Dewasa ini banyak sekali media sosial bermunculan dengan berbagai fitur yang bisa di manfaatkan untuk sarana berpromosi. Promosi bisa dilakukan melalui jejaring sosial yang mampu menghapus jarak dan waktu. Oleh karena itu penggunaan media sosial seperti instagram, whatsapp, facebook, sebagai sarana promosi produk semakin gencar

dilakukan. Sudah selanjutnya bagi para pengusaha untuk memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk menarik perhatian para konsumen.

Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang di seluruh dunia.

P.N. Howard dan M.R Parks (2012) – Media sosial adalah media yang terdiri atas tiga bagian, yaitu : Infrastruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media, Isi media dapat berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk-produk budaya yang berbentuk digital, Kemudian yang memproduksi dan mengkonsumsi isi media dalam bentuk digital adalah individu, organisasi, dan industri.

Penulis dapat mengambil kesimpulan dari para ahli bahwa Media sosial merupakan salah satu dari sistem komunikasi. Maka dari itu, ada beberapa fungsi media sosial jika dikaitkan dengan system komunikasi, antara lain:

1. Administrasi

Media sosial dapat digunakan untuk mengorganisasikan profil UMKM Gula Aren Variasi dalam jaringan sosial yang relevan dan relatif dimana posisi pasar anda sekarang. Dengan membentuk sebuah media sosial, masyarakat dapat dengan mudah menemukan UMKM dan segala jenis bentuk administratifnya.

2. Mendengarkan Dan Belajar

Melalui media sosial, UMKM dapat mendengarkan dan belajar dari apa yang ada di media tersebut. Informasi dari media sosial membuat UMKM tahu mengenai apa yang pasar inginkan dan bagaimana memuaskan mereka. Informasi yang relevan dapat membantu UMKM untuk mencapai visi dan misi mereka.

3. Berpikir Dan Perencanaan

Dengan melihat tahap 1 dan 2 apa yang akan organisasi lakukan untuk memuaskan pasar, maka organisasi bisa berpikir dan menetapkan perencanaan berkomunikasi ke pasar. Bagaimana teknologi sosial dapat meningkatkan efisiensi operasional hubungan pasar.

4. Pengukuran

Setelah melihat langkah 1-3, UMKM dapat memiliki pengetahuan dan data yang relevan dengan pasar. Dari data tersebut, perusahaan dapat mengukur dan dapat menetapkan langkah-langkah efektif untuk mengukur apakah metode yang digunakan adalah metode yang terbaik.

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Pada UMKM

Perubahan yang pesat dalam dunia digital dan sumber informasi yang tersedia melalui jaringan komputer dan internet, telah menyebabkan perubahandalam pemasaran tradisional dan persepsi konsumen (*Sweeney, 2005*), (*Jefry Romdonny, Maskarto Lucky Nara Rosmadi IKRAITH EKONIMIKA VOL 1 NO 2 Bulan November 2018*)

Penggunaan media sosial pada UMKM memberikan manfaat di antaranya sebagai sarana kontak personal dengan konsumen, bermanfaat sebagai sarana promosi/advetising, mendata kebutuhan konsumen, menyampaikan respon ke konsumen dan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis. Di samping itu, media sosial juga bermanfaat sebagai forum diskusi online, memantau pelanggan secara online, survei pelanggan, mendata kebutuhan penyalur, mendata kebutuhan pemasok serta untuk menampilkan galeri produk.

Penggunaan media sosial secara tepat akan menarik para pengusaha untuk mempromosikan produk-produknya dengan berbagai fitur yang menarik, sehingga lebih terlihat menarik jika dibuatkan suatu konten dan esensi editing yang menarik. Sehingga daya tarik konsumen yang melihat promosi produk di media sosial akan menaruh daya beli konsumen.

Penggunaan media sosial di era big data ini seakan menjadikan kebutuhan pokok yang keberadaannya sangat dicari banyak orang. Bagaimana tidak, satu menit saja seseorang tidak

menggunakan *aplikasi*, maka masyarakat yang sebelumnya belum mengenal Gula Aren Variasi akan mengetahui informasi tentang Gula Aren Variasi tersebut. Data yang telah terkumpul kemudian akan menjadi bahan untuk membuat informasi pada *instagram tersebut*. Realisasi pemecahan masalah dalam kegiatan PKPM ini dilakukan dengan mengadakan kegiatan dan inventarisasi hasil serta dampak berupa:

1. Melakukan observasi pada UMKM Gula Aren Variasi yang akan dikembangkan meliputi dari mencari bahan baku dan mempelajari, mengamati proses pembuatan gula aren.
2. Melakukan peninjauan UMKM Gula Aren Variasi sejauh mana perkembangan Gula Aren yang sebelumnya menggunakan produk yang pencetakannya pada umumnya dengan Gula Aren yang sudah memiliki bentuk bervariasi.
3. Mengumpulkan data-data tentang UMKM Gula Aren Variasi tersebut.
4. Dengan dilakukannya promosi melalui *instagram*, adanya masyarakat diluar daerah dapat melihat dan mengenal produksi Gula Aren Variasi yang ada di Desa Talang Mulya dan dapat membeli Gula Aren tanpa harus datang ketempat melainkan secara online via komunikasi melalui nomor Handphone yang sudah dicantumkan didalam logo yang bertujuan agar orang-orang yang belum mengetahui UMKM Gula Aren Variasi tersebut mulai mengetahui adanya UMKM Gula Aren Variasi, sehingga daya minat masyarakat akan produk UMKM Gula Aren Variasi semakin meningkat dan di kenal oleh masyarakat luas.
5. Setelah adanya pembuatan *Insagram* Penjualan Gula Aren Variasi lebih meningkat, karena pembeli dan peminatnya bukan di dalam daerah saja, melainkan di luar daerah, sehingga pemasukan atau penghasilan UMKM Gula Aren Variasi lebih tinggi.

Pembahasan model bisnis

Tahap ini adalah dimana dengan era saat ini yang sudah serba teknologi dan online maka yang tepat untuk menjalankan kegiatan usaha pada UMKM Gula Aren Variasi ini

adalah melakukan usaha dengan model bisnis secara online maupun offline atau berjualan ditempat sehingga nantinya dapat meminimalisir kesalahan dimasa-masa yang akan datang.

Pembahasan Pembuatan Logo

Tahap ini adalah tahap dimana sebuah produk telah memiliki nama Merk/Brand.

Membuat logo brand merupakan langkah yang tidak boleh tertinggal karena dengan adanya nama merk yang disertai logo akan membuat tampilan produk lebih menarik dan mudah diingat oleh konsumen.

Pembahasan perhitungan laba atau rugi

Pelatihan perhitungan harga jual dan laba kotor yang kami laksanakan menggunakan perhitungan yang sederhana sehingga UMKM Gula Aren Variasi dapat mudah memahaminya, sebelum melaksanakan perhitungan kami terlebih dahulu menjelaskan mengenai pengertian dan tujuannya perhitungan harga pokok produksi, keuntungan, penjualan dll.

Pembahasan Video Editing

Pembuatan video ini dilakukan untuk dokumentasi PKPM IIB Darmajaya kelompok 10, didalam laporan video terdapat banyak kegiatan yang mahasiswa lakukan selama PKPM. Kegiatan Desa Talang Mulya yang dilakukan mahasiswa di foto dan video sebagai bentuk dokumentasi yaitu dari kegiatan pengenalan komputer di SMP Satap 11 Pesawaran, pembuatan logo, pengembangan UMKM, pemasaran produk, pembuatan HPP, Pembelajaran Kepada anak-anak di Dusun 3 Umbul Lapang Setiap Harinya, dan kegiatan lain-lain yang menyangkut kegiatan PKPM mahasiswa, sehingga dokumentasi dibuat menjadi video kegiatan mahasiswa PKPM IIB Darmajaya.

Pembahasan pembuatan *instagram*

Pada kemajuan teknologi saat ini maka sebuah usaha apapun sangat membutuhkan sentuhan teknologi untuk memperkenalkan produk-produk mereka kepada orang banyak.

Maka UMKM Gula Aren Variasi dirasa tepat untuk dibuatkan Instagram sebagai media penunjang penjualan maupun promosi produknya.

Pembahasan pengenalan media sosial instagram

Penjelasan mengenai media sosial *Instagram* UMKM Gula Aren Variasi ini dirasa belum memahami fungsi dan cara menggunakan sosial media, sehingga dirasa perlu untuk diperkenalkan kepada administrator agar dapat mengelola dan mempromosikan setiap kegiatan yang ada di UMKM Gula Aren Variasi.

- **Rencana Kegiatan Individu Pembuatan Strategi Pemasaran untuk Produk UMKM Gula Aren Variasi.**

Rencana kegiatan ini yaitu mengembangkan produk dan minat konsumen terhadap UMKM Gula Aren Variasi. Membuat strategi pemasaran yang sesuai untuk UMKM Desa terutama untuk Gula Aren Variasi, agar meningkatkannilai jual pada produk Gula Aren Variasi.

- **Rencana Kegiatan Individu Membuat Model Bisnis Aren Kita Pada UMKM Gula**

Rencana kegiatan ini yaitu untuk memberikan pengetahuan kepada anggota Kelompok Usaha untuk memiliki kemampuan dalam menentukan model bisnis yang akan dijalankan, sehingga nantinya ketika terbentuknya suatu Kelompok Usaha sudah memiliki model bisnis yang tepat untuk menjalankan usaha Gula Aren Variasi ini.

- **Rencana Kegiatan Individu Pembuatan Media Marketing untuk produk Gula Aren Variasi**

Rencana kegiatan individu pembuatan media marketing untuk produk UMKM Gula Aren Variasi rencana ini yaitu membantu dalam memasarkan produk UMKM Gula Aren Variasi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi agar lebih dikenal masyarakat. Kegiatan ini memanfaatkan Media Sosial untuk memasarkan produknya.

- **Rencana Kegiatan Individu Pelatihan Sederhana Perhitungan Harga Pokok Penjualan (hpp) untuk umkm Gula Aren Variasi**

Rencana kegiatan ini yaitu membantu dalam membuat penyusunan laporan keuangan yang meliputi Harga Pokok Penjualan (HPP), laba/rugi, dan pemberian kartu stock sehingga laporan keuangan UMKM menjadi rapi dan jelas.

- **Rencana kegiatan individu Video Editing.**

Rencana Kegiatan ini bertujuan untuk melakukan dokumentasi kegiatan di UMKM, sehingga nantinya dapat di promosikan di Media Sosial agar masyarakat luar tertarik dengan produk UMKM Gula Aren Variasi.

- **Rencana Kegiatan Individu Pembuatan instagram Kelompok Usaha UMKM Gula Aren Variasi.**

Rencana kegiatan ini yaitu pembuatan Instagram untuk Kelompok Usaha UMKM serta pelatihan dan pengenalan Instagram ke Anggota Kelompok UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu UMKM Gula Aren Variasi agar semua kegiatan yang terdapat di Kelompok Usaha UMKM dapat diketahui masyarakat luas dan dapat menjadi tempat untuk mempromosikan produk dan potensi Desa Talang Mulya

- **Rencana Kegiatan Individu Pelatihan Penggenalan Sosial Media instagram Kelompok Usaha UMKM Gula Aren Variasi.**

Rencana kegiatan ini yaitu memberikan pelatihan kepada administrator Kelompok Usaha UMKM agar dapat menggunakan Teknologi yang ada, untuk meningkatkan pengetahuan bagi administrator Kelompok Usaha UMKM Gula Aren Variasi di bidang Teknologi Komputerisasi.

Kegiatan Pencegahan dan Penanggulangan Covid 19 Di Desa Talang Mulya

Covid adalah: penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona yang baru baru ini ditemukan dengan adanya virus covid 19 ini dapat membuat seluruh warga khususnya di desa

talang mulya kec teluk pandan kab terkena dampak sangat buruk. karena virus tersebut merupakan virus yang dapat menyebabkan infeksi saluran pernafasan seperti pilek, demam, batuk maka dari itu disini saya melakukan program kerja pengabdian masyarakat dengan kegiatan penempelan poster dan pembagian masker untuk warga desa talang mulya kec teluk pandan kab pesawaran agar dapat terhindar dari virus covid 19. Dengan adanya poster tersebut itu dapat membuat masyarakat mengetahui informasi pengetahuan apa yang harus di cegah di situasi seperti ini penyakit ini juga membawa pengaruh besar terhadap penghasilan warga desa talang mulya kec teluk pandan kab pesawaran khususnya di umkm dikarenakan warga tidak bisa beraktivitas keluar rumah, harus tetap jaga jarak dan hindari kerumunan. karena bagaimanapun sebagai warga harus mentaati peraturan pemerintah yang ada Maka dari saya juga menjalankan program kerja pengabdian masyarakat di umkm gula ini karena agar dapat meningkatkan penghasilan serta penjualan di pandemi covid 19 dengan berjualan online di sosial media.

a). Penempelan Poster Pencegahan Covid 19 Di Desa Talang Mulya

Dengan adanya wabah covid 19 ini yang melanda seluruh kalangan masyarakat saya juga melukan sosialisasi covig 19 dengan memasang poster pencegahan Covid 19 di SD Negeri, SMK Negeri, Musholla, Posyandu, dan Kantor Kepala Desa yang berada di Desa Talang Mulya.

b). Pembagian Masker Di Desa Talang Mulya

Pembagian masker adalah salah satu protocol Kesehatan yang diterapkan oleh pemerintah untuk mencengah penularan virus Covid 19 oleh sebab itu saya melakukan program kerja pembagian masker ke masyarakat Desa Talang mulya untuk mengurangi dampaj terpaparnya virus 19.

c). Kegiatan pembelajaran ngajar mengajaradek adek desa talang mulya

Setelah melihat dan mengamati lingkungan Desa Talang Mulya adanya kelompok belajar bersama yang dilakuakn disuatu rumah sehingga saya berpartisipasi ikut serta untuk mengajar dan mensosialisaikan pencengan virus Covid 19 kepada anak – anak.

2.1.1.2 DAMPAK KEGIATAN:

- a. Meningkatkan jiwa kewirausahaan bagi masyarakat di Desa Talang Mulya di era pandemi covid 19 ini.
- b. Memberdayakan usaha kecil menengah, membantu perekonomian masyarakat dan terbukanya peluang usaha.
- c. Memberikan inspirasi bagi masyarakat dalam upaya memanfaatkan potensi-potensi usaha yang terdapat di Desa Talang Mulya.
- d. Dengan adanya Kelompok Usaha di Desa Talang Mulya, diharapkan ke depan dapat menyerap tenaga kerja dan menumbuhkan inovasi bagi masyarakat di sekitar pemilik usaha.
- e. Dengan adanya sosial media instagram UMKM diharapkan dapat memberikan informasi tentang Gula Aren Variasi sehingga masyarakat dapat mengetahui potensi – potensi yang ada di Desa Talang Mulya.

BAB III

PENUTUP

3.1 KESIMPULAN

Masyarakat sangat antusias dalam membantu program kerja Mahasiswi PKPM IBI Darmajaya 2020 yang dibuktikan dengan tujuan melakukan optimalisasi dan inovasi pada suatu UMKM yang bersedia memberi kesempatan kepada penulis untuk menjalankan program kerja yang bertujuan untuk melakukan perubahan dari proses produksi, pencetakan, membuat suatu logo, media sosial dan menjelaskan Laporan laba atau rugi menggunakan teknologi berbasis komputer kepada UMKM Gula Aren Variasi selain itu kesediaan waktu dan keaktifan masyarakat untuk turut berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh Mahasiswa PKPM IBI Darmajaya 2020 Berdasarkan serangkaian kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) IBI Darmajaya 2020 di Desa Talang Mulya, Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan yaitu:

a. Inovasi Pengolahan Hasil Produksi UMKM Gula Aren Variasi

Program ini membantu masyarakat Desa Talang Mulya yang memiliki UMKM Gula Aren Variasi untuk melakukan inovasi model, desain dan bentuk produk inovasi ini dapat dijadikan daya tarik kosumen di era pandemic covid 19.

b. Inovasi Pemberian Logo untuk produk Gula Aren Variasi.

Program ini bertujuan agar produk yang dihasilkan menjadi suatu ciri khas Desa Talang Mulya sebagai pelopor pembuatan Gula Aren Variasi yang memiliki desain dan model yang menarik.

c. Inovasi Pembuatan Media Marketing

Dengan adanya program ini, diharapkan UMKM Gula Aren Variasi dapat mengetahui betapa pentingnya pemasaran yang baik untuk suatu produk. Media Marketing dibuat dengan memanfaatkan teknologi dan media sosial dengan tujuan agar produk Gula Aren Variasi dipasarkan lebih luas.

d. Pelatihan Perhitungan Sederhana HPP dan Laba/Rugi UMKM Gula Aren Variasi.

Kegiatan ini membantu UMKM Gula Aren Variasi dalam perhitungan HPP dan laba/rugi secara sederhana sehingga UMKM telah memiliki laporan keuangan yang bisa terus dipakai untuk memantau keuntungan setiap produksi dan dapat terdata dengan jelas.

e. Pembuatan sosial media instagram UMKM

Dengan adanya pembuatan instagram UMKM ini, UMKM Gula Aren Variasi Talang Mulya dapat memasarkan potensi yang ada dan instagram UMKM ini juga dapat diakses oleh siapapun sehingga tidak menutup kemungkinan akan ada *stakeholder* yang tertarik oleh potensi Desa Talang Mulya

3.1.1 Saran

Setelah melaksanakan seluruh kegiatan PKPM IBI Darmajaya 2020, selanjutnya dapat memberikan masukan dan saran yang bertujuan untuk memberikan informasi demi kebaikan seluruh masyarakat di Desa Talang Mulya, Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran, yaitu:

1. Kerjasama dalam pelaksanaan seluruh kegiatan yang terjalin antara Penggiat Gula Aren Variasi dan masyarakat Desa dengan Mahasiswa PKPM IBI Darmajaya 2020 selama ini untuk dapat ditindaklanjuti dan dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat setempat.

2. Dengan semakin berkemabangnya teknologi UMKM dapat mengikuti perkembangan teknologi untuk meningkatkan usaha mereka yang ada di masyarakat untuk menambah pengetahuan dan keterampilan masyarakat
3. peningkatan dan kesesuaian pengelolaan sarana dan prasarana internal desa untuk lebih mengoptimalkan fungsi-fungsinya sehingga masyarakat dapat menikmati dengan baik dan memanfaatkannya untuk kesejahteraan desa.

Karena Desa Talang Mulya ini memiliki rencana untuk dijadikan sebagai Desa Wisata maka disarankan untuk kedepannya perlu adanya Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat diadakan kembali di Desa Talang Mulya ini untuk membantu mencari dan mengembangkan potensi-potensi yang ada.

3.1.2 REKOMENDASI

Kegiatan pkpm pembuatan gula aren variasi di desa talang mulya kec teluk pandan kab pesawaran. khususnya untuk semua kalangan masyarakat terutama ibu ibu atau coustumer lain nya yang terkena penyakit diabet agar dapat segera membeli produk gula aren variasi ini karena :


- a. rasa gula aren variasi ini enak yang diambil air nira nya langsung dari pohon dan alami
- b. kualitas pembuatan juga dijamin alami, bersih dan harga juga terjangkau.
- c. Takeran gula aren variasi ini juga memang dibuat untuk ukuran 1 gelas agar customer yang terkena gejala atau penyakit tetap bisa mengkonsumsi minuman teh atau kopi dengan memakai gula aren variasi ini.

Jika anda semua bersedia membeli bisa buka instagram Gula Aren Variasi di @umkmgulaarenavariasi.

LAMPIRAN

a. FORM OBSERVASI

FORM OBSERVASI
PRAKTEK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
Semester6.....Tahun Ajaran.....2020.....




Desa/Kelurahan
Kec. Kab./Kota
Propinsi

: Talang Mulya
: Kec. Telve Pandan Es Pasawaran
: Lampung

Disusun oleh Kelompok:

1. CLARA ABUSTIN
2.
3.
4.
5.

 **HASIL OBSERVASI**
Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat IIB Darmajaya

No	RENCANA PROGRAM KERJA	BIDANG ILMU ^{*)}	SUBYEK/OBYEK SASARAN PROGRAM
1.	Pembuatan Strategi Pemasaran	Ekonomi bisnis	UMEM
2.	Membuat Model bisnis	- 11 -	UMEM
3.	Pembuatan Media Marketing & Desain logo	- 11 -	UMEM
4.	Perhitungan harga Pokok Penjualan (HPP)	- 11 -	UMEM
5.	Editing video	- 11 -	UMEM
dst..b	Pembuatan Instagram	- 11 -	UMEM

*) Isi dengan bidang Ilmu masing-masing : Ilmu Komputer atau Ekonomi Bisnis


7. Pelatihan Penggunaan Sosial Media Instagram
Mengetahui,

Dosen Pembimbing Lapangan

Bandar Lampung,

Ketua Kelompok/Observer
Clara Agustini
NPM. C1712110068
(Tanda Tangan & Nama Terang)

(Tanda Tangan & Nama Terang)

 **HASIL OBSERVASI**
Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat IIB Darmajaya

POTENSI DAERAH	PERMASALAHAN MASYARAKAT	KEBUTUHAN MASYARAKAT
1. Wisata air Tarjun	1. Kurangnya kesadaran Masyarakat	1. Sosialisasi
2. Perkebunan	2. Harga jual yang rendah	2. Ingin ada peningkatan
3. Agro wisata	3. Parizinan	3. Dibari izin untuk mengelola wisata
4. UMEM	4. Pemasaran produk	4. Mencari tempat pemasaran
5.	5.	5.
6.	6.	6.
Dst.....	Dst.....	Dst.....

(FORM OBSERVASI)

b. Hasil Observasi



(Hasil Observasi)

c. Proses Pemasakan Gula Aren



d. Hasil Pencetakan Gula Aren Variasi





(Hasil Gula Aren Variasi Sudah Di Dalam Kemasan)

e. Foto Menggunakan Banner PKPM Darmajaya



(Foto Bersama Dengan Kepala Desa Talang Mulya Menggunakan Banner PKPM Darmajaya)



(Foto Di depan Rumah UMKM gula aren variasi menggunakan Banner PKPM Darmajaya)

f. Proses menjelaskan membuat laporan Laba & Rugi kepada UMKM



Proses menjelaskan membuat laporan Laba & Rugi kepada UMKM

g. Proses Belajar Mengajar Di Desa Talang Mulya



(Proses belajar mengajar dan sosialisasi Covid 19 kepada anak – anak)

h. Pemasangan poster Pencegahan Virus Covid 19 SD Negeri Desa Talang Mulya



(Pemasangan poster Pencegahan Virus Covid 19 SD Negeri Desa Talang Mulya)

i. Pemasangan Poster Pencegahan Covid 19 Kantor Kepala Desa Talang Mulya



(Pemasangan Poster Pencegahan Covid 19 Kantor Kepala Desa Talang Mulya)

j. Pemasangan Poster Pencegahan Covid 19 SMK Negeri Desa Talang Mulya



(Pemasangan Poster Pencegahan Covid 19 SMK Negeri Desa Talang Mulya)

k. Pemasangan Poster Pencegahan Covid 19 Posyandu Desa Talang Mulya



(Pemasangan Poster Pencegahan Covid 19 Posyandu Desa Talang Mulya)

1. Pemasangan Poster Pencegahan Covid 19 Di Musholla Desa Talang Mulya



(Pemasangan Poster Pencegahan Covid 19 Di Musholla Desa Talang Mulya)

m. Pembagian Masker Desa Talang Mulya



(Pembagian Masker kepada masyarakat Di Desa Talang Mulya)

n. Denah Lokasi Desa Talang Mulya Kec. Teluk Pandan Kab. Pesawaran



(Denah Lokasi)

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Anderson, D. R., Sweeney, D. J., & Williams, A. T. (2008). *Statistic for business and economics*. Tenth edition. Ohio: South Western - Thomson Learning.
- Howard, P. N. & Parks, M. R. (2012). Social Media and Political Change: Capacity, Constraint, and Consequence. *Journal of Communication*, Vol. 62, No. 2, 359- 362.
https://www.researchgate.net/publication/233729903_Social_Media_and_Political_Change_Capacity_Constraint_and_Consequence
- Putri, 2013:14. <http://id.wikipedia.org/wiki/instagram>