

[Type text]

**MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP UMKM
PEMPEK KITO YAY MELALUI DIGITAL MARKETING DI ERA NEW
NORMAL PADA MASA PANDEMI COVID 19**

Laporan Praktek Kerja Pengabdian
Masyarakat



Disusun Oleh:

HAFIZH SHAF KHOERUL SIDQY (1812110375)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG
2021**

[Type text]

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN

PRAKTEK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT (PKPM)

**MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP
UMKM PEMPEK KITO YAY MELALUI DIGITAL
MARKETING DI ERA NEW NORMAL PADA MASA
PANDEMI COVID 19**

Oleh :

HAFIZH SHAF KHOERUL SIDQY 1812110375

Telah memenuhi syarat untuk di
terima Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Pembimbing Lapangan



A.K. YOHANSON, S.Ag., M.M
NIK 14500518

SYAIFUL HERMANSYAH
Pemilik Usaha

Ketua Jurusan



Dr. ANGGALIA WIBASURLS.Kom.MM
NIK 11310809

[Type text]

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga saya dapat melaksanakan dan menyelesaikan kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di , serta dapat menyelesaikan laporan ini tepat pada waktunya yang berjudul

“MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP UMKM PEMPEK KITO YAY MELALUI DIGITAL MARKETING DI ERA NEW NORMAL PADA MASA PANDEMI COVID 19”.

Dalam Penyusunan laporan ini terdapat hambatan juga pengalaman, akan tetapi dengan bantuan dari berbagai pihak sehinggakendala tersebut dapat teratasi. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini, semoga atas segala bantuan yang telah di berikan mendapat balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa.

Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan dan penyusunan laporan Kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) diantaranya :

1. Tuhan yang Maha Esa yang telah member kelancaran dan kemudahan disetiap kegiatan.
2. Bapak dan ibu Saya beserta keluarga besar yang telah memberikans semangat do'a dan dukungan motivasi kepada saya.
3. Bapak Ir. Firmansyah YA, M.B.A., M.Sc selaku Rektor IIB Darmajaya.
4. Bapak A.K. Yohanson, S.Ag., M.M selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah membimbing, serta saran-saran selama kegiatan hingga penyusunan laporan PKPM
5. Dr. ANGGALIA WIBASURI, S.Kom, MM., selaku ketua Prodi Manajemen IIB Darmajaya.

[Type text]

6. Bapak Arwoko, selaku Ketua RT.02 Dusun Pasar Lama kec. Natar Lampung Selatan, yang telah memberikan izin dan mendampingi saya dalam melaksanakan kegiatan PKPM.
7. Bapak Syaiful Hermansyah yang telah mengizinkan serta mengajarkan saya seputar usahanya yakni “Pempek Kito Yay” dari proses awal hingga pemasaran produknya.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari segi penyusunan serta cara penulisan laporan ini, Kritik dan Saran yang konstruktif sangat diharapkan bagi penulis demi kesempurnaan laporan ini.

Akhir kata, semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan juga bagi penyusun pada khususnya

Natar, 27 September 2021

HAFIZH SHAF KHOERUL SIDQY

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	5
DAFTAR GAMBAR	7
DAFTAR TABEL	8
BAB I	9
1.1. Latar Belakang	9
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Tujuan dan Manfaat	13
1.3.1. Tujuan	13
1.3.2. Manfaat	13
1.4. Mitra yang terlibat.....	13
BAB II	14
2.1. Program-program yang Dilaksanakan	14
2.2. Waktu Kegiatan	16
2.3. Hasil Kegiatan dan Dokumentasi	17
2.3.1. Hasil Kegiatan.....	17
2.3.2. Dokumentasi Kegiatan	19
2.4. Dampak Kegiatan	21
BAB III	22
3.1. Kesimpulan	22

3.2. Saran.....	22
3.2.1. Bagi Institusi Informatika dan Bisnis Darmajaya.....	22
3.2.2. Bagi UMKM.....	23
3.3. Rekomendasi.....	24

DAFTAR GAMBAR

Gambar2.1 Link Order	17
Gambar2.2. Postingan Instagram Pempek Kito Yay.	17
Gambar2.3.Instagram @scimhri	18
Gambar2.4. Insight Scimhrni	18
Gambar2.5. Fortofolio scimhrni.....	19
Gambar2.6. Story instagram	19
Gambar2.7.Perizinan Terhadap Ketua RT	19
Gambar2.8.Perizinan Terhadap pemilik UMKM.....	19
Gambar2.9. Pembuatan Pempek.	20
Gambar 2.10. Pempek Kito Yay	20
Lampiran-Lampiran... ..	25

DAFTARTABEL

Tabel2.1. Program Yang Dilaksanakan	14
Tabel2.2. Rincian Kegiatan PKPM di UMKM Pempek Kito Yay	16

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu usaha yang berperan penting dalam perekonomian nasional. Pada saat ini UMKM di seluruh Indonesia sangat berkembang pesat dalam melakukan pembangunan UMKM terutama di provinsi Lampung. Salah satu daerah yang membangun dan menjalankan suatu UMKM di Lampung adalah Natar kab. Lampung Selatan, disana juga terdapat banyak UMKM yang didirikan dan menjalankan usaha-usaha tertentu salah satunya dalam bidang makanan yaitu Pempek, dimana makanan pempek ini adalah ciri khas dari Palembang yang dimana Lampung dan Palembang berdekatan dipulau Sumatera.

Terkait Pandemi covid-19, dikeluarkanlah PP Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dengan maksud membatasi pergerakan orang dan barang dan mengharuskan masyarakat jika tidak ada keperluan mendesak diharapkan untuk berdiam diri dirumah. Hal ini juga berdampak terhadap terbatasnya operasional UMKM dan berkurangnya konsumen yang berbelanja secara langsung dibandingkan hari biasa. Dengan ini, Pelaku Usaha dapat menyesuaikan diri dengan membuka toko online berjualan melalui e-commerce. E-commerce merupakan sistem penjualan, pembelian dan memasarkan produk dengan memanfaatkan elektronik (Kotler, Philip dan Armstrong, 2012). Dalam Penelitian (Hardilawati, 2019) dan (Setyorini et al., 2019) menyimpulkan bahwa e-commerce memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja pemasaran dan pendapatan UMKM.

Pemanfaatan internet di masa pandemi saat ini sangatlah penting untuk mengembangkan suatu usaha di masa pandemi covid-19. Pemanfaatan internet salah satunya setelah berevolusi menjadi sarana informasi dan

komunikasi global dalam dunia bisnis. Salah satu kegunaannya adalah sebagai Advertising Tool yang berfungsi untuk mempromosikan produk atau beriklan melalui internet. Selain sebagai media promosi, internet kini juga telah berkembang menjadi media untuk melakukan kegiatan jual beli serta informasi suatu brand yang disebut sebagai E-Commerce.

Pada era saat ini, apa lgi di masa pandemi covid-19 ini diberlakukannya pembatasan sosial berskala besar menjadikan suatu tantangan besar untuk masyarakat karena dengan adanya kebijakan ini semua kegiatan dibatasi. Sedangkan kebutuhan untuk hidup harus tetap terpenuhi. Banyak perusahaan ritel memberhentikan pengoperasiannya sementara waktu di masa pembatasan sosial berskala besar hingga pemerintah menjalankan opsinya dengan mencabut peraturan tersebut dan menerapkan New Normal. Masa New Normal merupakan suatu kesempatan untuk melakukan pemulihan dan penguatan ekonomi dengan menyusun prioritas secara transparan mengkoordinasi dan mensikronisasi kebijakan kebijakan dengan tepat. Dengan itu masyarakat harus mematahui protokol kesehatan untuk berpergian ke suatu tempat dengan adanya kepentingan saja, selain itu untuk tidak ada kepentingan untuk keluar cukup di rumah saja untuk membatasi penyebaran virus covid-19 di era new normal.

Digital marketing menjadi salah satu media yang sering digunakan oleh pelaku usaha karena kemampuan baru konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi, beberapa perusahaan sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/dan beralih ke pemasaran moderen.

Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/real time dan bisa di akses ke seluruh dunia, seseorang juga dapat melihat berbagai barang melalui internet, sebagian besar informasi mengenai berbagai produk sudah tersedia di internet, kemudahan dalam pemesanan dan kemampuan konsumen dalam membandingkan satu produk dengan produk lainnya (Kotler & Keller, 2008).

Setiap usaha pasti memiliki media promosi masing-masing. Suherman (2017) mengatakan bahwa promosi merupakan proses

mengkomunikasikan bauran pemasaran yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan untuk memasarkan produk. Dengan promosi, maka produk akan lebih mudah dikenal masyarakat dan mudah dicapai oleh target konsumen. Oleh karena itu, promosi sangatlah penting bagi perkembangan sebuah usaha. Tidak ada bisnis yang sukses tanpa melakukan promosi, begitu juga dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pempek Kito Yay yang memanfaatkan Instagram sebagai media promosi untuk memperkenalkan produk dan menarik konsumen. Promosi melalui media sosial dipilih oleh Pempek Kito Yay karena cara ini dinilai efektif untuk memperkenalkan dan menarik para konsumen.

Digital marketing sebagai perantara komunikasi pemasaran yang saat ini banyak digunakan. Media sosial dalam memperkenalkan produk atau jasa di dunia modern, salah satunya dengan memanfaatkan media sebagai alat berpromosi. Di berlakukannya pembatasan sosial berskala besar menjadikan suatu tantangan untuk masyarakat karena dengan adanya kebijakan ini semua kegiatan di batasi, adanya Digital marketing lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam bentuk informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet.

Dalam masa pandemi saat ini Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tidak dapat dilepaskan dari terdampaknya pandemi covid-19. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) haruslah dapat bertahan di masa pandemi saat ini yang mana dituntut harus mempunyai inovasi lebih untuk meningkatkan daya jual ke masyarakat dengan tetap terus mematuhi protokol kesehatan.

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya menerapkan program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) dengan tema Lampung Economic Recorvery Melalui Optimalisasi Digital Smart Solution Darmajaya. Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu

kegiatan untuk mahasiswa sekaligus sarana pengembangan ide kreatifitas dalam memanfaatkan potensi yang ada di lingkungan. Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat bagi Mahasiswa Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat diharapkan mampu dapat menambah Ilmu dan Wawasan dalam hidup bermasyarakat. Bagi Masyarakat, Kehadiran Mahasiswa Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat diharapkan mampu menurunkan ilmu yang didapatkan selama dibangku perkuliahan agar dapat memberikan motivasi dan Inovasi dalam bidang sosial kemasyarakatan.

Dalam masa pandemi covid-19 ini IIB Darmajaya memutuskan untuk melakukan kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) Mandiri untuk mencegah penyeberan Covid-19 di daerah Lampung dan sekitarnya. Mahasiswa di fokuskan untuk membantu UMKM di masa pandemi Covid-19 di wilayah mahasiswa itu sendiri, yang dimana untuk mengembangkan dan membangkitkan UMKM di daerah masing-masing. Adapun permasalahan yang di hadapi oleh UMKM khususnya industri makanan yaitu pesaing pasar dalam memasarkan produk di era New Normal, karena pada saat ini banyak usaha yang menjalankan usaha nya pada bidang makanan. Salah satu UMKM yang menjalankan usaha tersebut, yaitu Pempek Kito Yay. Pempek Kito Yay merupakan industri kecil atau dapat di kategorikan sebagai Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) pempek yang ada didaerah Natar Kab. Lampung Selatan yang di rintis oleh pasangan suami-istri sejak tahun 2015.

Oleh karena itu saya memilih UMKM Pempek Kito Yay yang ada di wilayah saya sendiri untuk membantu produksi, dan penjualan dari Pempek Kito Yay, dengan mengimplementasikan pengetahuan ekonomi dan teknologi untuk dapat meningkatkan promosi penjualan terhadap Pempek Kito Yay.

Disini saya membantu produksi dari pembuatan dasar pempek, proses pengemasan, serta pemasaran produk secara online guna meningkatkan

nilai ekonomi dari produk tersebut. Berdasarkan Uraian diatas saya mengangkat judul:

**“MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP
UMKM PEMPEK KITO YAY MELALUI DIGITAL MARKETING
DI ERA NEW NORMAL PADA MASA PANDEMI COVID 19”**

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara meningkatkan promosi penjualan produk di era new normal?”
2. Bagaimana cara membangkitkan UMKM terdampak covid-19 di era new normal?”

1.3. Tujuan dan Manfaat

1.3.1. Tujuan

1. Melakukan promosi penjualan secara online maupun offline di era new normal.
2. Melakukan ide dan kreatifitas guna membangkitkan UMKM terhadap pandemi covid-19 di era new normal.

1.3.2. Manfaat

1. Memperoleh pengetahuan konsumen terhadap produk yang di promosikan.
2. Untuk menambah pengetahuan untuk berkreatifitas terhadap usaha yang akan di lakukan.

1.4. Mitra yang terlibat

Lembaga yang menjadi mitra dalam kegiatan PKPM ini adalah Ketua RT, pemilik UMKM Pempek Kito Yay. Pempek Kito Yay berdiri pada tanggal 13 Juli 2016 yang di dirikan oleh bapak Syaiful Hermansyah.

BAB II
PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program-program yang Dilaksanakan

Berikut program-program yang dilaksanakan selama PKPM :

Tabel 2.1 Program Pelaksana

No.	Program	Sasaran	Rincian Kegiatan	Hasil
1.	Promosi Online dan Offline	Semua Pengguna media sosial terutama Instagram. Dan pengguna jalan serta teman-teman maupun keluarga	1. Melakukan promosi di instagram dengan mengunggah foto atau video pada akun instagram. 2. Melakukan strategi influencer marketing berupa selebgram yang ada di Lampung	Peningkatan dari followers, views, likes sehingga dengan pembuatan akun instagram dan promosi sangat efektif untuk menarik sebuah konsumen untuk membeli nya, dalam melakukan strategi influencer marketing dampaknya lumayan besar dalam pengenalan produk Pempek Kito Yay.
.	Meningkatkan Metode Pemasaran	UMKM Pempek Kito Yay	1. Memaksimalkan strategi promosi di media sosial. 2. Membuat link untuk	1. berdampak pada tingkat penjualan, sebab dari postingan konsumen tertarik

			mempermudah pemesanan/pembelian	terhadap apa yang mereka lihat dalam postingan tersebut. 2. Dalam pembuatan Link sangat mudah untuk konsumen membeli atau memesan.
3.	Mengubah Fasilitas yang ada di Outlet Pempek Kito Yay	UMKM Pempek Kito Yay	1. Pembuatan banner pada pempek kito yay. 2. Menggantikan alas meja dengan triplek	1. Memasang banner yang baru dapat terlihat lebih bagus untuk menarik sebuah konsumen tertarik untuk mampir. 2. Meja sebelum nya sudah tidak setabil karena alas nya menggunakan triplek juga dan pecah pecah dan digantikan oleh triplek yang baru.
4.	Sosialisasi pandemi covid-19	Masyarakat	1. Melakukan himbauan terhadap masyarakat bahaya nya virus covid-19. 2. Menghimbau warga untuk mematuhi protokol kesehatan.	Warga sangat menerima himbauan apa yang di sampaikan lalu mematuhi protokol kesehatan, dan lebih mengetahui informasi yang ada di Lampung.

2.2 Waktu Kegiatan

Berikut waktu kegiatan selama PKPM:

Tabel 2.2. Rincian Kegiatan PKPM di UMKM Pempek Kito Yay

No.	Tanggal	Kegiatan
1.	16 Agustus 2021	Meminta Perizinan Terhadap Ketua RT terhadap kegiatan PKPM yang di lakukan oleh Mahasiswa IIB Darmajaya
2	17 Agustus 2021	Membantu Karang Taruna di Desa unutup kegiatan hari Kemerdekaan Indonesia dengan adanya protokol kesehatan.
3	18 Agustus 2021	Menemui pemilih UMKM untuk kegiatan PKPM
4	19 Agustus 2021	Melakukan Survei terhadap UMKM Pempek Kito Yay serta mencari tahu apa kekurangan dari Pempek Kito Yay.
5	20 Agustus 2021	Membantu Penjualan di Outlet.
6	21 Agustus 2021	Pemesanan Banner Terhadap Pempek Kito Yay.
7	23 Agustus 2021	Pemasangan Banner Terhadap Pempek Kito Yay.
8	24 Agustus 2021	Melakukan pembuatan Instagram, merapikan di aplikasi gofood, merapikan di aplikasi Facebook, pembuatan Whatsapp Bisnis untuk memisahkan Whatsapp bisnis dan pribadi, serta pembuatan LINK pemesanan untuk akses cepat terhadap para konsumen.
9	25-28 Agustus 2021	Membantu Penjualan di Outlet Pempek Kito Yay
10	30 Agustus 2021	Membantu pengolahan pembuatan Pempek Kito Yay di rumah nya.
11	31 Agustus 2021	Sosialisasi Tentang bahaya nya Covid-19
12	1-4 September 2021	Membantu Penjualan di Outlet Pempek Kito Yay
13	6-8 September 2021	Membantu Penjualan di Outlet Pempek Kito Yay

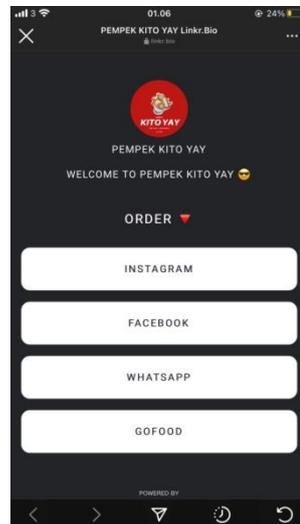
14	9-11 September 2021	Melakukan kegiatan belajar bersama terhadap anak-anak.
15	13-14 September 2021	Mengantar atau delivery terhadap Pempek Kito Yay.
16	15 September 2021	Pelepasan dan berterimakasih terhadap pemilik UMKM Pempek Kito Yay.
17	16 September 2021	Pelepasan PKPM 2021

2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

hasil kegiatan dan dokumentasi PKPM sebagai berikut:

2.3.1. Hasil Kegiatan

1. Promosi Instagram



Gambar 2.1. link order



Gambar 2.2. Instagram

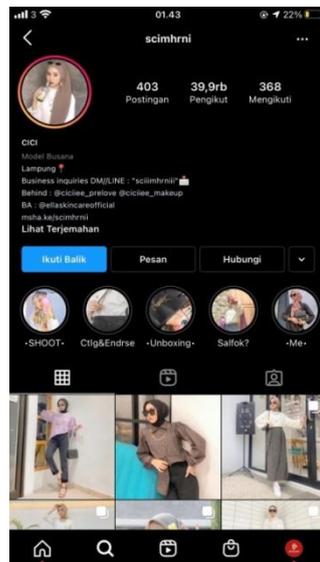
Di masa pandemi covid-19 masyarakat lebih aktif di sosial media bukan hanya di pandemi saja bahkan sebelum pandemi masyarakat juga aktif di media sosial terutama di Instagram. Dengan melakukan promosi melalui Instagram Pempek Kito Yay lebih mudah di kenal

di masyarakat terutama di Natar bahkan di seluruh Lampung, lebih tepatnya sudah banyak pelanggan pempek kito yay yang sudah tahu keberadaan pempek kito yay. Dengan adanya Instagram pelanggan bahkan konsumen baru sudah bisa mengikuti perkembangan atau kegiatan pempek kito yay di Instagram. Melakukan pembuatan link untuk order sekarang lebih gampang karena adanya pembuatan link untuk di akses sangatlah mudah untuk order karena tinggal pilih saja di antara pilihan tersebut (gambar 2.3.1.).

2. Metode Pemasaran

Influencer Marketing

Dengan menggunakan Metode Influencer Marketing lebih efektif untuk memperkenalkan produk terutama pempek kito yay. Dalam melakukan endorsement dengan influencer insight pada saat melakukan promosi itu sangat lumayan untuk di kenal banyak orang, dimana para followers nya akan mengikuti kegiatan nya sehari-hari. Maka dari itu followers nya akan melihat instagram pempek kito yay lalu para followers akan ada keinginan untuk membelinya.



Gambar 2.3. Instagram @scimhrni



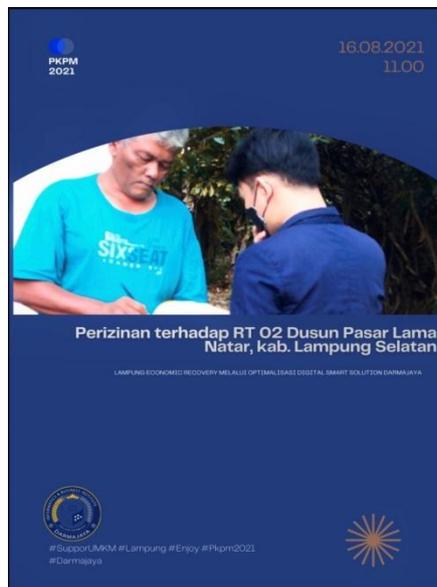
Gambar 2.4. Insight endorsement



Gambar 2.5. Portofolio Scimhrni Gambar 2.6. Story Instagram

2.3.2. Dokumentasi Kegiatan

1. Perizinan Terhadap Ketua RT dan Pemilik UMKM



Gambar 2.7. Perizinan Terhadap Ketua RT Gambar 2.8. Perizinan Terhadap pemilik UMKM

2. Pembuatan Pempek



Gambar 2.9. Pembuatan Pempek



Gambar 2.10. pempekKito Yay

3. Pembuatan Banner dan Logo



Gambar 2.11 Banner dari pempek kito yay Y



Gambar 2.12. Pembuatan Logo

2.4 Dampak Kegiatan

Ada beberapa dampak kegiatan dari PKPM dengan Tema Lampung Economic Recovery Melalui Optimalisasi Digital Smart Solution Darmajaya yaitu:

1. Pembuatan Instagram

Dari pembuatan instagram sehingga pempek kito yay dapat bersaing dengan usaha lainnya. Dengan adanya instagram pempek kito yay mampu di kenal di oleh masyarakat terutama adanya instagram masyarakat lebih mudah mengakses informasi-informasi seputar pempek kito yay.

2. Influencer Marketing

Dengan melakukan influencer marketing pempek kito yay mampu di kenal lebih banyak orang dan membuat insight dari pempek kito yay itu lumayan naik dari segi insight nya.

3. Penigkatan aplikasi Gofood

Adanya suatu masalah di aplikasi gofood dari pempek kito yay berupa email yang belum verifikasi, lalu adanya perubahan data pemilik usaha dari pihak pemilik usaha Pempek Kito yay. Untuk itu semua nya sudah di selesaikan sehingga data dan tampilan di gofood sudah di perbaiki.

4. Pembuatan banner baru dan logo

Banner yang sebelum nya di gantikan oleh banner yang baru dan logo yang baru untuk lebih di kenal oleh konsumen.

BAB III

PENUTUP

2.1. Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan yang dilakukan di UMKM Pempek Kito Yay di desa Natar dusun Pasar Lama dengan hasil yang di laksanakan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Melakukan promosi melalui Instagram dengan adanya nilai jual terhadap kegiatan dan penjualan di instagram tersebut pempek kito yay dapat menarik sebuah konsumen untuk membeli produk yang di jual di pempek kito yay. Dengan itu pempek kito yay dapat memberikan informasi-informasi tentang kegiatan sehari-hari untuk informasi penjualan.
2. Peningkatan Terhadap menu dan tampilan di aplikasi Gojek (Gofood)
3. Pembuatan Link order pada kemudahan para konsumen terhadap Pempek Kito Yay
4. Melakukan strategi pemasaran melalui influencer marketing dampaknya cukup memuaskan untuk pempek kito yay, dengan menggunakan metode influencer marketing cukup luas untuk di kenal bagi para konsumen baru atau pelanggan lama yang kembali lagi untuk berlangganan kembali terhadap pempek kito yay.

2.2. Saran

Adapun sarannya adalah sebagai berikut:

2.2.1. Bagi Institusi Informatika dan Bisnis Darmajaya

1. Kegiatan Prakte k Kerja Pengabdian Masyarakat ini sebaiknya diadakan kembali pada periode mendatang,

karena kegiatan ini memberikan nilai positif bagi mahasiswa dalam mengembangkan potensi dalam diri, sehingga terciptanya empati dalam diri mahasiswa melalui program interaksi dan sosialisasi terhadap masyarakat setempat.

2. Kedepannya dalam melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat panitia pelaksana dan pihak-pihak yang terkait lebih mempersiapkan dengan matang lagi terutama dalam menjalin koordinasi dengan lapangan/kampung lokasi pelaksanaan PKPM.

2.2.2. Bagi UMKM

1. Menjalin hubungan relasi bisnis agar tidak kesulitan dalam proses produksi dan distribusi agar usaha dapat terjamin kedepannya, salah satu bentuknya adalah melalui promosi online yang dapat menambah relasi bisnis.
2. Membuat anggaran kerja untuk mengetahui laba dan ruginya usaha, serta dapat menentukan target/keputusan usaha kedepannya.
3. Pelaku UMKM harus mampu mengadopsi strategi bertahan bisnis dengan memanfaatkan bisnis digital yang sudah dijelaskan dan diharapkan dapat menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan bisnis di tengah pandemi covid-19

saat ini maupun dimasa pasca pandemi covid-19 yang akan datang.

2.2.3. Bagi Masyarakat Desa Natar Pasar Lama

1. Ruang lingkup Pasar Lama, diharapkan terus memberikan edukasi dalam bentuk sosialisasi atau pelatihan kepada para pelaku UKM melalui media daring. Membentuk jaringan komunikasi bagi UKM sehingga mudah dipantau dan keterampilan UKM akan semakin meningkat.

2.3. Rekomendasi

1. Untuk Mahasiswa

- a. Harus mempunyai niat dan tujuan yang baik, rasa ikhlas, tanggung jawab yang besar, mental, emosial dan dana yang cukup agar PKPM tersebut dapat berjalan dengan lancar dan baik.
- b. Mahasiswa harus dapat mengelola waktu yang dimiliki selama PKPM dengan sebaik-baiknya.

2. Untuk Pemerintah Desa dan Masyarakat

- a. Menghilangkan persepsi bahwa mahasiwa PKPM adalah sebagai penyandang dana (donator), melainkan sebagai motivator, mediator dan dinamisator.
- b. Berpartisipasi aktif dalam setiap kegiatan PKPM adakan.

- c. Meningkatkan semangat dalam mencari ilmu dimanapun, kapanpun, dan kepada siapapun.
3. Untuk Institusi Informatikan dan Bisnis Darmajaya
 - a. Adanya persiapan yang matang serta adanya pelatihan dan praktek kerja lapangan.
 - b. Perlunya mengadakan pertemuan terlebih dahulu ke desa bersangkutan yang membicarakan tentang program yang akan dilaksanakan mahasiswa PKPM agar sabutan Desa yang bersangkutan menerima dengan tangan terbuka.

LAMPIRAN

Lampiran Dokumentasi Kegiatan



pemasangan banner pempek kito yay



Lomba 17 agustus bersama warga



berinteraksi kepada konsumen



Membantu Penjualan pempek kito yay



Membantu pengolahan pempek

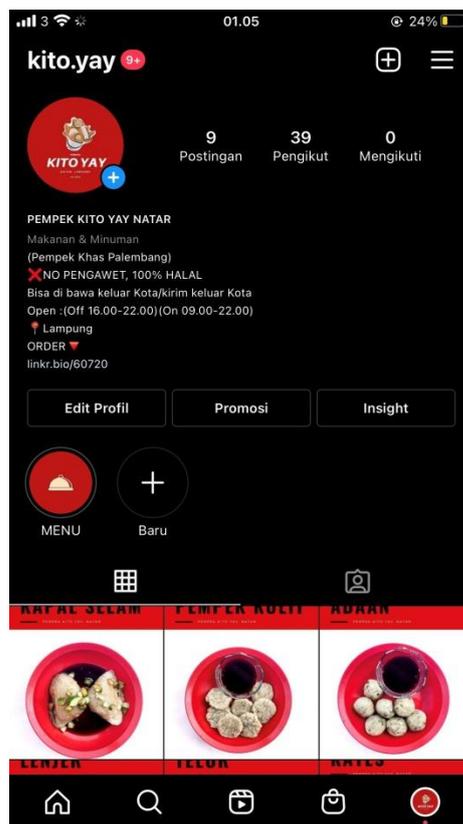


Membantu penolahan pempek





Membantu membersihkan dagangan



Lebih Aktif di Instagram

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Hardilawati, W. L. (2019). *Model Pemasaran Hubungan Pelanggan, Inovasi Dan E-Commerce* Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Ukm Di Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 9(2), 213–222.
- https://pkpm.darmajaya.ac.id/wp-content/uploads/2021/03/BUKU-PANDUAN-PKPM-MANDIRI-IIB-DARMAJAYA-GANJIL-2020_2021-FULL-SK.pdf
- Kotler, Philip & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga