

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Laporan Kegiatan 1

Nama : Putu widastra
NPM : 1611010012
Jurusan : Teknik Informasi

“Pembuatan *Website* Desa Merak Batin Kabupaten Lampung Selatan”

5.1. Pengertian Website

Website adalah fasilitas internet penghubung dokumen dalam lingkup lokal maupun jarak jauh. Dokumen pada website disebut dengan *web page* sementara link dalam website memungkinkan pengguna bisa berpindah dari satu page ke page lain (*hyper text*), baik diantara page yang disimpan dalam server yang sama maupun *server* diseluruh dunia. Pages diakses dan dibaca lewat *browser* seperti *Netscape Navigator, Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome* dan aplikasi *browser* lainnya (pengertian *website* dari Hakim LU saha Mandirianul, 2004)

5.2. Fungsi Website

Website ini pastinya punya banyak manfaat. Jadi, jika kita ingin mengetahui fungsi *website*, dapat dibagi sesuai kategori jenisnya. Jenis *website* yang berbeda tentunya punya fungsi yang cukup berbeda juga. Apa saja? Mari ketahui lebih lanjut!

- **Website Sebagai Sarana Informasi**

Ini adalah fungsi utama dari website umumnya yaitu sebagai sarana informasi. Website bisa jadi suatu media untuk menyebarkan informasi-informasi ke publik. Idealnya, memang website dijadikan sarana edukasi akan berbagai topik yang ada. Contohnya, anda menemukan *website* berisi berita, tips, tutorial, pengumuman penting dan lain sebagainya.

- **Website Sebagai Sarana Hiburan**

Menjadi sarana hiburan bagi publik juga termasuk ke dalam fungsi website. Misalnya ketika Anda membaca majalah online, berita soal gaya hidup, atau ulasan film dan karya seni lainnya dari website-website yang ada. Nah terkait navigasi, website yang bertujuan sebagai sarana hiburan biasanya lebih mengutamakan kemudahan web visitor dalam bernavigasi dan estetika visualnya biasanya optimal. Untuk jenis konten, biasanya banyak berupa video, gambar terpisah, galeri foto, atau podcast.

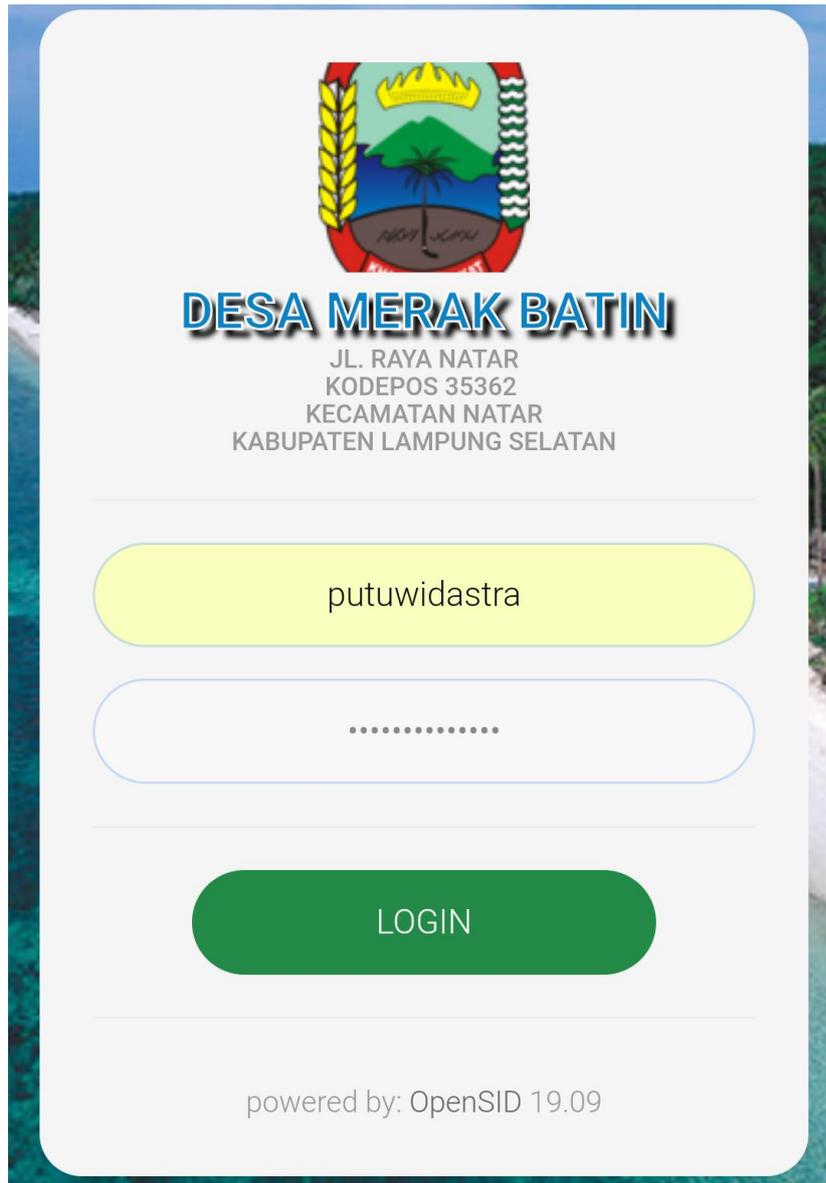
- **Website Sebagai Sarana Jual Beli atau *E-commerce* (Toko Online)**

Apakah Anda pernah mendengar nama-nama situs belanja besar semacam Tokopedia, Bukalapak, atau *website* beli tiket transportasi Traveloka? Ini termasuk dalam aktivasi fungsi website sebagai *E-commerce*. Tujuan dari website seperti ini adalah mendapat customer yang bertransaksi, meningkatkan penjualan dan loyalitas customer terhadap brand perusahaan. *Website*-nya juga tidak hanya berisi konten-konten informatif saja tetapi juga dukungan fitur tertentu semacam *payment gateway*. Ada banyak sekali elemen *website* yang harus dioptimasi untuk mensukseskan sebuah *E-commerce* yaitu proses transaksi yang mudah dilakukan web visitor/pengunjung, tampilan atraktif *website*, produk yang populer, penawaran menarik, metode pembayaran produk yang bervariasi, dan desain yang *mobile-friendly* (mengingat orang lebih banyak mengakses dari handphone).

- ***Website Sebagai Blog***

Pernah dengar istilah profesi *blogger*? Fungsi blog sebagai *website* adalah untuk update konten-konten terbaru yang banyak diminati/dibaca orang atau sekadar menjadi catatan pribadi seseorang (opini dan sebagainya)

Gambar dalam pembuatan website desa Merak Batin ini antara lain :

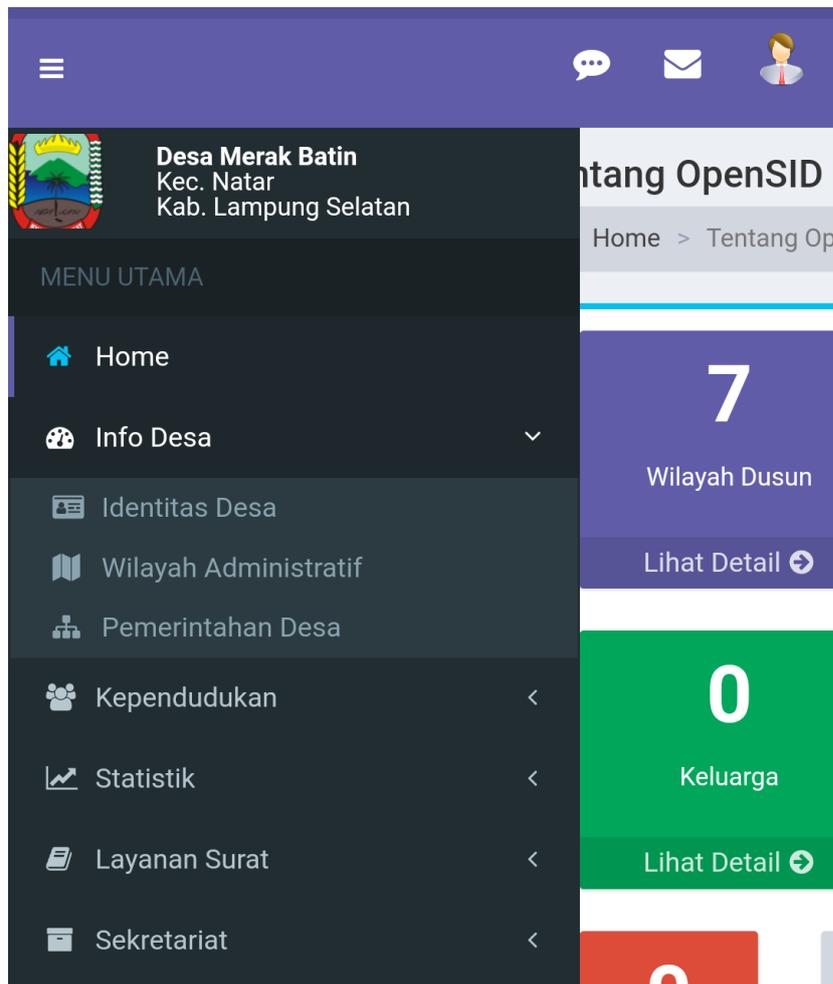


Gambar 3.6 tampilan untuk login

- INFO DESA

Dalam menu INFO DESA terdapat sub menu, antara lain :

- 3.1. Identitas desa
- 3.2. Wilayah administrasi
- 3.3. Pemerintahan desa

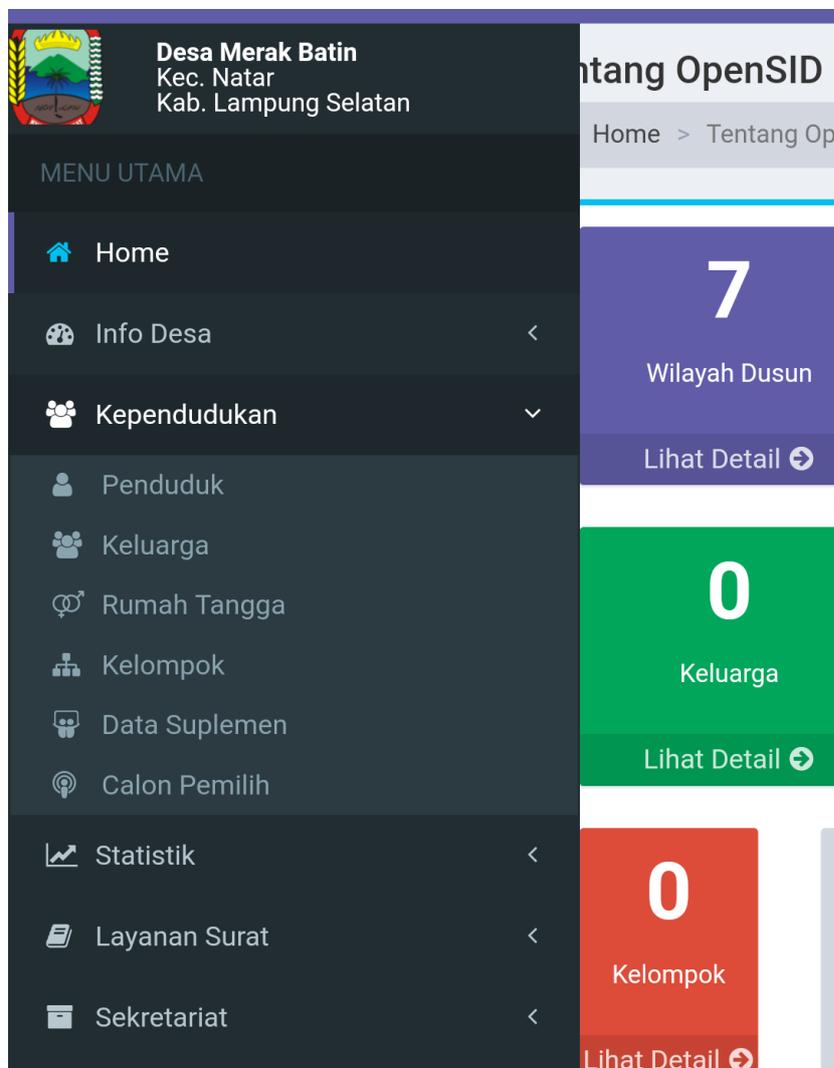


Gambar 3.7 Menu Lembaga Website Desa Merak Batin

- KEPENDUDUKAN

Dalam menu KEPENDUDUKAN terdapat sub menu, antara lain :

- Penduduk
- Keluarga
- Rumah tangga
- Kelompok
- Data suplemen
- Calon pemilih

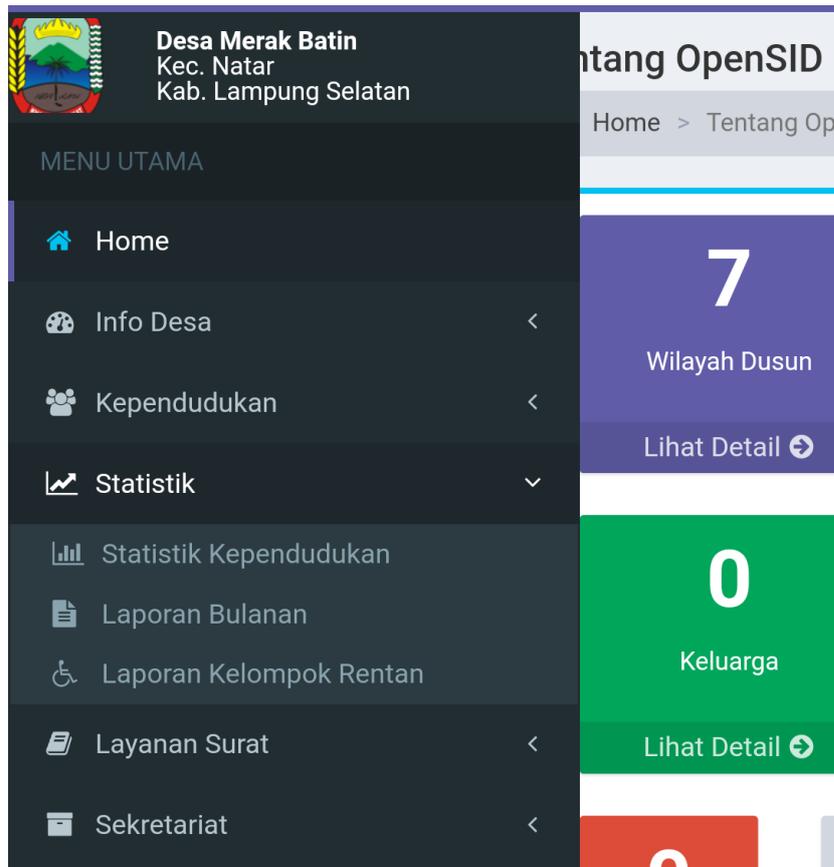


Gambar 3.7 Menu APBDES Website Desa Merak Batin

- STATISTIK

Dalam menu STATISTIK terdapat sub menu, antara lain :

- Statistik kependudukan
- Laporan bulanan
- Laporan kelompok rentan

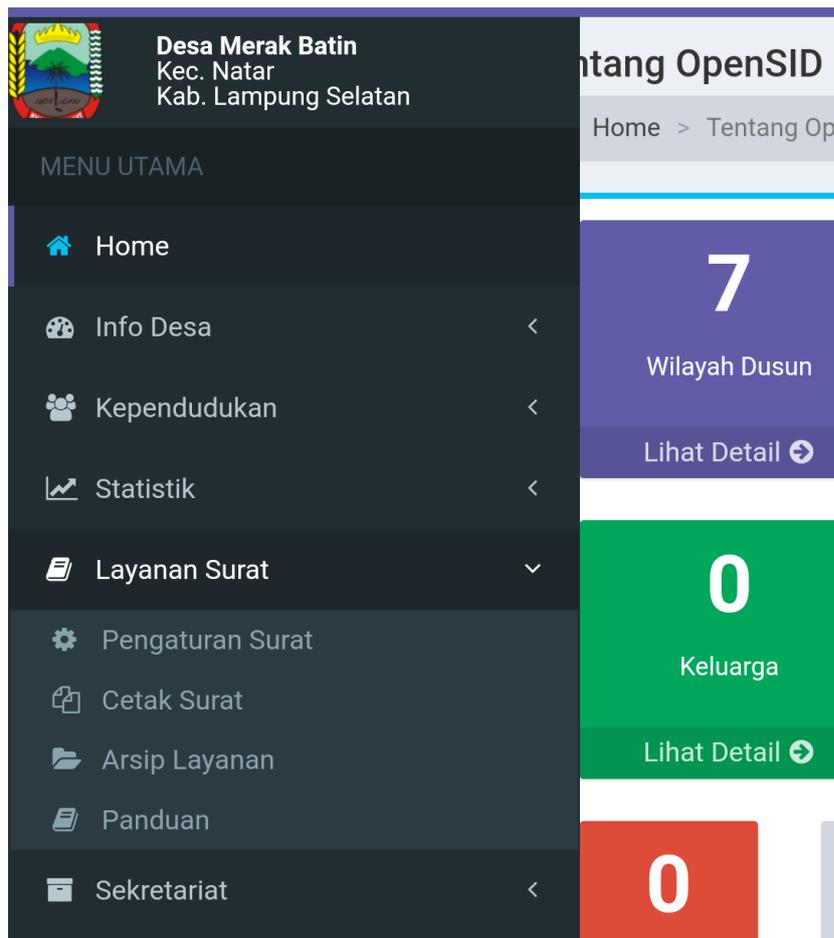


Gambar 3.8 Menu Informasi pada *Website* Desa Merak Batin

- LAYANAN SURAT

Dalam menu LAYANAN SURAT terdapat sub menu, antara lain :

1. Pengaturan surat
2. Cetak surat
3. Arsip layanan
4. Panduan

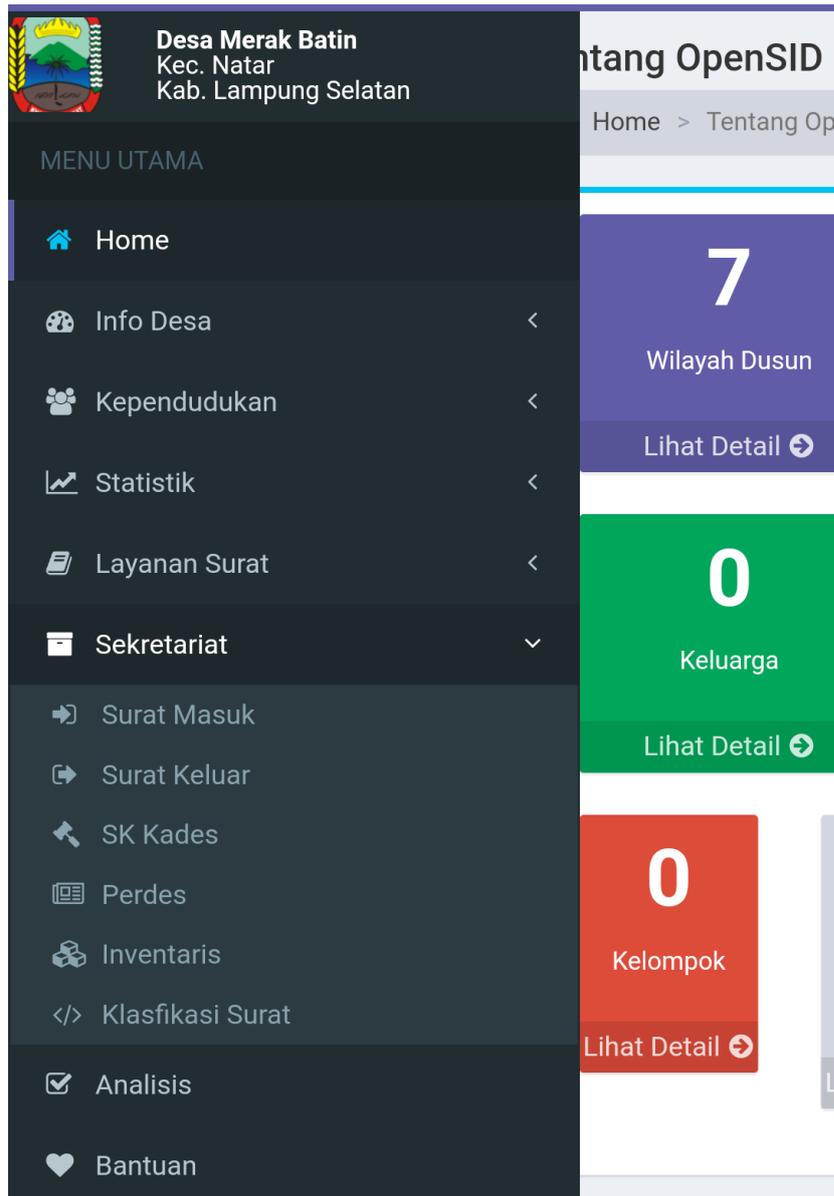


Gambar 3.9 Menu Kegiatan Website Pada Desa Merak Batin

- **SEKRETARIAT**

Dalam menu SEKRETARIAT terdapat sub menu, antara lain :

- Surat masuk
- Surat keluar
- SK kades
- Perdes
- Inventarian
- Klasifikasi surat



Gambar 3.10 Menu Menu *Website* Desa Merak Batin

Alamat website Desa Merak Batin Kecamatan Natar

Kabupaten Lampng Selatan yaitu (<https://merakbatin.id/>)

3.2 Laporan Kegiatan 2

Nama : WAYAN EVA WULAN SAFITRI

NPM : 1612110090

Jurusan : Manajemen

“Penerapan Pemasaran Menggunakan Media Sosial”

3.2.1 Media Sosial

a. Definisi media sosial

Media sosial saat ini masih merupakan istilah yang mengandung banyak makna dan definisi tidak persis sama. Safko misalnya menjelaskan bahwa media sosial mereferensikan pada serangkaian aktivitas, praktik, dan perilaku diantara komunitas orang yang berkumpul secara online untuk berbagi informasi, pengetahuan dan opini dengan menggunakan media percakapan (*conversational media*). Media percakapan sendiri merupakan aplikasi berbasis web yang membuat produksi dan transmisi konten berbentuk kata-kata, gambar, video dan audio menjadi mungkin dan mudah (Safko & Brake, 2009 ;p.6)

Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

b. Efektifitas Social Media

Social media marketing memungkinkan membangun hubungan sosial yang lebih personal dan dinamis dibandingkan dengan strategi marketing tradisional. Kegiatan social media marketing berpusat pada usaha membuat konten-konten yang menarik perhatian dan mendorong pembaca untuk berinteraksi serta membagikannya dalam lingkungan jejaring sosial pertemanan mereka. Pengaruh social media berbeda-beda, akan tetapi yang umum terjadi adalah informasi yang berasal dari social media akan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian yang akan diambil konsumen.

5.3. Pemasaran Produk Usaha Kerupuk Kemplang

Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial seperti Instagram, *Facebook*, dan aplikasi messenger seperti line, BBM, *whatsapp* dan sebagainya bukanlah hal yang baru di kalangan masyarakat. Tidak heran bahwa media sosial saat ini digunakan sebagai alternative bagi setiap pemilik bisnis untuk memasarkan produk atau memperkenalkan bisnisnya dengan cepat.

Memasarkan produk yang kita miliki melalui jasa media sosial adalah salah satu strategi pemasaran (*Marketing Strategy*) yang efektif, mengingat besarnya pengaruh media sosial ini sebagai tempat pengumpulan informasi bagi aspek dan lapisan masyarakat modern saat zaman sekarang.

Pemasaran yang masih menggunakan system tradisional seperti menitipkan produk ditoko, atau menjual ecer yang tidak dapat menjangkau permintaan konsumen, pkpm IIB Darmajaya mencoba mengaplikasi dengan pemasaran berbasis Online media yang digunakan saat ini adalah Instagram kerupukkemplang.lpg sebagai market place untuk mengenalkan produk bagi konsumen jauh. Dengan memasarkan produk kerupuk kemplang yang dikelola oleh Usaha industri rumahan ke media social seperti *website*, *Instagram*,

membuat pemasaran produk kerupuk kemplang ini semakin luas bukan hanya tingkat kecamatan namun dapat meluas ke tingkat daerah.



Gambar 3.2.1 Akun Instagram Produk kerupuk kemplang

3.3 Laporan Kegiatan 3

Nama : Arie Sandy

NPM : 1612110262

Jurusan : Manajemen

“Pembuatan Dan Pelatihan Bagan Struktur Untuk UMKM Kerupuk Kemplang Cap Berlian”

A. Pengertian Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah suatu susunan komponen-komponen atau unit-unit kerja dalam sebuah organisasi. Struktur organisasi menunjukkan bahwa adanya pembagian kerja dan bagaimana fungsi atau kegiatan-kegiatan berbeda yang dikoordinasikan. Dan selain itu struktur organisasi juga menunjukkan mengenai spesialisasi-spesialisasi dari pekerjaan, saluran perintah maupun penyampaian laporan.

Struktur organisasi adalah suatu susunan atau hubungan antara komponen bagian-bagian dan posisi dalam sebuah organisasi, komponen-komponen yang ada dalam organisasi mempunyai ketergantungan. Sehingga jika terdapat suatu komponen baik maka akan berpengaruh kepada komponen

yang lainnya dan tentunya akan berpengaruh juga kepada organisasi tersebut.

Struktur organisasi merupakan susunan dan hubungan antara setiap bagian maupun posisi yang terdapat pada sebuah organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan operasionalnya dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Struktur organisasi dapat menggambarkan secara jelas pemisahan kegiatan dari pekerjaan antara yang satu dengan kegiatan yang lainnya dan juga bagaimana hubungan antara aktivitas dan fungsi dibatasi. Di dalam struktur organisasi yang baik harus dapat menjelaskan hubungan antara wewenang siapa melapor atau bertanggung jawab kepada siapa, jadi terdapat suatu pertanggungjawaban apa yang akan di kerjakan. Itulah beberapa definisi struktur organisasi.

B. Fungsi Struktur Organisasi

Adapun fungsi / kegunaan dari struktur dalam sebuah organisasi, berikut dibawah ini penjelasannya:

1. Kejelasan tanggung jawab.

Setiap anggota dari organisasi harus dapat bertanggung jawab dan juga apa saja yang harus dipertanggungjawabkan. Setiap anggota suatu organisasi tentunya harus dapat bertanggung jawab kepada pimpinannya atau kepada atasannya yang telah memberikan kewenangan, karena pelaksanaan atau implementasi kewenangan tersebut yang perlu dipertanggungjawabkan. Itulah fungsi struktur organisasi tentang kejelasan tanggung jawab.

2. Kejelasan kedudukan.

Yang selanjutnya yaitu kejelasan mengenai kedudukan, disini artinya anggota atau seseorang yang ada didalam struktur organisasi sebenarnya dapat mempermudah dalam melakukan koordinasi dan hubungan, sebab adanya keterkaitan penyelesaian mengenai suatu fungsi yang telah di percayakan kepada seseorang atau anggota.

3. Kejelasan mengenai jalur hubungan.

Fungsi selanjutnya yaitu sebagai kejelasan jalur hubungan maksudnya dalam melaksanakan pekerjaan dan tanggung jawab setiap pegawai didalam sebuah organisasi maka akan dibutuhkan kejelasan hubungan yang tergambar dalam struktur sehingga dalam jalur penyelesaian suatu pekerjaan akan semakin lebih efektif dan dapat saling memberikan keuntungan.

4. Kejelasan uraian tugas.

Dan Fungsi lainnya yaitu kejelasan mengenai uraian tugas didalam struktur organisasi akan sangat membantu pihak atasan atau pimpinan untuk dapat melakukan pengawasan maupun pengendalian, dan juga bagi bawahan akan dapat lebih berkonsentrasi dalam melaksanakan suatu tugas atau pekerjaan karena uraian yang jelas. Itulah salah satu fungsi sebagai kejelasan uraian tugas.

5.4. Metode Pelaksanaan

Beberapa Tahapan dalam pembuatan bagan Struktur :

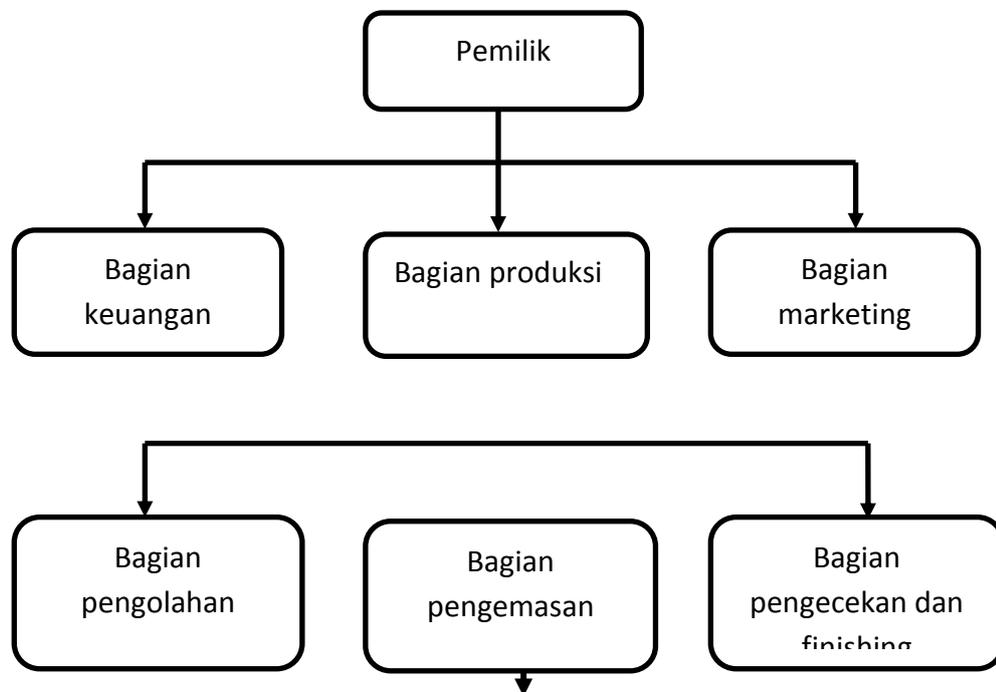
Melakukan Observasi

Tahap melakukan observasi adalah awal dari sebuah penelitian agar mengetahui kendala apa yang sedang terjadi di produsen kerupuk kemplang.

Struktur organisasi usaha mandiri kerupuk kemplang belum terbentuk. Khususnya bagian keuangan pemasaran dan produksi masih dikelola dengan satu bagian. Oleh karna itu kami berupaya melakukan pelatihan dan membentuk struktur organisasi. Bagi sebagian Pemilik perusahaan seringkali berfikir bahwa suatu struktur organisasi tidak terlalu penting di awal set up bisnis baru, sedangkan yang lebih penting adalah bagaimana perusahaan bisa berjalan dan menghasilkan pemasukan yang memberikan keuntungan, sehingga dapat membiayai pengeluaran operasional, seperti beban gaji karyawan.

Dengan mengetahui daftar pekerjaan yang dilakukan oleh tiap fungsi dan jabatan tersebut maka akan mempermudah untuk menganalisis beban kerja dari tiap karyawan. Sehingga apabila beban kerja seorang karyawan dirasakan terlalu banyak maka dapat diberikan tambahan karyawan baru untuk membantu peran dan fungsinya. Demikian juga sebaliknya apabila beban kerja seorang karyawan belum terlalu banyak maka karyawan tersebut dapat merangkap fungsi atau ditambahkan pekerjaan lain sehingga biaya operasional menjadi lebih efisien.

Gambar 3.3.1 Struktur organisasi



Sumber : UMKM Kerupuk Kemplang Cap Berlian (Bpk. Syafrudin)

3.4 Laporan Kegiatan 4

Nama : Muhamad Aji Hafizon

NPM : 1612120207

Jurusan : Akuntansi

“Membuat perhitungan harga pokok penjualan kerupuk kemplang cap berlian”

3.4.1 Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi adalah penjumlahan seluruh pengorbanan sumber ekonomi yang digunakan untuk mengubah bahan baku menjadi produk. Perhitungan Harga Pokok Produk dapat digunakan untuk menentukan harga jual yang akan diberikan kepada pelanggan sesuai dengan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi

3.4.2 Komponen Biaya Harga Pokok Produksi

Biaya produksi terdiri dari dua yakni biaya komersial dan biaya manufaktur, biaya manufaktur adalah biaya pabrik yakni jumlah dari elemen-elemen biaya diantaranya Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja, Biaya Overhead Pabrik.

Penejelasan mengenai biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik.

a. Biaya Bahan Baku

Terjadi karena adanya pemakaian bahan baku. Biaya bahan baku merupakan harga pokok bahan baku yang dipakai dalam produksi untuk membuat barang atau produk, biasanya 100% bahan baku merupakan masuk dalam produk yang telah terjadi.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya ini timbul ketika pemakaian biaya berupa tenaga kerja yang dilakukan untuk mengolah bahan menjadi barang jadi, biaya tenaga kerja langsung merupakan gaji dan upah yang diberikan kepada tenaga kerja yang langsung terlibat dalam pengolahan bahan menjadi produk.

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik timbul akibat pemakaian fasilitas-fasilitas yang digunakan untuk mengolah bahan seperti mesin, alat-alat, tempat kerja dan

sebagainya. Dan yang lebih jelas lagi adalah biaya overhead pabrik terdiri dari biaya diluar dari biaya bahan baku.

Tabel Perhitungan Besaran Biaya Bahan Baku

Bahan Opak	Unit	Satuan	Harga per-unit	Total Harga
Sagu tani	3	Kg	Rp. 14.000	Rp. 42.000
Garam	1	Bungkus	Rp. 2.000	Rp. 2.000
Gula merah	¼	Kg	Rp. 5.000	Rp. 5.000
Gula putih	½	Kg	Rp. 7.000	Rp. 7.000
Asem	1	Bungkus	Rp. 9.500	Rp. 9.500
Penyedap rasa	1	Bungkus	Rp. 1.000	Rp. 1.000
Cabe merah	¼	Kg	Rp. 28.000	Rp. 10.000
Ikan kiter	½	Kg	Rp. 40.000	Rp. 20.000
Total Biaya Bahan Baku				Rp. 96.500

Sumber : Kerupuk Kemplang Cap Berlian, tahun.2019

Tabel Perhitungan Biaya Penolong

Nama Peralatan	Jumlah	Satuan	Harga per-alat	Total Harga
Gas	1	Buah	Rp. 23.000	Rp. 23.000
Plastik sambel	1	Pak	Rp. 7.000	Rp. 7.000
Plastik kemplang	1	Pak	Rp. 28.000	Rp. 28.000
Tali rapia	1	Gulung	Rp. 2.500	Rp. 2.500
Stiker	1/2	Meter	Rp. 90.000	Rp. 45.000
Arang	2	Kantong plastik	Rp. 5.000	Rp. 10.000
Total Biaya Penolong				Rp. 115.500

Sumber : Kerupuk Kemplang Cap Berlian, tahun.2019

Tabel Biaya Overhead Pabrik

Material	Unit	Satuan	Harga per-unit	Total Harga
Ongkos Bensin	1	Liter	Rp. 7.800	Rp. 7.800
Total BOP				Rp. 7.800

Sumber : Kerupuk Kemplang Cap Berlian, tahun.2019

Tabel Biaya Operasional

NO	Jenis Biaya Operasional	Biaya (Rp)
1.	Biaya Bahan Baku	Rp. 96.500
2.	Biaya Penolong	Rp. 115.500
3.	Biaya Overhead Pabrik	Rp. 7.800
Jumlah		Rp. 219.800

Sumber : Kerupuk Kemplang Cap Berlian, tahun.2019

Jadi untuk setiap 1/2 kg ikan kiter yang telah dikelola menghasilkan 3 Kg kerupuk kemplang ,maka 3 kg kemplang dapat menghasilkan 32 bungkus kerupuk kemplang yang sudah dipanggang . Dijual dengan 1 bungkus yang berisi 15 kerupuk kemplang . Harga pokok produksi yang dibutuhkan adalah sebesar Rp. 219.800

2.1. Harga pokok produksi:

$$\text{Rp. 219.800} : 32 = \text{Rp 6.800}$$

2.2. Laba (48% Dari Hpp)

$$\text{Rp 6.800} \times 48\% = \text{Rp 3.200}$$

2.3. Harga Jual

$$\text{Rp 6.800} + \text{Rp 3.200} = \text{Rp 10.000}$$

Harga Jual Setiap Kemasan

HPP	Labab	Harga Jual
Rp 6.800	Rp. 3.200	Rp 10.000

Berdasarkan Kegiatan UKM inovasi kerupuk kemplang dalam sekali produk kemplang dapat mencapai 32 bungkus. Berdasarkan penjualan setiap kali produksi pendapatan diperoleh sebesar:

$$32 \times \text{Rp. } 10.000 = \text{Rp. } 320.000$$

Jadi total penjualan yang diperoleh Rp 320.000

Tabel Perhitungan Laporan Laba Rugi Kerupuk Kemplang

Penjualan		Rp. 320.000
Biaya-Biaya		
Ikan kiter	Rp. 20.000	
Sagu tani	Rp. 42.000	
Gula merah	Rp. 5.000	
Gula putih	Rp. 7.000	
Cabe merah	Rp. 10.000	
Asem	Rp. 9.500	
Penyedap rasa	Rp. 1.000	
Garam	Rp. 2.000	
Gas	Rp. 23.000	
Plastik sambel	Rp. 7.000	
Plastik kemplang	Rp. 28.000	
Tali rapia	Rp. 2.500	
Stiker	Rp. 45.000	

Arang	Rp. 10.000	
Ongkos Bensin	Rp. 7.800	

Total Biaya-Biaya	Rp. 219.800
Laba Bersih	Rp. 100.200

Pembukuan sederhana diatas diharapkan mampu menjadi dasar untuk mengetahui besaran pengeluaran dana dalam sekali produksi dan besaran laba yang dapat diterima dalam sekali produksi tersebut menjadi tolak ukur pengembangan UMKM kerupuk kemplang cap berlian.

3.5 Laporan Kegiatan 5

Nama : Fransiskus Apriedo Silaban

NPM : 1611050096

Jurusan : Sistem Informasi

“Membuat Inovasi Desain Logo Produk Pada Kemasan Kerupuk Kemplang Cap Berlian (UMKM) Di Desa Merak Batin”

A. Desain Logo Produk

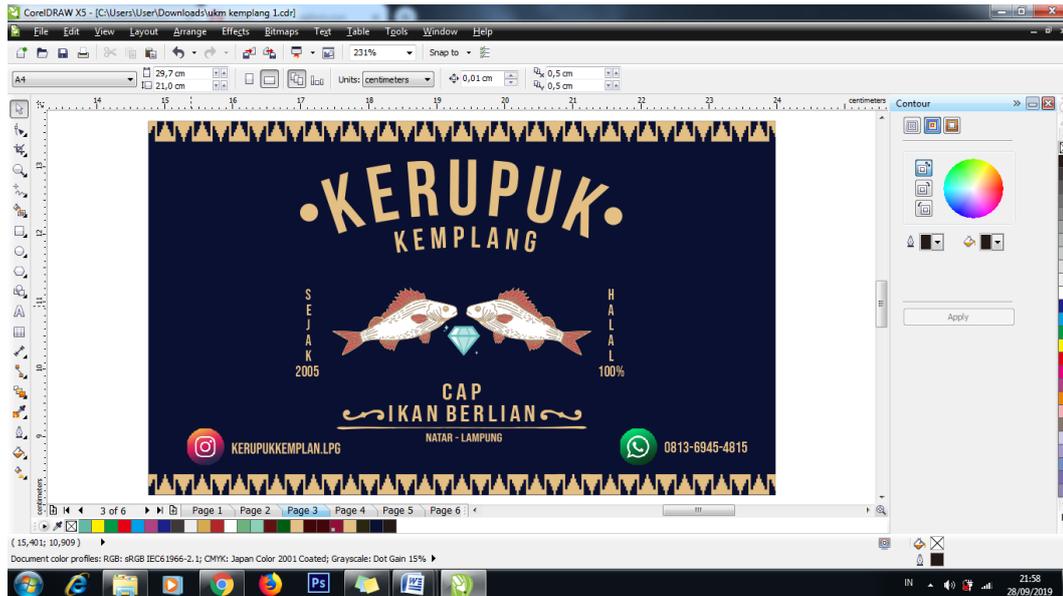
Logo adalah lambang atau simbol khusus yg mewakili suatu perusahaan atau organisasi. Pembuatan Desain Logo pada produk *Kerupuk Kemplang Cap Berlian* UMKM Desa Merak Batin adalah faktor penting dalam kegiatan pemasaran, yang

bertujuan untuk menawarkan dan memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh produsen. Pembuatan Desain Logo Pruduk juga akan memudahkan konsumen dalam mengidentifikasi produk-produk yang ada di pasar, mengidentifikasi produk-produk mana yang memiliki manfaat lebih, atau produk-produk mana yang sesuai dengan selera konsumen.

Dengan adanya logo produk merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen dengan bertujuan untuk mengembangkan produk dari *Kerupuk Kemplang* itu sendiri. *Desain Logo* juga dipandang dapat menaikkan gengsi atau status seorang pembeli. Dalam pembuatan *Desain Logo* pun harus memperhatikan hal-hal, seperti : sederhana dan ringkas, mengandung keaslian, mudah dibaca atau di ucapkan, mudah diingat, tidak sulit digambarkan, dan tidak mengandung konotasi yang negatif.

Dengan adanya desain *Desain Logo Produk* juga bisa dijadikan sebagai sarana untuk alat promosi dan dengan hanya melihat nama dari Logo Produk kita sudah bisa mengetahui asal dari produk tersebut. Desain Logo Produk yang baik juga dapat menarik konsumen untuk membeli sebuah produk dan menghasilkan kemasan yang memiliki tingkat efektifitas, efesiensi dan fungsi yang sesuai baik dalam pengemasan dan kegunaannya.

Dengan diberikan Inovasi Desain Logo pada Produk Kerupuk Kemplang harapannya agar hasil penjualan dapat lebih meningkat dari sebelumnya.



Gambar 3.5.1 Proses Pembuatan Desain *Logo* Untuk Usaha Kerupuk Kemplang Cap Berlian

Pembuatan desain *Logo* pada produk tersebut diberikan nama Merk “**Kerupuk Kemplang Cap Ikan Berlian**” agar masyarakat dapat lebih mengetahui produk tersebut dan membantu dalam proses pemasarannya karena dengan adanya sebuah Merk “*Cap Ikan Berlian*” dapat menunjukan asal produk tersebut. Desain *Logo* yang baik dapat mensinergikan dan mengintegrasikan dari beberapa elemen desain dan fungsi kemasan, sehingga dihasilkan kemasan yang memiliki tingkat efektifitas, efisiensi dan fungsi yang sesuai baik dalam produksi kemasan sampai kegunaan kemasan.

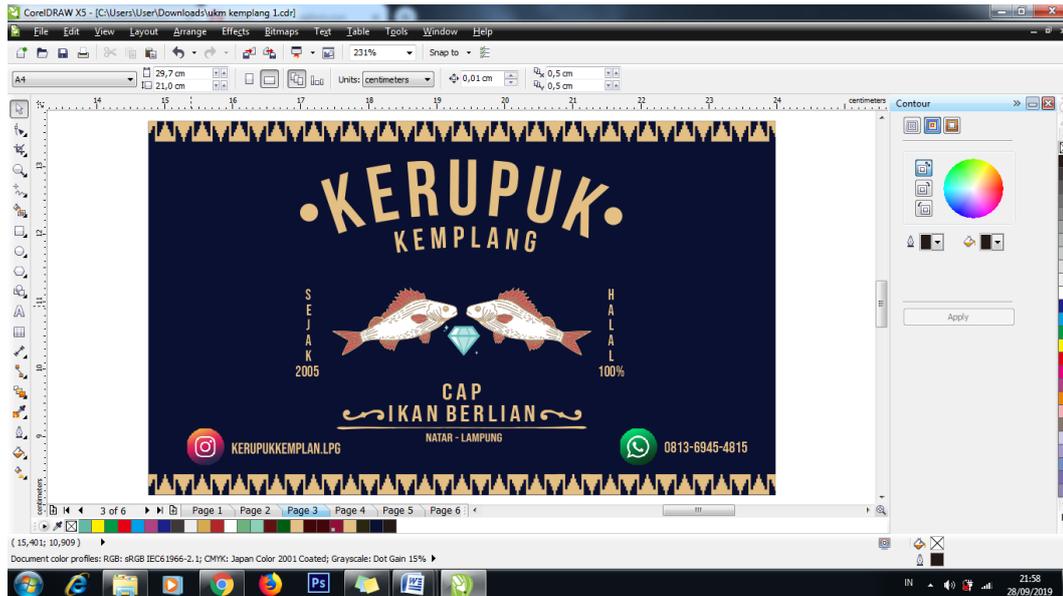
Dengan itu, perlu dibuatkan *Logo* dagang yang mencantumkan nama Usaha Mandiri dan contact person untuk Usaha Mandiri yang berada di Desa Merak Batin, karena Usaha Mandiri *Kerupuk Kemplang Cap Ikan Berlian* berada di *Desa Merak Batin, Natar*. Sebelumnya Kerupuk Kemplang Cap Ikan Berlian ini sudah memiliki logo, tetapi desain logo yang dimiliki sangatlah sederhana dan kurang menarik. Dengan seperti itu kami memberikan inovasi dengan logo terbaru yang memiliki desain yang lebih menarik dan memiliki identitas daerah Lampung dibagian atas dan bawah logo, dengan tujuan agar hasil penjualan Usaha Mandiri

tersebut dapat meningkat dan mengenalkan budaya khususnya budaya Lampung. Usaha Mandiri tersebut lebih mudah di ingat dan mudah untuk dihubungi apabila ingin memesan Kerupuk Kemplang Cap Ikan Berlian baik dalam jumlah sedikit ataupun dalam jumlah banyak.

B. Desain *Label*

Label adalah keterangan yang berada pada suatu kemasan barang (produk), berisi bahan-bahan yang di gunakan untuk membuat barang (produk) tersebut, atau efek samping, atau juga cara penggunaan. Untuk mencari informasi suatu produk, konsumen pasti akan melihat lebel yang tertera pada kemasan, sementara itu untuk memberi informasi mengenai isi suatu produk, produsen akan mencantumkan label di setiap kemasan ,itulah esensi utama dari lebel makanan suatu produk

Dengan adanya label konsumen dapat memperoleh informasi yang benar, jelas dan baik mengenai kuantitas, isi, kualitas mengenai barang / produk beredar dan konsumen dapat menentukan pilihan sebelum membeli atau mengkonsumsi. Label bisa berupa gambar sederhana yang ditempelkan pada produk atau gambar yang direncanakan secara rumit dan menjadi bagian kemasan. Label bisa membawa nama merek saja, ataupun sejumlah besar informasi yang ada pada produk tersebut.



Gambar 3.5.2 Proses Pembuatan Desain Label Untuk Kerupuk

Kemplang Cap Berlian

Pembuatan desain *label* pada produk tersebut ditujukan agar masyarakat dapat lebih mengetahui informasi dari produk tersebut tanpa harus membuka kemasan dan memberi “rasa aman” terhadap produk , pembuatan desain label juga membantu dalam proses pemasarannya. Dengan itu, perlu dibuatkan desain label yang mencantumkan nama Usaha Kerupuk Kemplang dan contact person untuk Usaha Kerupuk Kemplang yang berada di Desa Merak Batin Kecamatan Natar dengan desain label yang menarik konsumen , supaya dapat mendongkrak penjualan dan produk kerupuk sinkong tersebut lebih mudah di ingat dan mudah untuk dihubungi apabila ingin memesan kerupuk sinkong baik dalam jumlah sedikit ataupun dalam jumlah banyak.



Gambar 3.5.3 Desain *Label* Untuk Usaha KerpuK Kemplang Cap Berlian

C. Inovasi Kemasan Produk

Salah satu daya tarik dari suatu produk adalah dilihat dari segi cara pengemasan (packing). Pengemasan merupakan suatu cara atau perlakuan pengamanan terhadap makanan atau bahan pangan, agar makanan atau bahan pangan baik yang belum diolah maupun yang telah mengalami pengolahan, dapat sampai ke tangan konsumen dengan selamat, secara kuantitas maupun kualitas untuk melindungi produk dari goresan atau cacat produk yang membuat produk menjadi rusak. Selain itu juga kemasan produk tidak hanya difungsikan pada suatu proses pendistribusian barang ke beberapa distributor, tetapi kemasan produk juga bisa melindungi produk ketika berada di toko.

Dengan adanya kemasan pada produk dapat mencirikan produk tersebut dan berusaha menawarkan dirinya di tengah-tengah banyaknya pesaing tak hanya itu kemasan pun dapat dijadikan sebagai alat promosi untuk daya tarik pembeli

sehingga bentuk, warna, dan dekorasi dari kemasan perlu diperhatikan dalam proses perancangannya.



Gambar 3.5.4 Inovasi Kemasan Usaha Kerupuk Kemplang Cap Ikan Berlian

3.6 Laporan Kegiatan 6

Nama : Fitri puspita sari

Npm : 1612110274

Jurusan : Manajemen

“Pengenalan dan Pembuatan Model Bisnis Kanvas”

3.1.1 Pengertian Model Bisnis Kanvas

Business Model Canvas (BMC) ialah suatu kerangka kerja yang membahas model bisnis dengan disajikan dalam bentuk visual berupa [kanvas lukisan](#), agar

dapat dimengerti dan dipahami dengan mudah. Model ini digunakan untuk menjelaskan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah suatu model bisnis, agar mampu menghasilkan kinerja yang lebih optimal.

BMC dapat digunakan untuk semua lini bisnis tanpa terbatas sektor usahanya. BMC sangat membantu untuk mempercepat proses analisa kekuatan dan kekurangan bisnis. Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan, maka analisa kebutuhan dan profit dapat dilakukan dengan cepat. Bisnis Model Canvas adalah model bisnis yg terdiri dari 9 blok area aktivitas bisnis, yang memiliki tujuan memetakan strategi untuk membangun bisnis yang kuat, bisa memenangkan persaingan dan sukses dalam jangka panjang.

3.1.2 Menurut M Majid Elemen Penting Lahirnya Model Bisnis Kanvas

Sebelum membuat model bisnis kanvas, kita harus mempelajari 9 elemen penting yang mendukung kemajuan suatu bisnis. Elemen-elemen tersebut yaitu:

1. Customer Segments

Elemen pertama ini membuat kita harus menentukan segmen pelanggan mana yang akan menjadi target bisnis kita. Misalnya, suatu maskapai penerbangan mengeluarkan 2 produk untuk memenuhi kebutuhan 2 segmen pelanggan yang berbeda atau ada 2 stasiun televisi yang menyajikan 2 acara berbeda untuk memenuhi segmen pelanggan yang berbeda.

2. Value Propositions

Value propositions akan membahas mengenai manfaat atau benefit apa yang akan didapatkan para pelanggan jika memilih bisnis kita. Hal ini menjadi kesempatan bagi kita untuk menjabarkan kekuatan dan keunggulan yang membedakan bisnis kita dengan bisnis yang lain.

3. Channels

Melalui penggunaan channels yang tepat, kita baru bisa menyampaikan value propositions kepada customer segments. Jadi, memikirkan channels juga menjadi salah satu elemen terpenting bagi keberhasilan bisnis.

4. Revenue Streams

Aliran pendapatan tentu menjadi salah satu tujuan utama dari sebuah bisnis. Sehingga elemen yang satu ini harus dikelola semaksimal mungkin untuk meningkatkan pendapatan bisnis. Jangan sampai ada bahan baku, produk atau kinerja yang tidak dimanfaatkan secara maksimal dan mengakibatkan kerugian pada bisnis.

5. Customer Relationship

Elemen yang kelima membahas bagaimana jalinan hubungan kita dengan pelanggan. Perlu pengawasan yang ketat dan intensif agar pelanggan bisnis kita tidak mudah berpaling ke bisnis yang lain hanya karena jalinan hubungan yang kurang baik

6. Key Activities

Kegiatan apa yang harus dilakukan untuk menciptakan value propositions yang efektif? Hal ini tentu menjadi pembahasan yang tak kalah penting dalam elemen key activities.

7. Key Resources

Agar bisa mewujudkan tujuan bisnis, kita tentu harus mengelola sumber daya bisnis tersebut semaksimal mungkin. Semua jenis sumber daya mulai dari pengelolaan bahan baku, penataan SDM dan penataan proses operasional menjadi perhatian dalam membuat model bisnis

8. Key Partnership

Bisnis yang baik tidak hanya mampu menjalin hubungan dengan para pelanggan saja. Karena hubungan dengan pihak supplier atau tim pemasaran juga harus diperhatikan. Tak ada salahnya menjalin hubungan baik untuk menciptakan siklus bisnis sesuai dengan ekspektasi.

9. Cost Structure

Elemen terakhir yang tak kalah pentingnya dengan kedelapan elemen lainnya adalah struktur pembiayaan bisnis. Mengelola biaya secara efisien akan membuat

bisnis yang kita jalankan menjadi lebih hemat dan bisa meminimalkan risiko kerugian

3.2.2 Model bisnis kanvas UMKM Kemplang

<p>KP</p> <p>-Pengepul</p> <p>-Pemasok bahan baku (kemplang)</p>	<p>KA</p> <p>- Produksi</p> <p>- Pemasaran</p> <p>KR</p> <p>-Suber daya fisik berupa alat produksi</p>	<p>VP</p> <p>Terbuat dari bahan baku tepung tapioka dan ikan giling</p>	<p>CR</p> <p>-Menjual secara offline</p> <p>CH</p> <p>Sosial media(Insta</p>	<p>Cseg</p> <p>- Pasar Tradisional</p> <p>-Kelas menengah kebawah</p> <p>-pelanggan</p>
<p>CS</p> <p>-Biaya Produksi</p>		<p>RS</p> <p>-Menjual langsung ke costumer</p> <p>-Penjualan kemplang 1 bungkus</p>		

1. *Customer Segments*

Jadi pangsa pasar dalam bisnis kemplang ini adalah pasar tradisional, toko-toko kecil, dan pembeli langsung ke pabrik.

2. *Customer Relationship*

Menjalin hubungan dengan pelanggan dengan cara berjualan langsung ke pasar tradisional dan toko-toko kecil.

3. *Channels*

Channel disini adalah orang atau media yang dapat menyampaikan informasi antara produsen dan konsumen secara tidak langsung.

4. *Value Propositions*

Nilai lebih dari produk yang telah diproduksi yaitu Kemplang adalah sebuah kerupuk ikan yang umum ditemukan di belahan selatan Sumatra, Indonesia. Kerupuk kemplang umumnya terbuat dari ikan kiter, yang dicampur dengan

[tepung tapioka](#) dan penyedap rasa lain, dikeringkan dan kemudian dipanggang atau digoreng.

5. *Key Activities*

Aktivitas produksi dalam bisnis kemplang yang pertama adalah .campurkan ikan yang telah digiling dengan air tambahkan bumbu penyedap dengan garam dan gula sedikit aduk sampai rata , campurkan adonan tersebut dengan tepung tapioka kemudian uleni dengan tangan , lalu cetak adonan kukus dan keringkan dibawah terik matahari sampai benar-benar kering lalu panggang .setelah selesai kemplang di kemas lalu di jual ke pengepul.

6. *Key Resources*

Dalam bisnis ini mesin dan manusia sangat penting untuk proses produksi dan pemasaran,mesin untuk membuat produk yang di kontrol oleh manusia yang disebut karyawan,oleh karena itu dua hal ini sangat penting dan berhubungan.

7. *Key Partnership*

Dalam bisnis kemplang ini ada beberapa pihak yang menjadi patner kerja atau kerja sama,seperti pengepul dan pemasok bahan baku kemplang.

8. *Revenue Streams*

Pendapatan yang dihasilkan adalah dari penjualan kemplang yang 1 bungkus kemplangnya dihargai Rp.6000- Rp.10.000.

9. *Cost Structure*

Biaya yang dikeluarkan dari bisnis ini adalah biaya produksi dan biaya pemasaran

Biaya produksi seperti bahan baku dan gaji pegawai sedangkan biaya pemasaran seperti biaya transportasi,biaya kuota internet.