

LAPORAN BULANAN
PROGRAM PENGEMBANGAN KEPEDULIAN DAN KEPELOPORAN
PEMUDA (PKKP)
PROVINSI JAWA TENGAH TAHUN 2024



Nama Peserta PKKP : Asri Retno Asih
Desa Penempatan : Tambakprogaten
Kecamatan Penempatan : Klirong
Kabupaten Penempatan : Kebumen

PROGRAM PENGEMBANGAN KEPEDULIAN DAN KEPELOPORAN PEMUDA
PROVINSI JAWA TENGAH
2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan "Laporan Bulanan Program Pengembangan Kepedulian dan Kepeloporan Pemuda (PKKP) Provinsi Jawa Tengah Tahun 2024" tepat pada waktunya. Laporan ini menjelaskan tentang gambaran dari pelaksanaan PKKP yang telah dicapai pada bulan Julii dan target kegiatan program PKKP pada bulan Agustus 2024.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan bulanan ini dapat diselesaikan bukan semata-mata atas usaha sendiri melainkan juga berkat bantuan dari berbagai pihak baik secara moril maupun material. Tak ada yang dapat penulis berikan sebagai imbalan, selain ucapan terima kasih yang tulus dan ikhlas kepada:

1. Kepala DISPORAPAR Provinsi Jawa Tengah.
2. Kepala DISDIKPORA Kabupaten Kebumen.
3. Muhammad Syah Fibrika Ramadhan, M.E., selaku Tim Teknis PKKP Jawa Tengah 2024.
4. Bapak Muslikhudin selaku kepala Desa Tambakprogo beserta jajarannya.
5. Teman-teman peserta PKKP Kabupaten Kebumen Tahun 2024.
6. Semua pihak yang turut serta membantu sampai terselesaikannya penyusunan program dan laporan PKKP Jawa Tengah Tahun 2024.

Semoga arahan, masukan, bimbingan dan petunjuk yang diberikan dapat menghasilkan hasil yang terbaik dalam pelaksanaan Program PKKP Jawa Tengah tahun 2024.

Kebumen, 23 Juli 2024

Asri Retno Asih, S.Pt

HALAMAN PENGESAHAN

Nama Peserta PKKP : Asri Retno Asih
Desa Penempatan : Tambakprogaten
Kecamatan Penempatan : Klirong
Kabupaten Penempatan : Kebumen

Kebumen, 23 Juli 2024

Menyetujui,

Kepala Desa Tambakprogaten

Muslikhudin

Mengetahui,

Pengelola Sarana Olahraga Dinas
Pendidikan, Kepemudaan dan Olahraga
Kabupaten Kebumen,

Endi Susmiyanti, S. AP.

Peserta PKKP Jawa Tengah 2024,



Asri Retno Asih

Menyetujui,

Tim Teknis PKKP Jawa Tengah 2024,



Muhammad Syah Fibrika Ramadhan, M.E.

Mengetahui,

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
DAFTAR ISI.....	iv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Kondisi Desa Tambakprogate	1
1.2 Branding Diri Sendiri	2
II. HASIL KEGIATAN JULI 2024	4
2.1 Hasil Kegiatan Entrepreneur	4
2.2 Hasil Kegiatan Sosiopreneur	6
III. TARGET Agustus 2024	9
3.1 Hasil Kegiatan Entrepreneur	9
3.2 Hasil Kegiatan Sosiopreneur	9
IV. KESIMPULAN.....	10
V. LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	11

I. PENDAHULUAN

1.1 Kondisi Desa Tambakprogaten

Secara geografis dan administratif Desa Tambakprogaten merupakan salah satu dari 449 Desa di kabupaten Kebumen, dan memiliki luas wilayah 169 km. Secara topografi terletak pada ketinggian 12 m di atas permukaan laut. Posisi Desa Tambakprogaten terletak pada bagian Selatan Kabupaten Kebumen yang berbatasan langsung dengan:

1. Sebelah Barat : Desa Jogosimo
2. Sebelah Timur : Desa Pandanlor
3. Sebelah Utara : Desa Klengenrejo
4. Sebelah Selatan : Desa Tanggulangin

Lahan di Desa sebagian besar merupakan tegalan 75,026 Ha dan tanah pekarangan sebesar 84 Ha. Jumlah penduduk Desa Tambakprogaten pada tahun 2019 sebesar 2.849 jiwa yang terdiri dari 1453 jiwa laki-laki dan 1396 jiwa perempuan. Sebagian besar penduduk Desa tambakprogaten bekerja pada sektor pertanian, perdagangan, wiraswasta, PNS, Polri, dan kuli bangunan.

Tingkatan pendidikan masyarakat Desa Tambakprogaten berragam dari tamatan sekolah dasar, sekolah menengah pertama hingga sekolah menengah atas atau kejuruan. Pemuda desa yang berpendidikan sarjana sangat jarang atau dapat dihitung dengan jari, sedangkan yang berlulusan SMA/SMK rata-rata merantau. Kegiatan kepemudaan di desa masih berjalan hingga sekarang yakni Karang Taruna. Kegiatan ibu-ibu di Desa Tambakprogaten yakni PKK dan KWT. Sebagian besar penduduk desa merupakan petani peternak yang menanam palawija, buah, dan rumput pakan ternak. Rata-rata ternak yang dipelihara yakni sapi dan kambing. Rumput selain digunakan pakan ternak pribadi juga diperjual belikan sebagai usaha sampingan. Selain produk pertanian ada juga produk budaya yakni kesenian campur sari, jam janeng yang sudah cukup dikenal.

Terdapat banyak paguyuban kesenian di desa ini dari beberapa kalangan usia. Desa Tambakprogoten memiliki beberapa kelompok usaha makanan ringan (keripik, jamur, bolu dll).

Potensi desa yang akan dikembangkan salah satunya lewat Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai sasaran utamanya. Melalui pendampingan dan pelatihan UMKM yang terarah diharapkan dapat menciptakan dan menghidupkan kembali pelaku UMKM di Desa Tambakprogoten. Pertumbuhan dan perkembangan UMKM diharapkan dapat menciptakan peluang usaha, mengurangi pengangguran, menciptakan lapangan pekerjaan, dan mendorong perekonomian Desa Tambakprogoten yang berkelanjutan.

Rencana kegiatan yang akan dilaksanakan pada periode bulan berjalan yakni pengaktualisasi Program PKKP kepada stageholder Desa Tambakprogoten dan pelaku UMKM Binaan. Melakukan diskusi, penggalan informasi lebih dalam tentang usaha pelaku UMKM, pendataan kebutuhan promosi atau digital marketing dari setiap pelaku usaha. Pendataan UMKM, kebutuhan warga dan pengkajian informasi dalam bentuk laporan serta pencarian mitra yang terkait.

1.2 Branding Diri Peserta

Berlatarkan pendidikan sarjana peternakan yang cukup familiar dengan pakan ternak, membuka kembali ilmu dan berkesempatan berbagi ilmu tentang pembuatan pakan fermentasi (silase) sebagai salah satu alternatif atau potensi desa yang dapat dikembangkan. Adaptasi dan komunikasi yang baik merupakan langkah awal yang baik dalam membangun hubungan dan kerja sama dengan mitra. Kemampuan softskill harus diimbangi dengan hardskill yang mumpuni agar tercipta hasil yang baik. Dalam dunia usaha selain harus mengibangkan antara offline dan online. Meleki perkembangan teknologi dan informasi sangat dianjurkan dan menguntungkan. Sebelum ikut program PKKP saya melakukan usaha

penjualan Keripik Melinjo. Pengalaman yang saya peroleh dari usaha ini yakni wawasan dan cara pandang tentang dunia penjualan yang harus mengikuti tren perkembangan zaman yang berharga. Penjualan dilakukan tidak hanya offline tapi juga online dengan desain logo produk dan kemasan yang cukup banyak pertimbangan. Strategi dalam menghadapi pasang surut usaha menjadikan tantangan baru dalam membantu memecahkan masalah (potensi Desa Tambakprogoten) menjadi sebuah peluang usaha yang berkelanjutan. Program pengembangan usaha yang akan dilaksanakan pada bulan berjalan yakni legalitas produk makanan ringan yang sudah ada, strategi pemasaran produk (logo, kemasan, market), digital marketing dan pencarian mitra.

II. HASIL KEGIATAN Juli 2024

2.1. Hasil Kegiatan Entrepreneur

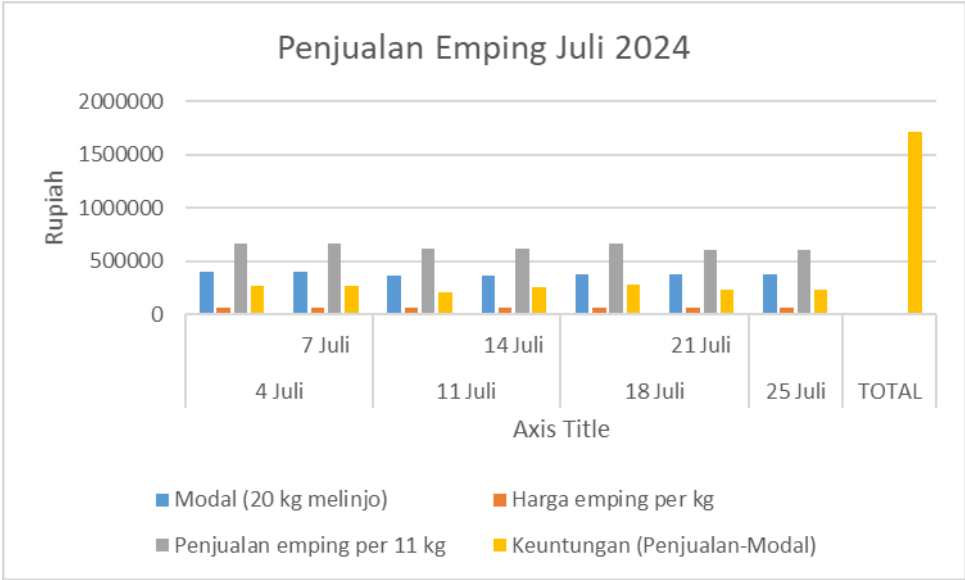
Keripik emping melinjo merupakan usaha yang bergerak dibidang makanan. Makanan akan selalu laku selama manusia hidup namun akan selalu menemui kendala atau tantangan perubahan dalam setiap perkembangan zaman. Tantangan yang dihadapi dalam kegiatan yakni pemasaran produk. Seiring berkembangnya teknologi dan informasi banyak hal yang harus diperbarui pada produk. Persaingan produk yang sama, variasi, modifikasi, packaging yang menarik dan sesuai trend, legalitas, dan pelayanan hingga website (*market place*) merupakan tantangan yang umumnya dihadapi. Ketersedian bahan baku yang tidak pasti serta keseimbangan harga bahan produksi dan harga produk yang kurang stabil menjadi kendala dalam proses penjualan. Kestabilan harga permintaan dan penawaran yang kurang stabil mempersulit dalam penjualan produk yang terkadang mempengaruhi proses produksi. Penjualan emping melinjo penulis dari yang semula hanya dalam partai besar dan langsung (offline) kini mencoba merambah ke online dan menerima pembelian sesuai request dari konsumen. Dalam hal ini penjualan masih dalam bentuk produk yang mentah namun untuk kedepan tidak menutup kemungkinan untuk merambah dalam produk siap saji. Asset yang berwujud dari usaha ini yakni seperangkat alat produksi emping dan alat penjualan emping.

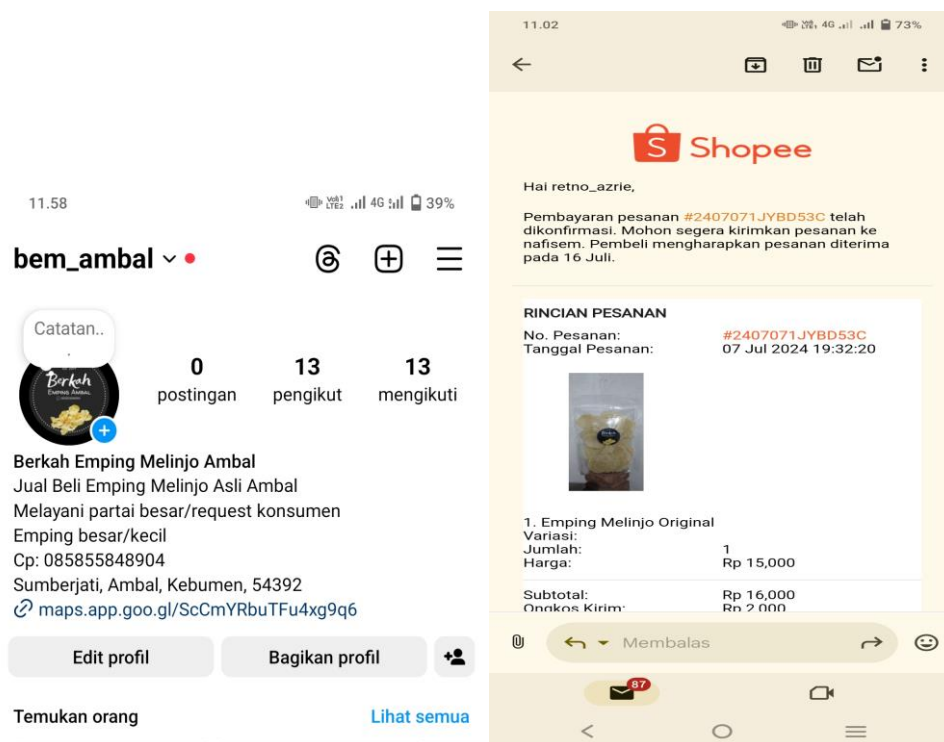
Alternatif dari permasalahan tersebut yakni diversifikasi layanan, penguatan branding, perluasan pangsa pasar, inovasi layanan *digital marketing*, sehingga membedakan diri dari pesaing dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Bila diperlukan bisa kerja sama dengan dinas terkait, koperasi, pembuatan semacam *company profile* agar memudahkan dalam membangun kerja sama dengan mitra terkait dengan UMKM.

Tabel Penjualan Bulan Juli 2024

Hari/Tanggal		Modal (20 kg melinjo)	Harga emping per kg	Penjualan emping per 11 kg	Keuntungan (Penjualan-Modal)
Kamis	Minggu				
4 Juli		400000	60000	660000	260000
	7 Juli	400000	60000	660000	260000
11 Juli		360000	56000	616000	200000
	14 Juli	360000	56000	616000	259000
18 Juli		380000	60000	660000	280000
	21 Juli	380000	55000	605000	225000
25 Juli		380000	55000	605000	225000
TOTAL					1.709.000

Grafik penjualan emping melinjo buan Juli 2024





Akun media sosial dan market place produk entrepreneur

Pada bulan Juli 2024, usaha keripik emping melinjo sudah melakukan langkah awal sebagai pondasi yang kuat dengan melakukan pembuatan maps lokasi produksi, pembuatan akun media social dan market place (shopee). Pada bulan juli penjualan online mulai berjalan lewat shopee (berkah emping) dan orderan mulai berdatangan. Hal ini tidak menutup kemungkinan bagi penjual untuk menjual melalui *market place* yang lain. Inovasi dan pelayanan yang baik menjadi komitmen kami sebagai usaha baru. Perjalanan yang pelan tapi terstruktur dan rapi merupakan prinsip kami. Masukkan dari tim teknis menjadi sebuah acuan dalam mengembangkan usaha ini untuk langkah kedepannya.

2.2. Hasil Kegiatan Sociopreneur

Pada pendampingan usaha diselingi dengan penggalian informasi terkait UMKM apa lagi yang ada didesa serta masalah atau kendala-kendala yang dihadapi pelaku UMKM dan diskusi terkait izin kegiatan

atau langkah yang akan dilakukan guna membantu pemasaran produk UMKM Desa Tambakprogo.

➤ Kelompok Tani Ternak Karya Taruna

Pada tahap pendampingan usaha yakni dengan peningkatan soft skill dalam digital marketing sedikit demi sedikit dengan pembuatan panflet promosi, cara promosi di akun sosial media, Anggota KTT yang didampingi yakni Pak Kadus dan Pak Samhudi. Bentuk asset berwujud yang dimiliki yakni mesin bor, mesin tatah, gergaji, bubut, dan lainnya. Tantangan yang dihadapi dalam kegiatan ini yakni edukasi dalam cara penggunaan media social, ketlatenan dalam *update* atau promosi di sosial media dan ketlatenan pelaku usaha dalam pengeditan video, foto produk promosi disamping kegiatan utama lainnya misal sebagai petani/peternak. pada social media ig karya taruna_farm mulai banyak yang tanya harga kandang dan penjualan dalam bulan ini cukup baik. Pada bulan ini juga masih dalam penyusunan materi pembuatan silase dibarengi dengan koordinasi waktu fix pelaksanaan demonstrasi pembuatan silase di KTT oleh pihak DISTAPANG Kebumen.

➤ Kerajinan anyaman bambu

Usaha kerajinan dari anyaman bambu milik Bu Rohayati berupa parcel, peci, krojong, pernak pernik lampu, vas, tempat makan/burung dara/tembakau. Pendampingan pada bulan ini yakni pengaturan promosi di akun media sosialnya. Pengikutsertaan penjualan produk di acara "Jalan-jalan hepi 76" di desa Pandanlor dan Kedungsari pada 2 Juli 2024 sebagai ajang promosi dan pencarian mitra. Asset berwujud yang dimiliki pelaku usaha yakni pisau, amplas, penajam pisau, gunting. Tantangan dalam hal ini yakni menanamkan ketlatenan dalam penggunaan

media social entah dari cara edit ataupun pengunggahan konten ditengah waktu yang sempit atau menyambi tugas sebagai ibu rumah tangga. Pembuatan atau modifikasi baru dalam produknya entah diberi pernak pernik lain atau diberi warna dan sebagainya masih belum minat. Pendekatan baik secara verbal dan emosi harus balance. Di era banyaknya kesibukan dan kurang minatnya aktif di sosial media harus diimbangi dengan perkembangan zaman yang semakin modern menjadi tantangan tersendiri dalam membangun motivasi.

➤ Keripik Asshifa

Usaha keripik milik Pak Tamrin sudah cukup baik dan berlabel, masih dalam proses pengajuan PIRT, namun dalam segi pengemasan maupun berat bersih produk masih manual. Melayani penjualan dalam bentuk partai besar dan pesanan konsumen. Keripik terdiri dari keripik singkong original, balado dan keripik pisang original. Pendampingan bulan ini yakni pengikutsertaan penjualan produk di acara "Jalan-jalan hepii 76" di desa Pandanlor dan Kedungsari pada 2 Juli 2024 sebagai ajang promosi serta perbandingan dengan produk pesaing. Asset berwujud yang dimiliki pelaku usaha yakni pisau, kompor, penggorengan, dan sebagainya. Tantangan dalam hal ini yakni produksi yang terus menerus dan ketersediaan pelaku UMKM untuk repackaging yang baik sesuai ketentuan yang berlaku dan tidak kehilangan pelanggan tetap ataupun menambah pelanggan baru. Pendekatan yang baik baik secara verbal dan emosi harus *balance* dan sabar.

III. TARGET Agustus 2024

3.1. Hasil Kegiatan Entreprenur

Dalam pengembangan produk yang sudah ada kedepannya diupayakan dalam menarik pelanggan dengan meramaikan social media produk baik produk usaha pelaku UMKM Desa Tambakprogoten maupun usaha sendiri. Legalitas produk dampingan ataupun produk pribadi dengan bekerja sama dengan dinas terkait diusahakan dengan pencapaian target dari dinas terkait nanti baru dampingan ke pengembangan website usaha secara online. Pada setiap bulannya ada kegiatan untuk KTT Karya Taruna atau semacam kelas entah online ataupun offline seperti halnya bulan Juni tentang promosi penjualan kandang, bulan selanjutnya tentang pembuatan pupuk kompos, dan seterusnya bekerja sama dengan stakeholder Desa Tambakprogoten dan Dinas Ketahanan Pangan Pertanian dan Peternakan Kabupaten Kebumen dst. Pada bulan Juli ikut serta dalam kegiatan di desa Pandanlor "76 Jalan-jalan Heppii On Vacation" dengan ikut berpartisipasi dengan melakukan penjualan produk-produk UMKM desa dampingan serta promosi jasa pembuatan kandang ternak melalui selebaran atau pamflet yang disebar. Target penjualan dan pelanggan produk usaha sendiri dan pendampingan bertambah atau minimal stabil setiap bulannya.

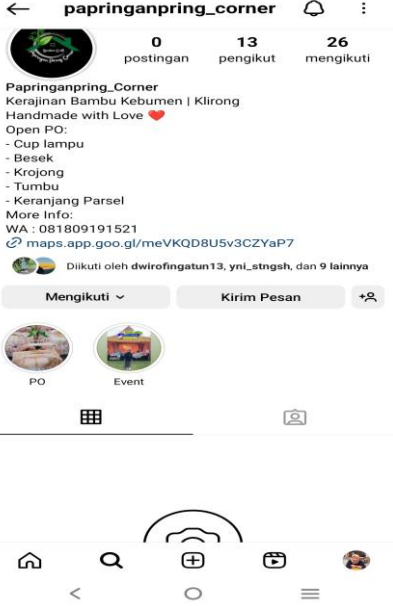
3.2. Hasil Kegiatan Sociopreneur

Pada kegiatan pendampingan masyarakat diharapkan mampu mengaktualisasikan pemecahan permasalahan para pelaku UMKM Desa Tambakprogoten serta penambahan pelanggan baru. Bermitra atau ber MOU secepatnya dengan pemerintah desa ataupun kabupaten beberapa (Dinas Kesehatan, Dinas Pertanian dan Pangan) yang belum terrealisasi, akademisi, kolaborasi dengan PKKPK dari kota lain yang memiliki usaha serupa (PKKPK Klaten dalam penjualan kandang kambing) dan sebagainya.

IV. KESIMPULAN

Pada kegiatan dampingan di bulan Juli dilakukan penguatan pada editing foto dan video produk untuk promosi. Pada bulan ini memaksimalkan dalam meramaikan sosmed produk dan menambah pelanggan serta diiringi penggalian informasi-informasi lagi produk UMKM yang mungkin masih ada di desa Tambakprogaten yang belum terdampingi dan memungkinkan untuk didampingi. Pada bulan Agustus diharapkan semua UMKM yang didampingi dapat berjalan lancar sesuai target dan UMKM yang memungkinkan didampingi segera bertemu.

V. LAMPIRAN-LAMPIRAN

 Pembuatan feed di ig @karyataruna_farm	 Pembuatan Promosi di ig @papringanpring_corner
 Kunjungan DISPORAPAR Jateng Ke PKKP Kebumen di Desa Kedungsari	 Pesanan masuk "berkah emping" (shopee)



PKKP kebumen ikut TM "Jalan-jalan hep'ii 76" di Balai desa Pandanlor



PKKP Tambakprogoten survey lapangan acara "jalan-jalan hep'ii 76" di desa Tanggulangin



PKKP Kebumen X UMKM Produk Dampungan (Pandanlor, Tambakprogoten, Kedungsari)



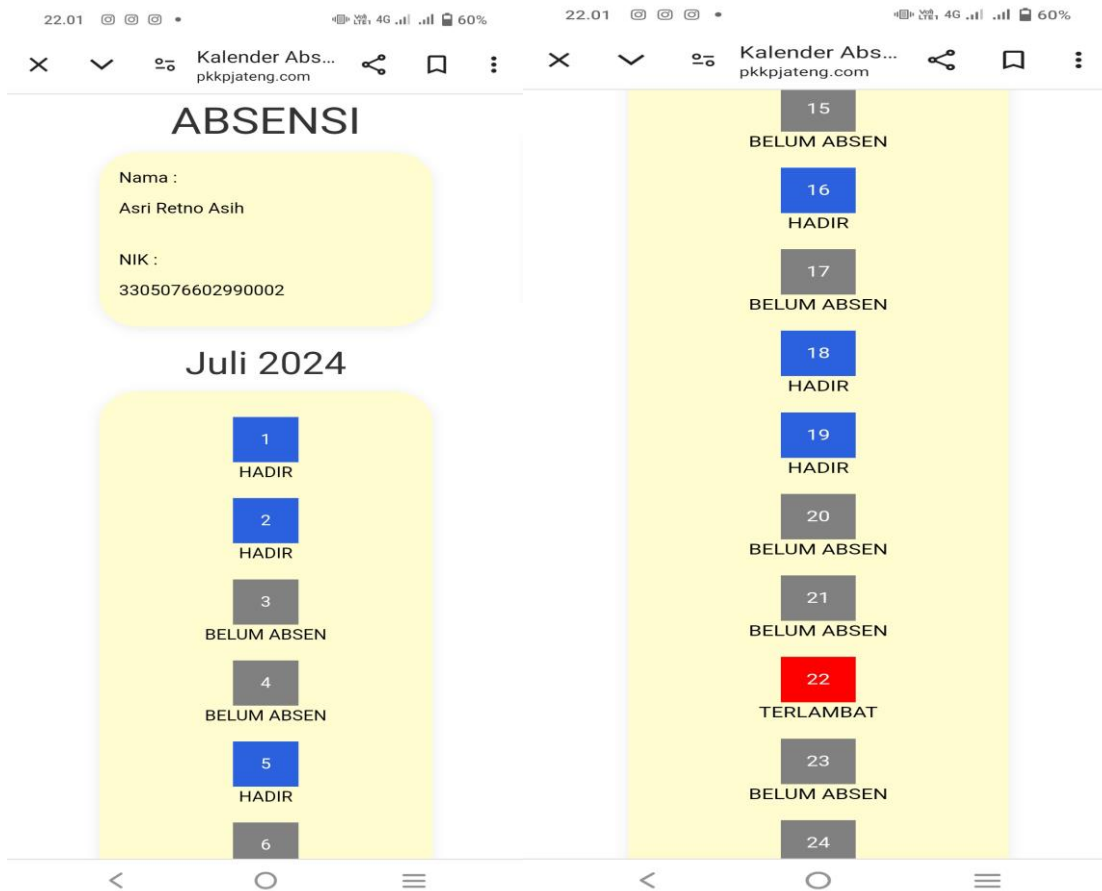
Pamflet produk UMKM dampungan dalam "Jalan-jalan hep'ii 76" karya PKKP Kebumen



Testimoni tumbu, besek dari pelanggan sebagai tempat makanan



Penjualan produk pribadi dan UMKM di "Jalan-jalan hep'ii 76"





DINAS KEPEMUDAAN OLAHRAHA DAN PARIWISATA
PROVINSI JAWA TENGAH
PKKP TAHUN 2024



Nama Peserta : Asri Retno Asih
Kabupaten : KABUPATEN KEBUMEN
Jumlah Penduduk : 2849
Bulan/Tahun : Juli 2024
Dicetak pada 23 Juli 2024

Peluang Usaha	Rencana Usaha	Action / Eksekusi	Value Proposition	Customer Segment	Strategi Promosi	Strategi Distribusi	Jumlah Pembeli		Strategi Membina Hubungan Dengan Pelanggan	Pendapatan		Pengeluaran		Partner / Mitra		Aset		Keterangan (Hasil usaha)	Komentar M. Desa
							Pelanggan	Pembeli Baru		Pendapatan Tetap	Pendapatan Tidak Tetap	Pengeluaran Tetap	Pengeluaran Tidak Tetap	Partner / Mitra tetap	Partner / Mitra tidak tetap	Aset Berwujud	Tidak berwujud		
1. jual beli/ jasa pembuatan kandang kambing 2. penjualan anyaman bambu (besek, vas, cup lampu, krojong, parsel, 3. keripik melinjo	pengisian akun media sosial serta pembuatan banner atau plang toko	pengeditan foto ataupun video promosi, serta banner	custom, produk berkualitas, harga terjangkau, ramah lingkungan	dewasa 15-45, pekerja, pelaku UMKM tradisional, penjual buket,	konvensional (mulut ke mulut) dan online dengan kolaborasi dengan akun potensial	DO dan COD	2	1	pelayanan baik online ataupun offline yang ramah, gemesi, promo dan menerima kritik serta saran	1500000	500000	400000	100000	1	0	perbaikan pembuatan kandang, anyaman, dan emping melinjo	0	kegiatan penguatan branding usaha UMKM dan pribadi baik online (media sosial) dan offline sudah berjalan dengan baik dan lancar	

Mengetahui,

Pembina Desa	
Pembina Kabupaten	
Disporapar Provinsi Jawa Tengah	

Peserta PKKP 2024



Asri Retno Asih

Tim Teknis PKKP 2024



Muhammad Syah Fikri Ramadhan



DINAS KEPEMUDAAN OLAHRAGA DAN PARIWISATA
PROVINSI JAWA TENGAH
PKKP TAHUN 2024



Nama Peserta : Asri Retno Asih
Kabupaten : KABUPATEN KEBUMEN
Jumlah Penduduk : 2849
Jumlah Pemuda : 1453
Bulan/Tahun : Juli 2024
Dicetak pada 23 Juli 2024

Potensi Desa	Identifikasi Masalah Desa	Bentuk Pendampingan Masyarakat	Jumlah Dan Nama Pemuda Yang Terdampingi	Jumlah dan Nama Kelompok	Hasil Pendampingan	Kendala Yang Dihadapi	Tindak Lanjut Program	Komentar Mentor
mayoritas penduduk desa petani dan peternak (KTT Karya Taruna) yang beberapa anggotanya memiliki usaha jasa pembuatan kandang ternak serta ladang luas yang rata-rata ditanami pakan ternak (odot, gajahan) yang ketersediaannya melimpah bahkan sampai dijual hijauan. adanya para pengusaha keripik singkong yang perlu didampingi legalitas hingga packaging dan lain sebagainya.	pemasaran yang belum diimbangi dengan perkembangan teknologi (konvensional)	sosialisasi pentingnya penguatan promosi atau penjualan dengan media sosial,	Jumlah (13). Karang Taruna Muda Jaya (Feri, intan, wiwik, ela,meiza,nunung,aa, agus, tama, arjuna, alif, aziz,nur)	Jumlah (1). KTT Karya Taruna	Penumbuhan kepedulian branding usaha melalui digital marketing usaha,pengaktualisasian kelas ternak baik online ataupun offline	komunikasi dan interaksi dengan stakeholder perlu dipererat dan ketersediaan atau membangun kemauan pelaku umkm untuk bergerak bersama ke arah modern masih sulit.	aktualisasi kelas ternak online atau offline minimal 1 bulan sekali dengan menjalin kerjasama dengan DISTAPANG Kebumen	

Mengetahui,

Pembina Desa	
Pembina Kabupaten	
Disporapar Provinsi Jawa Tengah	

Peserta PKKP 2024



Asri Retno Asih

Tim Teknis PKKP 2024



Muhammad Syah Fibrika Ramadhan