



**DINAS KEPEMUDAAN OLAHRAGA DAN PARIWISATA
PROVINSI JAWA TENGAH
PKKP TAHUN 2024**



Nama Peserta : Kamalia
Kabupaten : KABUPATEN PEMALANG
Jumlah Penduduk : 12513
Bulan/Tahun : Juni 2024

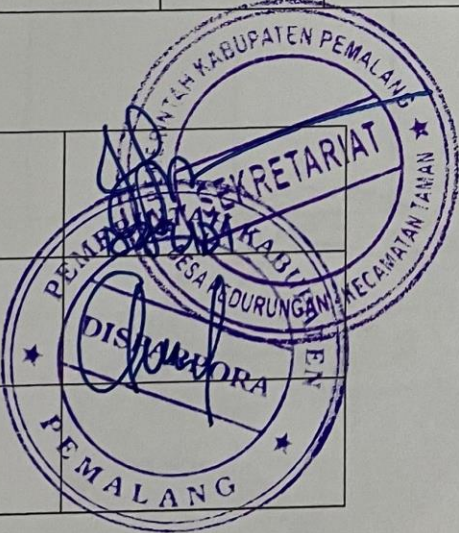
Dicetak pada 24 Juni 2024

Peluang Usaha	Rencana Usaha	Action/Eksekusi	Value Propotion
1. UMKM Roti UMKM Roti adalah hasil dari kegiatan pelatihan pembuatan roti yang diadakan oleh BLK. Dalam pelatihan yang diikuti oleh 16 orang ini menghasilkan 2 UMKM roti yang mulai berkembang. 2. UMKM Tahu Desa Pedurungan memiliki UMKM Tahu milik perseorangan yang sudah ada dan berkembang cukup lama. 3. Usaha Makanan Ringan Desa Pedurungan memiliki banyak usaha makanan ringan seperti kerupuk, cemilan, keripik, dan lainnya. 4. Kerajinan Mika Kidal Art adalah salah satu usaha kerajinan yang ada di Desa Pedurungan. UMKM ini bergerak di bidang kerajinan kayu dan sudah merambah ke pasar internasional. 5. Pertanian Pertanian di Desa Pedurungan meliputi padi, palawija dan jagung yang menjadi hasil bumi. 6. Peternakan Di Desa Pedurungan juga memiliki potensi desa berupa peternakan yang mana terdapat beberapa jenis peternakan. antara lain : Kerbau, sapi, dan unggas.	1. UMKM Roti Setelah diadakan pelatihan pembuatan Roti oleh BLK yang diikuti kurang lebih 16 peserta. Kemudian dari 16 peserta itu membuahakan 2 UMKM Roti yang berkembang. UMKM ini sedang kita dampingi terkait perizinan dan Digital Marketing. 2. Pembuatan Komunitas UMKM Desa Berdasarkan survei dan Hpendataan yang kami lakukan terdapat banyak UMKM yang ada di Desa, akan tetapi masih belum ada wadah untuk menampungnya. Rencana tindak lanjut dari komunitas ini adalah diadakanya kegiatan digital marketing untuk meningkatkan usaha masing-masing. Rencana kegiatannya yaitu dimulai dari evaluasi produk, pengenalan e-commers, dan kemudian digital marketing.	1. Pendampingan Legalitas UMKM Roti Pada bulan Juni ini Tim PKKP melakukan pendampingan legalitas usaha dimulai dari pendaftaran NPWP, NIB, PIRT sampai sertifikasi halal. Hal ini tentu bisa menunjang usaha "Dapoer Bu Anik" agar lebih meyakinkan pembeli. 2. Persiapan kegiatan Pelatihan Digital Marketing/ Pendampingan UMKM Kegiatan ini kami mulai dengan pendataan UMKM yang ada di Desa Pedurungan yang kemudian kami tentukan timeline untuk pelaksanaan kegiatan digital marketing. Hal ini tentu kami sesuaikan dengan kebutuhan peserta. 3. Kamalia Craft Dengan adanya lemari baru yang sudah dibeli membantu memudahkan owner membuat stok buket, terlebih Bulan Juni adalah salah satu bulan-bulan wisuda dan kenaikan kelas. Sehingga banyak orderan masuk dan tak jarang ada pesanan dadakan.	1. Value Propotion UMKM Roti Value Proposition kali ini kami tekankan untuk terfokus pada harga yang menyesuaikan pasar. Sehingga UMKM bisa turut bersaing dengan harga yang ada untuk membantu penjualan. 2. Value Propotion Kamalia Craft Semakin banyaknya penjual bouquet yang mulai menjamur, owner berusaha meningkatkan value propotion dengan harga yang kami sesuaikan dengan pasar dengan kualitas produk yang baik dan memiliki ciri khas tersendiri.

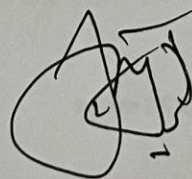
Customer Segment	Strategi Promosi	Strategi Distribusi	Jumlah Pembeli		Strategi Membina Hubungan dengan Pelanggan
			Pelanggan	Pembeli baru	
1. Customer Segmen UMKM Roti Customer segmen UMKM Roti untuk saat ini adalah warga desa pedurungan dan sekitarnya. 2. Customer Segmen Kamalia Craft - Mahasiswa/ siswa. - Pegawai. - Pemuda Remaja. - Orang Dewasa. - Calon Pengantin. - Instansi Pendidikan.	1. Strategi Promosi UMKM Roti Strategi promosi UMKM Roti untuk saat ini adalah dengan promosi berdasarkan review dari mulut ke mulut dan konsistensi kualitas produksi. Selain itu juga melalui penjualan pada even-even di sekolah maupun acara yang lainnya. 2. Strategi Promosi Kamalia Craft - Posting foto dan video di Media Sosial. - Membuat konten yang menarik. - Rekomendasi dari mulut ke mulut. - Testimoni pelanggan. - Memberikan potongan harga.	1. Strategi Distribusi Kamalia Craft - Diambil ditempat produksi. - Dikirim melalui paket ekspedisi. - Dikirim melalui jasa ojek online (<i>gosend</i>).	20	30	1. Strategi Membina Hubungan dengan Pelanggan UMKM Roti - Hasil kualitas roti yang baik - Rasa yang enak. - Bahan yang bagus. - Proses pembuatan yang higienis. 2. Strategi Membina Hubungan dengan Pelanggan Bouquet - Meningkatkan <i>skill</i> kreativitas agar hasil semakin lebih baik. - Memberikan <i>diskon</i> pada pelanggan. - Mengadakan <i>give away</i> pada pengikut akun sosmed.

Pendapatan		Pengeluaran		Partner/Mitra		Aset		Keterangan Hasil Usaha	Komentar Mentor
Pendapatan Tetap	Pendapatan Tidak Tetap	Partner Tetap	Partner Tidak Tetap	Partner Tetap	Partner Tidak Tetap	Aset Berwujud	Aset Tidak Berwujud		
1.000.000	200.000	700.000	100.000			Aset Berwujud Kamalia Craft Lem tembak, lemari plastik kecil, alat pompa balon elektrik, bahan-bahan pembuketan lainnya.		Kegiatan pelatihan digital marketing pada bulan Juli akan dilakukan dengan 3 tahap : 1. Evaluasi Produk Hal ini diperlukan untuk dapat memberikan pertimbangan produk sebelum dan setelah pelatihan. 2. Pengenalan e-commers 3. Pelatihan Digital Marketing	Brand Kamalia Craft terdengar lebih <i>catchy</i> sebagai brand produk kerajinan tangan yang dibuat oleh wanita. Jika kamu mampu mendesain konten promosi yang bisa menampilkan proses pembuatan produk yang melibatkan tim wanita seluruhnya. Proses ini dinamakan <i>Gender Promotion Plan</i> , sehingga nantinya pelanggan kamu pun akan tersegmentasi kepada wanita. Ingat bahwa wanita bukan selalu yang menjadi pembeli saja, namun siapa yang akan menjadi target. Baik target promosi, target pemasaran, maupun targer konsumsi. Beritahu <i>audience</i> apa yang menjadi pembeda produk kamu. Tujuan detail-detail tersebut selama kamu membuat konten promosi/ <i>marketing</i> .

Mengetahui,

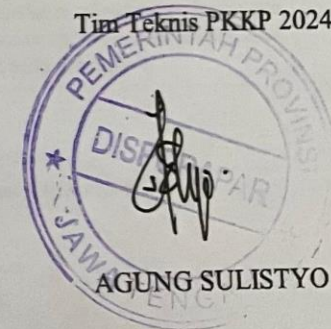
Pembina Desa	
Pembina Kabupaten	
Disporapar Provinsi Jawa Tengah	

Peserta PKKP 2024



Kamalia

Tim Teknis PKKP 2024



AGUNG SULISTYO