

Budidaya Jagung Kristal dan keripik pisang	1. Pada usaha Jagung Kristal, rencana yang akan saya lakukan pada bulan September ini adalah melaksanakan penanaman gulma pada tanaman dan monitoring pertumbuhan tanaman. Kembali di lahan pertama. 2. Pada usaha jagung kristal, rencana saya di bulan September lagi adalah penyiupkan dan penyulaman bibit jagung yang tidak tumbuh di lahan yang baru di tanam. 3. Pada usaha keripik pisang, pada bulan september nanti saya mengusahakan pencarian mitra baru lagi, agar nantinya bisa menambah penghasilan guna nantinya bisa terkumpul untuk naik level kemasan.	1. Pada usaha jagung kristal adalah melakukan pemantauan tanaman jagung dari gulma, hama dsb. 2. Pada usaha jagung kristal telah melaksanakan penanaman bibit jagung. Kembali di lahan ke dua dengan di selang waktu tanaman kacang tanah juga. 3. Pada usaha keripik pisang adalah memperbanyak jangkauan pasar.	1. Pada usaha budidaya jagung kristal. Kualitas bersaing, harga terjangkau karena mengutamakan konsumen utama langsung dan toko pakan burung sehingga harga lebih murah daripada harga dari tengkulak. 2. Pada usaha keripik pisang: Memperhatikan kualitas bahan baku yang digunakan sehingga dari segi warna dan rasa dapat terjaga dengan baik, dan pada produk keripik pisang ini dijual dengan harga yang relative terjangkau di kalangan masyarakat.	1. Usaha Jagung Kristal : jagung kristal ini di jual khusus bagi konsumen dan semua kalangan yang menggemari ternak burung merpati serta toko yang menjual kebutuhan pakan burung. 2. Usaha Keripik Pisang : Customer Segment dari usaha ini dimulai dari anak SD hingga orang dewasa baik laki-laki maupun Perempuan.	1. Usaha Jagung Kristal : lewat orang ke orang, marketplace Facebook dan WhatsApp. 2. Usaha Keripik Pisang : offline melalui mitra-mitra seperti toko-toko sembako atau warung-warung jajan dan sayuran. marketplace WhatsApp dan Facebook serta pasar desa.	1. Usaha Jagung Kristal, strategi distribusi yang dilakukan yaitu dengan cara sistem antar minimal dalam pemesanan 20-30 Kg. jika kurang dari 20-30 kg menggunakan sistem COD atau datang langsung ke tempat produsen. 2. Usaha Keripik Pisang: melakukan suplai ke pada mitra dengan system antar produk serta melakukan pemantauan rutin produk di toko dan pengambilan produk (pengantian produk yang baru).	3	0	1. Usaha jagung kristal : memberikan kualitas jagung yang baik, penyediaan stok jagung untuk pelanggan tetap. 2. Usaha keripik pisang : Memberikan produk dengan kualitas baik dan baru, salah satunya dengan cara menggunakan bahan dengan kualitas baik serta melakukan pemantauan produk di toko.	717	0	474	63	7	0	1. Usaha jagung kristal : alat semprot obat, lahan, mesin air 2. Usaha keripik pisang : kompor, alat potong pisang, pisau, wajan, tabung gas, saringan, spatula, wadah, kemaran, toples besar, mesin press plastic.	Akom sosial media	1. Usaha jagung kristal : usaha ini bisa berishah dalam hal pendapatan, karena ritansi dan mesin serta angka pertumbuhan konsumen. 2. Usaha keripik pisang : pada bulan Juli ini usaha kripik pisang masih dalam tahap perluasan penjualan dan kapasitas produksi.	Perla Strategi pemasaran keripik pisang 1. Pemasaran Digital a. Konten Media Sosial yang Menarik Memanfaatkan keberadaan media sosial untuk membuat konten yang menarik tentang keripik pisang dapat menjadi langkah awal yang efektif. Gambar produk berkualitas tinggi, resep menggunakan keripik pisang, atau konten menarik tentang pisang dan kesehatannya dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan keterlibatan di platform sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. b. Kampanye Berbayar di Media Sosial Menggunakan iklan berbayar di platform media sosial dapat memperluas jangkauan kampanye pemasaran. Penargetan iklan dapat disesuaikan berdasarkan demografi, minat, dan perilaku konsumen, memastikan bahwa pesan mencapai audiens yang paling potensial. c. Kolaborasi dengan Influencer Menggandeng influencer yang memiliki audiens yang relevan dan besar di media sosial dapat memberikan dampak besar pada strategi pemasaran. Influencer dapat menciptakan konten yang meyakinkan, memberikan alasan positif, dan meningkatkan kesadaran merek di kalangan pengikut mereka. 2. Pengembangan Branding a. Pembentukan Identitas Merek yang Kuat Membangun
--	---	---	--	--	--	---	---	---	--	-----	---	-----	----	---	---	---	-------------------	--	---

Mengetahui,

Pembina Desa

Pembina Kabupaten

Disporapar Provinsi
Jawa Tengah



Peserta PKKP 2024

Handwritten signature of Zaenal Ramadan in black ink.

ZAENAL RAMADAN

Tim Teknis PKKP 2024

