

**INOVASI PRODUK DAN OPTIMALISASI *E-MARKETING*
PADA UMKM KERIPIK SINGKONG AL-HUDA DESA PONCOWATI
LAMPUNG TENGAH**

PRAKTEK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT



DISUSUN OLEH :

KURNIA INDAH DAMAYANTI

1812110111

INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA

BANDAR LAMPUNG

2021

HALAMAN PENGESAHAN

**PRAKTEK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT (PKPM)
INOVASI PRODUK DAN OPTIMALISASI E-MARKETING**

**PADA UMKM KERIPIK SINGKONG AL-HUDA DESA PONCOWATI LAMPUNG
TENGAH**

OLEH :

KURNIA INDAH DAMAYANTI

1812110111

Telah memenuhi syarat untuk diterima

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Pembimbing Lapangan

Anandha Sartika Putri, SE., MSM.

Nur Asyiah

NIK.14930419

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Anggalia Wibasuri, S.kom., MM.

NIK. 11310809



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.1.1 Profil dan Potensi Desa	2
1.1.2 Profil UMKM	5
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan dan Manfaat.....	5
1.3.1 Tujuan dilaksanakannya PKPM.....	5
1.3.2 Manfaat bagi IIB DARMAJAYA.....	6
1.3.3 Manfaat bagi Mahasiswa	6
1.4 Mitra yang Terlibat	6

BAB II PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program – Program yang Dilaksanakan.....	5
2.2 Waktu Kegiatan	10
2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi	10
2.4 Dampak Kegiatan	14

BAB III PENUTUP

3.1 Kesimpulan.....	7
3.2 Saran.....	11
3.3 Rekomendasi	13

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Bukti Aktivitas di Media Online dan Media Lainnya.....	23
Bukti Aktivitas Lainnya	24

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Membantu proses produksi keripik singkong
- Gambar 2.2 Melakukan inovasi produk dan kemasan pada umkm
- Gambar 2.3 Melakukan pemasaran produk melalui instagram
- Gambar 2.4 Pembuatan desain *merk*
- Gambar 2.5 Melakukan kegiatan jumat bersih
- Gambar 2.6 Melakukan kegiatan pendampingan belajar

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah hasil usaha perkebunan

Tabel 1.2 Jumlah hasil usaha peternakan

Tabel 1.3 Jumlah penduduk

Tabel 1.4 Data penduduk berdasarkan agama

Tabel 1.5 Data fasilitas bangunan keagamaan

Tabel 1.6 Profil UMKM

Tabel 2.2 Waktu kegiatan

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kita Panjatkan ke Hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan serta kenikmatan sehingga saya dapat melaksanakan dan menyelesaikan kegiatan PKPM di tengah pandemi COVID-19 di desa poncowati, lampung tengah yang dilaksanakan pada tanggal 16 Agustus sampai 16 September 2021 dengan baik tanpa ada kendala, serta dapat menyelesaikan laporan ini tepat pada waktunya.

Dalam penyusunan Laporan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini disusun berdasarkan hasil PKPM dan syarat khusus guna menyelesaikan pendidikan di IIB Darmajaya. Adapun judul yang diangkat dalam laporan ini adalah **“INOVASI PRODUK DAN OPTIMALISASI E-MARKETING PADA UMKM KERIPIK SINGKONG AL-HUDA DESA PONCOWATI LAMPUNG TENGAH”**. Selain itu juga tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak, untuk itu saya ucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan yang Maha Esa, atas rahmat dan karuniaNya yang telah diberikan serta pengetahuan yang diturunkan kepada kami.
2. Kedua Orang tua yang selalu memberikan dukungan baik secara moril dan materil serta doa dan dukungannya kepada penulis.
3. Bapak Ir. Firmansyah YA, MBA., M.Sc., selaku Rektor IIB Darmajaya.
4. Ibu Anandha Sartika Putri., SE., M.SM selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) penulis yang telah memberikan bimbingan, petunjuk serta saran-saran yang sangat berharga dalam kegiatan PKPM sampai penulisan laporan PKPM.
5. Ibu Dr. Anggalia Wibasuri, S.kom., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen IIB Darmajaya.
6. Bapak Gunawan Pakpahan selaku Kepala Desa Poncowati yang telah membimbing dan membantu setiap kegiatan yang penulis lakukan.
7. Masyarakat RT 013 Poncowati yang telah membantu penulis dalam kegiatan di lapangan.
8. Serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan membantu penulis dalam setiap kegiatan yang penulis lakukan selama kegiatan PKPM ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna baik dari bentuk penyusunan maupun materinya. Oleh sebab itu kritik dan saran dari pembaca sangat penulis harapkan untuk kesempurnaan laporan ini. Atas kritik dan sarannya, kami ucapkan terimakasih.

Terbanggi Besar, 17 September 2021

Penulis,

KURNIA INDAH DAMAYANTI
NPM. 1812110111

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu bentuk pelaksanaan kegiatan Tri Dharma Perguruan tinggi adalah dengan melakukan praktek kerja pengabdian masyarakat (PKPM) Pengabdian masyarakat 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.

Pelaksanaan PKPM diharapkan dapat memberikan pengalaman belajar yang berharga bagi mahasiswa melalui keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan masyarakat. Mahasiswa dapat membagikan pengalaman serta pengetahuan yang didapatkan pada saat perkuliahan kepada masyarakat sehingga dapat membantu pemulihan perekonomian didesa terutama pada saat pandemi covid-19 melanda seluruh negara termasuk Indonesia. PKPM dilaksanakan sesuai dengan tema "Lampung Economic Recorvery Melalui Optimalisasi Digital Smart Solutions".

Pada tahun 2021 dengan mempertimbangkan keadaan dimasa pandemi covid-19 maka IIB Darmajaya melakukan pelaksanaan PKPM Mahasiswa Periode semester Genap TA tahun 2020/2021 dengan dilaksanakan secara mandiri. Pelaksanaan PKPM dilakukan mahasiswa perindividu pada lokasi sesuai dengan domisili masing-masing. Kegiatan PKPM yang dilaksanakan oleh mahasiswa Darmajaya terletak di desa poncowati, kecamatan terbanggi besar, kabupaten lampung tengah, provinsi lampung. Kegiatan tersebut berfokus pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

1.1.1 Profil dan Potensi Desa

Kampung Transad Poncowati diawali dengan pembukaan pilot proyek Transmigrasi Angkatan Darat Poncowati yang dilaksanakan oleh para calon Transmigrasi Angkatan Darat Poncowati dengan dibantu oleh Kesatuan KOMPI Serba Guna. Awalnya, kampung Poncowati merupakan hutan blukar. Sejak Oktober 1964 kawasan yang hutan lebat tersebut dirintis pembukaannya oleh para calon transmigrasi yang berasal dari berbagai kesatuan TNI Angkatan Darat dan kemudian diolah menjadi daerah pemukiman transmigrasi yang teratur. Berkat kerja keras dan keuletan para anggota Transad-AD, maka pada tanggal 31 Oktober 1964 Pilot Proyek Transmigrasi Angkatan Darat diresmikan pembukaannya oleh Menteri Panglima Angkatan Darat Jenderal Ahmad Yani dengan nama Poncowati.

Nama PONCOWATI diambil dari cerita pewayangan RAMAYANA dalam tokoh Prabu Ramawijaya tatkala bersama-sama dengan dengan wadya Wanaranya, (pasukan kera) berhasil menggempur habis angkara murka dari raja raksasa yang bernama Dasamuka, adalah sebagai perlambang bagi para prajurit untuk dapat berhasil melaksanakan pembangunan di segala bidang.

Potensi Desa yang ada di Poncowati adalah segenap sumber daya alam dan sumber daya manusia yang dimiliki desa sebagai modal dasar yang perlu dikelola dan dikembangkan bagi kelangsungan dan perkembangan desa, adapun sebagai berikut :

Tabel 1.1 Jumlah hasil usaha perkebunan

No	Perkebunan	Jumlah
1	Buah Naga	1 Ton/tahun
2	Sawit	390 Ton/tahun
3	Karet	54,75 Kg/tahun
4	Padi	1.224 Ton/tahun
5	Singkong	12.305 Ton/tahun
6	Jagung	1.170 Ton/tahun

Sumber: Data umum aparat Desa Transad Poncowati

Tabel 1.2 Jumlah hasil usaha peternakan

No	Peternakan	Jumlah
1	Kambing	2.971 Ekor
2	Sapi	585 Ekor
3	Ayam	5.34523 Ekor
4	Itik	246 Ekor
5	Burung	450 Ekor

Sumber: Data umum aparat Desa Transad Poncowati

Tabel 1.3 Jumlah Penduduk

No	Penduduk	Jumlah
1	Kepala Keluarga	2.040 KK
2	KK Perempuan	34 KK
3	Penduduk	7.872 jiwa
4	Laki-laki	3.965 jiwa
5	Perempuan	3.907 jiwa
6	Pendatang	137 jiwa
7	Penduduk yang pergi	139 jiwa

Sumber: Data umum aparat Desa Transad Poncowati

Tabel 1.4 Data penduduk Berdasarkan Agama

No	Agama	Jumlah
1	Islam	5.410 orang
2	Kristen	85 orang
3	Katholik	103 orang
4	Hindu	4 orang
5	Budha	-

Sumber: Data umum aparat Desa Transad Poncowati

Tabel 1.5 Data Fasilitas Bangunan Keagamaan

No	Bangunan	Jumlah
1	Masjid	7
2	Musholla	50
3	Vihara	-
4	Pura	-
5	Gereja	2

Sumber: Data umum aparat Desa Transad Poncowati

1.1.2 Profil UMKM

Tabel 1.6 Profil UMKM

Nama usaha	Keripik Singkong Al-Huda
Bidang Usaha	Makanan ringan
Alamat Usaha	Poncowati RT/RW 013/008, Kecamatan Terbanggi Besar, Kabupaten Lampung Tengah
Tahun Berdiri	2018
Nama Pemilik	Purwanti
Produk yang ditawarkan	Keripik singkong
No. Telpon	085366848367

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana cara meningkatkan penjualan menggunakan teknologi informasi dengan platform media sosial?
2. Bagaimana cara mengembangkan inovasi produk kemasan produk yang menarik pada produk Keripik Singkong?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

1. Meningkatkan kualitas produk dari segi pemasaran luas melalui media sosial dan inovasi produk sehingga dapat meningkatkan penjualan dari produk itu sendiri.
2. Dapat membantu meningkatkan kualitas produk dari segi pembuatan merk yang lebih kreatif.
3. Melakukan promosi untuk produk UMKM agar dapat dikenal yaitu dengan melalui media sosial dalam penjualan produk.

1.3.2 Manfaat bagi IIB Darmajaya

1. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian IIB Darmajaya kepada masyarakat khususnya Desa Poncowati.
2. Mempromosikan Kampus IIB Darmajaya yang terkenal akan kampus berbasis Teknologi Informasi dan Ekonomi Bisnis kepada masyarakat Desa Poncowati.
3. Hasil dari laporan ini diharapkan dapat menjadi bahan literatur mahasiswa yang akan membuat laporan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat berikutnya.

1.3.3 Manfaat bagi Masyarakat

1. Memberdayakan UMKM, membantu perekonomian masyarakat dan membuka peluang usaha.
2. Mengembangkan dan meningkatkan inovasi pada UMKM yang ada di Desa Poncowati
3. Memberikan edukasi tentang bahayanya covid-19.
4. Memberikan inspirasi bagi masyarakat dalam upaya memanfaatkan potensi- potensi usaha yang terdapat di Desa Poncowati

1.4 Mitra yang terlibat

1. Bapak Gunawan Pakpahan
Selaku kepala Desa Poncowati, yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada saya untuk melaksanakan kegiatan PKPM
2. Ibu Purwanti
Selaku pemilik UKM Keripik Singkong yang telah bersedia bekerja sama dan membantu saya selama kegiatan PKPM di UKM tersebut
3. Ibu Iis
Selaku pengurus kegiatan ibu-ibu pengajian yang telah mengizinkan saya untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan kerja bakti, senam Bersama, dan pembentukan kepengurusan Masjid.
4. Masyarakat RT 013 Desa Poncowati
Kepada seluruh masyarakat Desa Poncowati RT 013 yang telah berpartisipasi dalam kegiatan selama pelaksanaan PKPM.

BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program Yang Dilaksanakan

Rencana program kerja yang telah saya susun berdasarkan masalah yang terdapat pada UMKM Keripik Singkong di Desa Poncowati Terdapat beberapa program yang menjadi skala prioritas dalam pelaksanaannya program tersebut diantara lain :

A. Membantu dalam pembuatan UMKM Keripik Singkong dari proses awal pembuatan hingga tahap pemasaran

Membantu dalam pembuatan keripik dari proses awal hingga finishing, dan membantu dalam penjualan dan memberikan saran untuk cara alternatif dalam penjualan keripik singkong yaitu dengan cara penjualan online. Menerapkan penjualan online adalah cara yang sangat efektif dan sekaligus membantu dalam ekonomi warga di desa poncowati dimasa pandemi covid-19 saat ini

B. Melakukan Inovasi Kemasan pada Produk Keripik

Salah satu hal yang menghambat perkembangan UMKM adalah kurang adanya inovasi terhadap kemasan produk. Hal ini juga dirasakan oleh UMKM Ibu Purwanti. Beliau menjelaskan bahwa UMKM Keripik miliknya belum menggunakan merk. Hal ini jika dibiarkan maka berakibat menimbulkan kerugian. Maka dari itu, penulis mencoba untuk memberikan ide untuk menginovasi keripik singkong dengan memberikan merk dan membuat kemasan yang lebih menarik yang bernilai jual. Inovasi adalah proses atau hasil pengembangan pemanfaatan mobilisasi pengetahuan, keterampilan untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang/jasa). Inovasi produk memiliki arti sebagai suatu kemajuan fungsional dari suatu produk yang bisa membuat produk tersebut lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing. Minimal produk terbaru tersebut lebih bagus dari produk yang sebelumnya. Karena jika suatu produk memiliki suatu keunggulan, maka akan dilihat sebagai nilai tambah untuk konsumen. Atas dasar pertimbangan tersebut, maka penulis melakukan inovasi pada kemasan produk keripik singkong al-huda.

C. Pembuatan Media Promosi Menggunakan Media Sosial

Pendistribusian barang merupakan masalah yang sering dihadapi dalam urusan bisnis. Hal ini juga dialami oleh UMKM Keripik Singkong Al-Huda Ibu Purwanti yang saat ini hanya fokus mendistribusikan barang kepada beberapa warung yang ada di desa Poncowati saja dikarenakan kurangnya sumber daya manusia. Tentunya cara pemasaran ini masih sangat sederhana dan terbatasnya jumlah produk yang di produksi. Selain itu kurangnya pengetahuan teknologi yang dimiliki oleh pemilik UMKM keripik Singkong, membuat mereka tidak memanfaatkan teknologi informasi yang ada. Maka dari itu, penulis membantu pemilik untuk memasarkan produk dengan bantuan media sosial. Media Sosial adalah sebuah media online, dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi dan saling berbagi informasi tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Berikut ini adalah beberapa fungsi media sosial secara umum :

- a. Memperluas interaksi sosial manusia dengan memanfaatkan teknologi internet dan website.
- b. Menciptakan komunikasi dialogis antara banyak audiens.
- c. Melakukan transformasi manusia yang dulunya pemakai isi pesan berubah menjadi pesan itu sendiri.
- d. Membangun personal branding bagi para pengusaha ataupun tokoh masyarakat.
- e. Sebagai media komunikasi antara pengusaha ataupun tokoh masyarakat dengan para pengguna media sosial lainnya.

Contoh media sosial yang saat ini marak digunakan oleh masyarakat adalah *Instagram, facebook*. Pengguna media sosial yang jumlahnya sangat banyak tentu saja menjadi tempat yang sangat potensial untuk memasarkan sesuatu. Bisnis online yang banyak berkembang sekarang ini banyak dipengaruhi oleh media sosial sebagai tempat promosi. Maka dari itu, penulis menggunakan media social yaitu *whatsapp, facebook* dan *instagram* untuk membantu memasarkan produk keripik singkong Al-Huda, Diharapkan melalui program pembuatan media promosi dengan bantuan media social ini, dapat membuat UMKM Keripik Singkong Al-Huda yang ada di Desa Poncowati bias dikenal diberbagai daerah sehingga itu juga akan memperluas jangka dan pangsa pasar.

D. Pembuatan Design Merk pada UMKM Keripik Singkong Guna Pengembangan Produk

Salah satu permasalahan UMKM yang sering luput dari perhatian adalah *branding*. Begitupun dengan UMKM Keripik Singkong Al-Huda Ibu Purwanti UMKM ini hanya focus menjual dan menjual tanpa memikirkan bagaimana kualitas *merk* dari produknya. Sehingga membuat pembeli kesulitan untuk membedakan yang mana keripik singkong yang di produksi oleh Ibu Purwanti dengan keripik singkong yang ada di pasaran. Maka dari itu, menjaga kualitas *branding* sangatlah penting dalam upaya membesarkan bisnis UMKM. Dengan kualitas *branding* yang baik ,suatu produk akan lebih mudah diingat oleh khalayak sehingga peluang terjadinya penjualan pun semakin besar. **Menurut David** mereka adalah seperangkat aset yang ditautkan dengan nama dan simbol yang menambah nilai yang diberikan oleh suatu produk. *Merk* adalah suatu nama atau simbol yang bersifat membedakan (baik berupa logo, cap atau kemasan) untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjualan atau kelompok tertentu. *Merk* juga merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen dengan bertujuan untuk mengembangkan produk dari keripik singkong itu sendiri. *Merk* dipandang dapat menaikkan gengsi atau status seorang pembeli. Dalam pembuatan *merk* pun 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 *design merk* bisa dijadikan sebagai sarana untuk mengembangkan produk salah satunya adalah promosi, sehingga dapat mempromosikan hasil produksi cukup dengan menyebut *merk* nya, dan juga sebagai jaminan atas mutu barang yang diperdagangkan. Diharapkan dengan program pemberian Merk ini, dapat menyelesaikan salah satu dari permasalahan yang ada di UMKM serta mengembangkan UMKM Keripik Singkong Ibu Purwanti agar makin dikenal diberbagai wilayah daerah.

A. Program tambahan

1. Kerja Bakti

Program ini merupakan program yang memiliki tujuan untuk menjaga, kebersihan lingkungan serta meningkatkan rasa kekeluargaan, dan gotong royong antar sesama warga Desa Poncowati Adapun hasil kegiatan ini adalah warga Desa Poncowati khususnya kelompok Ibu-ibu pengajian yang rutin melakukan bersih-bersih di Masjid Mardhotillah di Desa Poncowati.

2. Melakukan Pendampingan Belajar Anak

Ditengah situasi pandemi Covid-19 ini, berdampak juga kepada dunia pendidikan. Dimana untuk mencegah penularan, dilakukan banyak sekali cara diantaranya yaitu merumahkan siswa/i. kegiatan belajar dari rumah yang diterapkan oleh sekolah tentu memiliki nilai positif dan negatif. Salah satu sisi negatifnya yaitu, kurangnya pengawasan orang tua kepada anak dikarenakan kesibukan orang tua yang harus bekerja diluar rumah. Kurangnya pengawasan dari orang tua, menyebabkan anak-anak lalai dalam menjalankan kewajibannya sebagai pelajar. anak-anak cenderung lebih asik bermain dibandingkan dengan belajar. Maka dari itu, penulis membantu mengawasi anak – anak dengan cara mengadakan pendampingan belajar yang dilakukan dirumah dan tetap menerapkan *physical distancing*..

3. Program Pencegahan Penularan Covid-19

Program ini merupakan program yang memiliki tujuan, membantu program pemerintah dalam memutus mata rantai penularan covid-19. Adapun hasil dari kegiatan ini adalah, warga Desa Poncowati mendapatkan sedikit edukasi yaitu tentang penggunaan masker ketika berada di luar rumah, serta penggunaan *handsanitizer* ketika berada jauh dari air mengalir. Penulis juga membagikan poster tentang pencegahan covid-19 dan menjaga kebersihan lingkungan dengan cara membuang sampah pada tempatnya.

2.2 Waktu Kegiatan

Table 2.2 Waktu Kegiatan

No	HARI/TANGGAL	KEGIATAN	KETERANGAN
1	16 Agustus 2021	Melakukan perizinan dengan ketua rt 13 dan pemilik umkm serta membahas program kerja yang akan dilakukan	Terlaksana
2	17 Agustus 2021	Mendiskusikan terkait produk yang akan dipasarkan	Terlaksana
3	18 Agustus 2021	Membuat proposal bisnis untuk menjelaskan prospek usaha umkm keripik singkong	Terlaksana
4	19 Agustus 2021	Mempresentasikan rencana pengembangan bisnis umkm keripik singkong kepada pemilik guna mencari solusi	Terlaksana
5	20 Agustus 2021	Melakukan jumat bersih di masjid sekitar	Terlaksana
6	23 Agustus 2021	Mencari mitra usaha umkm keripik singkong	Terlaksana
7	24 Agustus 2021	Mengantar pesanan keripik singkong kepada mitra usaha yang baru	Terlaksana
8	25 Agustus 2021	Membuatkan logo dan desain yang menarik perhatian konsumen	Terlaksana
9	26 Agustus 2021	Membuat poster himbauan 5 M dan informasi tentang covid 19 yang akan disebarakan ke beberapa tempat disekitar desa poncowati	Terlaksana
10	27 Agustus 2021	Melakukan kegiatan rutin jumat bersih di sekitaran desa poncowati	Terlaksana
11	30 Agustus 2021	Memberikan edukasi mengenai covid 19 kepada anak-anak dengan kreatif dan mewarnai gambar virus covid 19 yang berbahaya	Terlaksana

12	31 Agustus 2021	Proses pembuatan brand label dan memperbarui packagingnya	Terlaksana
13	1 September 2021	Proses pembuatan keripik singkong dengan cara merajang tipis tipis	Terlaksana
14	2 September 2021	Membantu pengemasan dan menempelkan branding pada keripik singkong	Terlaksana
15	3 september 2021	Membantu mengajarkan tugas sekolah kepada salah satu anak di desa poncowati dan melanjutkan jumat bersih di masjid	Terlaksana
16	6 September 2021	Memasarkan produk keripik singkong ketempat mitra usaha di poncowati	Terlaksana
17	7 september 2021	Membantu mencuci singkong dan meniriskan singkong untuk persiapan penggorengan	Terlaksana
18	8 september 2021	Menempelkan poster himbauan membuang sampah pada tempatnya dan bahaya nya dampak virus covid 19 kepada masyarakat di kampung poncowati	Terlaksana
19	9 September 2021	Memasarkan kembali produk keripik singkong ke umkm terdekat di daerah poncowati	Terlaksana
20	10 September 2021	Mencatat pengeluaran untuk pembelian singkong dan kebutuhan lainnya serta bagaimana cara mengelola singkong menjadi keripik	Terlaksana
21	13 September 2021	Membuat inovasi baru keripik singkong dengan varian rasa pedas	Terlaksana
22	14 september 2021	Melakukan sosialisasi covid 19 kepada ibu ibu pkk guna meningkatkan kesadaran dan pentingnya menjaga diri dimasa pandemi	Terlaksana
23	15 september	Membuatkan umkm keripik singkong pembukuan keuangan menggunakan aplikasi buku kas untuk	Terlaksana

2021	mempermudah dalam pencatatan keuangan	
------	---------------------------------------	--

2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

A. Program utama

1. Membantu proses dalam pembuatan Keripik Singkong dari awal



Gambar 2. 1 Membantu proses produksi keripik singkong

2. Inovasi Produk dan Kemasan

Hasil inovasi dari kemasan yang mudah rusak akibat perekat lilin yang tidak kuat maka kita perbarui menggunakan kemasan baru dan disertai dengan pemberian merek guna menambah nilai jual produk lebih tinggi. Dengan membuat kemasan keripik singkong yang menarik tentunya akan meningkatkan nilai jual suatu produk makanan. Sehingga orang jadi tertarik untuk membelinya dan omset anda akan bertambah. Juga dengan rasa keripik singkong yang dimodifikasi menjadi rasa yang banyak disukai orang tentunya snack keripik singkong banyak dipilih. Pebisnis cemilan keripik dituntut kreatif dan inovatif untuk menampilkan produk makanan ringan berbeda dari produk lain, dalam menghadapi persaingan pasar. Seperti halnya membuat inovasi baru bentuk dan desain kemasan keripik yang jauh lebih menarik.

- Fungsi Desain Kemasan Keripik Yang Menarik Membantu Pemasaran

Didalam kemasan keripik pasti akan dicantumkan informasi penting, seperti *merk* bisnis, jenis produk, label produk, kadaluarsa, kandungan gizi,serta alamat dan keterangan lengkap produsen.

- Meningkatkan Brand dan Kualitas Produk

Kemasan dapat meningkatkan brand dan kualitas produk karena semakin dikenalnya produk maka akan semakin dipercaya juga boleh konsumen dan calon konsumen baru.

- Menjaga Kuantitas Barang

Dengan adanya kemasan menjadikan produk makanan yang dijualakan menjadi lebih awet,aman serta terjamin kualitasnya untuk dikonsumsi



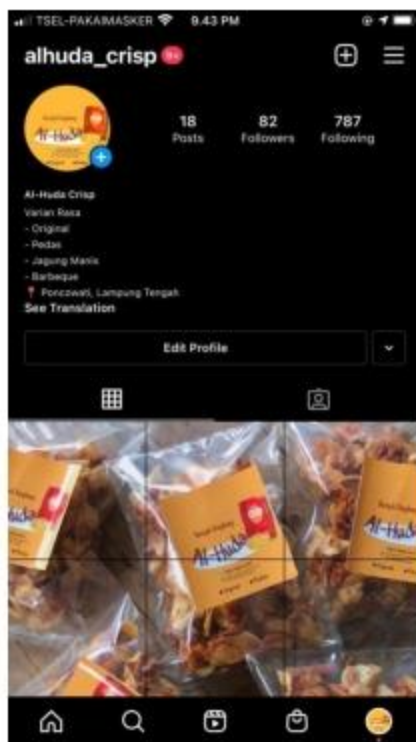
Gambar 2. 2 Melakukan Inovasi produk dan kemasan pada umkm

3. Pemasaran Produk Menggunakan Media Sosial

Media social merupakan tempat yang saat ini banyak digunakan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa. Hal ini dikarenakan kemudahan yang diberikan oleh media sosial dan jangkauannya yang sangat luas. Salah satu contoh media sosial yang digunakan untuk pemasaran adalah Instagram.

Metode pertama adalah menggunakan nomor telepon yang disematkan didalam smartphone.

1. Buka aplikasi Instagram
2. Pilih 'Buat Akun', kemudian masukan nama pengguna/user name
3. Klik 'Selanjutnya' lalu pilih 'Buat Akun dengan Email atau Nomor Telepon'
4. Klik menu 'Telepon'
5. Masukkan nomor telepon, lalu klik 'Selengkapnya'
6. Isi 'Nama Lengkap' (Bisa dengan nama personal atau nama bisnis)
7. Isi 'Kata Sandi' yang unik namun tetap mudah diingat.
8. Pilih opsi antara 'Lanjutkan dan Sinkronasi Kontak' atau 'Lanjutkan Tanpa Menyinkronkan Kontak'.
9. Jika sudah, ikuti langkah-langkah berikutnya dan kamu sudah selesai membuat akun Instagram



Gambar 2. 3 Melakukan pemasaran produk melalui Instagram

4. Pembuatan Desain *Merk*

Merk ini digunakan untuk membedakan produk Keripik Singkong Al-Huda dengan produk pesaingnya. *Merk* merupakan salah satu tahapan penting dalam proses pengembangan pangsa pasar produksi Keripik, karena *Merk* merupakan identitas dari usaha tersebut. Dengan adanya warna kemasan merah untuk mempresentasikan rasa atau penyajian dari makanan tersebut, misalnya rasa pedas, Warna kuning biasanya merepresentasikan rasa keju. Untuk mendapatkan nilai tambah untuk memberikan keuntungan kepada para konsumen. Salah satu usaha yang dapat ditempuh untuk menghadapinya adalah melalui desain produk. Daya tarik suatu produk tidak dapat terlepas dari kemasannya karena kemasan merupakan pemicu utama yang langsung berhadapan dengan konsumen. Oleh karena itu, kemasan harus dapat memengaruhi konsumen untuk memberikan respon yang positif, yaitu membeli produk. Desain kemasan produk memang memegang pengaruh yang cukup penting dalam upaya menarik minat pembeli dan meningkatkan penjualan suatu produk.

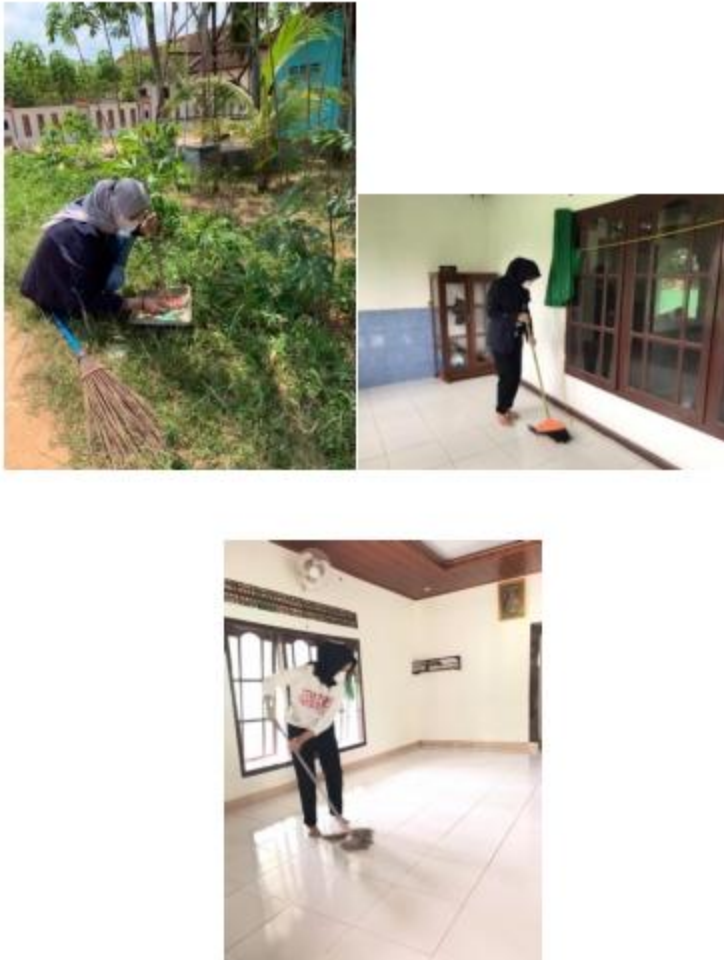


Gambar 2. 4 Pembuatan desain merk

B. Program Tambahan

1. Kerja Bakti

Program ini merupakan program yang memiliki tujuan untuk menjaga, kebersihan lingkungan serta meningkatkan rasa kekeluargaan, dan gotong royong antar sesama warga Desa Poncowati Adapun hasil kegiatan ini adalah warga Desa Poncowati khususnya kelompok Ibu-ibu pengajian yang rutin melakukan bersih-bersih di Masjid Mardhotillah di Desa Poncowati.



Gambar 2. 5 Melakukan kegiatan Jumat bersih

2. Pendampingan Belajar Anak

Mendampingi anak dalam proses pembelajaran dari rumah sehingga anak-anak tetap ceria dan produktif meski ditengah masa pandemi saat ini.



Gambar 2. 6 Melakukan kegiatan pendampingan belajar

2.4 Dampak Kegiatan

Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan wujud dari pengabdian diri mahasiswa IIB Darmajaya kepada masyarakat untuk memberikan dampak positif agar kondisi masyarakat sasaran menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya. Berikut adalah dampak dari kegiatan yang dilakukan selama pelaksanaan PKPM di Desa Poncowati :

1. UMKM Keripik Singkong Al-Huda memiliki produk yang baru dan bernilai jual lebih tinggi dari produk sebelumnya.
2. Pemberian label serta kemasan yang kreatif dapat membantu masyarakat untuk mengenal produk UMKM Keripik Singkong Al-Huda.
3. Pemilik UMKM memiliki penambahan konsumen-konsumen baru setelah pemasaran yang dilakukan dengan pemanfaat media sosial melalui instagram.
4. Pemilik UMKM mampu mengoperasikan sosial media yang sudah dibuat guna menunjang pemasaran produk.
5. Dengan adanya pendampingan belajar anak, dapat membantu orang tua dalam mengawasi pembelajaran dari rumah.
6. Membuat poster dan Membuat tempat cuci tangan guna membantu masyarakat mengingat akan virus Covid-19 yang sedang melanda di Indonesia.
7. Kegiatan bersih-bersih rutin menjadi aktif kembali dan meningkatkan lagi rasa gotong royong bersama warga.

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan selama kegiatan PKPM di Desa Poncowati maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Pemberian label, merk, dan kemasan yang kreatif dapat membantu masyarakat untuk mengenal produk dan meningkatkan nilai jual dari produk UMKM Keripik Singkong Al-Huda tersebut.
2. Pelatihan cara mempromosikan dengan melalui *media sosial* guna memperluas jangkauan pangsa pasar.
3. Pendampingan belajar anak guna membantu anak-anak supaya tetap produktif meski ditengah pembelajaran dari rumah dan wabah pandemi Covid-19
4. Pembuat poster dan tempat cuci tangan, guna membantu warga Desa Poncowati agar lebih taat pada protocol kesehatan.
5. Warga Desa Poncowati sudah memulai kembali aktivitas kerja bakti yang sudah lama vakum.

3.2 Saran

Adapun saran yang dapat saya berikan adalah sebagai berikut :

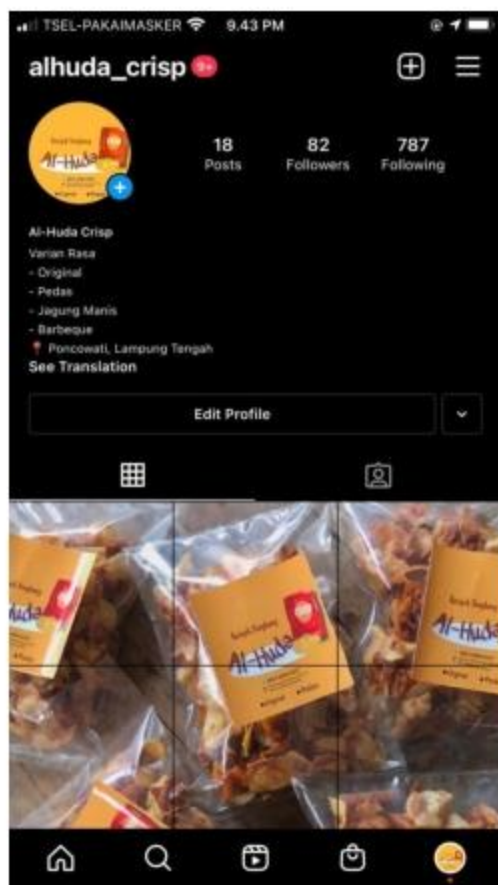
1. Harus lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan UMKM yang ada.
2. Mulai meningkatkan kesadaran diri dan minat untuk belajar Inovasi dan Mengoptimisasi Informasi agar tidak tertinggal oleh kecanggihan teknologi itu sendiri.
3. Mencari dan menggali apa saja potensi-potensi yang ada didalam kampung, untuk dijadikan UMKM sehingga secara tidak langsung membuat lapangan pekerjaan baru dan mengurangi angka pengangguran yang ada.
4. Saling menjaga dan bekerja sama untuk memutus rantai penyebaran virus corona agar tidak ada yang terjangkit virus corona di Desa Poncowati.
5. Tingkatkan rasa kepedulian terhadap diri sendiri dan sesama guna menciptakan lingkungan yang aman, sehat serta bersama-sama memutus mata rantai penyebaran covid-19.

3.3 Rekomendasi

Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini merupakan kegiatan yang cukup membantu khususnya untuk desa yang tertinggal, sehingga kegiatan PKPM ini diharapkan agar tetap dilaksanakan dan diharapkan tempat untuk melaksanakan kegiatan PKPM bukan tempat yang sama dengan kegiatan PKPM tahun sebelumnya. Sehingga akan ada banyak desa-desa baru yang akan mendapatkan bantuan, baik dalam tenaga maupun ide-ide kreatif dari mahasiswa guna membantu untuk pengembangan Desa maupun UMKM yang ada.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Bukti Aktivitas di Media Sosial



Memasarkan Produk melalui Media Sosial Instagram

2. Bukti Aktivitas Lainnya :



Alat yang digunakan untuk merajang singkong tipis-tipis



Mencoba proses merajang singkong



Hasil setelah dirajang dan mendapatkan singkong yang sangat tipis untuk pembuatan keripik



Proses pencucian singkong



Kemudian lalu singkong di tiriskan



Setelah ditiriskan singkong siap untuk proses penggorengan



Kemudian kita tiriskan kembali untuk mengeringkan minyak dari proses penggorengan



Merk dan Inovasi kemasan Keripik Singkong Al-Huda



Penempelan Poster Himbauan Membuang sampah pada tempatnya dan Himbauan
Virus Covid-19



Melakukan pelatihan keuangan menggunakan aplikasi buku kas



Memasarkan produk keripik singkong ketempat mitra usaha di poncowati



Memberikan Cendera Mata kepada kepala Desa Poncowati