BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program -Program yang Dilaksanakan

Perkembangan digitalisasi telah membawa kemudahan pada segala aspek kehidupan manusia. Adanya digitalisasi memberikan manfaat berupa penyelesaian pekerjaan yang lebih optimal optimal dengan waktu yang lebih singkat. Sebagai generasi muda yang melek teknologi, sudah seharusnya dapat memanfaatkan media digital dengan sebaik mungkin. Saya memilih pemasaran Jamu bubuk WAHYU HERBAL dengan menggunakan facebook karena Facebook Marketplace dipilih dinilai cukup efektif untuk memasarkan produk, terlebih fiturnya yang mudah digunakan sehingga cocok untuk diterapkan bagi pemula

2.1.1 Membantu mengajar di PAUD AL FATIH MARGO LESTARI

Kami melakukan kegiatan mengajar setiap pagi hari di PAUD AL FATIH guna untuk mengisi kegiatan kami di setiap pagi , belajar dengan sangat yang menyenangkan dan tentu saja sangat ramah anak . Kami di sambut dengan sangat baik oleh para Bunda pengajar dan wali murid PAUD AL FATIH , membantu mengjar di setiap hari Senin-Jumat .

2.1.2 Membantu masyarakat Dusun 1 Desa Margo Lestari dalam kegiatan gotong royong

Kami turut serta membantu para masyarakat Margo Lestari dalam Gotong Royong yang rutin dilakukan oleh ibu-ibu Dusun 1 Margo Lestari kegiatan gotong royong ini dilaksanakan pada sore hari guna untuk selalu menjaga kebersihan Dusun tersebut serta dapat mempererat hubungan silaturahmi antar masyarakat

2.1.3 Membantu karang taruna Desa Margo Lestari dalam mempersiapkan HUT RI yang ke 77

Dengan semarak merdeka kami turut serta membantu karang taruna Dusun 1 Margo Lestari untuk menyiapkan perlombaan di Dusun mereka yang di laksanakan pada tanggal 15-17 Agustus yang bertempat di Lapangan Dusun 1 Margo Lestari Adapun perlombaan yang di lakukan adalah : balap karung,paku botol,joget balon dan lomba senam .

2.2 WAKTU KEGIATAN

	Hari/Tanggal	Kegiatan	Sasaran

1	Senin, 8-Agustus-2022	Pelepasan peserta PKPM di kantor kecamatan Jati Agung Lampung Selatan	Kepala Desa beserta pemerintahan Jati Agung Lampung Selatan
2	Selasa, 9-Agustus-2022	Kunjungan kerumah Kepala Dusun 1 Desa Margo Lestari	Kepala Dusun
3	Rabu, 10-Agustus-2022	Kunjungan ke balai kampung Desa Margo Lestari	Pemerintahan Desa Margo Lestari
4	Kamis, 11-Agustus-2022	Membantu mengajar PAUD AL FATIH Desa Margo Lestari	Siswa/Siswi PAUD AL FATIH Desa Margo Lestari
5	Jumat, 12-Agustus-2022	Membantu kegiatan posayandu Di Dusun 1 Margo Lestari	Balita Di Desa Margo Lestari
6	Sabtu, 13-Agustus-2022	Kunjungan Keperternakan sapi	
7	Minggu, 14-Agustus-2022	Mendampingi anak-anak paud lomba mewarnai Di Sabina Lumbung Farm	PAUD AL FATIH
8	Senin, 15-Agustus-2022	Menghadiri opening ceremony perlombaan Di Desa Margo Lestari Jati Agung Lampung Selatan	Masyarakat Margo Lestari
9	Selasa, 16-Agustus-2022	Menjadi panitia perlombaan Di Desa Margo Lestari	Masyarakat Margo Lestari
10	Rabu, 17-Agustus-2022	Upacara memperingati HUT RI Di Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan	Kecamatan Jati Agung

11	Jumat, 19-Agustus-2022	Mengunjungi UMKM WAHYU HERBAL	UMKM
12	Senin, 21-Agustus-2022	Membuat surat izin NIB Jamu Herbal	UMKM
13	Selasa, 22-Agustus-2022	Membuat facebook ads untuk meningkatkan penjualan WAHYU HERBAL	
16	Kamis, 26-Agustus-2022	Membantu memproduksi jamu instan atau jamu bubuk WAHYU HERBAL	
17	Jumat, 27-Agustus-2022	Membantu mempacking produk UMKM WAHYU HERBAL	
18	Senin, 30-Agustus	Memasang banner produk WAHYU HERBAL	

2.3 Pengertian Strategi

Strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akusisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan joint venture (Kartajaya, 1996). Strategi adalah merupakan rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang berhubungan dengan

keunggulan strategis perusahaan terhadap tantangan lingkungan, yang dirancang untuk dapat memastikan tujuan dari perusahaan dapat dicapai pelaksanaannya yang tepat oleh organisasi (Nitisemito, 1986).

2.3.1 Pengertian Pemasaran

Menurut Philip Kotler Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarah pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran. Menurut The American Marketing Association Pemasaran adalah suatu kegiatan usaha yang mengarahkan aliran barang dan jasa kepada konsumen atau pemakai. Menurut William j. Stanton Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Dari definisi-definisi tersebut dapat diambil kesimpulan sementara, bahwa pemasaraan merupakan interaksi yang ber usaha menciptakan hubungan pertukaran. Dengan demikian pemasaran dilakukan sebelum maupun sesudah terjadinya proses pertukaran demi tercipta nya kepuasan baik pembeli maupun penjual. [2] 2.3 Pengertian Strategi Pemasaran Strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh. Dipandang dari luasnya permasalahan yang ada dalam perusahaan, maka diperlukan adanya perencanaan yang menyeluruh untuk dijadikan pedoman bagi segmen perusahaan dalam menjalankan kegiatannya, alasan lain yang menunjukkan pentingnya strategi pemasaran adalah semakin kerasnya persaingan perusahaan pada umumnya. Penelitian ini memiliki tujuan untuk: mendapat gambaran mengenai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing, dan untuk mengetahui seberapa efektif pelaksanaan strategi pemasaran yang telah dilakukan. (Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, 2015)

2.3.2 Pengertian Media

Sosial Dari dua kata media dan sosial yang telah dijelaskan tersebut, kemudian kita gabung- kan menjadi kata media sosial. Berikut ini ada beberapa definisi dari media sosial antara lain yang dikemukakan oleh Mandibergh berpendapat bahwa “media sosial adalah media yang mewadahi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten (user generated content)”. (Nasrullah, 2017: 11). Sementara itu, Boyd menjelaskan bahwa: Media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu atau komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada

user-generated content (UGC) di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa. (Nasrullah, 2017: 11) Dari dua definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah sarana yang merupakan medium berbasis teknologi internet (media online) yang memung-kinkan seseorang dapat berinteraksi sosial, berkomunikasi dan berkerjasama, serta berbagi dengan orang lainnya.Selain itu, penggunanya dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi dan menciptakan pesan. Dalam hal ini, ada beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: Blog, Twitter, Facebook WashApps, BMM, Line, Wikipedia dan lain-lain.

2.4 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

Saya membantu UMKM Jamu Instan Tradisional di Desa Margo Lesatari.Kegiatan ini dilakukan untuk dapat membantu pemasaran UMKM, dengan memanfaatkan teknologi sebagai sarana promosi di media social.Serta melakukan inovasi di dalam pengemasan diberikan label/merek untuk menunjang kemasan yang baik.Melalui media sosial yang banyak tersedia saat ini seperti Facebook, kita bisa memanfaatkannya sebagai sarana promosi pemasaran yang ada dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan.Di era pandemi seperti saat ini banyak orang yang mencari informasi dengan melihat di media sosial, media sosial menjadi

sangat penting dalam membangun reputasi yang baik untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.Dengan menciptakan citra yang baik kepada masyarakat luas atau kepada pengguna media social lainnya.

Gambar 2.1 Sosial Media Facebook Jamu Instan Tradisional WAHYU HERBAL

Selain media sosial Facebook untuk mempermudah memasarkan produk Jamu Instan Tradisional saya juga memberikan merek untuk kemasan Jamu Instan Tradisional tersebut Merek merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen. Merek di pandang dapat menaikan penjualan atau status pembeli, dalam pembuatan merek harus ada namanya yaitu antara lain: ringkasan dan sederhana, mengandung keaslian, mudah di mengerti dan muda di baca tidak bersifat negatif karena supaya mudah di kenal oleh masyarakat dan masayarakat tahu bahwa produk Jamu Instan Tradisional

sebagai sarana untuk mengembangkan suatu produk salah satu nya adalah promosi, sehingga dapat mempermosikan hasil produksi cukup dengan menyebut mereknya, dan juga sebagai jaminan atas mutu barang yang di perdagangkan serta merk juga menunjukan asal barang tersebut dihasilkan. Desain merk yang baik dapat memperngaruhi penjualan produk yang kita jual dan meningkatkan kemasan yang di peroleh,produksi kemasan sampai kegunaan kemasan, dengan itu perlu di buatkan merek dagang yang mencantumkan nama produk dan contact person untuk

mempermudahkan penjualan Jamu Instan Tradisional WAHYU HERBAL yang berada di Desa Margo Lestari Jati Agung Lampung Selatan

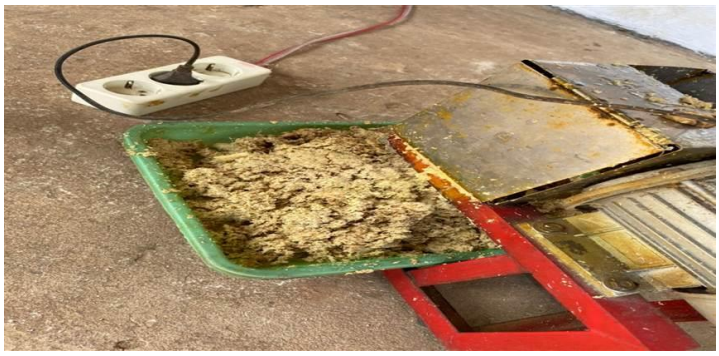
Gambar 2.2 Merek Kemasan Produk Jamu Instan WAHYU HERBAL

Gambar 2.3 Produk Jamu Instan Tradisional dan Pemilik UMKM Jamu Ibu Yuniarti

Gambar 2.4 Mengunjungi Balai Desa Margo Lestari Bersama bapak Sekertaris desa dan Kepala dusun 1 Margo Lestari

Gambar 2.5 Kunjungan Dpl di Desa Margo Lestari

Gambar 2.6 Pemasangan Banner di UMKM WAHYU HERBAL



Gambar 2.7 Proses Pemarutan Jahe Untuk Pembuatan Serbuk Jamu Instan

Gambar 2.8 Perebusan Jahe yang Sudah di Parut Sehingga Muncul Butiran-butiran

Gambar 2.9 Bersama Siswa Siswi PAUD AL-FATIH

2.5 Dampak Kegiatan Dampak dari kegiatan PKPM yang sudah dilaksanakan

ialah mampu bekerjasama dalam tim yaitu terjun langsung ke masyarakat. Mampu mengenalkan produk Jamu Instan Tradisional ke ruang lingkup yang lebih luas dan memberikan identitas merek terhadap roduk dengan cara meembuatkan stiker pada kemasan Jamu Instan Tradisional Bu Sri Yuni. Dampak negatifnya terjadi kendala jaringan yang kurang bagus atau memadai dalam menggunakan media social.