

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Pembuatan banner, stiker dan logo pada produk UMKM “Tapis Pubian”

Nama : Riyanda Kharisma Putra

NPM : 1612110187

Jurusan : Manajemen SDM

Merek adalah suatu nama, simbol, tanda, desain atau gabungan di antaranya untuk dipakai sebagai identitas suatu perorangan, organisasi atau perusahaan pada barang dan jasa yang dimiliki untuk membedakan dengan produk jasa lainnya

Salah satu daya tarik dari suatu produk adalah dilihat dari segi cara pengenalan produk pada konsumen. Pengenalan pada suatu produk mencitrakan dirinya sendiri dipasaran dan berusaha menawarkan dirinya sendiri di tengah-tengah himpitan produk lain dan dengan dibuatnya banner, stiker dan logo maka konsumen tau bahwa ada produk umkm “Tapis Pubian” di desa natar dan berbeda dengan produk yang lain. Jika melihat hal tersebut dapatlah kita menyebutkan sebagai upaya pengenalan produk sebagai suatu ciri khas pada produk. Pembuatan ini bertujuan untuk jangka panjang yakni *branding*, sehingga dibutuhkan konsep yang matang dalam perancangannya.

Inovasi dalam pengenalan produk diperlukan agar penjualan tapis lebih mudah, karena selama ini belum ada pengenalan terhadap konsumen. Dengan pembuatan banner, stiker dan logo ini diharapkan penjualan “Tapis Pubian” pun dapat meningkat.

Tapis Pubian
"Menjual Dan Menerima pesanan"

> Kain Tapis > Baju Tapis > Peci Tapis
> Dompot tapis > Souvenir Tapis

tapis_pubian Pak Syaiful 085279590624 tapis_pubian

" Jl. Raya Natar Gg. Dahlia L No.95 Desa Natar/ Kec. Natar Lam-Sel 35362 "

Gambar bener tapis pubian



Gambar 3.1 desain logo tapis pubian dan stiker

3.2 Pembuatan Desain Inovasi Kemasan Pada UMKM Tapis Pubian

Nama : Mia Irawati
NPM : 1612110132
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Salah satu daya tarik dari suatu produk adalah dilihat dari segi cara pengemasan (packing). Kemasan pada suatu produk mencitrakan dirinya sendiri dipasaran dan berusaha menawarkan dirinya sendiri di tengah-tengah himpitan produk lain. 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 yang sama. Jika melihat hal tersebut dapatlah kita menyebutkan sebagai upaya komunikasi atas produk diperlukan suatu ciri khas pada produk sebagai identitas, dengan sederhana kita membutuhkan suatu rancangan atas kemasan produk atau membutuhkan desain kemasan pada produk. Ini bertujuan selain untuk penggunaan jangka pendek yakni mengemas produk itu sendiri juga sebagai tujuan jangka panjang yakni branding, sehingga dibutuhkan konsep yang matang dalam perancangannya.

Ada beberapa pendapat tentang pengertian kemasan:

menurut Kotler (1995:200) pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk.

Swatha mengartikan (1980:139) pembungkusan (packaging) adalah kegiatan-kegiatan umum dan perencanaan barang yang melibatkan penentuan desain pembuatan bungkus atau kemasan suatu barang.

Sedangkan menurut Saladin (1996:28) kemasan adalah wadah atau bungkus. Jadi beberapa pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan kemasan adalah suatu kegiatan merancang dan memproduksi bungkus suatu barang yang meliputi desain bungkus dan pembuatan bungkus produk tersebut.

Inovasi dalam kemasan diperlukan agar penjualan tapis lebih mudah, karena selama ini kemasan yang digunakan adalah goodie bag polos tanpa logo atau tanpa tanda pengenal produk. Kemudian kami membuat inovasi baru berupa paper bag yang kami design dengan menambahkan logo, alamat, dan sosial media agar mempermudah konsumen mengetahui bahwa produk tersebut dari UMKM Tapis Pubian.



Gambar 3.2 Inovasi kemasan pada umkm tapis pubian

3.3 Pembinaan pembuatan anggaran sederhana, yaitu: Rencana Kerja, Anggaran Neraca dan Anggaran Laba Rugi UMKM Tapis Pubian

Nama : Yunilia Widiawati
NPM : 11612120042
Jurusan : Akuntansi

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan, diketahui di UMKM Tapis Pubian terdapat temuan masalah dalam pengolahan anggaran atau tata kelola keuangan. Anggaran merupakan rencana kegiatan yang akan dijalankan oleh manajemen dalam satu periode yang tertuang secara kuantitatif.

Anggaran membantu manajemen dalam melakukan koordinasi dan penerapannya dalam upaya memperoleh tujuan yang tertuang di dalam anggaran. Anggaran memberikan gambaran kepada manajemen tentang sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk melaksanakan kegiatan yang telah ditentukan dalam anggaran. Kemudian, anggaran juga menjelaskan koordinasi antarbagian dalam organisasi sehingga tujuan bersama organisasi dapat tercapai.

3.3.1 Tujuan Anggaran

Setelah mengetahui pengertian anggaran, maka anda juga perlu mengetahui tujuan anggaran dalam organisasi. Berikut ini adalah beberapa tujuan anggaran pada sebuah organisasi:

1. Menyatakan Sasaran/ Harapan

Untuk menyatakan sasaran/ harapan organisasi secara jelas dan formal. Dengan begitu maka organisasi terhindar dari kerancuan dan memberikan arah terhadap apa yang ingin dicapai oleh manajemen

2. Mengkomunikasikan Harapan

Tujuan anggaran berikutnya adalah untuk menyampaikan harapan manajemen kepada pihak-pihak terkait sehingga anggaran yang dibuat dapat dimengerti, didukung, dan dilaksanakan dengan baik.

3. Menyampaikan Rencana Kegiatan

Tujuan anggaran selanjutnya adalah untuk menyediakan informasi mengenai rencana kegiatan secara detail. Dengan begitu, maka ketidakpastian akan berkurang dan pengarahan kepada individu-individu dan kelompok di dalam organisasi menjadi jelas sehingga tujuan organisasi dapat tercapai.

4. Koordinasi Metode Kerja

Selanjutnya, tujuan anggaran adalah untuk mengkoordinasikan metode atau cara yang akan digunakan dalam rangka mengoptimalkan semua sumber daya.

5. Pengendalian Kinerja

Berikutnya, tujuan anggaran adalah untuk menyediakan alat ukur dan pengendalian kinerja individu dan kelompok dalam organisasi, serta menyiapkan informasi yang menjadi dasar perlu-tidaknya tindakan perbaikan.

3.3.2 Manfaat Anggaran

Setelah memahami pengertian anggaran dan tujuannya, maka kita akan melihat manfaat anggaran dalam organisasi. Berikut ini adalah beberapa manfaat anggaran:

1. Perencanaan Kegiatan Perusahaan

a). Anggaran merupakan hasil perencanaan, artinya anggaran mewakili kesepakatan negosiasi di antara partisipan yang dominan dalam suatu organisasi mengenai suatu tujuan kegiatan di masa mendatang.

Sebelum kegiatan dilaksanakan atau dibicarakan lebih dalam, perlu adanya anggaran terlebih dahulu agar kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan sesuai dengan kebutuhan financial, fasilitas produksi, tingkat persediaan, pembelian, penjualan, pengembangan produk dan lainnya.

b). Rencana keuangan jangka panjang bisa membantu mengarahkan tenaga perusahaan untuk merencanakan kegiatan yang menguntungkan tanpa adanya over budget.

c). Adanya anggaran dapat membantu menentukan kebutuhan tenaga kerja suatu perusahaan. Perusahaan yang baik adalah yang mampu mengendalikan tenaga kerjanya, tidak boleh berlebihan apalagi kekurangan.

d). Sebagai bentuk perencanaan penggunaan alat-alat fisik perusahaan seperti listrik maupun alat lain agar tidak menimbulkan pembengkakan biaya.

2. Acuan Kegiatan Perusahaan

a). Anggaran merupakan sebuah gambaran tentang prioritas alokasi sumber daya yang dimiliki karena bisa bertindak sebagai acuan aktivitas perusahaan.

Dengan adanya anggaran yang sudah direncanakan membantu mengarahkan manajer untuk membuat strategi. Terutama dalam hal budget.

b). Anggaran perusahaan dibuat untuk menempatkan modal sesuai dengan saluran-salurannya. Dana perusahaan sebelum dilakukan pembelanjaan perlu dipelajari mana saluran yang paling menguntungkan perusahaan dan sesuai dengan tujuannya.

Dana untuk penyediaan barang perusahaan harus seimbang juga dengan dana yang diperlukan untuk promosi dan penjualan tanpa mengesampingkan salah satunya.

3. Alat Komunikasi Internal Perusahaan

Anggaran bisa berperan menjadi sebuah alat komunikasi internal yang menghubungkan beberapa divisi dalam organisasi maupun dengan manajemen puncak.

4. Pengawasan Kegiatan Perusahaan

a). Anggaran dapat memberikan informasi mengenai hasil aktivitas yang sesungguhnya dibandingkan dengan standar yang sudah ditetapkan.

Setiap kegiatan yang dilakukan dalam perusahaan, anggaran keuangannya tidak boleh melebihi yang sudah direncanakan. Karena jika terjadi kelebihan bisa mengakibatkan potongan anggaran bagi kegiatan lain.

b). Anggaran dibutuhkan untuk mencegah pemborosan uang perusahaan. Ini menjadi tujuan utama disusunnya anggaran perusahaan. Kontrol keuangan diperlukan untuk mengendalikan keuangan perusahaan.

5. Alat Pengendalian Perusahaan

Anggaran dapat berguna sebagai alat pengendalian yang mengarahkan manajemen untuk menentukan bagian organisasi yang kuat dan lemah. Tindakan ini akan mampu mengarahkan manajemen untuk menentukan tindakan perbaikan yang harus diambil.

6. Memberikan Pengaruh dan Motivasi

Anggaran bisa memberikan pengaruh dan motivasi kepada manajer dan karyawan untuk bekerja secara konsisten, efektif, dan efisien dalam kondisi kesesuaian tujuan antara tujuan perusahaan dengan tujuan karyawan.

1) Anggaran Rencana Kerja Peci “Tapis Pubian”

NO	KETERANGAN	JUMLAH	HARGA
1	Kain Dasar	12 Meter	RP. 70.000
2	Kain Keras	1 Gulung	RP. 20.000
3	Benang Kristal	1 Gulung	RP. 80.000
4	Benang Jahit	1 Lusin	RP. 40.000
5	Kertas Carton	2 Lembar	RP. 8.000
6	Upah Jadi peci	14 Pcs	RP. 350.000
7	Paper Bag	14 Pcs	RP. 70.000
JUMLAH			RP. 638.000

Table 3.3.1 Anggaran Rencana Kerja

Dalam waktu sehari UMKM Tapis Pubian, dapat menghasilkan 14 PECCI, dengan jumlah anggaran RP. 638.000. satu buah PECCI dijual dengan harga RP. 75.000.

Hasil jual dari produk PECCI DENDI Mutiara dalam satu hari yaitu:

$$14 \text{ Pcs} \times \text{RP. } 75.000 = \text{RP. } 1.050.000$$

Laba yang diperoleh dalam satu hari yaitu, $\text{RP. } 1.050.000 - \text{RP. } 638.000 = \text{RP. } 412.000$

2) Anggaran Neraca Peci "Tapis Pubian"

KETERANGAN	DEBIT	KREDIT
Kas	RP. 412.000	
Modal		RP. 638.000
Kain Dasar	RP. 70.000	
Kain Keras	RP. 20.000	
Benang Kristal	RP. 80.000	
Benang Jahit	RP. 40.000	
Kertas Carton	RP. 8.000	
Upah Jadi peci	RP. 350.000	
Paper Bag	RP. 70.000	
Pendapatan		Rp. 412.000
JUMLAH	RP. 1.050.000	RP. 1.050.000

Keterangan:

Dari hasil anggaran neraca diatas dapat diketahui bahwa jumlah kas sebesar RP. 412.000, modal RP. 638.000, dan biaya-biaya yang dianggarkan sebesar RP. 638.000, sedangkan pendapatan yang dihasilkan RP. 412.000. untuk penjualan 10 PECCI DENDI. Maka jumlah anggaran neraca sebesar RP. 1.050.000 untuk didebit dan kredit.

3) Anggaran Laba Rugi Peci “Tapis Pubian”

Penjualan		Rp. 1.050.000
Beban Pokok Penjualan		
- Biaya Bahan Baku	Rp. 218.000	
- Biaya Overhead Produksi	Rp. 70.000	
- Biaya Tenaga Kerja Langsung	<u>Rp. 350.000</u> +	
Beban Pokok Penjualan		<u>Rp. 638.000</u> +
Laba Bersih Yang Dianggarkan		Rp. 412.000

Keterangan:

Dari hasil anggaran laba rugi diatas dapat diketahui bahwa jumlah penjualan sebesar RP. 1.050.000, biaya bahan baku sebesar RP. 218.000, biaya overhead produksi sebesar Rp. 70.000 dan biaya tenaga kerja langsung sebesar RP.350.000, jadi jumlah beban pokok penjualan sebesar Rp. 638.000. Maka jumlah laba bersih yang dianggarkan sebesar RP. 412.000

3.4 Pembuatan Media Pemasaran (Instagram) untuk UMKM Tapis Pubian

Nama : Dini Ockti Irani

NPM : 1612110535

Jurusan : Manajemen

Tidak hanya memberi sebuah label merk saja, produk tersebut harus bisa dikenal oleh masyarakat luas, sehingga membutuhkan sistem pemasaran yang memanfaatkan teknologi masa kini.

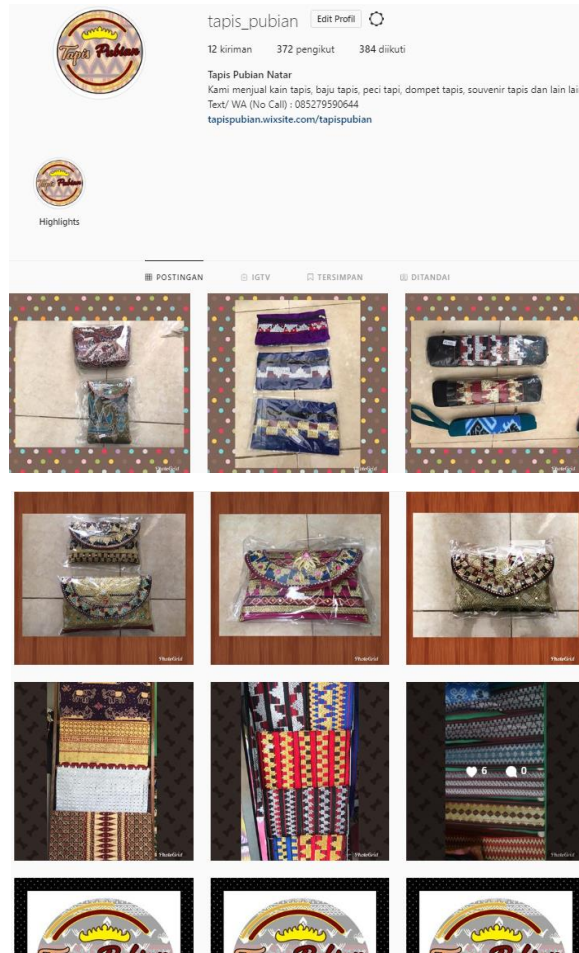
Pemasaran adalah suatu sistem teknologi total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Konsep-konsep inti pemasaran meliputi: kebutuhan, keinginan, permintaan, produksi, utilitas, nilai dan kepuasan; pertukaran, transaksi dan hubungan pasar, pemasaran dan pasar.

Social media marketing (Pemasaran media sosial) adalah sebuah proses pemasaran yang dilakukan melalui pihak ketiga yaitu website berbasis social media. Ada banyak media social yang bisa digunakan untuk pemasaran atau promosi sebuah produk atau jasa. Akun media social yang sering digunakan untuk promosi seperti Twitter, Facebook, dan Instagram. Melalui media ini, UMKM Tapis Pubian ini bisa melakukan promosi yang terstruktur dan tepat sasaran.

Social media marketing bisa dilakukan oleh siapa saja, asal memiliki akun jejaring sosial, mereka bisa melakukan pemasaran. Namun, pemasaran yang fokus dan tepat sasaran susah dilakukan. Sebelum memasarkan produk ada baiknya menentukan targetnya terlebih dahulu. Fokus ke satu media social memang sangat disyaratkan oleh banyak marketer, maka dari itu kami memilih *Instragam* lah yang cocok untuk UMKM Tapis Pubian karena di gunakan oleh kalangan banyak untuk menjual dan mencari produk yang diinginkan. Program Pemasaran Instagram ini biasanya dipusatkan pada usaha menciptakan konten (posting, tulisan, gambar, video) yang menarik perhatian dan mendorong pembaca untuk membagi (share) konten tersebut melalui jaringan sosial mereka.

Dengan menggunakan media pemasaran ini maka produk yang dihasilkan oleh UMKM Tapis Pubian yang ada di Desa Natar akan dapat dikenal luas oleh semua kalangan yang menggunakan media sosial dan juga dapat sangat menguntungkan bagi para pelaku usaha tersebut.



Gambar 3.4 Media Sosial Pemasaran UMKM Tapis Pubian

3.5 Membuatkan WEBSITE Untuk Mengenalkan Dan Pemasaran *Online* Tapis Pubian

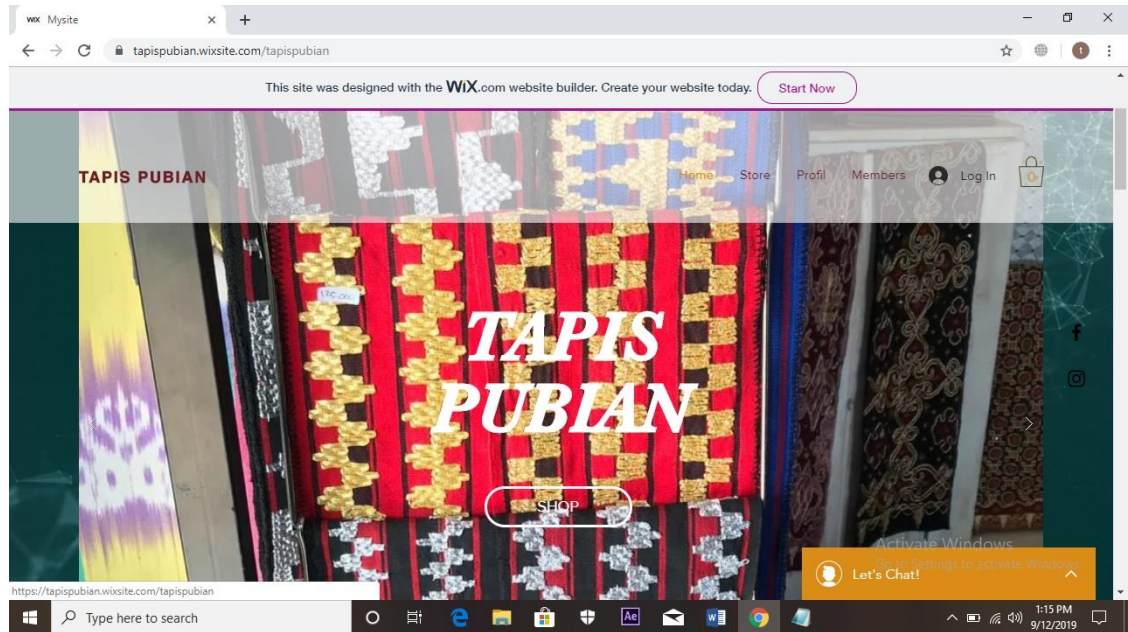
Nama : I Dewa Gede Suardana

NPM : 1611010055

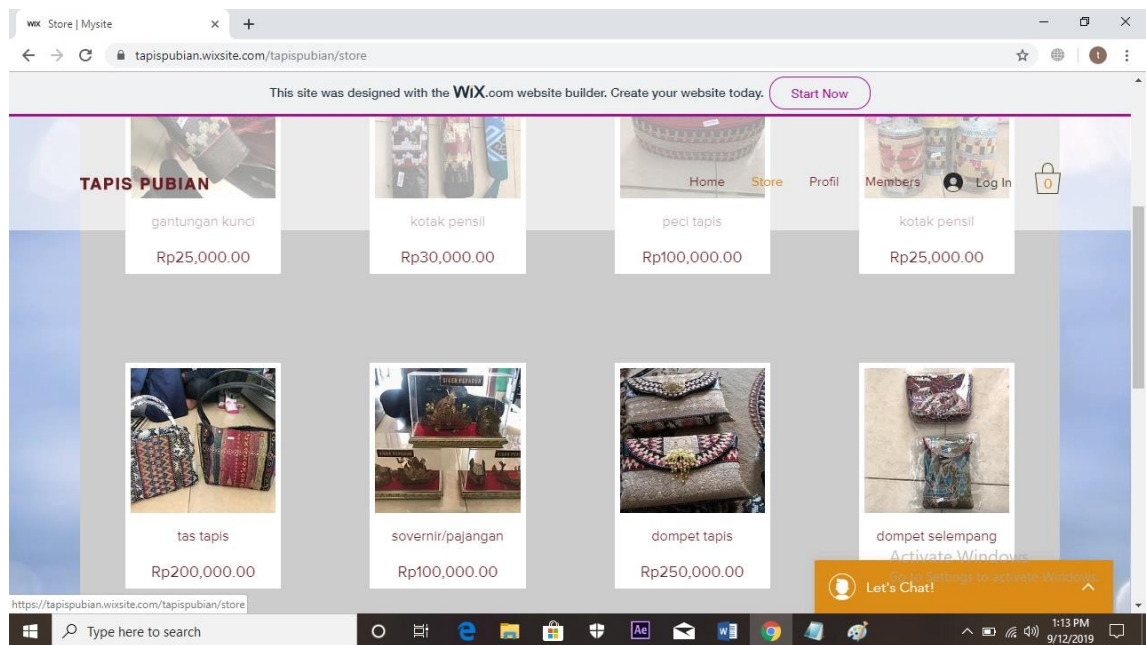
Jurusan : Teknik Informatika

Perkembangan Teknologi Informasi Teknologi Informasi saat ini telah mengalami perkembangan yang sangat cepat. Teknologi Informasi terbukti telah mampu mengintegrasikan setiap detail informasi yang sebelumnya dianggap mustahil tercapai, seperti kecepatan informasi, efisiensi dan efektivitas. Teknologi informasi banyak diaplikasikan sebagai website untuk penjualan product secara *online*, dimana product tersebut dapat diakses di seluruh penjuru dunia. Oleh sebab itu banyak jasa pembuatan Website bagi penjual produk secara on-line. yang fitur-fiturnya disesuaikan dengan kebutuhan toko *online* itu sendiri. Sehingga dapat meningkatkan penjualan secara otomatis. Dan konsumen dapat dengan mudah mengakses setiap product yang dibutuhkan secara cepat, efisien dan tentu saja aman. Website adalah sebuah kumpulan halaman pada suatu domain di internet yang dibuat dengan tujuan tertentu dan saling berhubungan serta dapat diakses secara luas melalui halaman depan (home page) menggunakan sebuah browser menggunakan URL website.

Salah satu mahasiswa PKPM IIB Darmajaya melakukan pembuatan akun website yang bertujuan untuk mengembangkan pemasaran produk UMKM Tapis pubian maupun dari Inovasi dari Mahasiswa IIB Darmajaya. Pada sebelumnya UMKM Tapis pubian melakukan penjualan produk secara tradisional. Dengan adanya *website* ini kami dapat membantu dalam proses penjualan dan promosiin keseluruhan daerah di Indonesia secara *online*, sebelum kami melakukan proses pembuatan website itu kami terlebih dahulu untuk menyiapkan akun gmail, karna akun gmail ini sangat penting dalam proses pembuatan website.



Gambar Menu tampilan home



Gambar 3.5 Tampilan menu penjualan

3.6 Dokumentasi dan editing video selama kegiatan PKPM IIB Darmajaya di Desa Natar

Nama : **Andriyanto**
NPM : **1611050169**
Jurusan : **Sistem Informasi**

Sistem Informasi dan promosi Desa Natar dengan menggunakan media internet masih kurang, sehingga potensi yang ada di Desa Natar tersebut belum tersebar luaskan. Padahal, Desa Natar memiliki potensi setiap dusun yang mampu menunjang perekonomian masyarakat setempat, seperti Usaha Tapis, Tahu, Semprong dan Sangkar Burung. Melihat kenyataan seperti ini, maka saya mendapat amanah dari tim PKPM Kelompok 18 untuk membuat dokumentasi video kegiatan PKPM yang nantinya diunggah ke YouTube. Program dokumentasi ini masih dalam kemajuan. Alasannya adalah sebagian program mahasiswa ada yang hanya bisa dijalankan pada masa PKPM, sehingga perlu adanya dokumentasi. Namun demikian, pengumpulan materi tutorial edit video dokumenter sudah saya persiapkan bahkan sebelum berangkat ke lokasi PKPM. Tutorial tersebut saya perlukan mengingat saya masih pemula dalam hal edit video. Background music untuk video profil PKPM dan software edit video seperti aplikasi *Filmora 9* sudah saya siapkan dan sudah saya Install di laptop pribadi. Tidak lupa juga, berbagai 13 dokumentasi program kerja yang dijalankan kelompok kami sudah disimpan untuk nantinya diolah menjadi satu video berdurasi kurang lebih 10 menit. Di dalam video dan dokumentasi kami di Desa Natar dibaagi beberapa kegiatan yaitu :

- a. Proses pemberangkatan.
- b. Penyerahan Mahasiswa PKPM di Kecamatan Natar
- c. Penerimaan Mahasiswa PKPM di Balai Desa Natar
- d. Kunjungan ke UKM Tapis Pubian
- e. Inovasi UKM Tapis Pubian
- f. Jalan Sehat di Dusun Sukamaju
- g. Malam Puncak Peringatan HUT RI ke 74
- h. Bersih-Besih di Balai Desa

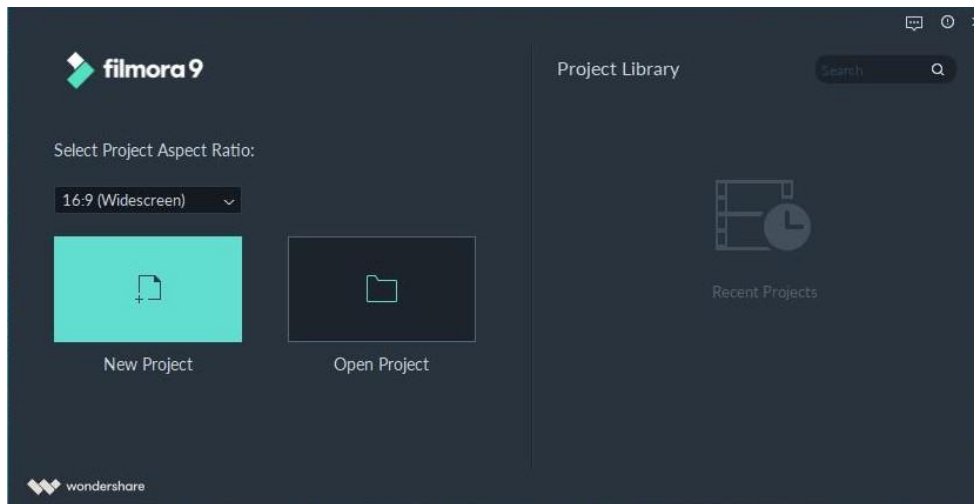
- i. Sosialisai Ke SD Negeri 2 Natar
- j. Sosialisasi Bersama Organisasi PATBM Tentang Sekolah Ramah Anak Di Tk Paud dan SD
- k. Pembuatan Tempat Sampah
- l. Pembagian tempat sampah di masjid Desa Natar
- m. Ucapan Terima Kasih

Hambatan yang saya alami dalam menjalankan program ini adalah keterbatasan sarana prasarana seperti kamera dan handycam. Dalam satu unit PKPM, tidak ada yang memiliki handycam, sedangkan kamera yang dapat dipakai untuk merekam video hanyalah kamera handphone milik I Dewa Gede, Riyanda Kharisma Saputra dan Saya sendiri. Tantangan yang saya alami adalah mendalami pembuatan skenario video profil serta pembuatan video secara teknis di dalam aplikasi *Filmora 9*. Banyak langkah- langkah yang harus saya pelajari, seperti:

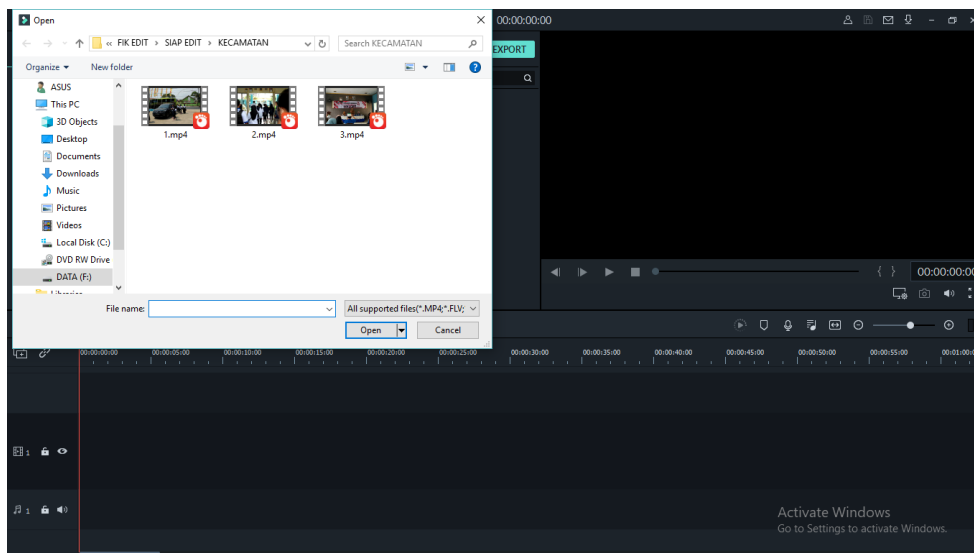
1. Logging : Mencatat dan memilih gambar yang kita pilih
2. berdasarkan timecode.
3. Capturing : Proses pemindahan (*transfer*) gambar yang terdapat dalam kaset video (*tape*) kedalam komputer.
4. Online Editing : Proses penambahan efek-efek tertentu seperti efek transisi, efek warna, efek gerak, caption dan efek-efek lainnya sesuai dengan kebutuhan cerita.
5. Offline Editing : Proses pemilihan (*selection*) dan penyusunan shot sesuai dengan susunan skenario tanpa menerapkan efek-efek tertentu.
6. Sound Scoring : Proses pemilihan materi audio seperti ilustrasi musik, atmosfer, dan sound efek sesuai dengan kebutuhan cerita.
7. Mixing : Proses pencampuran dan pengaturan materi audio mulai dari pengaturan level suara hingga pengaturan filter ilustrasi musik untuk menekankan kondisi emosi tertentu.
8. Rendering : Proses penyatuan seluruh format file yang ada dalam timeline menjadi satu kesatuan file yang utuh.
9. Export : Proses pemindahan (*transfer*) hasil penyuntingan kedalam bentuk yang sesuai dengan kebutuhan.

Tahapan dalam membuat *editing* video :

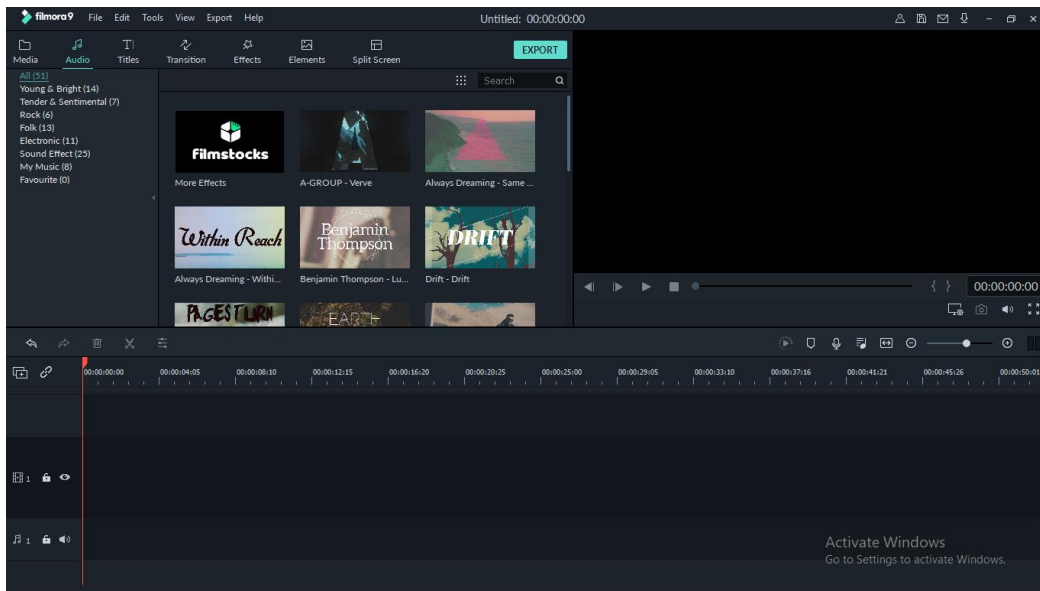
1. Buka Aplikasi Filmora 9 yang sudah terinstall untuk memulai project baru.



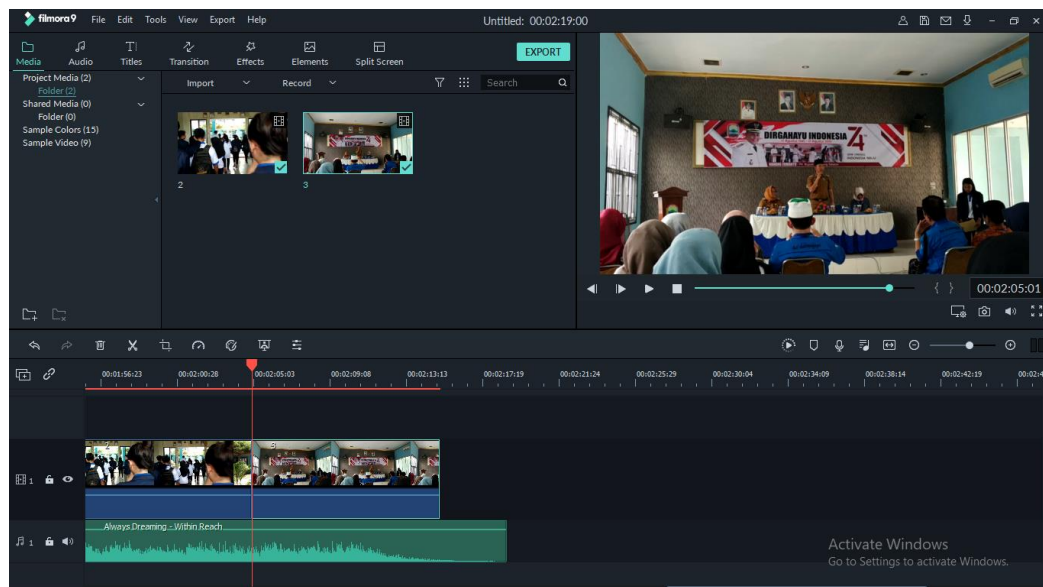
2. Masukkan beberapa file video dokumentasi yang sudah disiapkan.



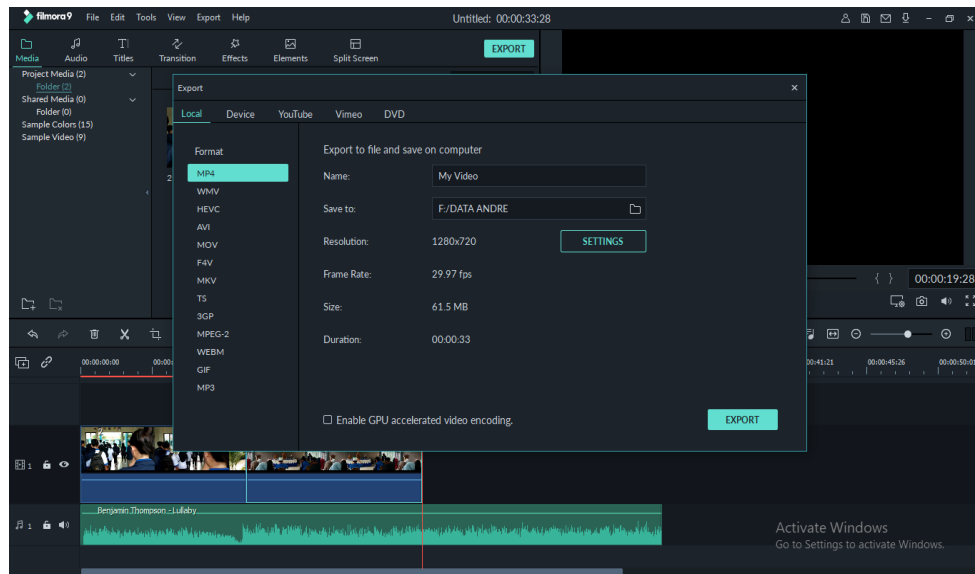
3. Masukkan backsound music agar video yang diputar memiliki suara.



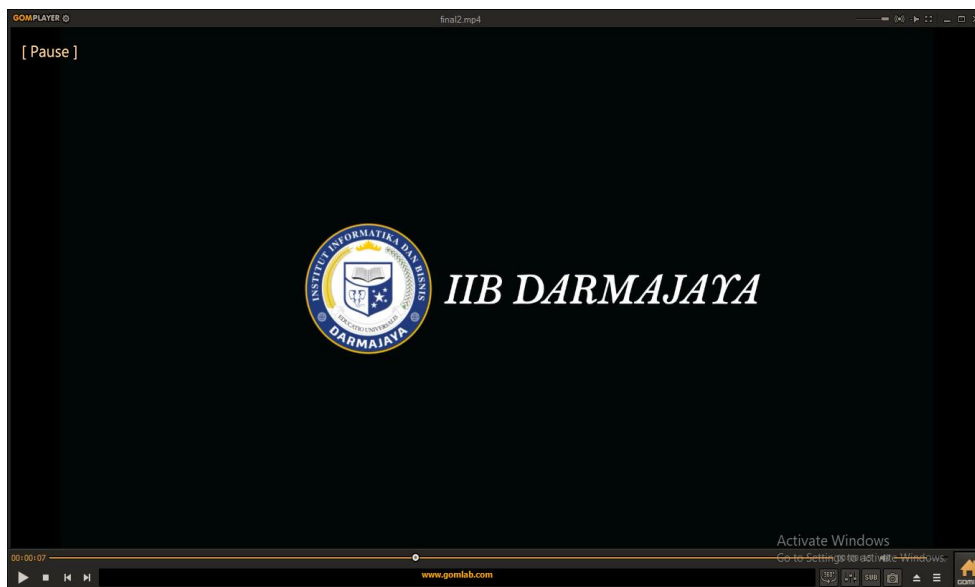
4. Letakkan file video pada track 1 dan backsound music di track 2.



5. Pilih Export agar video bisa disatukan menjadi file MP4.



6. Video yg disatukan dapat diputar.



Gambar 3.9 Dokumentasi dan editing video selama kegiatan PKPM IIB Darmajaya

di Desa Natar Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan