

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KEGIATAN**

#### **3.1 Metode Model Bisnis (Kanvas) dalam UKM Jagung Marning (Jaming)**

**Nama** : Ni Ketut Wardianti  
**NPM** : 1612110571  
**Jurusan** : Manajemen

Model bisnis kanvas pada dasarnya digunakan untuk merintis sebuah bisnis baru, ditujukan agar usaha atau bisnis yang akan dijalankan dapat sesuai dengan keinginan pemilik usaha baik dari segi pemasaran, jumlah produksi, biaya yang digunakan baik dari biaya bahan baku maupun biaya bahan mentah dan biaya gaji atau upah karyawan maupun pendapatan yang dihasilkan dari usaha atau bisnis yang dijalankan.

Jagung Marning (Jaming) merupakan salah satu makanan tradisional yang baru dikembangkan di Desa Karang Anyar. UKM Jagung Marning (Jaming) adalah salah satu UKM yang masih aktif walaupun melakukan produksi jika ada pesanan dari pemasok. Jagung Marning (Jaming) yang diproduksi masih dengan rasa original atau rasa asin saja. Dalam penerapan model bisnis pada UKM Jagung Marning (Jaming) ini sebagian besar para pekerja atau pembuat Jagung Marning (Jaming) belum mengetahui fungsi berjalan nya modal serta biaya yang dibutuhkan selama proses berjalan nya bisnis dalam jangka pendek maupun jangka panjang, maka dari itu berdasarkan kurang nya pengetahuan tentang model bisnis yang seharusnya diterapkan ketika memulai usaha atau bisnis baru untuk mengetahui pangsa pasar, biaya yang diperlukan serta media yang dibutuhkan ketika memulai bisnis maka dari itu kami memutuskan untuk membantu penyusunan model bisnis kanvas pada UKM Jagung Marning (Jaming).

**Model Bisnis Kanvas pada UKM Jagung Marning (Jaming) didesa Karang Anyar**

<p><b><u>Key Partner</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Petani Jagung</li> <li>- Toko Sembako</li> </ul>	<p><b><u>Key Activities</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- produksi</li> <li>- packing dan penjualan</li> <li>- produksi berupa pesanan</li> </ul>	<p><b><u>Value Proposition</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- melayani produk melalui pesanan</li> <li>- menjaga kualitas produk hingga ditangan konsumen</li> <li>- pengemasan yang steril dan higienis</li> </ul>	<p><b><u>Customer Relationship</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- melayani konsumen dengan cara yang baik dan sopan</li> </ul>	<p><b><u>Customer Segment</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- semua kalangan (remaja, orang dewasa, /pekerja)</li> </ul>
	<p><b><u>Key Resources</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produksi : wajan, kompor, kayu bakar, dandang.</li> </ul>		<p><b><u>Channels</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Online : <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Instagram : ukm.marning91</li> <li>b. Facebook : UKM Anyar</li> <li>c. WA : 0896-9954-4909</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b><u>Cost Structures</u></b></p>		<p><b><u>Revenue Stream</u></b></p>		

<p>- produksi bahan baku Jagung Marning (Jaming), pengelolaan, packing, serta penjualan</p>	<p>- dengan penjualan Jagung Marning (Jaming) baik secara langsung maupun ketika dititipkan pada warung sekitar</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Model Bisnis Kanvas yang digunakan pada UKM Jagung Marning (Jaming) di Desa Karang Anyar seperti yang telah dijabarkan pada bagan diatas, berikut uraian model bisnis kanvas yang digunakan :

1. **Customer Segment:** Segmen dari produk ini adalah semua kalangan baik untuk remaja, ibu rumah tangga dan pekerja. Hal ini menunjukkan bahwa produk Jagung Marning (Jaming) dapat dikonsumsi untuk segala usia.
2. **Value Proposition:** UKM Jagung Marning (Jaming) lebih berfokus pada proses pelayanan serta memberikan produk yang berkualitas untuk konsumen dengan waktu yang tepat sehingga konsumen puas akan pelayanan yang diberikan oleh UKM Jagung Marning (Jaming).
3. **Channels:** Dalam UKM Jagung Marning (Jaming) juga memanfaatkan teknologi yang mudah digunakan oleh para pengurus dari UKM Jagung Marning (Jaming) yaitu dengan menggunakan Media Sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp dan dengan menggunakan nomor telepon sebagai penghubung antar konsumen dengan produsen Jagung Marning (Jaming).
4. **Customer Relationship:** Customer Relationship yang dibangun dalam UKM Jagung Marning (Jaming) adalah dengan memberikan tanggapan yang cepat terhadap pemesanan konsumen baik secara langsung maupun melalui Media Sosial yang digunakan, hal ini bertujuan agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan ketika ingin bertanya maupun ketika ingin membeli Jagung Marning (Jaming).
5. **Revenue Streams:** Pendapatan yang dihasilkan semata mata berdasarkan penjualan Jagung Marning (Jaming) selama masa aktif produksi, hal ini dapat dipastikan karena pendapatan utama dari UKM Jagung Marning (Jaming) hanya ketika Jagung Marning (Jaming) telah dipasarkan baik dalam lingkungan Desa maupun diluar Desa.

6. **Key Resource:** Kunci inti dalam proses produksi dari Jagung Marning (Jaming) pada dasarnya memiliki kebutuhan seperti proses pembuatan marning pada umumnya yaitu memerlukan alat masak seperti kayu bakar. Pada kayu bakar yang digunakan merupakan hasil kerjasama dengan penjual kayu bakar untuk persediaan bahan bakar selama proses produksi Jagung Marning (Jaming).
7. **Key Partners:** Partner dalam proses produksi dari Jagung Marning (Jaming) antara lain adalah petani jagung dan warung yang mana merupakan Bahan Utama dalam pembuatan Jagung Marning (Jaming), selain Jagung sebagai bahan pembuatan Jagung Marning (Jaming) ada beberapa bahan pendukung lainnya yang didapatkan pula dari toko sembako maupun toko khusus yang menjual bahan-bahan untuk pembuatan Jagung Marning (Jaming).
8. **Key Activities:** Kegiatan Inti dari UKM Jagung Marning (Jaming) tidak lain adalah melakukan penjualan Jagung Marning (Jaming) kepada para konsumen yang telah mengetahui keberadaan dari Jagung Marning (Jaming) Desa Karang Anyar, selain itu dengan pengembangan kemasan yang menambah minat konsumen dalam pembelian menjadi kegiatan untuk menginovasikan kemasan serta merek dari Jaming Marning (Jaming) sendiri, UKM Jagung Marning (Jaming) juga melayani pemasakan dalam jumlah besar sesuai dengan keinginan konsumen.
9. **Cost Structure:** Biaya yang dikeluarkan selama proses produksi Jagung Marning (Jaming) selain bahan baku yang digunakan adalah biaya untuk packing kemasan dan pengelolaan, serta penjualan.

## **MASALAH DAN SOLUSI PADA MODEL BISNIS KANVAS**

- **Masalah**

Seperti yang telah dijabarkan di atas, dapat disimpulkan bahwa masalah inti pada model kanvas untuk UKM Jagung Marning (Jaming) adalah pada Channels atau media yang digunakan untuk mempermudah baik konsumen maupun pengurus dari UKM Jagung Marning (Jaming) dalam proses promosi dan penjualan secara luas dengan menggunakan media sosial, namun pada kenyataan dilapangan adalah banyak dari pengurus yang kurang mengerti dalam mengoperasikan media sosial dengan baik sehingga tidak banyak dari pengurus yang dapat mengelola akun media sosial walau

pada sebenarnya hanya Admin yang merupakan perwakilan dari pengurus UKM Jagung Maring yang dapat mengelola akun media sosial guna mempermudah hubungan antar konsumen dengan produsen.

- **Solusi**

Dikarenakan banyaknya dari para pengurus yang belum dapat mengoperasikan media sosial dengan baik, kami selaku mahasiswa membantu dengan membuat akun media sosial yang dapat digunakan dengan baik oleh para pengurus baik admin yang dipercaya maupun beberapa pengurus lainnya, setelah dibuatkan akun media sosial kami memberikan Username serta password dari akun media sosial yang telah dibuatkan agar dapat digunakan sebagai sarana promosi produk UKM Maring secara luas sehingga dapat meningkatkan penjualan dari Maring secara berkala.

Dalam model bisnis kanvas diatas dapat dilihat bahwa UKM Maring memiliki tujuan agar pengurus dari UKM Maring dapat mengetahui dengan jelas aktifitas serta biaya yang diperlukan dalam menjalankan usaha Maring ini, selain itu agar dapat memperluas jangkauan produksi serta meningkatkan kualitas produk pada Maring.

### **3.2 Pembuatan Perhitungan Harga Pokok Produksi**

**Nama : Novia Utami Bahra**

**NPM : 1612110500**

**Jurusan : Manajemen**

Biaya merupakan Pengorbanan (Disebut dengan harga pokok) untuk mendapatkan aktiva. Sedangkan dalam arti luas, biaya adalah pengorbanan (diukur dengan satuan uang) untuk tujuan tertentu perusahaan, baik pada masa sekarang maupun dimasa yang akan datang. Biaya identik dengan pengorbanan untuk memproduksi barang atau jasa, misalnya : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik.

Penjelasan mengenai biaya “bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik” :

- a. **Biaya bahan baku**

Biaya bahan baku merupakan harga pokok bahan baku yang dipakai untuk memperoleh bahan baku dan untuk menempatkannya dalam keadaan siap untuk diolah.

b. Biaya tenaga kerja langsung

Biaya ini timbul ketika pemakaian jasa sumber daya manusia yang dinilai dengan satuan uang, yang dikorbankan dalam usaha memperoleh pendapatan.

c. Biaya overhead pabrik

Dan biaya overhead pabrik timbul untuk mengoperasikan pabrik selain bahan langsung dan upah langsung.

### 3.2.1 Perhitungan Besaran Biaya Bahan Baku (Produksi per 1 kwintal)

#### 1. Pengumpulan Data

Adapun data yang diperoleh dari proses pengumpulan data adalah sebagai berikut :

Tabel3.1 Perhitungan Besaran Biaya Bahan Baku

Bahan Marning	Unit	Satuan	Harga Per Unit	Total Harga
Jagung Kering	10,5	Kg	6.000	63.000
Minyak Goreng	18	Liter	10.000	180.000
Penyedap Rasa	2	Bungkus	6.000	12.000
Kapur	2	Bungkus	4.000	8.000
Garam Kasar	8	Bungkus	3.000	24.000
<b>TOTAL BIAYA BAHAN BAKU 1 kali produksi</b>				<b>287.000</b>
<b>1 Bulan Produksi (10x)</b>				<b>2.870.000</b>

#### Analisis Biaya Bahan Baku:

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa Perhitungan Besaran Biaya Bahan Baku penjualan Jagung Marning dapat terpenuhi untuk proses pembuatan produk Jagung Marning selama satu kali produksi dengan jumlah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan bakunya adalah sebesar Rp2.870.000

### 3.2.2 Perhitungan Biaya Penolong

Tabel3.2 Perhitungan Biaya Penolong

Nama Peralatan	Jumlah	Satuan	Harga Per-alat	Total Harga
Kayu Bakar	½	Kibik	-	70,000
Plastik	1	Pack	15.000	15,000
Dandang Besar	1	Buah	-	-
Wajan Besar	1	Buah	150.000	150.000
Dandang Kecil	1	Buah	250.000	250.000
Serok	1	Buah	12.000	12.000

12.000

Baskom	3	Buah	50.000	150.000
Timbangan	1	Buah	-	-
Rigen	20	Buah	25.000	500.000
<b>TOTAL BIAYA PENOLONG</b>				<b>1.147.000</b>

### Analisis Biaya Penolong :

Dari tabel di atas dapat diketahui terdapat biaya penolong untuk membantu pembuatan produk Jagung Marning (Jaming). Biaya penolong yang membantu proses pembuatan produk Jagung Marning (Jaming) yaitu plastik, kayu bakar, wajan Rp1.147.000

### 3.2.3 Perhitungan Biaya Overhead Pabrik

Tabel 3.3 Perhitungan Biaya Overhead Pabrik

Material	Unit	Satuan	Harga Per Unit	Total Harga
Ongkos Kirim dan Parkiran		Liter	Rp 10,000	Rp 10,000
<b>TOTAL BIAYA OVERHEAD PABRIK</b>				<b>Rp 10,000</b>

### Analisis Biaya Overhead Pabrik :

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa biaya overhead pabrik yang terdapat dalam produk pembuatan Jagung Marning (Jaming) hanyalah biaya ongkos kirim dan parkir saja yaitu sebesar Rp. 10.000. karena biaya yang dikeluarkan tidak selalu dibutuhkan sebab ongkos kirim dan parkir dikeluarkan ketika adanya pemesanan dari luar desa sehingga membutuhkan biaya ongkos untuk mengirim produk.

## 2. Perhitungan Harga Pokok Produksi

### Perhitungan bahan baku yang digunakan :

Bahan Baku Per 1 kwintal :
----------------------------

Persediaan awal bahan baku	Rp. 0	
Pembelian bahan baku	Rp.2.870.000	
		Rp.2.870.000
Persediaan akhir bahan baku		Rp.0
Total Bahan Baku yang digunakan		Rp. 2.870.000

#### A. Menghitung biaya produksi

**Tabel 3.4 Perhitungan Biaya Produksi**

Biaya Produksi <sup>7</sup>		
Bahan baku yang digunakan	Rp.2.870.000	
Biaya Tenaga Kerja	Rp.0	
Total		Rp.2.870.000
Biaya Overhead		Rp. 10.000
Biaya Penolong		Rp. 1.147.000
Total Biaya Produksi		Rp.1.713.000

#### B. Menghitung Harga Pokok Produksi (HPP)

##### UKM Marning

##### Laporan Harga Pokok Produksi

##### Untuk 1 bulan periode

**Tabel 3.5 Perhitungan Harga Pokok Produksi**

Biaya	Jumlah Biaya
Persediaan awal barang dalam proses	Rp.0
(+) Biaya Produksi	Rp1.713.000
(-) Persediaan akhir barang dalam proses	(Rp. 0)
<b>Total Harga Pokok Produksi</b>	<b>Rp 1.713.000</b>

#### C. Penentuan Harga Pokok Penjualan

Dari biaya-biaya yang dikeluarkan tadi dapat menghasilkan sebanyak 300 bungkus Marning dan perhitungan harga jual nya adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.6 Perhitungan Harga Pokok Penjualan**

Jenis- jenis biaya
--------------------

Biaya Bahan Baku	Rp.2.870.000	
Biaya Overhead	Rp.1.157.000	
Total Biaya		Rp 4.027.000
Jumlah barang diproduksi		350 bks
Harga Pokok Penjualan per unit		Rp.11.505

### **3.3 Pengembangan UKM Marning melalui Pelatihan dan Penyusunan Laporan**

#### **Keuangan**

**Nama : Rudi Lestari**

**NPM : 1612120217**

**Jurusan : Akuntansi**

Pelatihan dan pembuatan Laporan Keuangan dilakukan oleh Rudi Lestari dengan tujuan agar dapat membantu pemilik UKM dalam proses penyusunan agar laba dapat diketahui dengan benar sehingga dapat mengembangkan usahanya.

#### **3.3.1 Tahapan Pembuatan laporan keuangan sederhana pada UKM Marning**

Pelatihan ini bertujuan untuk memperbaiki laporan keuangan pada UKM Marning sehingga laporan keuangan pada UKM tersebut akan terdata dengan baik dan jelas. Hal pertama yang dilakukan dalam penyusunan laporan keuangan sederhana pada UKM Marning yaitu melakukan pemeriksaan terhadap format penyusunan laporan keuangan. Berdasarkan hasil pemeriksaan, diketahui bahwa pemilik UKM Marning

tidak melakukan pembukuan terhadap uang yang masuk dan keluar sehingga keuangan belum terdata dengan baik. Pelatihan ini diharapkan dapat membuat keuangan UKM Marning dapat terdata dengan jelas dan pemilik dapat membuat sendiri laporan keuangannya.

### 3.3.2 Laporan Keuangan UKM Jagung Maring per Produksi

- Laporan Laba/Rugi

#### UKM Jagung Maring

#### Laporan Laba Rugi

Periode yang berakhir 30 September 2019

**Tabel 3.7 Laporan Laba Rugi UKM Marning**

Pendapatan		Rp. 4.900.000
Harga Pokok Produksi		(Rp. 1.713.000)
<b>Total Pendapatan</b>		<b>Rp. 3.187.000</b>
Biaya-Biaya		
Biaya Bahan Baku	Rp. 2.870.000	
Biaya Tenaga Kerja	Rp. 0	
Biaya Pemasaran	Rp. 50.000	
<b>Total Biaya</b>		<b>(Rp. 2.920.000)</b>
<b>Laba/Rugi Usaha</b>		<b>Rp. 267.000</b>

**Keterangan :**

**Tabel 3.8 Rincian Perhitungan Laporan Laba Rugi**

<b>Nama Akun</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Perhitungan</b>
Pendapatan	Pendapatan diperoleh dari harga jual produk dikalikan dengan banyak jumlah produk di produksi. -Harga Jual Produk = Rp. 14.000/ bks -Jumlah Produk di produksi = 350 Bungkus	Pendapatan = Rp. 14.000 x 350 = Rp. 4.900.000
Harga Pokok Produksi	Harga Pokok Produksi diperoleh dari perhitungan Harga Pokok Produksi yang telah dilakukan sebelumnya.	
Total Pendapatan	Total Pendapatan diperoleh dari pendapatan dikurangi harga pokok produksi. -Pendapatan = Rp. 4.900.000 -Harga Pokok Produksi = Rp. 1.713.000	Total Pendapatan = Rp. 4.900.000 – Rp. 1.713.000 = Rp 3.187.000
Biaya- Biaya	Biaya- Biaya diperoleh dari hasil penggolongan dan perhitungan biaya-biaya yang telah dilakukan sebelumnya.	
Total Biaya	Total biaya diperoleh dari penjumlahan biaya- biaya seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya pemasaran. -Biaya Bahan Baku = Rp. 2.870.000 -Biaya Pemasaran = Rp. 50.000	Total Biaya = Rp. 2.870.000 + Rp. 50.000 = Rp. 2.920.000
Laba/Rugi	Laba/ Rugi diperoleh dari selisih Total pendapatan dengan Total Biaya. -Total Pendapatan = Rp. 3.187.000 -Total Biaya = Rp. 2.920.000	Laba/ Rugi = Rp. 3.187.000 – Rp. 2.920.000 = Rp. 267.000

- **Laporan Perubahan Modal**

**UKM Marning**

**Laporan Perubahan Modal**

**Periode yang berakhir 30 September 2019**

**Tabel 3.9 Laporan Perubahan Modal UKM Marning**

Modal Awal	Rp. 5.000.000
Prive	Rp. -
Laba Usaha	Rp. 267.000
<b>Modal Akhir</b>	<b>Rp. 5.267.000</b>

**Keterangan :**

**Tabel 3.10 Rincian Perhitungan Laporan Perubahan Modal**

Nama Akun	Keterangan
Modal Awal	Modal awal diperoleh dari modal awal yang dikeluarkan oleh pemilik UKM Marning untuk memulai usahanya. Adapun modal awal dari usaha ini sebesar Rp. 5.000.000
Laba Usaha	Laba Usaha diperoleh dari jumlah total laba yang diperoleh dari usaha ini. Dalam hal ini laba usaha diambil dari laporan laba/ rugi yang telah diperhitungkan sebelumnya yaitu sebesar Rp. 267.000
Modal Akhir	Modal Akhir diperoleh dari penjumlahan Modal awal dengan laba usaha. Modal Akhir : Rp. 5.000.000+ Rp. 267.000 = Rp. 5.267.000

- **Laporan Posisi Keuangan (Neraca)**

**UKM Jagung Maring**  
**Laporan Posisi Keuangan**  
**Periode 30 Agustus 2019**

**Tabel 3.11 Laporan Posisi Keuangan UKM Jagung Maring**

Aset		Kewajiban dan Ekuitas
Kas	Rp.4.110.000	Kewajiban :
Peralatan	Rp.1.157.000	Utang Jangka Pendek    Rp. 0

		Utang Jangka Panjang	Rp. 0
		Total Kewajiban	Rp.0
		Modal	
		Modal bapak Sarno	Rp.5.267.000
Total Aset	Rp.5.267.000	Total Kewajiban dan Modal	Rp.5.267.000

**Keterangan :**

**Tabel 3.12 Rincian Perhitungan Laporan Posisi Keuangan**

<b>Nama Akun</b>	<b>Keterangan</b>
Kas	Jumlah kas diperoleh dari penjumlahan modal awal dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan dan ditambahkan dengan total pendapatan. Adapun dari perhitungan jumlah kas diperoleh kas sebesar Rp. 4.110.000*
Peralatan	Peralatan diperoleh dari perhitungan peralatan yang telah dilakukan sebelumnya yaitu sebesar Rp. 1.147.000
Total Aset	Total aset diperoleh dari penjumlahan Kas dan Peralatan. Total Aset = Rp.1.190.000 + Rp. 1.147.000 = Rp. 2.337.000
Kewajiban	Kewajiban diperoleh dari data hutang yang terjadi selama usaha tersebut berjalan. Dari hasil yang diperoleh maka diketahui bahwa pemilik usaha tidak memiliki hutang selama menjalankan usahanya.
Modal	Modal diperoleh dari jumlah modal akhir yang telah diperhitungkan dalam laporan Perubahan Ekuitas yaitu sebesar Rp. 5.267.000
Total Kewajiban dan Modal	Total kewajiban dan modal di peroleh dari total kewajiban ditambah dengan total modal. Total kewajiban dan modal = Rp. 0 + Rp. 5.267.000 = Rp. 5.267.000

**\*Penghitungan Jumlah Kas :**

**Tabel 3.13 Rincian Perhitungan Kas**

Keterangan	Debit	Kredit	Saldo
Modal	Rp.5.000.000		Rp. 5.000.000
Pembelian Bahan Baku		Rp.2.870.000	
Biaya Overhead		Rp.1.157.000	
Biaya Pemasaran		Rp.50.000	
Pendapatan Usaha	Rp. 3.187.000		Rp. 4.110.000

### 3.4 Pembuatan Strategi Pemasaran untuk Produk Jagung Marning (Jaming)

**Nama : Rahma Mauliyani**

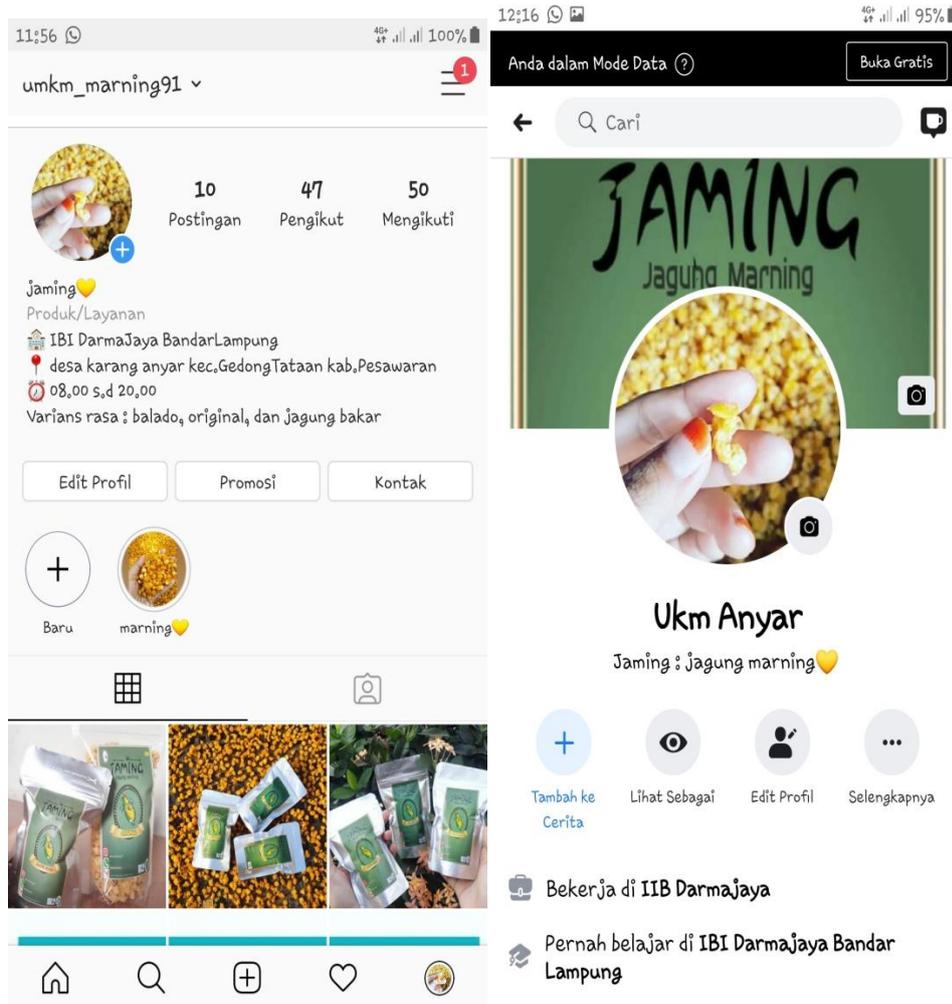
**NPM : 1612110200**

**Jurusan : Manajemen**

**Strategi Pemasaran** adalah upaya memasarkan sebuah produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi meningkat dan dapat dikenal dipasaran. Strategi pemasaran menurut, Kotler dan Amstrong Menurut Kotler dan Amstrong, pengertian Strategi Pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen.

Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran, perusahaan mengkombinasikan empat variabel yang sangat mendukung didalam menentukan strategi pemasaran, kombinasi keempat variabel itu dikenal dengan istilah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*).

1. Product, Setiap UKM harus bisa menentukan produk yang dapat menjadi andalan dan bagaimana cara bagaimana mengembangkan produk andalannya tersebut. Misalnya menambah varian ukuran, varian warna dan kemasannya. Hal yang paling penting dan harus dijaga adalah kualitas dari produk andalan dan inovasi produk. Seperti produk Jagung Marning (Jaming) Desa Karang Anyar ini yang dibuat oleh kelompok 91. Jagung Marning (Jaming) awalnya hanya memproduksi dengan rasa original namun dikembangkan lagi menjadi dua varian rasa yaitu balado dan jagung bakar dan menambah ukuran kemasan dari yang awalnya hanya menjual dalam bentuk kemasan besar (5kg) menjadi berukuran sedang (100gr) dan kecil (50gr).
2. Price, Penentuan produk sangat menentukan dalam kesuksesan proses penjualan, penetapan harga sangat berpengaruh terhadap penjualan maupun pemasaran produk yang ditawarkan. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa. Untuk harga Jagung Marning (Jaming) ini dijual dengan harga Rp. 70.000 dalam kemasan 5kg, Rp. 5.000 dalam kemasan 100gr dan Rp. 3.000 dalam kemasan 50gr.
3. Place, Dalam strategi pemasaran, adanya pemilihan tempat atau lokasi usaha yang strategis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. Produksi Jagung Marning (Jaming) yang diproduksi oleh kelompok 91 ini bertempat di desa Karang Anyar Kec. Gedong Tataan Kab. Pesawaran.
4. Promotion, Kegiatan promosi bisnis merupakan bagian dari strategi pemasaran yang sangat dibutuhkan sebuah usaha, baik usaha kecil maupun usaha yang sudah berkembang besar. Promosi sering digunakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan permintaan atau penjualan barang dan jasa yang ditawarkan, sehingga meningkatkan laba yang diperoleh. Untuk pemasaran Jagung Marning (Jaming) ini kita memanfaatkan media sosial seperti, WhatsApp, Facebook, Instagram yang saat ini masih ramai digunakan oleh masyarakat dan bisa untuk media promosi suatu produk atau jasa. Berikut Hasil Pemanfaat Media Sosial dalam mempromosikan Produk Jagung Marning (Jaming) desa Karang Anyar.



Gambar 3.1 Strategi Pemasaran Jagung Marning (Jaming) melalui media social

### 3.4.1 Strategi Differensiasi Produk

Differensiasi produk adalah cara perusahaan atau produsen memenangkan persaingan atas pemasaran produknya dengan cara membuatnya berbeda dengan produk sejenis dari pesaing dengan memberikan manfaat yang lebih, nilai, dan keunikan.

Menurut Kotler, differensiasi produk dapat didefinisikan sebagai tindakan untuk menetapkan sekumpulan perbedaan-perbedaan yang mempunyai nilai guna membedakan penawaran produsen dari pesaing nya. Dari pernyataan ini dapat diambil kesimpulan bahwa ada 3 hal yang harus menjadi focus perhatian dalam differensiasi produk, yaitu :

- Jagung Marning (Jaming) pada umumnya hanya berwarna kuning dan bentuknya sudah umum dipasaran, tetapi Jagung Marning (Jaming) ini memiliki warna yang berbeda-beda karena sudah di beri varian rasa.
- Nilai tambah yang ada di Jagung Marning (Jaming) ini yaitu bentuknya yang unik yang berbentuk abstrak.
- Kemudian selain dari bentuk perbedaan yang mencolok yaitu dari segi warnanya yang berbeda-beda dari setiap jenis Jagung Marning (Jaming) ini yang membuat pembeli mudah mengingatnya.

### **3.4.2 Differensiasi yang melekat pada produk**

Dalam diferensiasi ini produsen menetapkan perbedaan produknya berdasarkan fisik, Ada beberapa unsur dalam melakukan diferensiasi produk, antara lain :

- Jagung Marning (Jaming) ini sangat tahan lama disimpan apabila dalam keadaan kedap udara.

### 3.5 Pembuatan *Design Merk* serta inovasi Kemasan pada Produk Jagung Marning Guna Pengembangan Produk

**Nama** : Windu Riyani Widyaningsih

**NPM** : 1612110297

**Jurusan** : Manajemen

#### 3.5.1 Design Merk Produk Marning

*Merk* merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen dengan bertujuan untuk mengembangkan produk dari keripik tempe itu sendiri. *Merk* dipandang dapat menaikkan gengsi atau status seorang pembeli. Dalam pembuatan *merk* pun harus memperhatikan hal-hal, seperti : sederhana dan ringkas, mengandung keaslian, mudah dibaca atau diucapkan, mudah diingat, tidak sulit digambarkan, dan tidak mengandung konotasi yang negatif.

Dengan adanya *design merk* bisa dijadikan sebagai sarana untuk mengembangkan produk salah satunya adalah promosi, sehingga dapat mempromosikan hasil produksi cukup dengan menyebut *merk* nya, dan juga sebagai jaminan atas mutu barang yang diperdagangkan serta *merk* juga menunjukkan asal barang tersebut dihasilkan.

*Design merk* 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 *merk* dagang yang mencantumkan nama UKM dan *contact person* untuk UKM yang berada di Desa Karang anyar, karena UKM Marning yang berada di Desa Karang Anyar belum memiliki *merk* dagang dengan tujuan agar hasil penjualan UKM tersebut dapat meningkat, UKM tersebut lebih mudah di ingat dan mudah untuk dihubungi apabila ingin memesan Karang anyar baik dalam jumlah sedikit ataupun dalam jumlah banyak.

Dikarenakan pada UKM Marning ini belum mempunyai logo untuk kemasan, kami membuatkan sebuah logo yang simple untuk produk Jagung Marning tersebut, berikut ini merupakan design merk berupa logo yang kami buat :



Gambar 3.2 Design Merk

### 3.5.2 Inovasi Kemasan Pada Produk Marning

Kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar (Klimchuk dan Krasovec, 2006:33). Kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Kemasan adalah bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli.

Pengemasan suatu produk biasanya dilakukan oleh produsen untuk dapat merebut minat konsumen terhadap pembelian barang. Produsen berusaha memberikan kesan yang baik pada kemasan produknya dan menciptakan model kemasan baru yang berbeda dengan produsen lain yang memproduksi produk-produk sejenis dalam pasar.

#### a. Fungsi Kemasan

Banyak perusahaan yang sangat memperhatikan pembungkus suatu barang sebab mereka menganggap bahwa fungsi kemasan tidak hanya sebagai pembungkus, tetapi

jauh lebih luas dari pada itu. Simamora (2007) mengemukakan pengemasan mempunyai dua fungsi yaitu:

### 1. Fungsi Protektif

Berkenaan dengan proteksi produk, perbedaan iklim, prasarana transportasi, dan saluran distribusi yang semua berimbas pada pengemasan. Dengan pengemasan protektif, para konsumen tidak perlu harus menanggung risiko pembelian produk rusak atau cacat.

### 2. Fungsi Promosional

Peran kemasan pada umumnya dibatasi pada perlindungan produk. Namun kemasan juga digunakan sebagai sarana promosional. Menyangkut promosi, perusahaan mempertimbangkan preferensi konsumen menyangkut warna, ukuran, dan penampilan.

Kemasan yang digunakan pada produk Marning tersebut masih terbilang sangat sederhana dan masih terbilang kurang menarik, maka dari itu kami melakukan inovasi pada kemasan Marning tersebut. Dengan dilakukannya inovasi terhadap kemasan Marning, diharapkan dapat meningkatkan minat beli konsumen karena adanya kemasan yang rapih serta menarik dan marning tersebut dapat bersaing dengan produk-produk sejenis di pasar. Berikut adalah perbedaan kemasan sebelum dan sesudah dilakukan inovasi:





Gambar 3.3 Inovasi Kemasan Pada produk Moringa

### **3.6 Sosialisasi Informasi Teknologi di Sekolah Dasar 41 Gedong Tataan**

**Nama : Imawan Wahyudi**

**NPM : 1611010059**

**Jurusan : Teknik Informatika**

Sekolah dasar merupakan jenjang pendidikan paling mendasar yang dapat dilaksanakan sebaik-baiknya karena menjadi landasan bagi pendidikan di-tingkat selanjutnya. Pendidikan di tingkat sekolah dasar mampu membekali siswanya dengan nilai-nilai, sikap dan kemampuan dasar agar mereka bisa berkembang menjadi pribadi mandiri. Sekolah sebagai tempat mencari ilmu harus mampu melaksanakan proses belajarnya dengan baik dan dapat mendorong perkembangan kreativitas siswa dengan berupaya mendorong atau menciptakan lingkungan belajar yang kondusif. Kreativitas merupakan suatu kemampuan yang dimiliki semua orang dengan kadar yang berbeda-beda, jadi ada orang yang sangat kreatif dan kurang kreatif. Setiap anak lahir dengan potensi kreatif dan tidak ada orang yang sama sekali tidak memiliki kreativitas (Utami Munandar,1995:45).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang begitu pesatnya telah memberikan berbagai perubahan dalam bidang kehidupan termasuk dalam dunia pendidikan. Salah satu contoh nyata yang dapat kita rasakan adalah kemudahan dalam berkomunikasi.

PKPM adalah salah satu cara dimana kita pelaku dunia pendidikan saling membagi ilmu dan pengalaman yang di kita dapatkan dibangku perkuliahan. Terdapat satu sekolah dasar yang kami jadikan tempat belajar mengajar yaitu di SDN 41 Gedong Tataan. Terdapat 30 anak didik mulai dari kelas 5 , 6 , murid SDkita menjelaskan mengenai perkembangan teknologi yaitu salah satunya adalah handphone. Disini kami memberikan pengarahan apa itu dampak positif dan negatif dari penggunaan handphone dikehidupan sehari – hari.



Gambar 3.4 Sosialisasi di SDN 41 Gedong Tataan