

BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program-program Yang Dilaksanakan

Berikut ini program-program yang dilaksanakan selama PKPM:

2.1.1 Program Utama

1. Membantu Proses Produksi UMKM Saiyo Art

Produksi merupakan kegiatan utama pada setiap usaha yang bertujuan untuk menciptakan produk untuk kemudian dipasarkan. Pada UMKM Saiyo Art proses produksi dimulai dari pembelian bahan baku, pembuatan desain, penyemprotan warna dasar, lalu pembuatan lukisan/patung hingga selesai. Disini saya dan teman-teman serta pemilik UMKM mengalami beberapa kesulitan, diantaranya alat lukis yang sempat rusak karena sudah lama tidak dipakai serta kurangnya warna cat yang membuat variasi warna hanya sedikit. Namun hal itu tidak berlansung lama, saya dan teman-teman membantu pemilik UMKM dengan membelikan alat lukis yang baru serta beberapa cat air yang memang diharapkan dapat menambah semangat beliau dalam mengembangkan usahanya.

2. Melakukan *Rebranding* UMKM Saiyo Art

Rebranding adalah salah satu upaya atau strategi yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha guna mengubah citra usahanya. *Rebranding* yang saya lakukan antara lain memberi nama baru, yang mana UMKM ini tadinya bernama “Menakha Rua” lalu diganti menjadi “Saiyo Art” yang diambil dari baasa Padang dan memiliki arti ”seiya” dan art berarti seni. Lalu saya membuat logo karena memang dari awal UMKM ini belum memiliki logo.

3. Pembuatan Akun Media Sosial dan Penerapan Strategi Pemasaran

Pemasaran bagaikan ujung tombak dari sebuah usaha. Produk tidak akan bisa terjual di pasar tanpa adanya pemasaran. Salah satu strategi yang bisa

diterapkan untuk melakukan pemasaran yaitu dengan memanfaatkan media sosial. Dikarenakan pemilik UMKM Saiyo Art tidak terlalu mengerti perihal teknologi informasi, saya membantu beliau untuk membuat berbagai akun media sosial seperti facebook, instagram, dan shopee. Selain membuat akun, saya pun mengajarkan bagaimana menggunakan media sosial tersebut sehingga dapat dimanfaatkan dengan optimal dan kemudian terjadi sebuah transaksi. Tidak dapat dipungkiri pandemi yang masih terus berlangsung hingga saat ini membuat para UMKM tidak sebebaskan dulu dalam memasarkan produknya, maka dari itu strategi pemasaran melalui media sosial dinilai efektif untuk memulihkan keadaan UMKM yang sempat menurun.

4. Melakukan Inovasi Produk UMKM Saiyo Art

Inovasi termasuk dari salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha. Menghadirkan sesuatu yang baru tentu saja akan memperluas jangkauan pasarnya. Pada UMKM Saiyo Art dengan melihat peluang yang cukup besar dan kemampuan yang dimiliki kami membuat inovasi yaitu menciptakan piring anyaman dari lidi. Selain itu juga hal ini mengurangi limbah daun kelapa yang sering dijumpai di desa ini.

2.1.2 Program Tambahan

1. Membuat Plang dan Kotak Sampah Untuk Warga

Dusun Serungku yang merupakan salah satu dusun yang terletak di desa Kelawi menjadi tempat tinggal saya dan melakukan aktivitas selama satu bulan menjalani PKPM ini. Warga yang ramah dan menyambut dengan hangat menjadi hal yang saya syukuri. Oleh karena kenyamanan yang telah warga dusun berikan, saya dan teman-teman memutuskan untuk membuat plang bertuliskan "Selamat Datang di Dusun Serungku, Desa Kelawi" sebagai tanda perbatasan dusun tersebut. Hal ini disambut antusias oleh kepala dusun dan warga setempat, karena dusun ini memang tidak memiliki plang daerah sebelumnya. Tidak hanya itu, saya dan teman-teman juga membuat tempat sampah yang terletak di dekat halaman

luas milik warga yang dilewati banyak orang setiap harinya dan biasa dijadikan tempat latihan pencak silat.

2. Menyebarkan Pamflet dan Membagikan Masker Pada Warga

Covid-19 masih menjadi momok bagi seluruh orang di belahan dunia termasuk warga dusun sini. Namun yang menyita perhatian saya sejak awal kedatangan peserta PKPM adalah hanya segelintir warga yang menggunakan masker, bahkan ketika kecamatan Bakauheni dinyatakan berada pada zona merah tidak membuat warga berubah untuk kembali mematuhi protokol kesehatan. Sebagai bentuk kepedulian saya dan yang lain kepada warga, kami akhirnya membuat kegiatan yang berhubungan dengan Covid-19 yaitu membagikan masker dan menyebarkan pamflet. Diharapkan dengan apa yang telah kami lakukan, warga dan kami sendiri menjadi lebih sadar akan bahaya virus yang sudah merenggut banyak nyawa ini.

2.2 Waktu Kegiatan

Tabel 1

Waktu Kegiatan

No.	Tanggal	Kegiatan
1.	31 Januari 2022	Penerimaan dan pelepasan peserta PKPM di kantor kecamatan.
2.	1 Februari 2022	Wawancara UMKM.
3.	2 Februari 2022	Pembuatan desain pembentukan patung.
4.	3 Februari 2022	Finishing pembuatan patung.
5.	4 Februari 2022	Membeli bahan kebutuhan UMKM.
6.	5 Februari 2022	Gotong royong di pantai Minang Rua.
7.	7 Februari 2022	Mencari inspirasi untuk desain lukisan.

8.	8 Februari 2022	Pemberian warna dasar lukisan.
9.	9 Februari 2022	Membantu proses produksi lukisan.
10.	12 Februari 2022	Meminta izin kadus & pembuatan plang.
11.	14 Februari 2022	Melakukan <i>rebranding</i> pada UMKM.
12.	15 Februari 2022	Melakukan pemotretan produk dan membuat akun medsos serta penerpannya.
13.	19 Februari 2022	Pemasangan plang dusun, menyebarkan pamflet, masker dan membuat kotak sampah.
14.	21 Februari 2022	Melakukan inovasi baru yaitu membuat piring anyaman dari lidi.
15.	27 Februari 2022	Perpisahan serta makan bersama POKDARWIS dan warga desa Kelawi.

2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

2.3.1 Hasil Kegiatan

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan, berikut hasil yang didapatkan:

- **Program Utama**

1. Menghasilkan Produk Untuk Dipasarkan

Pada kegiatan ini hasil yang diperoleh adalah terciptanya 3 variasi produk dengan 2 produk utama yaitu patung dan lukisan serta 1 produk baru yaitu piring anyaman. Untuk patung bentuknya diciptakan terinspirasi dari wajah manusia dan untuk lukisan inspirasinya berasal dari pantai Minang Rua yang terkenal akan keindahan lautnya terutama ikan nemo. Pantai Minang Rua sendiri adalah salah satu destinasi wisata sekaligus badan usaha milik desa

yang terletak di desa Kelawi, Bakauheni. Sedangkan untuk piring anyaman terdapat 5 variasi bentuk yang dapat digunakan untuk alas makan, alas buah, dll.

2. Rebranding UMKM Saiyo Art

Pada kegiatan ini hasil yang diperoleh adalah tergantinya nama lama "Menakha Rua" dengan nama baru yaitu "Saiyo Art". Selain itu juga adanya logo dengan latar belakang hitam dengan gambar alat lukis di tengah dan tulisan "Saiyo Art".

3. Akun Media Sosial dan Penerapan Strategi Pemasarannya

Pada kegiatan ini hasil yang diperoleh adalah akun-akun media sosial pada facebook, instagram, dan Shopee. Dari akun tersebutlah saya mengajarkan pemilik UMKM strategi berbasis teknologi informasi untuk memperluas jangkauan pasar. Mulai dari bagaimana cara mengunggah produk hingga membuat iklan.

4. Terciptanya Produk Baru

Pada kegiatan ini hasil yang diperoleh adalah terciptanya produk baru yang memanfaatkan limbah batang daun kelapa atau biasa disebut lidi. Banyaknya rumah makan atau acara besar yang memilih untuk menggunakan piring anyaman membuat kami mengambil peluang yang ada. Piring anyaman dari lidi ini memiliki 5 variasi dengan berbagai bentuk. Saya juga menyarankan pemilik UMKM untuk mengambil pesanan dalam jumlah banyak guna menikkan dan menambah penjualan.

• Program Tambahan

1. Adanya Tanda Dusun dan Tempat Pembuangan Sampah Yang Besar

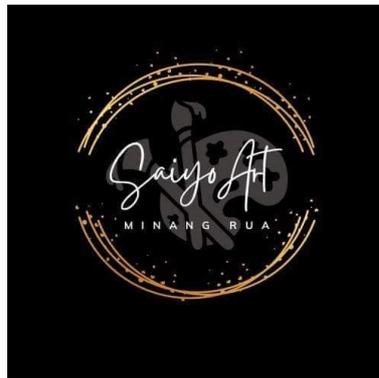
Pada kegiatan ini hasil yang diperoleh adalah adanya batas yang menandakan dimulainya daerah dusun Serungku. Plang ini sangat membantu orang atau tamu yang datang karena sebelumnya dusun ini tidak tanda yang menjadi arahan sehingga terkadang membuat orang bingung, termasuk saya dan teman-teman ketika pertama kali datang. Saat itu kami tidak mengetahui nama

dusun tersebut. Selain itu kotak sampah yang kami buat juga sangat berguna karena dusun Serungku tidak mempunyai kotak sampah besar yang bisa digunakan oleh orang banyak.

2. Warga Setempat Menjadi Sadar Akan Pentingnya Menggunakan Masker dan Bahaya Covid-19

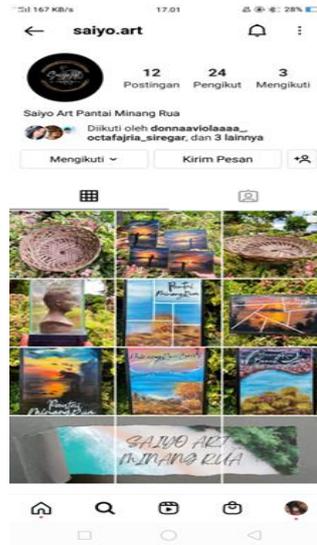
Pada kegiatan ini hasil yang didapatkan adalah terciptanya kesadaran warga akan pentingnya menggunakan masker di era pandemi Covid-19. Lalu warga juga menjadi tau akan bahaya Covid-19 yang hingga saat ini masih menghantui kehidupan sehari-hari.

2.3.2 Dokumentasi



Gambar 2.1 Logo baru hasil *rebranding*

Logo ini dibuat menggunakan aplikasi Canva. Saya memilih aplikasi ini karena mudah untuk digunakan dan mudah untuk dipahami bahkan oleh orang yang belum pernah mengaplikasikannya seperti pemilik UMKM sendiri. Pertama-tama pengguna harus login bisa dengan akun Facebook ataupun akun Google. Setelah itu barulah pengguna memilih latar warna dan menambahkan ikon-ikon sesuai keinginannya. Logo akhirnya tercipta tentunya dengan persetujuan bapak Junaidi selaku pemilik Saiyo Art.



Gambar 2.2 Akun Instagram Saiyo Art

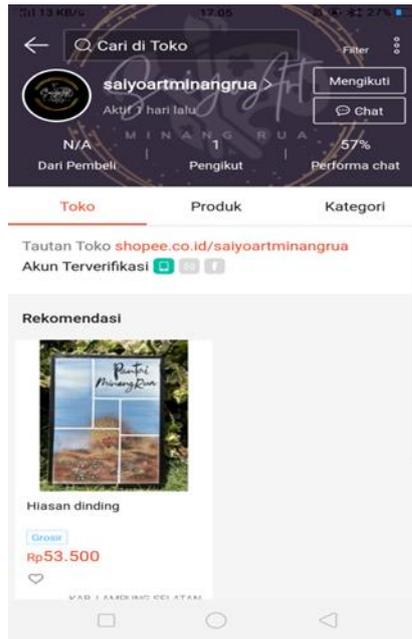
Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan terutama para kawula muda, membuat Instagram menjadi perantara yang cocok untuk para pegiat bisnis melakukan promosi secara *online*. Tahap-tahap melakukan promosi melalui Instagram adalah login menggunakan *username* dan *password*. Kemudian untuk mengunggah produk kita memilih ikon dengan simbol + lalu kita membuat *caption* semenarik mungkin dan bisa menambah tagar yang sesuai dengan produk sehingga produk yang dijual akan terlihat ketika pengguna Instagram mencari tagar yang serupa. Saya juga menyarankan pemilik UMKM untuk menggunakan strategi *endorse* agar produknya bisa dikenal lebih luas. Untuk pemesanan para calon konsumen bisa menghubungi admin Saiyo Art melalui *direct message* untuk kemudian mengisi format order, sehingga pesanan dapat diproses lebih lanjut.



Gambar 2.3 Akun facebook Saiyo Art

Market place menjadi salah satu fitur andalan dari Facebook yang tentunya saya dan pemilik UMKM gunakan untuk melakukan pemasaran berbasis media sosial. Pertama saya membuat akun dengan cara memasukkan nama sesuai dengan UMKM, membuat kata sandi, tanggal lahir dsb. Setelah akun tercipta saya memasang foto profil yaitu logo Saiyo Art dengan foto sampul pemandangan pantai bertuliskan Saiyo Art juga. Memasarkan produk lewat *market place* sangatlah mudah, hanya perlu mengunggah produk yang ingin dijual lalu dimasukkan sesuai dengan kategori yang ada. Kategori ini sangat menguntungkan pemilik UMKM karena calon konsumen mudah untuk menemukan produknya.

Sama seperti di Instagram, konsumen bisa menghubungi UMKM terlebih dulu lewat *inbox* atau komentar di foto. Lalu jika persediaan masih ada atau pemilik UMKM bisa membuatkan pesanan sesuai keinginan konsumen, maka pesanan bisa lanjut untuk proses produksi.



Gambar 2.4 Akun Shopee Saiyo Art

Shopee merupakan salah satu aplikasi jual beli *online* yang besar dan terkenal. Dewasa ini banyak sekali pelaku usaha menggunakannya mempermudah transaksi. Tidak berbeda dengan akun media sosial lainnya, pembuatan akun Shopee perlu memasukkan beberapa data seperti nama akun, kata sandi dan nomor telepon. Lalu kita bisa mulai memasarkan produk dengan mengunggah produk jualan kita. Kemudian kita harus memasukkan informasi terkait produk jualan kita.

Saya menyarankan untuk menggunakan sistem *pre-order* namun pemilik Saiyo Art belum mengerti arti *pre-order*, sehingga saya menjelaskan bagaimana cara kerja sistem tersebut. Lalu beliau setuju untuk menerapkan *pre-order* karena memberi keuntungan seperti bisa memperbaiki produk jika terdapat kekurangan. Untuk cara pemesanan, calon konsumen bisa langsung mengunjungi profil Saiyo Art, memilih produk yang akan diorder, memasukkan produk ke dalam keranjang, lalu melakukan *check out*. Nantinya sistem akan memberi tau bahwa ada orderan masuk, sehingga orderan dapat diproses lebih lanjut.

2.4 Dampak Kegiatan

Setiap kegiatan yang dilakukan pasti memberikan dampak tersendiri bagi siapa saja yang terlibat dalam kegiatannya. Adapun dampak yang saya rasakan akan

adanya PKPM ini adalah terlatihnya kemampuan dan pengetahuan saya mengenai pemasaran yang memang merupakan konsentrasi yang saya ambil pada saat kuliah ini. Selain itu berdasarkan penuturan pemilik UMKM dampak yang dirasakan adalah terbantunya beliau dalam memperluas jangkauan pasar terutama tentang strategi berbasis media sosial. Beliau juga termotivasi dan tambah semangat untuk melanjutkan serta mengembangkan UMKM yang sempat vakum.