

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



Nama Peserta PKKP : Rossanda Unafa, S.Pd
Desa Penempatan : Tambakrejo
Kecamatan Penempatan : Pemalang
Kabupaten Penempatan : Pemalang

PROGRAM PENGEMBANGAN KEPEDULIAN DAN KEPELOPORAN PEMUDA
PROVINSI JAWA TENGAH
2024

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat- Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan bulan **September** dalam kegiatan Program Pengembangan Kepedulian dan Kepeloporan Pemuda (PKKP) Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah di Desa Tambakrejo, Kecamatan Pemalang, Kabupaten Pemalang dengan baik dan lancar. Laporan ini bertujuan untuk menjelaskan tentang hasil yang telah dilaksanakan oleh peserta PKKP di Desa Tambakrejo bulan September secara lebih detail sehingga dalam proses pengembangan dan pemberdayaan masyarakat lebih terarah, terukur, terintegrasi, efektif dan efisien sesuai tujuan yang diinginkan. Tak lupa, saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan kegiatan ini, yaitu kepada:

1. Kepala Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah
2. Kepala Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kab. Pemalang
3. Penanggungjawab Program PKKP 2024 Kabupaten Pemalang Bapak Arif Senoaji S.STP., M.Si.
4. Tim Teknis PKKP Kab. Pemalang Tahun 2024 Bapak Agung Sulistyio, S.Tr
5. Kepala Desa Tambakrejo, Bapak Hedi Sutejo
6. Seluruh Perangkat, Tokoh-tokoh masyarakat, pihak-pihak terkait yang telah membantu terlaksananya program PKKP di Desa Tambakrejo, Kecamatan Tambakrejo, Kabupaten Pemalang
7. Seluruh rekan satu Tim PKKP Kabupaten Pemalang tahun 2024.

Penulis sangat menyadari bahwa program-program yang tersusun dalam laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap adanya kritik dan saran konstruktif dari seluruh pembaca agar dapat lebih bermanfaat.

Pemalang, 20 September 2024

Peserta PKKP 2024

ROSSANDA UNafa

HALAMAN PENGESAHAN

Nama Peserta PKKP : Rossanda Unafa
Desa Penempatan : Tambakrejo
Kecamatan Penempatan : Pemalang
Kabupaten Penempatan : Pemalang

Pemalang, 20 September 2024

Menyetujui,
Kepala Desa Tambakrejo

Menyetujui,
Peserta PKKP Jawa Tengah 2024,

Hedi Sutejo.

Rossanda Unafa, S.Pd

Mengetahui,
Kepala Bidang Pemuda Dan Olahraga
Pembina Kabupaten Pemalang

Menyetujui,
Tim Teknis PKKP Jawa Tengah 2024,

Arif Senoaji S.STP., M.Si.
NIP. 19870513 200602 1 002

Agung Sulistyono, S.Tr

Mengetahui,

Kepala Sub Koordinator Pengembangan Kepemudaan
Disporapar Provinsi Jawa Tengah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
KATA PENGANTAR	2
DAFTAR ISI	1
BAB I.....	2
PENDAHULUAN.....	2
1.1 Geografis dan Potensi Desa Tambakrejo.....	2
A. Letak Wilayah.....	2
B. Luas Wilayah Dan Penggunaan Lahan	2
C. Potensi Ekonomi Desa Tambakrejo.....	2
BAB II.....	4
HASIL KEGIATAN (SEPTEMBER- 2024).....	4
2.1. Hasil Kegiatan Entreprenur	4
A) Penjualan produk	4
B) Tantangan dan Evaluasi.....	5
C) Keuangan	5
D) Sumber Daya Manusia	5
2.2. Hasil Kegiatan Sociopreneur.	6
A. Pelatihan Digital Marketing bersama Shopee	6
B. Pendampingan UMKM Desa Tambakrejo (Lantak Gemes).....	7
C. Pendampingan Lanjutan Pelatihan Buket dan Roti (Secara Online).....	8
BAB III.....	9
TARGET BULAN SELANJUTNYA (OKTOBER 2024)	9
3.1. Target Kegiatan Entreprenur.....	9
3.2. Target Kegiatan Sociopreneur.....	9
BAB IV	10
KESIMPULAN	10

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Geografis dan Potensi Desa Tambakrejo

A. Letak Wilayah

Secara geografi, Desa Tambakrejo terletak disebelah barat wilayah Kecamatan Pemalang. Desa dan Kelurahan dari 19 Desa/Kelurahan yang ada di wilayah Kecamatan Pemalang dan merupakan 221 Desa/Kelurahan di Kabupaten Pemalang. Desa Tambakrejo memiliki 4 dusun diantaranya Dusun Tambakringin, Dusun Caur 1 dan 2, serta Dusun Sumbrharjo.

B. Luas Wilayah Dan Penggunaan Lahan

Luas lahan sawah Desa Tambakrejo adalah 356.25 Ha dan lahan ladang 60 Ha, adapun beberapa penggunaannya sebagai berikut:

- Tanah Sawah : ... Ha
- Lahan perkebunan : ... Ha
- Tanah Peternakan : ... Ha
- Hutan : ... Ha
- Waduk/danau/Situ : ... Ha
- Lahan Lainnya : 76 Ha

C. Potensi Ekonomi Desa Tambakrejo

Langkah peserta PKKP berdasarkan hasil survei, observasi, dan analisis untuk mengetahui potensi yang ada di Desa Tambakrejo. Informasi yang diperoleh kemudian diolah sebagai bahan dasar pertimbangan peserta PKKP dalam rencana lanjutan Pengembangan Program PKKP Desa Tambakrejo.

Hasil yang didapat adalah sebagai berikut :

a) Sejarah Desa Tambakrejo

- Desa Tambakrejo memiliki cerita yang heroik dan eksotis. Meskipun sejarah tertulis belum ada, berbagai cerita turun-temurun dan legenda menggambarkan perjalanan desa ini.
- Salah satu legenda melibatkan Nyai Siti Rohjati (Cinde Asih), yang

sembuh dari penyakit setelah ditemukan oleh R. Amburu Karang Welang. Tempat di mana penyembuhan terjadi kemudian diberi nama Kandang Aur / Cihaur.

- Legenda lain melibatkan Tambakringin, tempat yang ditemukan oleh seorang saudagar dari Cina bernama Kaladita setelah kapalnya terdampar. Tempat ini kemudian dikenal sebagai Tambak Ringin.
- Mbah Mancasan, seorang pandai cerdas, juga tinggal di desa ini dan memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat.

b) Potensi Pertanian:

- Desa Tambakrejo memiliki potensi dalam sektor pertanian. Berbagai komoditas pangan pertanian tumbuh di sini, termasuk singkong, jagung, dan pisang
- Dengan dukungan dari masyarakat dan pemerintah setempat, potensi di Desa Tambakrejo dapat terus dikembangkan untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk dan ketahanan pangan.

c) Potensi Wisata Religi

Makam ini dijaga oleh Juru Kunci yang bernama Bapak Wasir Pamungkas. Awalnya, makam ini hanya semak belukar. Namun, suatu ketika burung berterbangan di sekitar makam, dan seseorang yang sedang bertapa melihat kejadian tersebut. Ia membersihkan semak-semak dan menemukan Makam Mbah Buyut Cinde Asih. Makam ini terletak di area sumur di Dusun Caur, Desa Tambakrejo. Anda dapat melihat makam utama, sumur Banyu Gede, dan kolam ikan di sana. Fasilitas lainnya termasuk kamar mandi, tempat wudhu, dan Sendang Buana.

BAB II

HASIL KEGIATAN (SEPTEMBER- 2024)

2.1. Hasil Kegiatan Entreprenur

Grand opening dilaksanakan pada 18 September September 2024 sebelum hari H saya melakukan pindahan barang-barang dari rumah ke Toko dan dibantu oleh kakak laki-laki saya dan satu karyawan freelance, kegiatan pindahn ini dilakukan menggunakan mobil jarak dari rumah ke Toko kurang lebih 3 menit. Sebelum pindahan, saya dan karyawan freelance membersihkan Toko seperti nyapu dan ngepel lantai supaya bersih.

Seelah semuanya bersih, kami melakukan pindahan dan menata semua barang-barang dan beberapa dekor untuk hiasan Toko. Selain itu, saya mulai bekerjasama dengan beberapa toko cake kuekue toko Moga dan roti yoshie bakerry, untuk pemesanan kue ultah dan juga acara lainnya. Serta untuk meramaikan toko, diharapkan kerjasama dengan supplier cake dan roti ini dapat menambah pemasukkan.

Pada hari berikutnya yakni 17 Sepember saya mengadakan tasyakuran di Toko yang dihadiri 11 orang tetangga saya, pada acara tasyakuran ini dibantu oleh Ibu saya untuk membuat snack dan makanan. Diharapkan acara ini dapat membawa keberkahan untuk saya, keluarga dan juga usaha yang akan dijalankan. Semoga dapat berjalan dengan lancar dan juga berhasil.

Adapun toko alamat toko offline ini adalah di Jl.Raya Warungpring cibuyur sebelah timur pasar Warungpring (samping toko vape) dengan luas 5x5 tanpa kamar mandi dalam. Tempat strategis dipinggir jalan raya dan juga dekat dengan sekolah dari TK, SD, SMP hingga MA. Karena target utama saya adalah anak sekolah kemudian masyarakat umum.

A) Penjualan produk

- Selama bulan September produk yang terjual mengalami penurunan, dikarenakan sudah tidak musim acara wisuda dan hanya mengandalkan masyarakat umum/untuk acara ulangtahun maupun sekedar ingin memberi gift untuk orang yang special.

- Pelanggan di bulan September 90% dari masyarakat umum
- Produk yang best seller di acara wisuda yaitu buket bunga.

B) Tantangan dan Evaluasi

Tantangan:

- Mencari cara untuk dapat menarik pelanggan
- Membuat laporan keuangan bulanan

Evaluasi

- Keberhasilan: Sudah memiliki toko offline dan mulai beroperasi pada 18 September 2024
- Rekomendasi: Memiliki box akrilik seserahan untuk meramaikan produk

C) Keuangan

Keuntungan yang didapatkan di bulan September ini sangat menurun, selain sedang fokus membuat strategi persiapan toko offline juga sudah tidak musim wisuda, sehingga yang didapatkan di bulan September ini hanya sekitar 1.000.000 an saja dan sudah termasuk saat melayani di Toko offline.

D) Sumber Daya Manusia

Saya menjalankan usahanya seperti biasa. Namun, ada beberapa hal baru dalam rutinitas bisnis yaitu dengan menerapkan ilmu hasil dari pelatihan Manajemen Operasional dan SDM yaitu:

● *Memperbaiki :*

- a. Jam kerja 09.00-19.00
- b. Jadwal Live Shopee setiap tiga hari dalam satu minggu yakni di hari senin, rabu dan jum'at setiap pukul 15.30
- c. Membuat pembukuan dan mulai mengelola keuangan dengan baik
- d. Kualitas produk agar selalu terbaru tidak ketinggal trend.

● *Melakukan :*

- a. Membuat konten menarik setiap hari atau paling tidak lima kali dalam seminggu
- b. Mengupdate foto buket
- c. Pembersihan dan penataan rak maupun bahan-bahan perbuketan

- d. Kelola sosmed dengan sebaik mungkin
- e. Mulai membuat peraturan untuk calon tim/karyawan
- f. Mulai memperbaiki kualitas sebaik mungkin.

● *Menambah :*

- a. Menambah peralatan akrilik box seserahan
- b. Varian produk tidak hanya fokus ke buket saja
- c. Ide atau referensi setiap harinya
- d. 1 sdm bagian menjaga toko

2.2. Hasil Kegiatan Sociopreneur.

A. Pelatihan Digital Marketing bersama Shopee

Telah dilaksanakan Pelatihan Digital Marketing bekerjasama dengan Shopee yang diikuti oleh salah satunya masyarakat Desa Tambakrejo, dalam pelatihan ini para UMKM diharapkan dapat berjualan menggunakan platform online. Materi yang disampaikan yakni bagaimana registrasi toko online, bagaimana membuat foto produk yang menarik dan juga diajarkan tips-tips mengelola toko online di Shopee.

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan pada awal bulan September dengan jumlah 35 peserta yang merupakan pelaku UMKM dari berbagai sektor usaha salah satunya peserta dari desa Tambakrejo dan Kean Bakery. Dalam pelatihan ini ada empat tahap yang diajarkan oleh peserta yakni instalasi Shopee, tahapan upload produk di Shopee, tahapan pemasaran produk.

1. Tahap Instalasi Shopee

Pada tahap permulaan, dijelaskan mengenai instalasi *e-commerce* Shopee. Tahap instalasi tersebut meliputi a) pembukaan toko Shopee, b) pengaturan profil toko Shopee, c) *setting* ekspedisi jasa pengiriman di Shopee, d) pengaturan toko, e) pengaturan privasi, f) pengaturan chat *auto reply*, g) pengaturan akun Shopee motifikasi, h) pengaturan rekening bank dan Shopee *pay*, dan i) cara tutup toko sementara.

Sebelum pelatihan dilaksanakan, peserta telah diminta untuk menyiapkan email dan nomor HP yang bisa digunakan untuk membuat akun Shopee.

2. *Tahapan Upload Produk*

Tahapann upload produk ini meliputi, a) kemenarikan foto produk yang diupload, b) nama produk, c) kategori produk, d) deskripsi produk, e) harga produk, dan f) berat produk. Foto produk yang diupload harus jelas dan sesuai dengan produk yang dijual. Nama produk harus memenuhi seluruh cakupan kata yang mungkin dicari oleh customer ketika mencari produk yang dijual.

Kategori produk sudah disediakan oleh Shopee dan kita hanya perlu memilihnya. Deskripsi produk perlu memuat semua informasi detail mengenai produk yang dijual, mulai dari bahan, ukuran rasa, dll.

3. *Tahapan Pemasaran Produk*

Pemasaran produk via Shopee dapat dilakukan dalam aplikasi Shopee maupun dari luar Shopee. Ari dalam Shopee, *seller* dapat memanfaatkan fitur voucher Shopee yang bisa diatur oleh *seller* dibagian *seller center*. Dari luar Shopee *seller* dapat menggunakan aoplikasi Facebook, Instagram, bahkan Whatsapp untuk mempromosika produk.

4. *Tahapan Pengiriman Produk*

Setelah mendapatkan pesanan, *seller* perlu mengirimkan produk dengan cara yang sedikit berbeda dengan pengiriman reguler. Langkah pertama adalah mengatur pengiriman mulai dari mencetak resi dan penjadwalan *pick up* (penjemputan paket) atau *drop point* (mengirimkan paket ke kantor ekspedisi).

B. Pendampingan UMKM Desa Tambakrejo (Lantak Gemes)

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak, keberadaan UMKM di desa Tambakrejo menjadi salah satu faktor penunjang perekonomian masyarakat. Hal ini dikarenakan UMKM merupakan usaha yang tidak pernah hilang seiring perkembangan zaman.

Dimasa teknologi yang semakin canggih ini, para pelaku UMKM dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi yang beredar seperti penjualan secara online. Dari permasalahan tersebut dengan dilakukannya penguatan UMKM melalui pembuatan stiker label desain baru untuk pelaku usaha yang ada di Desa Tambakrejo salah satunya

yakni UMKM Lantak Gemes. Dalam hal pembuatan Stiker baru ini diharapkan mampu bersaing dengan kompetitor yang ada di Wilayah Kabupaten Pemalang.

C. Pendampingan Lanjutan Pelatihan Buket dan Roti (Secara Online)

Langkah selanjutnya setelah melaksanakan pelatihan pembuatan Buket dan Roti secara offline di Balaidesa Tambkrejo maka dilaksanakan kembali untuk follow up terkait perkembangan yang sudah diaplikasikan oleh ibu-ibu PKK desa Tambakrejo. Follow up ini dilaksanakan secara daring/online via video call. Untuk pelatihan buketnya sendiri sudah tidak pengenalan alat dan bahan lagi, melainkan langsung praktik pembuatan.

Hasil buket yang sudah jadi mencoba untuk dipromosikan kepada orang terdekat, ataupun tetangga untuk menumbuhkan jiwa wirausaha para ibu-ibu PKK desa Tambakrejo. Untuk harga yang ditetapkan masih harga dibawah standar, yang biasanya jasa perbuket medium 25.000 maka untuk awalan hanya 15.000. Setelah berhasil terjual maka selanjutnya fokus ke tahap marketing/promosi produk, dan mulai menambah alat dan bahan buket untuk kembali berlatih supaya terbiasa.

BAB III

TARGET BULAN SELANJUTNYA (OKTOBER 2024)

3.1. Target Kegiatan Entreprenur

Pengembangan usaha **Nabouquet.id** di bulan berikutnya antara lain:

- Mulai belajar marketing yang baik
- Menambah box seserahan satu paket
- Mendaftarkan alamat toko offline ke profil bisnis.

Dalam pengembangan usaha **Nabouquet.id** dibantu oleh pentahelix atau pihak-pihak terkait yakni Mentor PKKP 2024

3.2. Target Kegiatan Sociopreneur

3.2.2 Pelatihan PIRT

Target pelatihan pembuatan PIRT untuk pelauku UMKM di desa Tambakrejo ini akan diikuti oleh minimal 5 peserta dan salah satu asatu UMKM untuk praktek pendaftaran PIRT. Kemudian diikuti oleh beberapa UMKM lainnya yang ada di desa Tambakrejo, Pemalang. Harapannya dapat bermanfaat mengingat PIRT dalam usaha merupakan hal yang sifatnya penting.

Untuk pelatihan pembuatan PIRT ini difokuskan kepada UMKM yang memang belum memiliki PIRT.. Didalam pelatihan akan diberikan penjelasan tentang pentingnya PIRT untuk meningkatkan nilai tambah produk dan dapat diterapkan langsung untuk bisnisnya.

BAB IV

KESIMPULAN

Pelaksanaan Kegiatan PKKP 2024 di bulan September 2024 adalah **Pelatihan Digital Marketing bekerjasama dengan Shopee** yang diikuti oleh salah satunya masyarakat Desa Tambakrejo dalam pelatihan ini para UMKM diharapkan dapat berjualan menggunakan platform online.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak, keberadaan UMKM di desa Tambakrejo menjadi salah satu faktor penunjang perekonomian masyarakat.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

No	Nama Kegiatan	Dokumentasi
1.	Acara pindahan, Tasyakuran, dan Grand Opening	https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3OTM5OTU5NzQyODkwNzA5?story_media_id=3457614945486168134_1579895191&igsh=MXY5ajV0MWgwOXFmaA== 
2.	Pelatihan Digital Marketing bersama Shopee	
3.	Pendampingan UMKM Label Produk Baru	
4.	Produk Nabouquet.id	

5.	Monev dari tim teknis Disporapar Semarang Bulan September	
6.	Foto customer dengan produk NAbouquet.id	



INAS KEPEMUDAAN OLAH RAGA DAN
PARIWISATA PROVINSI JAWA TENGAH
PKKP 2024



Nama Peserta : Rossanda Unafa
Kabupaten : Pemalang
Jumlah Penduduk : 9.044

Bulan/Tahun : September 2024

Peluang Usaha	Rencana Usaha	Action/Eksekusi	Value Proposition
1. NABOUQUET.ID Penulis memiliki usaha dengan merek NABOUQUET.ID yang berada di kabupaten Pemalang. Produk khas yang dihasilkan yaitu BUKET . Alasan memilih usaha buket yakni buket merupakan barang yang unik dan paling cocok untuk pilihan sebagai hadiah/gift acara apapun. Profil usaha : Merk: Nabouquet.id Owner : Rossanda Unafa Alamat : Warungpring, Pemalang	1. Rencana Usaha Nabouquet.id a. Branding produk menjadi buket yang exclusive diantara gemparan buket lainnya. b. Menciptakan produk yang mewah dan produk express sehari jadi.	1. Action/Eksekusi Usaha Nabouquet.id a. Mengikuti pelatihan buket dengan senior b. Menambah ide dan referensi buket lain	1. Value Proposition Nabouquet.id a. Sebagai produk yang terlihat exclusive b. Harga yang mudah dijangkau untuk anak sekolah c. Packaging cantik
2. BONEKA JUMBO Berhubung bulan Juli sudah tidak ada agenda wisuda. Maka saya akan menambah stok boneka jumbo, melihat tidak ada atau jarang yang jual boneka jumbo tersebut dilingkungan warungpring sendiri bertujuan untuk menarik pelanggan baru. Profil usaha : Merk: Nabouquet.id Owner : Rossanda Unafa Alamat : Warungpring, Pemalang	2. Rencana Usaha Nabouquet.id a. Menambah produk selain buket b. Menambah box hantaran seserahan c. Branding dan marketing	2. Action/Eksekusi Nabouquet.id a. Survei bahan-bahan yang akan dijadikan bahan utama b. Uji coba produk baru salah satunya boneka wisuda mika c. Sablon kemasan plastik merek	2. Value Proposition Nabouquet.id a. Harga terjangkau b. Kemasan cantik ala Nabouquet.id c. Dapat diperoleh di toko offline maupun online



INAS KEPEMUDAAN OLAH RAGA DAN
PARIWISATA PROVINSI JAWA TENGAH
PKKP 2024



		Nabouquet.id untuk branding	
3. PELATIHAN PEMBUATAN BUKET ONLINE (LANJUTAN) Dalam pelaksanaan pelatihan pembuatan buket ini bertujuan untuk menggerakkan jiwa kewirausahaan Masyarakat yang ada di desa Tambakrejo dengan memulai belajar membuat buket diharapkan supaya tumbuh jiwa wirausaha.	3. Rencana Pelatihan Pembuatan Buket a. Diisi dengan materi Bahan baku rekomended	3. Action/Eksekusi Pelatihan Pembuatan Buket a. Observasi b. Bersama Pengurus Ibu-Ibu PKK	3. Value Proposition Pelatihan Pembuatan Buket a. Pelatihan lanjutan b. Membuat buket yg indah ala Nabouquet.id



Customer Segment	Strategi Promosi	Strategi Distribusi	Jumlah Pembeli	
			Pelanggan	Pembeli Baru
1. Customer Nabouquet.id a. Anak Sekolah b. Masyarakat umum c. Anak kuliah	1. Strategi Promosi Nabouquet.id a. Pemilik selama ini melakukan promosi hanya melalui mulut ke mulut. b. Tim PKKP membantu promosi dengan cara membuat foto produk dan video c. Membuat media social untuk promosi produk di Instagram dan Tiktok	1. Strategi Distribusi Nabouquet.id a. Diambil ke tempat pembuatan b. Pengiriman JNT ke kota Pekalongan, Semarang hingga Jakarta.	100	70
2. Customer Segment Box Hantaran Sserahan a. Calon Pengantin b. Masyarakat umum c. Vendor Nikahan	2. Strategi Promosi Box Hantaran Sseserahan a. Membuat pamflet promosi b. Membuat foto produk dan video yang menarik c. Mengupload ke social media seperti WA, IG dan FB untuk menarik calon pelanggan.	2. Strategi Distribusi Box Hantaran Sseserahan a. Produk dapat langsung dipesan, diambil di lokasi produksi b. Sistem Pre Order Maksimal wajib H-10 Hari c. Pelanggan ambil sendiri ke toko	0	Otw 10 calon pengantin yang booking
3. Customer Segment Keripik Singkong a. Pemuda Remaja b. Orang dewasa c. Mahasiswa d. Pegawai	3. Strategi Promosi Keripik Singkong a. Foto produk b. Pembuatan video produk untuk promosi c. Pembuatan konten di media sosial	3. Strategi Distribusi Keripik Singkong a. Strategi Distribusi langsung yaitu penjualan langsung ke end user. b. Strategi distribusi tidak langsung/perantara : yaitu melalui Reseller dan Jastip	100	20



Strategi Membina Hubungan dengan Pelanggan	Pendapatan		Pengeluaran	
	Pendapatan Tetap	Pendapatan Tidak Tetap	Pengeluaran Tetap	Pengeluaran Tidak Tetap
1. Strategi membina hubungan dengan pelanggan Nabouquet.id a. Garansi : pemilik memberikan garansi kepada pembeli jika produknya tidak sesuai pesanan atau terdapat cacat b. Dapat bonus: pemilik memberikan bonus berupa gratis produk untuk pembelian dalam jumlah banyak c. Ramah : Memberikan pelayanan yang ramah kepada pelanggan	2.000.000	1.000.000	1.000.000	150.000
2. Strategi membina hubungan pelanggan pada Box Akrilik Seseheran a. Fast respon dengan pelanggan dan calon pengantin b. Memberi bonuss potongan harga c. Hasil hiasan semaksimal mungkin	-	-	1.000.000	6.000.000
3. Strategi membina hubungan pada Keripik Singkong a. Memberikan pelayanan yang ramah dan terbaik b. Memberikan garansi serta menerima kritik dan saran. c. Memberikan cashback dan Bundling produk d. Memberikan bonus produk jika pembelian dalam jumlah banyak	4.000.000	2.000.000	1.500.000	500.000



INAS KEPEMUDAAN OLAHRAHA DAN
PARIWISATA PROVINSI JAWA TENGAH
PKKP 2024



Partner Tetap	Partner Tidak Tetap	Aset Berwujud		Keterangan Hasil Usaha
		Aset Berwujud	Aset Tidak Berwujud	
0	0	1. Aset berwujud usaha Nabouquet.id meja kasir, rak buket, rak gantung, gunting, kertas celepon, gunting., solasi, double tip, lem tembak	0	1. Usaha ini menggunakan bahan dasar kertas celepon, kemudian untuk usaha nabouquet ini belum memiliki karyawan sehingga ketika ada acara besar seperti wisuda, hari guru atau acara lainnya harus lembur sendirian sampai larut malam.
40	20	2. Aset berwujud Box Akrilik Seseheran Box akrilik, Rak, dan printilan lain	0	2. Tempat produksi usaha ini berada di Warungpring Pemalang. Dengan system Maksimal booking H-10 Hari perkiraan omset - + Rp 30.000.000 perbulan
0	0	3. Aset berwujud Keripik Singkong Kompor, Penggorengan, Alat memasak, Panci, Loyang, Oven Rumah, Piring, Sendok, Mixer.		3. Produk Keripik Singkong masih dalam kemasan plastik biasa. Dengan jangkaun pemasaran lokal. Usaha ini harapannya terus dikembangkan hingga menjadi potensi desa yang dapat meningkatkan taraf perekonomian desa.

Mengetahui,

Peserta PKKP 2024

Tim Teknis PKKP 2024

Pendamping Desa	
Pendamping Kabupaten	

Rossanda Unafa, S.Pd

.....



INAS KEPEMUDAAN OLAH RAGA DAN
PARIWISATA PROVINSI JAWA TENGAH
PKKP 2024



Nama Peserta : Rossanda Unafa

Jumlah Penduduk : 9.044

Jumlah Pemuda : 2.000

Bulan/Tahun : September 2024

Potensi Desa	Identifikasi Masalah Desa	Bentuk Pendampingan Masyarakat	Jumlah Dan Nama Pemuda Yang Terdampin gi	Jumlah dan Nama Kelompok	Hasil Pendampingan	Kendala Yang Dihadapi	Tindak Lanjut Proram	Komen tar Mentor
1. Terdapat Karang Taruna Aktif di Desa Tambakrejo	1. Kesempatan kerja atau peluang lapangan pekerjaan di desa yang sedikit menyebabkan banyaknya pengangguran, sehingga tidak sedikit pemuda yang merantau ke Jakarta dan kota besar lainnya.	1. Membuat tim sepakbola karangtaruna desa. 2. Mensosialisasikan terkait pentingnya kemasan	1. 15 orang diketuai oleh kak Danoyo. 2. Ibu ibu pkk desa	Jumlah (2). 1. Karangtaruna desa Tambakrejo 2. Ibu-ibu pkk desa	1. Merencanakan akan program pemuda desa karangtaruna desa Tambakrejo seperti kegiatan olahraga	1. Terbatasnya dana sehingga perlu mencari pendanaan tambahan dari pihak tertentu 2. Jam rapat seringkali malam hari sedangkan jarak tim PKKP dengan desa cukup jauh	1. Melaksanakan kompetisi olahraga sepakbola antar dusun dan desa di kabupaten Pemalang 2. Melanjutan pendampingan	



INAS KEPEMUDAAN OLAHRAGA DAN
PARIWISATA PROVINSI JAWA TENGAH
PKKP 2024



2. Terdapat kelompok ibu pkk desa tambakrej o	2. Kemasan produk UMKM masih terlalu biasa, sehingga perlu adanya dampingan melalui pelatihan desain packaging.	produk yang terbaru, guna melakukan persaingan dengan produk serupa dan menjadikan produk lebih exclusive.	sebanyak 20 orang yang diketuai oleh ibu Wiwi	Tambakrej	Sepak bola dll. 2. Diskusi ibu pkk desa terkait potensi desa berupa singkong yang akan diolah lebih lanjut	3. Masih terdapat pelaku usaha yang kemasannya masih menggunakan pouch biasa dan ditempel stiker/logo.	Packaging dan desain.	
--	---	--	---	-----------	---	--	-----------------------	--



INAS KEPEMUDAAN OLAH RAGA DAN
PARIWISATA PROVINSI JAWA TENGAH
PKKP 2024



Mengetahui,

Pendamping Desa	
Pendamping Kabupaten	
Disporapar Provinsi Jawa Tengah	

Peserta PKKP 2024

Tim Teknis PKKP 2024

Rossanda Unafa, S.Pd

.....