



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



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

Dicetak pada 24 Juli 2024

Peluang Usaha	Rencana Usaha	Action/Eksekusi	Value Propotion
1. UMKM Bakso UMKM Bakso adalah salah satu UMKM perorangan yang ada di Desa Pedurungan. 2. UMKM Tempe Desa Pedurungan memiliki UMKM Tempe 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. UMKM Jamu Kunyit asem Mba Yeni adalah UMKM Jamu salah satu warga Desa Pedurungan. 5. 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. 6. Pertanian Pertanian di Desa Pedurungan meliputi padi, palawija dan jagung yang menjadi hasil bumi. 7. Peternakan Di Desa Pedurungan juga memiliki potensi desa berupa peternakan yang mana terdapat beberapa jenis peternakan. antara lain : Kerbau, sapi, dan unggas.	1. UMKM Berdasarkan pendampingan Tim PKKP sejauh ini di Desa Pedurungan ada banyak UMKM yang sudah memiliki legalitas hukum, namun tidak sedikit pula yang belum mempunyai. Maka dari itu Tim PKKP mendampingi dalam setiap perkembangannya termasuk dalam pendampingan legalitas seperti NIB, PIRT dan Halal. 2. Pembuatan Komunitas UMKM Desa Berdasarkan survei dan pendataan 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 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 pemilik UMKM 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 Karena mulai terkenalnya buket pada setiap kalangan dan untuk setiap event kegiatan, tak jarang ada banyak pembeli yg mencari buket dadakan. Sehingga owner membuat lebih banyak stok untuk berjaga-jaga.	1. Value Propotion UMKM 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.

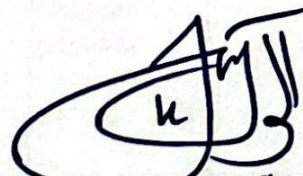
Customer Segment	Strategi Promosi	Strategi Distribusi	Jumlah Pembeli		Strategi Membina Hubungan dengan Pelanggan
			Pelanggan	Pembeli baru	
1. Customer Segmen UMKM Customer segmen UMKM untuk saat ini adalah warga desa pedurungan sekitarnya dan Pasar. 2. Customer Segmen Kamalia Craft - Mahasiswa/ siswa. - Pegawai. - Pemuda Remaja. - Orang Dewasa. - Calon Pengantin. - Instansi Pendidikan.	1. Strategi Promosi UMKM Strategi promosi UMKM 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>).	15	25	1. Strategi Membina Hubungan dengan Pelanggan UMKM - Hasil kualitas produk yang baik - Rasa yang enak. - Bahan yang bagus. - Proses pembuatan yang higienis. 2. Strategi Membina Hubungan dengan Pelanggan Kamalia Craft - 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	

Mengetahui,

Pembina Desa	
Pembina Kabupaten	
Disporapar Provinsi Jawa Tengah	

Peserta PKKP 2024


KAMALIA

Tim Teknis


AGUNG SULISTYO