

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Laporan Kegiatan 1

Nama : Ricky Marfandi Putra

NPM : 1612110145

Jurusan : Manajemen

Tema : Pembuatan Merek pada tempat produksi UMKM

3.3.1 Merek

Brand atau merek memiliki pengertian sebagai sebuah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain atau sebuah kombinasi di antaranya, yang bertujuan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen. Menurutnya merek 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. (Kotler dan Amstrong,2011)

Merek merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen dengan bertujuan untuk mengembangkan produk dari sapu lidi itu sendiri. Merek dipandang dapat menaikkan gengsi atau status seorang pembeli. Dalam pembuatan Merek pun harus

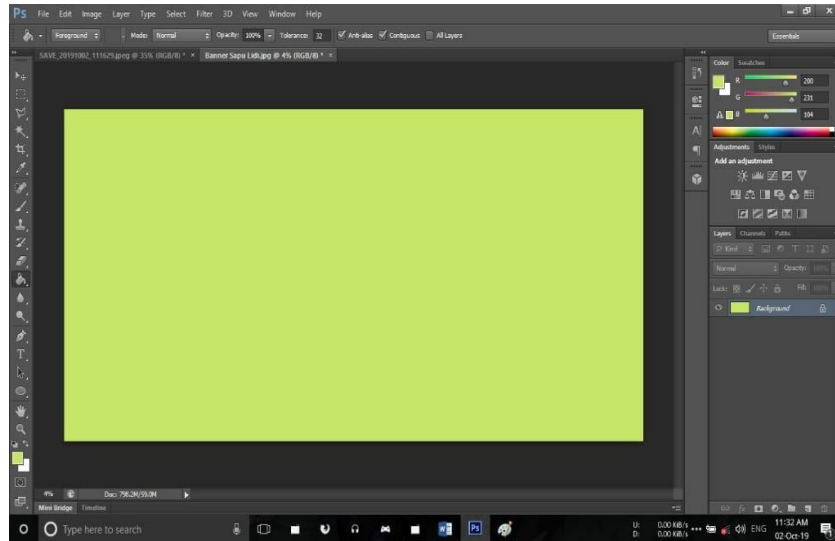
memperhatikan hal-hal, seperti : sederhana dan ringkas, mengandung keaslian, mudah dibaca atau di ucapkan, mudah diingat, tidak sulit digambarkan, dan tidak mengandung konotasi yang negatif.

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

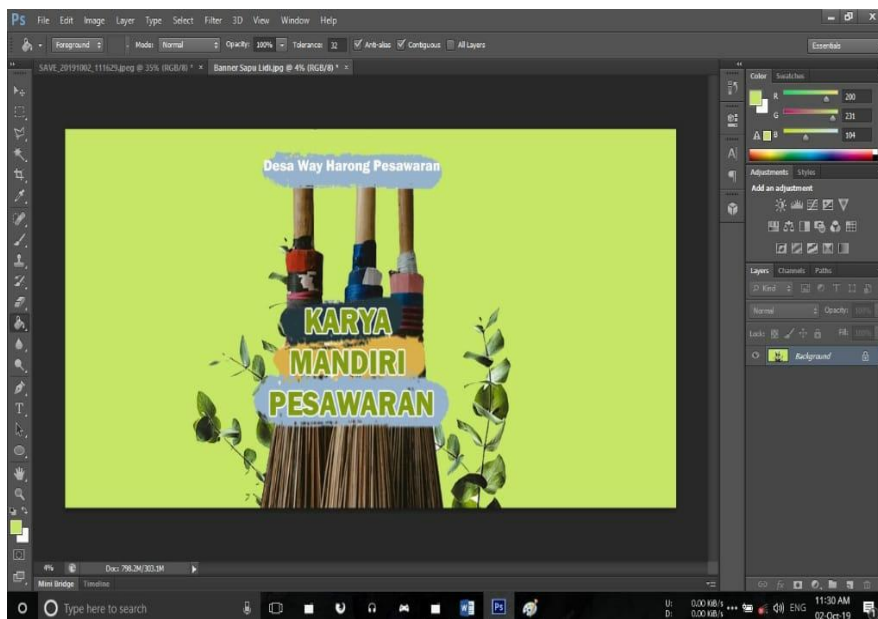
Pembuatan desain Merek pada produk tersebut dengan diberikan nama Merek masyarakat dapat lebih mengetahui produk tersebut dan membantu dalam proses pemasarannya karena dengan adanya sebuah Merek dapat menunjukan asal produk tersebut. Desain Merek yang baik dapat mensinergikan dan mengintegrasikan dari beberapa elemen desain dan fungsi merek, sehingga dihasilkan desain merek yang memiliki tingkat efektifitas, efisiensi dan fungsi yang sesuai baik dalam produksi sampai kegunaan merek.

Dengan itu, perlu dibuatkan Merek dagang yang mencantumkan nama Usaha Mandiri dan contact person untuk Usaha Mandiri yang berada di Desa Way Harong, karena Usaha Mandiri Sapu Lidi yang berada di Desa Way Harong belum memiliki Merek dagang dengan tujuan agar hasil penjualan Usaha Mandiri tersebut dapat meningkat. Usaha Mandiri tersebut lebih mudah di ingat dan mudah untuk dihubungi

apabila ingin memesan Sapu Lidi baik dalam jumlah sedikit ataupun dalam jumlah banyak.



Gambar 3.2 Proses awal pembuatan merek yang dimasukkan ke photoshop



Gambar 3.3 proses pemasukan desain sebelum dijadikan banner



Gambar 3.3 Proses pemasukan merek yang sudah menjadi banner



Gambar 3.4 hasil desain pembuatan merek



Gambar 3.5 Hasil banner yang sudah jadi dan dipasang ke umkm

3.2 Laporan Kegiatan 2

Nama : Rahmat Nopri

NPM : 1612120178

Jurusan : Akuntansi

Tema : Pembuatan laporan keuangan UMKM sapu lidi

1.2.1 Pengertian Laporan Keuangan

Menurut Kasmir, (2008) “Laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu”. Menurut Kieso et al., (2010) “Laporan keuangan merupakan sarana pengkomunikasian informasi keuangan utama kepada pihak- pihak di luar korporasi. Laporan ini menampilkan sejarah perusahaan yang dikuantifikasi dalam nilai moneter”. Menurut PSAK No.1 Paragraf ke 7 (2009), “Laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas”, Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca, laporan perubahan posisi keuangan (yang dapat disajikan dalam berbagai cara seperti missal, sebagai laporan arus kas, atau laporan laporan arus dana), catatan juga termasuk skedul dan informasi tambahan yang berkaitan dengan laporan tersebut, missal informasi

keuangan segmen industri dan geografis serta pengungkapan pengaruh perubahan harga.

Tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi yang berguna untuk mengambil keputusan ekonomi. Para pemakai laporan keuangan menggunakannya untuk meramalkan, membandingkan, dan menilai dampak keuangan yang timbul dari keputusan ekonomis yang diambilnya. Informasi mengenai dampak keuangan yang timbul sangat berguna bagi pemakai untuk meramalkan, membandingkan, dan menilai arus kas. Laporan keuangan akan lebih bermanfaat apabila yang dilaporkan tidak hanya aspek kuantitatif saja, tetapi mencakup penjelasan-penjelasan lainnya yang dirasa perlu.

Menurut SAK ETAP (2009) “Tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi posisi keuangan, kinerja keuangan, dan laporan arus kas suatu entitas yang bermanfaat bagi sejumlah besar pengguna dalam pengambilan keputusan ekonomi oleh siapapun yang tidak dalam posisi dapat meminta laporan keuangan khusus untuk memenuhi kebutuhan informasi tertentu. Dalam memenuhi tujuannya, laporan keuangan juga menunjukkan apa yang telah dilakukan manajemen atau pertanggungjawaban manajemen atas sumber daya yang dipercayakan kepadanya”.

3.2.2 Pembuatan Laporan Keuangan UMKM

Pada awal melakukan survei lokasi pembuatan usaha Sapu Lidi belum melakukan pembukuan ataupun pembuatan laporan keuangan, sehingga UMKM Sapu Lidi tidak mengetahui berapa jumlah laba maupun rugi yang diperolehnya selama membuka usaha Sapu Lidi ini.

Laporan Keuangan menjadi salah satu ilmu yang sangat penting untuk dipelajari. Memiliki pengetahuan tentang laporan keuangan harus dimulai sedini mungkin. Melalui Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini saya ingin memberikan pengenalan tentang pembuatan laporan keuangan pada UMKM Sapu Lidi. Karena penggerak UMKM Sapu Lidi masih belum mengerti tentang pembuatan laporan keuangan. Dalam hal ini saya melakukan pembukuan dan membuat rincian laporan keuangan UMKM Sapu Lidi per produksi, dengan demikian pemilik UMKM Sapu Lidi dapat mengetahui jumlah laba maupun rugi yang diperolehnya selama periode produksi.

Perencanaan yang telah saya buat sebelum dilaksanakan kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM), saya implementasikan di satu desa Way Harong, dusun Suka Karya Kec. Way Lima Kab. Pesawaran di UMKM Sapu Lidi Karya Mandiri Pesawaran.

3.2.3 Menyusun Anggaran Keuangan Untuk UMKM Sapu Lidi

Biaya operasional produk membentuk harga pokok produksi yang digunakan untuk menghitung harga pokok produk jadi dan harga pokok produk pada akhir periode Akuntansi masih dalam proses.

Biaya produksi untuk UKM Sapu Lidi meliputi :

1. Bahan baku Sapu Lidi adalah bahan secara langsung yang digunakan dalam produksi untuk mewujudkan suatu macam produk jadi yang siap untuk dipasarkan.
2. Biaya bahan penolong adalah beban yang secara langsung tidak merupakan bagian dari produk jadi sapu lidi.
3. Biaya Overhead Pabrik adalah tenaga kerja tidak langsung dan biaya pabrik lainnya secara mudah didefinisikan atau dibentuk pada suatu pekerjaan dalam memproduksi sapu lidi.

Berikut laporan jenis biaya UKM Sapu Lidi dalam menghasilkan 7.000 sapu lidi dalam sebulan :

Bahan Baku	Jumlah	Biaya
Kayu	3 kubit	Rp 2,400,000.00
Lidi	7000 ikat	Rp 9,100,000.00
Gaji karyawan	2 orang	Rp 1,400,000.00
		Rp 12,900,000.00
Bahan Penolong		
plakop opal	7000 buah	Rp 3,500,000.00
tutup sapu	7000 buah	Rp 735,000.00
bungkus sapu		Rp 1,633,200.00
Paku		Rp 350,000.00
Tali		Rp 1,300,000.00
		Rp 7,518,200.00
BOP		
pegawai tdk tetap		Rp 4,200,000.00
Mesin		Rp 40,000.00
Total BOP		Rp 4,240,000.00
Total modal pembuatan		Rp 24,658,200.00

7000 buah sapu lidi		
---------------------	--	--

3.2.4 Perhitungan Harga Jual dan Laba Kotor UMKM Sapu Lidi

Pelatihan perhitungan harga jual dan laba Kotor yang saya laksanakan menggunakan perhitungan sederhana sehingga pengelola dapat dengan mudah memahaminya. Berikut anggaran harga pokok produk dan harga pokok perunit.

Unsur biaya produksi	Total biaya	Unit ekuivalensi	Biaya per unit
Biaya bahan baku	Rp 12,900,000.00	7000 buah	Rp 1,842.80
Biaya bahan penolong	Rp 7,518,200.00	7000 buah	Rp 1,074.10
Biaya Overhead Pabrik	Rp 4,240,000.00		Rp 605.70
Total harga pokok produksi	Rp 24,658,200.00	Total harga pokok per unit	Rp 3,522.60

- Keuntungan per unit = Harga jual – Harga pokok penjualan
= Rp 5.250 – Rp 3.522
= Rp 1.728
- Harga jual produk per unit = HPP + laba per unit yang diharapkan

$$= \text{Rp } 3.522 + \text{Rp } 1.728$$

$$= \text{Rp } 5.250$$

- Penjualan = harga jual per unit x jumlah unit produk

$$= \text{Rp } 5.250 \times 7000$$

$$= \text{Rp } 36.750.000$$

- Laba Kotor = penjualan – harga pokok produksi

$$= \text{Rp } 36.750.000 - \text{Rp } 24.658.200$$

$$= \text{Rp } 12.658.200$$

UMKM SAPU LIDI KARYA MANDIRI PESAWARAN

LAPORAN LABA RUGI

Pendapatan		
Penjualan	Rp 36,750,000	
Laba kotor pendapatan		Rp 36,750,000
Biaya usaha		
Kayu	Rp 2,400,000.00	
Lidi	Rp 9,100,000.00	
plakop opal	Rp 3,500,000.00	
tutup sapu	Rp 735,000.00	
bungkus sapu	Rp 1,633,200.00	
pegawai tdk tetap	Rp 4,200,000.00	
pegawai tetap	Rp 1,400,000.00	
mesin/ solar	Rp 40,000.00	
Paku	Rp 350,000.00	
Tali	Rp 1,300,000.00	
Jumlah biaya bersih usaha		Rp24,658,200.00
Laba bersih usaha		Rp 12,658,200

UMKM SAPU LIDI KARYA MANDIRI PESAWARAN			
NERACA			
Aset		Liabilitas	
ASET LANCAR		Utang usaha	xxx
Kas	Xxx	Pendapatan diterima dimuka	xxx
Bank	Xxx		
Piutang	Xxx		
Jumlah aset lancar	Xxx	Jumlah liabilitas	xxx
ASET TETAP		Ekuitas	
Kendaraan	Xxx	Modal	xxx
Akumulasi kendaraan	Xxx	Laba ditahan	xxx
Peralatan	Xxx	Laba (rugi) bersih	xxx
Perlengkapan	Xxx	Jumlah ekuitas	xxx
Mesin	Xxx		
Jumlah aset tetap	Xxx		
Jumlah aset	Xxx	Total liabilitas dan ekuitas	xxx
BALANCE			

3.3 Laporan Kegiatan 3

Nama : Sherin Adelia Kharisma

NPM : 1612110247

Jurusan : Manajemen

Tema :Pelatihan Bagan Struktur Untuk UMKM Sapu Lidi Karya

Mandiri Pesawaran

3.3.1 Pengertian Bagan Struktur

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.

3.3.2 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.

3.3.4 Metode Pelaksanaan

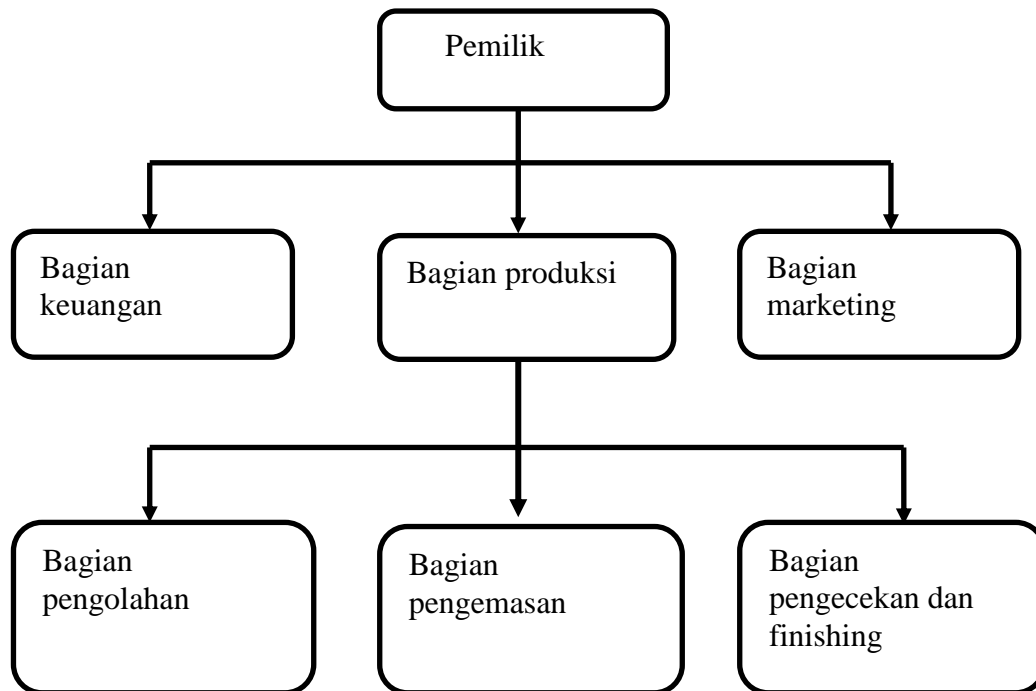
Beberapa tahapan dalam pembuatan bagan struktur :

1. Melakukan observasi

Tahap melakukan observasi adalah awal dari sebuah penelitian agar mengetahui kendala apa yang sedang terjadi di produsen sapu lidi. Struktur organisasi usaha mandiri sapu lidi belum terbentuk. Khususnya bagian keuangan pemasaran dan produksi masih dikelola dengan satu bagian. Oleh karena 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.

2. Pembuatan bagan struktur organisasi

Gambar 3.12 Struktur organisasi



Penjelasan struktur organisasi :

1. Pemilik : individu atau sekelompok orang yang memiliki entitas bisnis dalam usahanya untuk mendapatkan keuntungan dari kesuksesan operasional perusahaannya. Secara umum mereka memiliki kemampuan yang bagus dalam pengambilan keputusan dan gerakan cepat untuk meraup keuntungan.

2. Bagian Keuangan : merupakan bagian yang penting dalam suatu organisasi, karena sebagai ujung tombak yang berkaitan dengan keuangan

Tugas utama bagian keuangan :

- Menjalankan dan mengoperasikan roda kehidupan organisasi se-efisien dan se-efektif mungkin.
- Mengambil keputusan penting dalam investasi dan berbagai pembiayaan serta semua hal yang terkait dengan keputusan tersebut.
- Menghubungkan organisasi dengan pasar keuangan, dimana organisasi dapat memperoleh dana.

3. Bagian Produksi : adalah suatu bagian yang ada pada organisasi yang bertugas untuk mengatur tujuan kegiatan-kegiatan yang diperlukan bagi produksi.

Tugas utama bagian produksi :

- Menciptakan nilai guna : proses produksi berfungsi untuk menciptakan nilai guna suatu barang.
- Menambah nilai guna : proses produksi juga dapat menambah nilai guna suatu barang yang awalnya telah mempunyai kegunaan tertentu sehingga memiliki nilai guna tambahan.

4. Bagian Marketing : bagian memasarkan hasil produksi perusahaan melalui berbagai cara agar produk tersebut dapat dikenal dan diminati oleh masyarakat secara luas.

Tugas utama bagian marketing :

- Merencanakan produk : Bagian marketing harus mampu merencanakan produk apa yang akan dipasarkan. Sebelum produk masuk ke pasar, sebaiknya bagian marketing mengamati keadaan pasar. Hal ini dilakukan untuk mengetahui perkembangan minat masyarakat terhadap suatu produk. Sehingga produk yang dihasilkan perusahaan nantinya dapat laku dipasaran.
- Menetapkan harga produk : Sebelum produk dipasarkan, cari tahu dulu kisaran harga yang laku di masyarakat. Setelah tahu harga rata-rata produk dipasaran, baru tentukan harga yang tepat untuk produk yang akan dikeluarkan perusahaan nanti. Cobalah untuk menetapkan harga yang sesuai atau mendekati harga rata-rata produk di pasar.
- Merencanakan promosi : Tujuan dari kegiatan promosi ini adalah mengenalkan produk kepada masyarakat. Promosi dapat berupa publikasi maupun pemberian bonus. Publikasi dapat melalui televisi, radio, atau internet sebagai media yang sedang banyak digunakan oleh masyarakat. Konsumen pada umumnya tertarik dengan adanya bonus. Pemberian bonus dapat berupa diskon, souvenir, voucher, garansi, dan masih banyak lagi. Pemberian bonus sebaiknya dibatasi waktunya. Hal ini untuk menghindari kerugian perusahaan.

5. Bagian pengolahan : adalah sebagai bagian penataan proses pengubahan bahan mentah menjadi produk atau jasa yang diinginkan sehingga memiliki nilai jual.

Tugas utama bagian pengolahan :

- Perencanaan : Ini adalah keterkaitan dan pengorganisasian kegiatan produksi yang akan dilakukan dengan dasar waktu atau periode tertentu. Dengan perencanaan yang baik maka akan meminimalisir biaya produksi sehingga perusahaan bisa menentukan harga yang sehat dan meraih untung yang besar.
- Proses pengolahan : Ini adalah metode atau teknik yang digunakan untuk mengolah masukan (input). Proses ini sangat penting untuk pemanfaatan sumber daya secara maksimal dan efisien.
- Jasa penunjang : Sarana yang diperlukan untuk penetapan dan metode yang digunakan agar proses pengolahan bisa dilakukan secara efektif dan efisien. Hal ini seringkali diperlukan guna membantu perusahaan bersaing secara sehat dengan meningkatkan produksi dan hasil yang berkualitas.
- Pengendalian/pengawasan : Ini merupakan fungsi untuk menjamin pelaksanaan kegiatan sesuai dengan perencanaan,

dengan begitu maksud dan tujuan dalam menggunakan dan pengolahan masukan (input) dapat dilaksanakan.

6. Bagian pengemasan : kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai produk. Pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi.
7. Bagian pengecekan dan finishing : bagian finishing bertanggung jawab atas kualitas proses dan kualitas produk pada bagian finishing.

Tugas utama bagian finishing :

- Mengatur bahan dari mentah sampai selesai finishing.
- Membuat estimasi jenis dan material bahan baku.
- Memacu produktivitas karyawan.
- Membuat laporan hasil kerja setiap hari.

3.4 Laporan Kegiatan 4

Nama : Pepi Safitri

Npm : 1611010051

Jurusan : Teknik Informatika

Tema : Mengenalkan UMKM dan Desa ke Masyarakat Luas melalui Video

3.4.1 Definisi Video

Video merupakan pengganti alam sekitar dan dapat menunjukkan objek yang secara normal tidak dapat seperti materi proses pencernaan makanan dan pernafasan, video dapat menggambarkan suatu proses secara tepat dan dapat dilihat secara berulang-ulang, video juga mendorong dan meningkatkan motivasi untuk tetap melihatnya. (Azhar Arsyad, 2011:49)

Video adalah gabungan gambaran-gambaran mati yang dibaca berurutan dalam satu waktu tertentu dan dengan kecepatan tertentu yang dapat ditambahkan audio sebagai pengiring dari gambar-gambar tersebut, gambar-gambar yang digabung tersebut dinamakan *frame* dan kecepatan pembacaan gambar disebut dengan *frame rate*.

Cecep Kustandi (2013: 64) mengungkapkan bahwa video adalah alat yang dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep-konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, menyingkat atau memperlambat waktu dan mempengaruhi sikap.

Cecep Kustandi dan Bambang Sutjipto. (2013). *Media Pembelajaran Manual dan Digital Edisi Kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Video memiliki berbagai macam jenis, adapun jenis-jenis video dinataranya yaitu :

- *Motion Picture Expert Group (MPEG)*
- FLV
- AVI (*.avi) File jenis Avi merupakan Audio Video Interleave. Yang pertamakali diperkenalkan oleh microsoft di tahun 1992 sebagai format multimedia yang menyesuaikan antara video dengan audio.
- Media Player merupakan player multimedia yang bisa dijadikan sebagai plugin pada webbrowser guna memainkan format file video AVI dan MPG. Media Player ini dikembangkan oleh Microsoft Corp
- Real Player merupakan player multimedia yang bisa dijadikan sebagai plugin pada webbrowser guna memainkan format file suara Real Audio dan format file video Real Video. Real Player ini dikembangkan oleh Real Networks
- Quick Time, Dibuat oleh perusahaan Apple, Banyak digunakan untuk transmisi data di Internet

Video berdasarkan tujuan dari pembuatannya, yaitu diantaranya :

- **Cerita** : Video yang memiliki tujuan sebagai sesuatu yang memaparkan cerita.
- **Dokumenter** : Video yang merekam sebuah kejadian atau peristiwa dalam kehidupan untuk kemudian dijadikan data atau dokumen.
- **Berita** : Video yang bertujuan memaparkan sebuah berita untuk orang banyak.
- **Pembelajaran** : Video yang bertujuan untuk memberikan materi pembelajaran agar mudah diserap dan bisa diputar ulang.

- **Presentasi** : Video yang bertujuan untuk mengomunikasikan ide atau gagasan dari kelompok atau seseorang.

3.4.2 Pembuatan Video Profil Desa dan UMKM

Video adalah suatu informasi yang ditampilkan dalam sebuah gambar bergerak sehingga lebih mudah untuk dapat dimengerti secara cepat dan memperlihatkan informasi seperti fasilitas-fasilitas desa (perekonomian, pendidikan, potensi alam, dll) serta UMKM yang ada di desa, salah satunya adalah UMKM Sapu Lidi. Video sendiri didasari oleh adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Sebab karena itu di jaman perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat ini sangat diperlukan suatu Video profil desa dan UMKM untuk mempermudah dalam menyebarkan informasi dalam menyebarkan informasi dari suatu desa kepada masyarakat luas. Sehingga banyak dari masyarakat luar desa tersebut lebih mengenal UMKM serta desanya.

Profil desa serta UMKM dalam bentuk video sangat efektif dalam penyampaian informasi. Karena video profil juga di upload ke youtube yang selanjutnya bisa dipasang pada website. Pembuatan video profil sangat bervariasi, tergantung kepada alat yang tersedia, media editing maupun faktor lainnya. Kualitas suatu video tentunya dipengaruhi oleh hal-hal tersebut.

3.4.3 Maksud pembuatan video

Maksud dari pembuatan video profil ini sendiri adalah untuk memperkenalkan potensi yang dimiliki Desa Way Harong kepada netizen di sosial media seperti youtube, dan mengutamakan pengembangan UMKM sapu lidi kepada masyarakat luas.

3.4.4 Tujuan dan Sasaran

Tujuan dari video ini sendiri adalah untuk menarik minat masyarakat luas untuk berkunjung dan membangun perekonomian yang lebih maju dengan memperlihatkan potensi strategis daerah untuk membangun

dan mengembangkan usaha terutama UMKM. Sasaran yang ingin dicapai yaitu para pengguna sosial media seperti Youtube, Instagram, Facebook Dll.

3.4.5 Alat dan Software

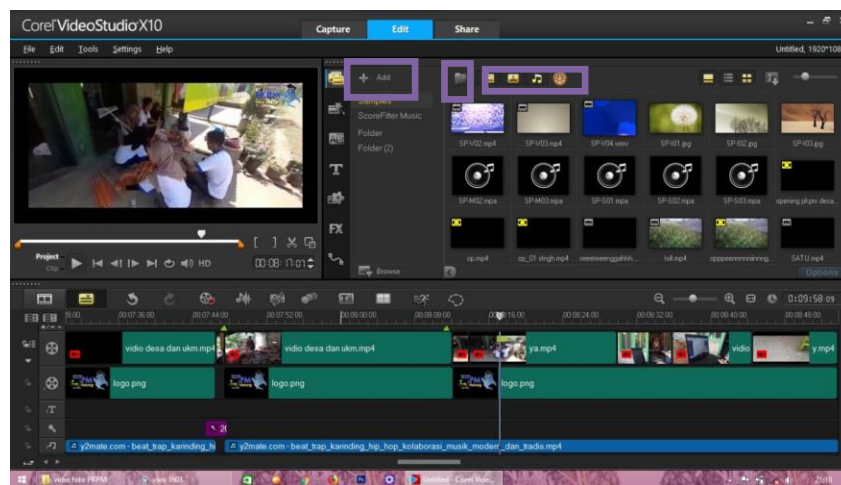
a. Alat

- Laptop
- Handphone

b. Software

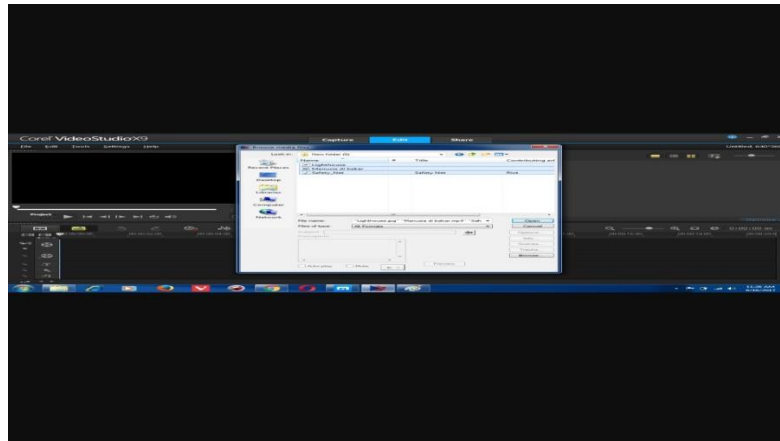
- Corel visual studio X10

3.4.6 Proses pembuatan video profis desa dan UMKM



1. Tanda add : Kegunaan nya untuk membuat folder tempat penyimpanan file yang akan di masukan atau yang akan diedit. Ini akan mempermudah dalam mencari file yang telah dimasukan.

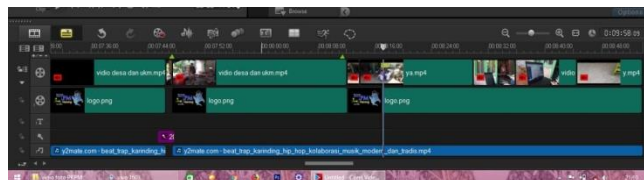
2. Tanda gambar folder : kegunaannya untuk mengimport file, akan muncul tampilan seperti dibawah lalu cari file yang akan di edit dan tekan tombol open



3. Tanda gambar Video, Gambar dan Audio : kegunaannya untuk menampilkan file yang berbentuk sesuai dengan gambar atau symbol yang diaktifkan. Pastikan semua tombol tersebut menyala agar semua file yang dimasukan dapat dilihat.

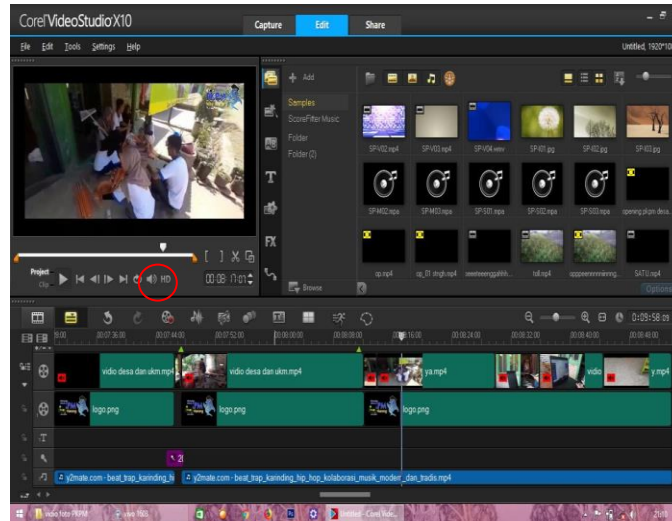
Cara mengedit video dengan menambahkan gambar, suara, teks, dan memotong video :

1. Drag semua file satu persatu kedalam kolom timeline sesuai dengan kebutuhan atau kolom format yang ada ditimeline.

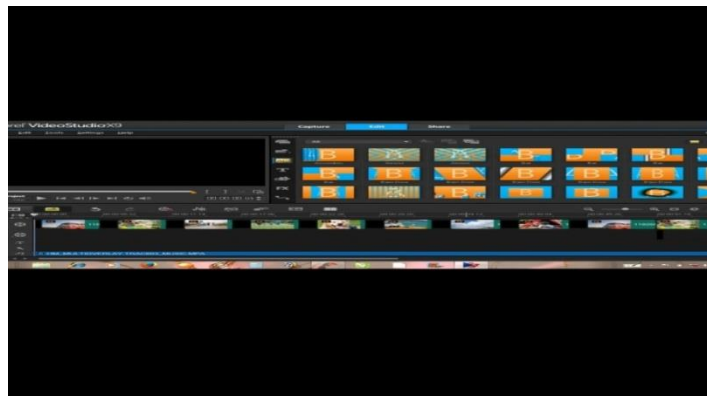


2. Menambahkan teks

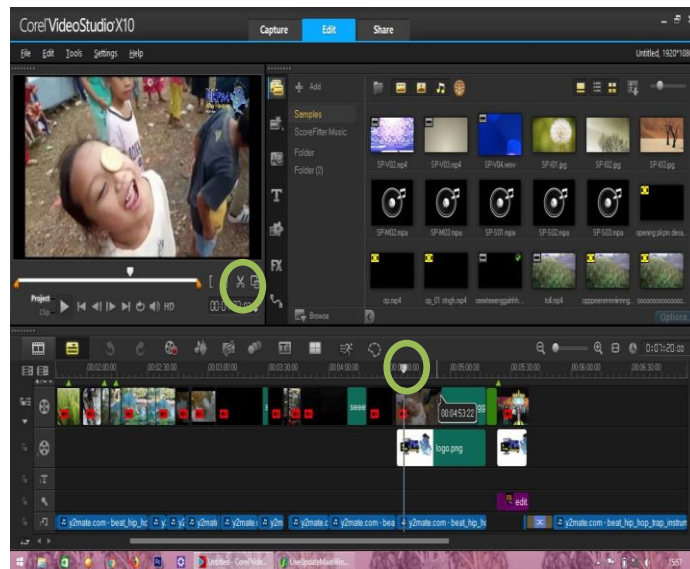
Klik icon yang bentuk huruf T untuk menambahkan teks, pilih jenis animasi atau bentuk teks yang diinginkan lalu drag ke timeline posisi kolom teks.



3. Tambahkan efek pergantian dari gambar ke video agar tampilan lebih kelihatan tidak kaku. Caranya letakan diantara gambar dan video.

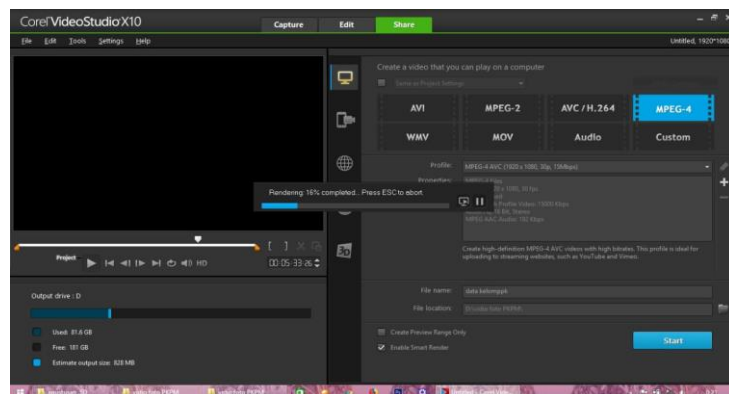


4. Memotong Video dan Audio



- Tarik pelan-pelan pengukur durasi atau titik video yang akan dipotong
- Apabila telah menemukan titik video yang akan dipotong, klik gambar gunting

5. Menyimpan atau mengekspor video hasil editan



Untuk hasil akhirnya adalah menyimpan video atau mengeksport video berbentuk tipe file menjadi MPEG-4.

- Dengan cara klik share
- Pilih MPEG-4
- Tentukan ukuran profil MPEG-4 nya
- Buat nama file videonya
- Tentukan lokasi penyimpanannya
- Klik tombol start

3.4.7 Faktor Pendukung dan Penghambat

1. Faktor pendukung

Faktor pendukung dari program ini adalah adanya bantuan dari teman-teman kelompok yang telah membantu dalam hal pikiran dan tenaga.

2. Faktor penghambat

Kurangnya jaringan internet untuk mempublikasikan video kedia sosial, kurangnya ketersediaan alat seperti camrecord, camera, dan camera pendukung lainnya.

3.5 Laporan Kegiatan 5

Nama : Heti Purnama Sari

NPM : 1612110229

Jurusan : Manajemen

**Tema : Meningkatkan Promosi Pemasaran UMKM Sapu Lidi
Karya Mandiri Pesawaran Menggunakan Sosial Media**

3.5.1 Definisi Promosi

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan untuk menarik calon pembeli. Dengan adanya promosi, produsen maupun distributor mengharap kenaikan angka penjualan. **Promosi** adalah usaha perusahaan untuk menciptakan kesadaran, memberi tahukan membujuk dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang di tawarkan perusahaan. Selain pengertian itu, ada beberapa pengertian lain menurut para ahli.

Menurut Kotler, Promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar dengan menggunakan komposisi bauran promosi “promotional mix”. **Menurut Rambat Lupiyoadi**, Promosi adalah salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

3.5.2 Tujuan promosi

Adapun tujuan promosi berdasarkan rangkuman dari berbagai sumber adalah :

1. Untuk menyebarkanluaskan informasi suatu produk kepada calon konsumen yang potensial
2. Untuk mendapatkan konsumen baru dan untuk menjaga loyalitas konsumen tersebut
3. Untuk menaikkan penjualan serta laba/keuntungan
4. Untuk membedakan dan mengunggulkan produknya dibandingkan dengan produk kompetitor
5. Untuk branding atau membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan
6. Untuk merubah tingkah laku dan pendapat konsumen tentang suatu produk

Kesimpulannya, tujuan utama dari promosi adalah produsen atau distributor akan mendapatkan kenaikan angka penjualan dan meningkatkan profit atau keuntungan.

3.5.3 Jenis-jenis promosi

Salah satunya jenis promosi melalui media digital

Jenis promosi melalui media digital mencakup media internet dan social media atau jejaring social. Ini adalah cara modern untuk berpromosi karena memungkinkan orang melihat produk atau jasa yang dipromosikan melalui teknologi terkini seperti ponsel atau laptop. Banyak para pengusaha yang sudah beralih menggunakan media digital sebagai strategi promosi mereka karena memang media digital saat ini merupakan cara paling efektif untuk

menjangkau konsumen mereka setiap hari. Lebih dari 2,7 miliar orang menggunakan internet di seluruh dunia, yaitu sekitar 40% dari populasi dunia. 67% dari semua pengguna internet secara global menggunakan media sosial. Kelebihan promosi menggunakan media digital adalah dapat menjangkau orang secara sangat luas dengan waktu dan biaya yang efisien. Kekurangannya berpromosi dengan media digital adalah banyak sekali kompetitor atau pesaing yang ikut bermain didalamnya. Tugas yang cukup berat bagi para pemasar agar lebih kreatif lagi dalam berpromosi di media digital ini agar lebih menarik calon konsumen dibandingkan kompetitor.

Bagian promosi melalui media digital adalah yang paling banyak dilakukan saat ini, karena faktor efisiensi biaya dan penyebarannya yang luas dan relatif lebih cepat. Promosi yang digunakan yaitu dengan media sosial

3.5.4 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.

3.5.5 kenapa media sosial perlu untuk UMKM sapu lidi

Social media adalah sebuah media *online* di mana penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, membuat konten atau tulisan. Di era digital seperti sekarang, anak kecil hingga orang dewasa pasti memiliki *social media*. Hal ini tentu memudahkan Anda dalam memberikan berbagai informasi untuk berbagai usia. *social media* juga telah menjadi sarana berkomunikasi dan berinteraksi secara *online* untuk melakukan pemasaran bisnis. Bukan hanya untuk berbagi informasi, *social media* juga telah menjadi sarana berkomunikasi dan berinteraksi secara *online* untuk melakukan pemasaran bisnis.

Sebagai seorang pengusaha yang baru memiliki bisnis, mencari, dan menemukan target pasar menjadi salah satu hal yang sulit. Namun kemungkinan besar dapat di capai dengan memanfaatkan *social media*. Bukan hanya itu, *social media* secara tidak langsung juga dapat membantu mengembangkan bisnis. Berikut adalah beberapa alasan kenapa *social media* wajib di miliki.

- Mengetahui Pelanggan Lebih Dekat
- Mendengar Keinginan Pelanggan
- Merespon dengan Cepat

- Melihat Persaingan Pasar

3.5.6 Tujuan media sosial untuk UMKM sapu lidi

Sosial media sudah menjadi media komunikasi alternatif yang sangat mudah diakses. Berikut adalah tujuan pengguna Media sosial yaitu :**Membangun Bisnis** Menjadi pelaku bisnis tentu membutuhkan media promosi yang efektif. Salah satu pilihan yang tepat adalah Media sosial. Oleh karena itu banyak pengguna media sosial memanfaatkan media sosial sebagai tempat promosinya. Tidak hanya sebatas mempromosikan, bahkan melalui media sosial sering terjadi transaksi, dan melahirkan istilah online shop atau bisnis online.

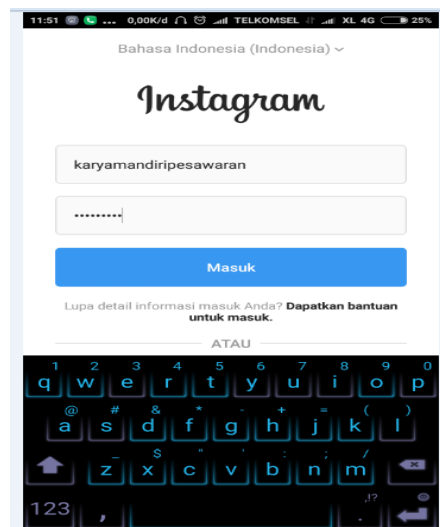
3.5.7 Pemasaran Produk UMKM Sapu Lidi

Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial seperti Instagram, *Facebook*, *Youtube*, *Twitter* 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.

Dengan memasarkan produk sapu lidi yang dikelola oleh Usaha Mandiri Karya Mandiri Pesawaran ke media social seperti *website*, *Instagram*, *facebook*, membuat pemasaran produk sapu lidi ini semakin luas bukan hanya mbaringkat kabupaten namun dapat meluas ke tingkat daerah kota.

Tahap-tahap pembuatan Instagram UMKM sapu lidi



Masuk ke aplikasi instagram lalu masukan nomor telepon dan kata sandi maka akan muncul gambar seperti diatas, berarti akun instagram karya mandiri pesawaran sudah bisa digunakan



Menjelaskan penggunaan instagram

Setelah media sosial dibuat, kami memberikan penjelasan penggunaan instagram pada pemilik UMKM agar usahanya bisa dikenal oleh masyarakat luas.

3.6 Laporan Kegiatan 6

Nama : Shinta Febyanita

NPM : 1611050015

Jurusan : Sistem Informasi

Tema : Pembuatan Website UMKM

3.6.1 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)

3.6.2 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.

3.6.3 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.

3.6.4 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.

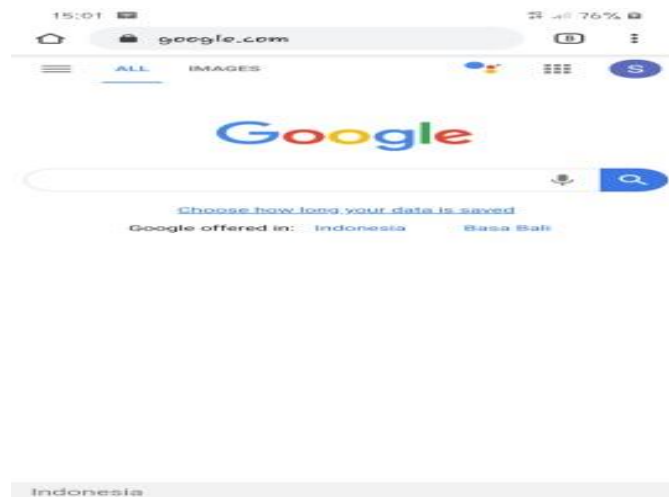
3.6.5 Website Sebagai Sarana Jual Beli/eCommerce (Toko Online)

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 ecommerce. Tujuan dari website seperti ini adalah mendapat customer

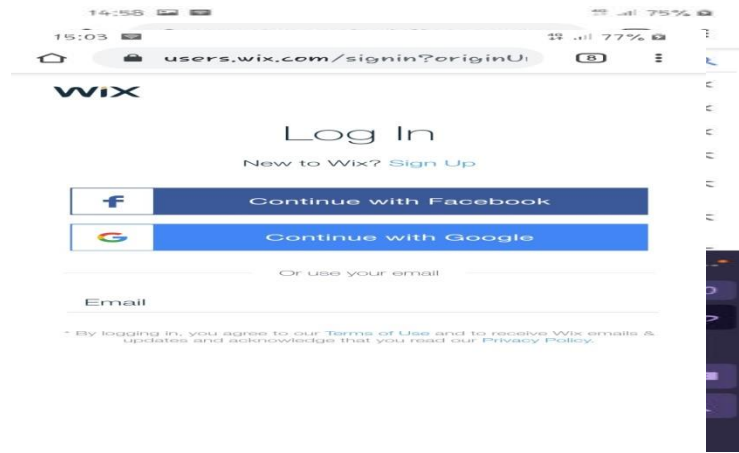
yang bertransaksi, meningkatkan penjualan dan loyalitas customer terhadap brand perusahaan. *Website*-nya juga tidak hanya berisi konten-konten informatif saja tetapi juga dukungan fitur tertentu semacam *payment gateway*. Ada banyak sekali elemen *website* yang harus dioptimasi untuk mensukseskan sebuah *ecommerce* 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).

3.6.6 Langkah-langkah pembuatan wibesite UMKM Sapu Lidi (Karya Mandiri Pesawaran)

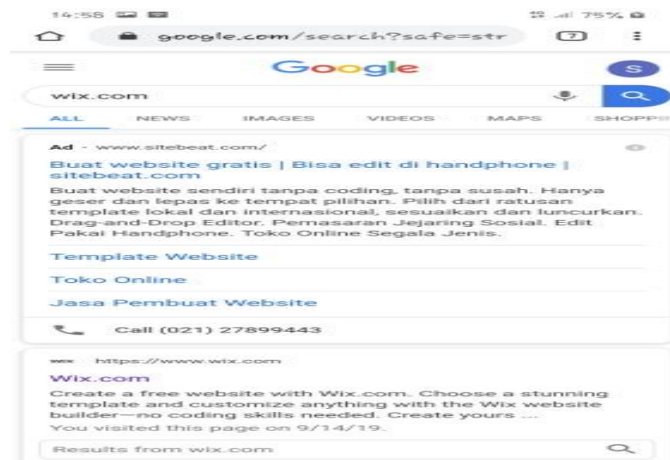
1. Pertama masuk ke google,



2. cari kata kunci wix.com



3. muncul tampilan seperti ini, kemudian pilih wix.com



4. lalu pilih get start, untuk memulai pembuatan web



5. Muncul tampilan memasukkan email untuk membuat website



6. Tampilan home pertama wibesite.



7. Berikut tampilan website UMKM Sapu Lidi

