

BAB II
PELAKSANAAN PROGRAM

2.1. Program – Program yang Dilaksanakan

No	Rencana Kegiatan	Tujuan	Sasaran
1	Survey Kebutuhan Media Pemasaran UMKM Tempe Mahfud	Melakukan survey lokasi dan observasi serta analisis tentang permasalahan yang dialami oleh UMKM Tempe Pak Mahfud	Pemilik UMKM
2	Pembuatan Media Bantu Pemasaran Whatsapp Bisnis	Membuat akun <i>Whatsapp</i> untuk meningkatkan penjualan Produk UMKM Tempe Pak Mahfud	Pemilik UMKM
3	Pembuatan Media Bantu Pemasaran Instagram	Membuat akun Instagram untuk meningkatkan penjualan Produk UMKM Tempe Pak Mahfud	Pemilik UMKM
4	Sosialisasi ke SDN 1 Batu Agung	Melakukan sosialisasi tentang bahaya bullying	Pelajar Kelas 5 dan 6
5	Penyuluhan Tentang Narkoba dan Kenakalan Remaja	Melakukan penyuluhan tentang kenakalan remaja dan bahaya penyalahgunaan narkoba	Remaja Desa Batu Agung

Tabel 1. Program Kerja

2.2 Waktu Kegiatan

No	Tanggal	Kegiatan
1	08 Agustus 2022	Pemberangkatan dan Pelepasan Peserta PKPM
2	09 Agustus 2022	Mempersiapkan Rangkaian Lomba 17 Agustus dengan Aparatur Desa
3	10 Agustus 2022	Mengikuti Kegiatan 17 Agustus Serta Menjadi Panitia Futsal
4	11 Agustus 2022	Panitia Futsal dan Volly
5	12 Agustus 2022	Penilaian Kebersihan Desa
6	13 Agustus 2022	Final Lomba Bola Volly dan Pengecetan Gapura
7	14 Agustus 2022	Panitia Perlombaan Desa
8	15 Agustus 2022	Gotong Royong Dan Gladi Upacara 17 Agustus
9	16 Agustus 2022	Menjadi Panitia Senam dan Peckaging Hadiah Perlombaan

10	17 Agustus 2022	Upacara dan Karnaval
11	18 Agustus 2022	Membantu Persiapan Lomba di Rt 04
12	19 Agustus 2022	Menjadi Panitia 17 Agustus di Rt 04
13	20 Agustus 2022	Menyelesaikan Pengecatan Gapura
14	21 Agustus 2022	Merayakan Kemenangan Rt 04
15	22 Agustus 2022	Menjelaskan Hasil Penilaian 17 Agustus di Balai Desa
16	23 Agustus 2022	Membantu Posyandu Anak dan Posyandu Lansia
17	24 Agustus 2022	Kunjungan Perizinan UMKM Tempe
18	25 Agustus 2022	Menghadiri Upacara Pensi SDN 1 Batu Agung
19	26 Agustus 2022	Menghadiri Acara TPQ dan Membantu Pembuatan Tempe
20	27 Agustus 2022	Silaturahmi ke Warga Dusun Wonosari Desa Batu Agung
21	28 Agustus 2022	Membantu Posyandu Remaja dan Memberikan Penyuluhan
22	29 Agustus 2022	Membantu Produksi UMKM Tempe
23	30 Agustus 2022	Mengunjungi SDN Dan Memperingati Hari Jadi Pemerintah
24	31 Agustus 2022	Membantu Vaksinasi dan Membantu Melakukan Penginputan Data Vaksin
25	01 September 2022	Pelaksanaan Progra Pembinaan Kebersihan Lingkungan Sekolah
26	02 September 2022	Kunjungan ke Paud
27	03 September 2022	Penyerahan Banner ke UMKM Tempe
28	04 September 2022	Penyerahan Sticker kepada UMKM Tempe
29	05 September 2022	Dokumentasi Perpisahan
30	06 September 2022	Penyelesaian Pengecatan Tugu
31	07 September 2022	Pembuatan Jurnal Kelompok Bersama
32	08 September 2022	Pelepasan Mahasiswa PKPM

Tabel 2. Waktu Kegiatan

2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

2.3.1. Permintaan Izin Pelaksanaan PKPM ke Kepala Desa

Pelaksanaan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di desa Batu Agung, Kecamatan Merbau Mataram, Kabupaten Lampung Selatan diawali dengan melakukan izin pelaksanaan kepada bapak Wahyudi selaku Kepala Desa Batu Agung pada 08 Agustus 2022 di balai desa Batu Agung



Gambar 1. Permintaan Izin Pelaksanaan PKPM ke Kepala Desa

2.3.2. Survey Kebutuhan Media Pemasaran UMKM Tempe Mahfud

Kegiatan ini adalah kegiatan untuk melakukan survey, analisis, dan observasi ke UMKM Tempe Pak Mahfud guna menentukan media pemasaran apa yang tepat untuk digunakan untuk meningkatkan penjualan produk tempe yang dimiliki.

Berdasarkan hasil survey dan analisi yang dilakukan, UMKM Tempe Pak Mahfud memiliki kebutuhan untuk dapat melakukan transaksi jual beli dengan lebih mudah dan cakupan yang lebih luas yaitu dengan memanfaatkan aplikasi Whtasapp Bisnis dan Instagram.



Gambar 2. Survey Kebutuhan Media Pemasaran UMKM Tempe Pak Mahfud

2.3.3. Pembuatan Media Bantu Pemasaran *Whatsapp*

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berkembang seiring dengan tingkat kebutuhan manusia, semakin modern kehidupan manusia, maka semakin modern pula teknologi yang digunakan. Saat ini, WhatsApp (WA) telah dimanfaatkan oleh tokoh masyarakat untuk berkomunikasi dalam menyampaikan pesan kepada sasarannya. Tokoh masyarakat memanfaatkan WA sebagai media komunikasi dalam menyampaikan pesan, informasi yang disampaikan lebih efektif dan merupakan kepuasan tersendiri karena menggunakan teknologi informasi (WA) pesan lebih cepat diterima oleh sasaran (Trisnani, 2017).

Jumiatmoko (2016) mengatakan, WhatsApp merupakan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan setiap pengguna dapat saling berbagi berbagai macam konten sesuai dengan fitur pendukungnya. WhatsApp juga memiliki berbagai fitur yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan bantuan layanan internet.

Sependapat dengan Jumiatmoko, menurut Pranajaya dan Hendra Wicaksono, WhatsApp merupakan media sosial paling populer yang dapat digunakan sebagai media komunikasi. Umumnya para pengguna WA menyebutkan alasan memilih aplikasi ini adalah karena tersedianya berbagai kemudahan yang ada didalamnya

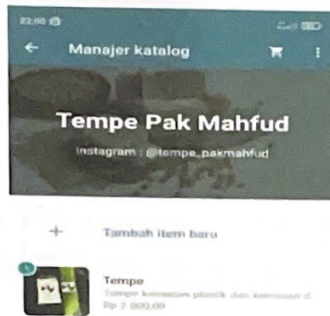
disamping tidak mengeluarkan biaya alias gratis (Pranajaya & Hendra Wicaksono, 2017).

Fitur-fitur yang terdapat dalam Whatsapp yaitu Gallery untuk menambahkan foto, Contact untuk menyisipkan kontak, Camera untuk mengambil gambar, Audio untuk mengirim pesan suara, Maps untuk mengirimkan berbagai koordinat peta, bahkan Document untuk menyisipkan file berupa dokumen. Semua file tersebut dapat dalam sekejap dikirim melalui aplikasi gratis tersebut. Berbagai fitur tersebut tentu semakin menambah kemudahan dan kenyamanan berkomunikasi melalui media online (Jumiatmoko, 2016).

Jumlah pengguna WhatsApp pada Mei 2018 sebanyak 1,5 miliar dan sudah mengirim sebanyak 65 miliar pesan melalui aplikasi WhatsApp maupun WhatsApp web per harinya. Setahun setelah diakuisisi Facebook, trafik pesan yang dihasilkan pengguna WhatsApp dalam sehari mencapai 30 miliar pesan. (Ngazis, 2018).

WhatsApp adalah aplikasi berbasis internet yang merupakan salah satu dampak perkembangan teknologi informasi yang paling populer. Aplikasi berbasis internet ini sangat potensial untuk dimanfaatkan sebagai media komunikasi, karena memudahkan penggunanya untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi tanpa menghabiskan biaya banyak dalam pemakaiannya, karena whatsapp tidak menggunakan pulsa, melainkan menggunakan data internet (Pranajaya & Hendra Wicaksono, 2017).

Menurut Larasati, dkk (2013), WhatsApp merupakan aplikasi untuk saling berkirim pesan secara instan, dan memungkinkan kita untuk saling bertukar gambar, video, foto, pesan suara, dan dapat digunakan untuk berbagi informasi dan diskusi. Larasati menyimpulkan bahwa pemanfaatan aplikasi WhatsApp sebagai sarana diskusi pembelajaran ini termasuk dalam kategori efektif.

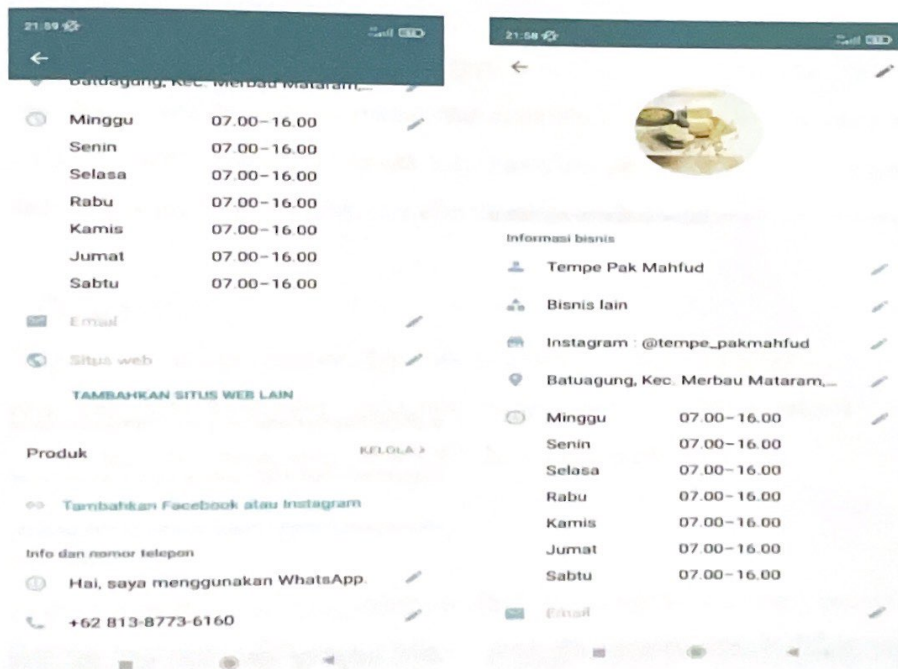


Gambar 3. Tampilan Katalog Produk Whatsapp Bisnis UMKM Tempe Pak Mahfud

Melalui aplikasi Whatsapp dengan jenis Whtasapp Bisnis kini UMKM Tempe Pak Mahfud dapat melakukan penjualan dengan memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia, berikut adalah fitur-fitur yang dimanfaatkan UMKM Tempe Pak Mahfud untuk menungjang kebutuhan penjualan dan pemasarannya :

1. Fitur Status Whatsapp berguna untuk membagikan foto atau video kepada para konsumen yang telah menyimpan kontak Whatsapp bisnis UMKM Tempe Pak Mahfud dalam durasi singkat.
2. E-katalog berguna untuk memudahkan pembeli mengetahui varian tempe apa saja yang disediakan oleh UMKM Tempe Pak Mahfud
3. Pesan & Broadcast berguna untuk mengirim dan berbalas pesan serta melakukan siaran pengumuman secara serentak untuk media pemasaran langsung kepada konsumen.
4. Jam Pelayanan, berguna untuk memudahkan konsumen untuk melakukan waktu pembelian yang tepat untuk membeli produk UMKM Tempe Pak Mahfud.

5. Alamat, berguna untuk memberikan petunjuk arah atau alamat UMKM Tempe Pak Mahfud apabila ingin melakukan pembelian langsung ke lokasi
6. Link, berguna untuk memberikan informasi tautan atau platform lain dimana konsumen dapat memesan, sebagai contoh adalah tautan akun Instagram milik UMKM Tempe Pak Mahfud.



Gambar 4. Deskripsi Whatsapp Bisnis UMKM Tempe Pak Mahfud

2.3.4. Pembuatan Media Bantu Pemasaran *Instagram*

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Menurut Atmoko (2012) Instagram memiliki lima menu utama dengan beberapa fitur pelengkap lain seperti berikut ini:

a. *Home Page*

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (timeline) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat scroll mouse di komputer. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.

b. *Comments*

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol send.

c. *Explore*

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam explore feed.

d. *Profil*

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah *follower* dan jumlah *following*.

e. *News Feed*

News feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. News feed memiliki dua jenis tab yaitu "Following" dan "News". Tab "following" menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow, maka tab "news" menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto

pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

f. *Judul*

Judul atau caption foto bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada pengguna tersebut.

g. *Hashtag*

Hashtag adalah symbol bertanda pagar (#), fitur pagar ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan hashtag tertentu.

h. *Lokasi*

Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna pengambilannya. Meski Instagram disebut layanan photo sharing, tetapi Instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena pengguna bisa berinteraksi dengan sesama pengguna.

i. *Follow*

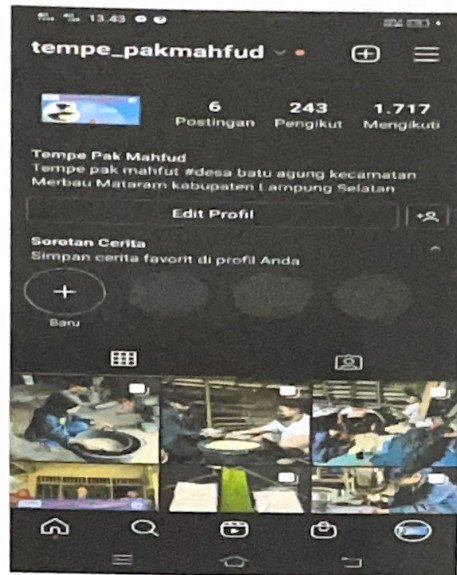
Follow adalah pengikut, dari pengguna Instagram pengguna satu agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang menggunakan Instagram.

j. *Like*

Like adalah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada Instagram, dengan cara menekan tombol like dibagian bawah caption yang bersebelahan dengan komentar. Kedua, dengan double tap (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.

k. *Mentions*

Fitur ini adalah untuk menambah pengguna lain, caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukan akun instagram dari pengguna tersebut.



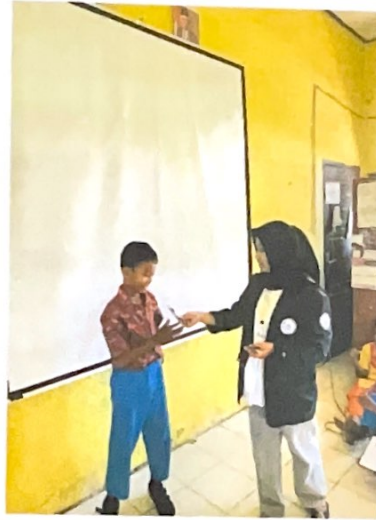
Gambar 5. Akun Instagram UMKM Tempe Pak Mahfud

Akun Instagram yang dibuat untuk menunjang pemasaran dan penjualan UMKM Tempe Pak Mahfud di beri nama akun @tempe_pakmahfud. Melalui akun Instagram yang dimiliki oleh UMKM Tempe Pak Mahfud kini produk UMKM ini telah memiliki 243 pengikut dan diprediksi akan terus meningkat apabila dapat dikelola dengan baik.

2.3.5. Sosialisasi ke SDN 1 Batu Agung

Sosialisasi merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan selama pelaksanaan PKPM di Desa Batu Agung. Sosialisasi yang dilakukan adalah sosialisasi kepada siswa dan siswa SDN 1 Batu Agung yang berada di kelas 5 dan 6.

Sosialisasi yang berisikan bermuatan tentang edukasi untuk *tidak* melakukan Bullying kepada orang lain. Menurut Liness (dalam Wahyuni, 2011) mendefinisikan perilaku bullying sebagai intimidasi yang dilakukan oleh individu atau kelompok baik secara fisik, psikologis, sosial, verbal atau emosional yang dilakukan secara terus menerus.



Gambar 6. Sosialiasi Ke SDN 1 Batu Agung

2.3.6. Penyuluhan Tentang Narkoba dan Kenakalan Remaja

Menurut Hurlock (1998 : 107) masa remaja merupakan masa dimana seorang individu mengalami peralihan dari satu tahap ke tahap berikutnya dan mengalami perubahan baik emosi, tubuh, minat, pola perilaku, dan juga penuh dengan masalah-masalah. Sedangkan menurut Papalia dan Olds (dalam Yudrik Jahja, 2011) bahwa masa remaja adalah masa transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dan dewasa yang pada umumnya dimulai pada usia 12 atau 13 tahun dan berakhir pada usia akhir belasan tahun atau awal dua puluh tahun. Selanjutnya menurut pendapat Mohammad Ali dan Mohammad Asrori (2012 : 10) "ase remaja merupakan fase perkembangan yang tengah berada pada masa amat potensial, baik dilihat dari aspek kognitif, emosi, maupun fisik.

Menurut Kartini Kartono (2011 : 6) kenakalan remaja (*Juvenile delinquency*) ialah perilaku jahat (*dursila*), atau kejahatan/kenakalan anak-anak muda; merupakan gejala sakit (*patologis*) secara sosial pada anak-anak dan remaja yang disebabkan oleh satu bentuk pengabaian sosial. Menurut Sudarsono (2012) bahwa *juvenile delinquency* sebagai kejahatan anak dapat diinterpretasikan berdampak negatif secara psikologis terhadap anak yang menjadi pelakunya, apalagi jika sebutan tersebut secara langsung menjadi semacam trade-mark. Sedangkan menurut Ary

(2010) bahwa *juvenile delinquency* ialah perbuatan anak-anak yang melanggar norma sosial, norma hukum, norma kelompok, dan mengganggu ketentraman masyarakat, sehingga yang berwajib terpaksa mengambil tindakan pengamanan/penangkalan.

Salah satu kenakalan remaja yang kini marak terjadi adalah penyalahgunaan narkoba. Oleh karena itu dilakukanlah penyuluhan tentang hal kenakalan remaja dan dampak penyalahgunaan narkoba yang dilakukan bersama Bidan Desa Batu Agung di Balai Desa Batu Agung, Kecamatan Marbau Mataram, Kabupaten Lampung Selatan.



Gambar 7. Posyandu Remaja dan Penyuluhan

2.4. Dampak Kegiatan

2.4.1. Dampak Bagi Masyarakat

Melalui Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) berbagai bentuk program kerja yang telah dilakukan memiliki dampak positif terutama tentang pengembangan dan pemahaman usaha UMKM untuk ekonomi masyarakat. Selain

itu dengan PKPM ini dapat membantu berbagai aspek kehidupan masyarakat yang dilakukan setiap harinya terutama dibidang ekonomi dan Pendidikan.

2.4.2. Dampak Bagi UMKM Tempe Pak Mahfud

Dalam usaha, pemasaran dan penjualan merupakan salah satu kunci untuk usaha tersebut dapat terus berjalan. Melalui program kerja ini UMKM Tempe Pak Mahfud kini telah memiliki saluran penjualan alternatif baru untuk dapat terus bersaing dan melayani permintaan konsumen tidak hanya secara *offline* tetapi juga secara *online*.