

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Laporan Kegiatan Individu “Ropikoh Maulida (1611050118-SI)”

- “Pembuatan Website Umkm Sampah Amal”

Website merupakan salah satu media penyampaian informasi yang cukup terkenal pada zaman ini. Jika menurut pengertian web adalah suatu kumpulan-kumpulan halaman yang menampilkan berbagai macam informasi teks, data, gambar diam ataupun bergerak, data animasi, suara, video maupun gabungan dari semuanya. Pada zaman ini website digunakan oleh semua lapisan kegiatan tidak hanya institusi pemerintahan, pendidikan bahkan saat ini lebih banyak digunakan sebagai sarana penjualan dan pemasaran berbagai jenis produk.

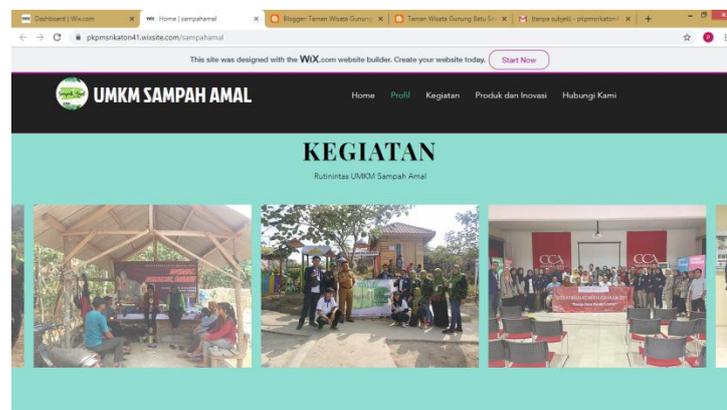
Dalam membantu pengembangan umkm sampah amal dibutuhkan suatu alat yang dapat memberikan informasi kehalayak ramai mengenai produk dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh umkm sampah amal itu sendiri.



Gambar 1. Tampilan Home Web UMKM



Gambar 2. Tampilan Halaman Produk UMKM



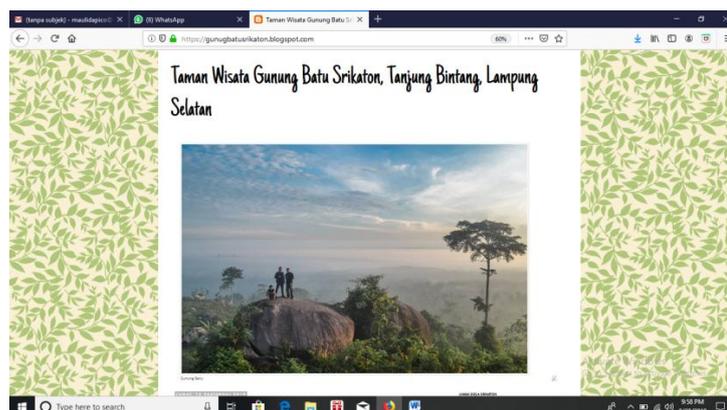
Gambar 3. Tampilan Halaman Kegiatan UMKM

- “Pembuatan Website Taman Wisata Gunung Batu Desa Srikaton”

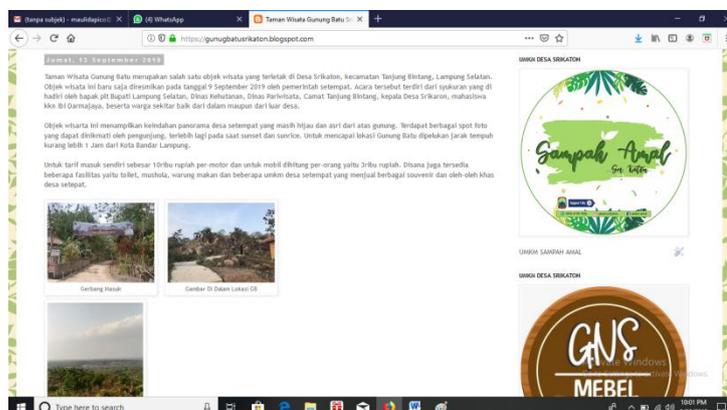
Taman Wisata Gunung Batu merupakan suatu objek wisata dari desa Srikaton Tanjung Bintang yang baru saja diresmikan pada tanggal 9 September oleh pemerintah desa setempat. Objek wisata ini diketahui memiliki potensi ekonomi bagi masyarakat sekitar. Melihat dari antusias pengunjung yang semakin hari semakin banyak penduduk desa bersama pemerintah setempat bersama-sama berupaya untuk membangun, mengelola dan meningkatkan potensi wisata tersebut.

Dengan hal tersebut kami berinisiatif untuk membuat sebuah website yang nanti nya akan membantu mengenalkan kepada dunia akan objek wisata ini. Dengan dibuatkannya website ini diharapkan akan mampu menarik lebih banyak minat pengunjung untuk datang dan berwisata sehingga kegiatan ekonomi nya pun akan bergerak.

Di dalam website ini kami memberikan deskripsi mengenai objek wisata gunung batu itu sendiri, lokasi, jarak tempuh, harga tiket masuk, gambar foto keindahan gunung batu dan beberapa umkm setempat yang menjual oleh-oleh khas desa dari makanan, pakaian hingga souvenir seperti gantungan kunci dll.



Gambar 4. Tampilan Halaman Web GB



Gambar 5. Tampilan Deskripsi Gunung Batu

3.2 Laporan Kegiatan Individu “Muh Saputro W (1611050118-SI)”

- “Pembuatan strategi pemasaran yang terpadu dengan pemanfaatan teknologi digital marketing”

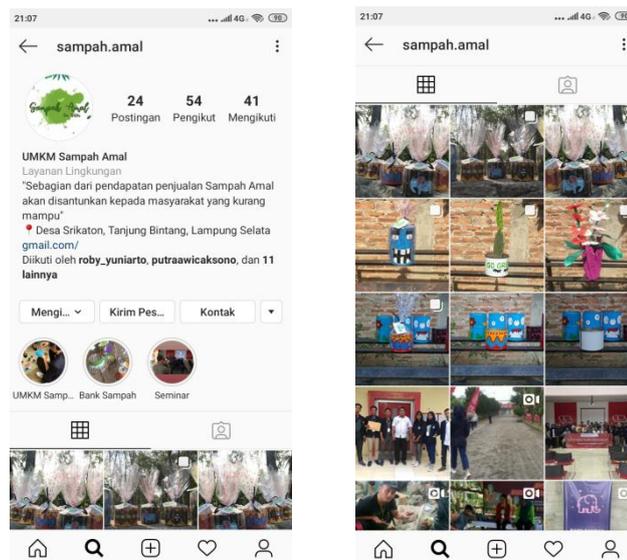
Strategi Pemasaran adalah upaya memasarkan sebuah produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi meningkat dan dapat dikenal dipasaran. Strategi pemasaran menurut, Kotler dan Amstrong Menurut Kotler dan Amstrong, pengertian Strategi 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 UMKM harus bisa menentukan produk yang dapat menjadi andalan dan bagaimana cara bagaimana mengembangkan produk andalannya tersebut. Misalnya menambah inovasi barang, pengemasan dan pembaharuan merek. Hal yang paling penting dan harus dijaga adalah motif gambar pada produk sampah amal yang bertemakan go green, memanfaatkan limbah pabrik yang tidak terpakai dan merubahnya menjadi barang mempunyai nilai jual yang tinggi dan dapat di minati oleh masyarakat desa srikaton maupun di luar desa srikaton.

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 kotak pensil di jual dengan harga RP.10.000 sampai RP. 20.000 tergantung tingkat kesulitan motif/gambar, untuk celengan di berikan harga RP. 15.000 sampai RP. 20.000 dan untuk produk lamfion di beri harga 5.000 per barang.
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 Sampah amal yang di produksi oleh kelompok Ibu-Ibu PKK ini bertempat di desa Srikaton Kec. Tanjung Bintang Kab. Lampung Selatan.
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 umkm Sampah amal ini kita memanfaatkan media sosial seperti, WhatsApp, Facebook, Instagram, Buka lapak. yang saat ini masih ramai digunakan oleh masyarakat dan bisa untuk media promosi suatu produk atau jasa.

Selain dari media sosial kami mempromosikan lewat web desa, karena web desa bertujuan ketika orang lain membuka web desa ini bisa mengetahui apa saja hasil bumi ataupun produk yang dibuat oleh kelompok Ibu-Ibu PKK dari desa Srikaton . Berikut Hasil Pemanfaat Media Sosial dalam mempromosikan Produk Samapah amal.



Gambar 6. Tampilan Profil Instagram UMKM

3.3 Laporan Kegiatan Individu “Duki Kurniawan” (1612110101-MA)

- “Metode Bisnis Kanvas pada Umkm Sampah Amal”

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.

Sampah amal merupakan salah satu kerajinan tangan yang baru di kembangkan di desa Srikaton yang di jadikan sebuah peluang usaha oleh UKM desa Srikaton kecamatan tanjung bintang kabupaten lampung selatan. UKM sampah amal adalah salah satu UKM yang masih aktif melakukan produksi setiap hari untuk memenuhi permintaan konsumen dengan memanfaatkan sumber bahan yang banyak dan mudah di dapatkan di kawasan industri tanjung bintang. Dengan sumber bahan baku yang cukup memadai dan mudah di dapatkan di kawasan industri tanjung bintang, dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang menjadi keberlangsungan usaha ini, pemanfaatan ibu-ibu PKK desa srikaton yang menjadi penggerak usaha sampah amal sehingga permintaan terhadap kerajinan sampah amal dapat di penuhi. Dan kedepan nya usaha sampah amal ini dapat berkembang lebih besar lagi dan UKM ini dapat mampu menjadi salah satu kerajinan tangan desa srikaton yang menjadi icon desa srikaton yang mempunyai nilai jual tinggi yang mampu menjadi penyumbang Pendapatan bagi desa srikaton.

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 canvas pada UMKM Sampah Amal.

<u>Key Partner</u> - Sekolah - Event, pameran - Objek Wisata	<u>Key Activities</u> - Produksi - Packing dan penjualan - Produksi berupa pesanan	<u>Value Proposition</u> - Melayani produk melalui pesanan - Harga yang pasti - Pemanfaatan limbah pabrik - Barang bisa request sesuai permintaan pembeli	<u>Customer Relationship</u> - Pemberian hadiah berupa voucher - Pengiriman barang cepat dan aman	<u>Customer Segment</u> - Anak-anak , Tk,SD, SMP - Ibu rumah tangga (IRT)
	<u>Key Resources</u> - Sumber Daya Manusia(SDM) - Limbah sampah banyak		<u>Channels</u> - Dengan menggunakan media sosial: facebook, blog, e-commerce serta contact person yang dapat dihubungi	
<u>Cost Structures</u> - Produksi bahan baku sampah amal pengecatan , packing, serta penjualan - Gaji atau upah pekerja			<u>Revenue Stream</u> - Pengiriman barang - Penjualan barang melalui E-commerce - Komisi dari konsumen	

Tabel 2. BMC (Model Bisnis Kanvas)

Model Bisnis Kanvas yang digunakan pada UKM Sampah amal desa srikaton seperti yang telah dijabarkan pada bagan diatas, berikut uraian model bisnis kanvas yang digunakan:

1. Customer Segment: Segmen dari produk ini adalah anak-anak mulai dari TK, SD, SMP, ibu rumah tangga. Hal ini menunjukkan bahwa kerajinan sampah amal ini dapat di minati oleh kalangan anak-anak hingga dewasa .

2. Value Proposition: UKM Sampah amal lebih berfokus pada proses pelayanan pelanggan(customer service) serta memberikan produk yang berkualitas untuk konsumen dengan waktu yang tepat sehingga konsumen puas akan pelayanan yang diberikan oleh UKM Sampah amal desa srikaton.
3. Channels: Dalam UKM Sampah amal juga memanfaatkan teknologi yang mudah digunakan oleh para pengurus dari UKM sampah amal yaitu dengan menggunakan Media Sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, blog dan dengan menggunakan nomor telepon dan Email sebagai penghubung antar konsumen dengan produsen sampah amal.
4. Customer Relationship: Customer Relationship yang dibangun dalam UKM sampah amal 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 ataupun berinteraksi secara langsung maupun ketika ingin membeli produk-produk Sampah Amal.
5. Revenue Streams: Pendapatan yang dihasilkan semata mata berdasarkan penjualan sampah amal selama masa aktif produksi, hal ini dapat dipastikan karena pendapatan utama dari UKM sampah amal hanya ketika sampah amal telah dipasarkan baik dalam lingkungan Desa maupun diluar Desa.
6. Key Resource: Kunci inti dalam proses produksi dari sampah amal pada dasarnya memiliki kebutuhan seperti proses pemilihan kaleng

yang bagus sebagai media lukis dan bahan penunjang lainnya yaitu seperti memerlukan bahan- bahan di antaranya adalah seperti cat, kuas, tinner, dan SDM yang menguasai di bidang lukis/gambar

7. Key Partners: Partner dalam proses produksi dari sampah amal ialah dengan membangun mitra kerja seperti industri pabrik yang menyediakan barang yang tidak terpakai seperti kaleng bekas, kain dan barang yang sudah tidak terpakai yang nantinya dapat di olah oleh UKM sampah amal sebagai produk kerajinan tangan yang mempunyai nilai jual, tidak hanya itu dari pihak desa srikaton juga di harapkan juga dapat mampu membantu UKM sampah amal melalui program pemberdayaan masyarakat.seperti pelatihan dan penyuluhan terkait dengan UKM-UKM yang berada di desa srikaton
8. Key Activities: Kegiatan Inti dari UKM sampah amal tidak lain adalah melakukan penjualan sampah amal kepada para konsumen yang telah mengetahui keberadaan dari UKM sampah amal Desa srikaton , selain itu dengan pengembangan brand, dan kemasan yang menambah minat konsumen dalam pembelian menjadi kegiatan untuk menginovasikan kemasan serta merk dari sampah amal sendiri, UKM sampah amal juga melayani pemsan dalam skala besar sesuai dengan keinginan konsumen.
9. Cost Structure: Biaya yang dikeluarkan selama proses produksi sampah amal selain bahan baku yang digunakan adalah biaya untuk packing kemasan dan merk, biaya untuk gaji atau upah karyawan.

3.4 Laporan Kegiatan Individu “Evelin Ayu Lestari J” (1612120022-AK)

- “Penyusunan Laporan Keuangan Umkm Sampah Amal”

Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi adalah total penjumlahan dari seluruh sumber ekonomi yang digunakan untuk memperoleh dan mengolah bahan baku menjadi barang jadi yang siap untuk dijual. Harga Pokok Produksi dapat digunakan untuk menentukan harga jual yang akan diberikan kepada konsumen sesuai dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan pada saat proses produksi.

Komponen Biaya Harga Pokok Produksi

Biaya produksi terdiri dari dua jenis biaya yaitu biaya komersial dan biaya manufaktur, biaya komersial adalah biaya yang timbul atau terjadi karena adanya kegiatan diluar proses produk siseperti biaya pemasaran dan administrasi umum.

Biaya Manufaktur adalah biaya pabrik yang memiliki tiga elemen seperti biyabahanbaku, biyatenagakerjalangsungdanbiaya overhead pabrik. Dari penjelasandisamping “biyabahanbaku” disebut juga biaya utama sedangkan “biyatenagakerja” dan “biaya overhead pabrik” disebut juga biaya konversi. Penjelasan mengenai biaya “baha nbaku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik”:

a. Biaya Bahan Baku

Biayater sebut timbul karena adanya penggunaan bahanbaku. Merupakan harga pokok bahanbaku yang digunakan dalam proses produksi barang atau produk.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tersebut timbul atau terjadi karena adanya penggunaan biaya tenaga kerja, yang melakukan pengolahan dari bahan baku menjadi barang jadi. Biaya Tenaga Kerja Langsung merupakan gaji dan upah yang diberikan kepada tenaga kerja yang langsung terlibat dalam proses produksi barang.

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik timbul karena adanya pemakaian fasilitas yang digunakan dalam proses produksi seperti mesin, alat-alat, tempat kerja dan sebagainya atau lebih jelasnya merupakan biaya diluar dari biaya bahan baku.

Perhitungan Biaya Bahan Baku

No	Keterangan	Unit	Harga/Satuan	Harga
1	Kaleng	4	Rp. 2.500/kg	Rp. 10.000
2	Cat minyak	8	Rp. 10.000/pcs	Rp. 80.000
3	Kuas	2	Rp. 12.000/pack	Rp. 24.000
4	Bensin	1	Rp. 10.000/liter	Rp. 10.000
5	Kertas label	3	Rp. 2.000/lembar	Rp. 6.000
6	Tali pita	1	Rp. 5.000/gulung	Rp. 5.000
7	Double tip	1	Rp. 5.000/pcs	Rp. 5.000
8	Tanaman hias	10	Rp. 5.000/pcs	Rp. 50.000
9	Pupuk tanaman	3	Rp. 5.000/kg	Rp. 15.000
Total Biaya Baku				Rp. 205.000

Tabel 3. Perhitungan Biaya Bahan Baku

Analisis Perhitungan Biaya Bahan baku

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa Perhitungan Biaya Bahan Baku untuk 48 kaleng bekas pembuatan kotak pensil, pot tanaman dan celengan dapat terpenuhi dengan jumlah biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 202.500,-

Perhitungan Biaya Penolong

No	Keterangan	Unit	Satuan	Harga
1	Plastik parsel	20	Rp. 2000/gulung	Rp. 40.000

Tabel 4. Perhitungan Biaya Penolong

Analisis Perhitungan Biaya Penolong

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa terdapat biaya penolong dalam proses produksi. Biaya penolong yang membantu pembuatan produksi kaleng yang berbentuk kotak pensil, pot tanaman dan celengan sebesar Rp. 40.000,-

Perhitungan Biaya Overhead Pabrik

No	Keterangan	Unit	Satuan	Harga
1	Biaya Overhead Pabrik Lain-lain		Liter	Rp. 12.000

Tabel 5. Perhitungan BOP

Analisis Perhitungan Biaya Overhead Pabrik

Dari tabel diatas dapat dikathui bahwa dalam Biaya Overhead Pabrik (BOP) dalam proses produksi hanya ada biaya overhead pabrik lain-lain yang termasuk didalamnya adalah ongkos kirim dan parkir sebesar Rp.12.000. Karena biaya yang dikeluarkan tidak selalu dibutuhkan pada saat produksi melainkan pada saat terjadinya pemesanan diluar desa sehingga membutuhkan ongkos kirim dan parker.

Total Biaya Operasional

No	Jenis Biaya Operasional	Biaya (Rp)
1	Biaya Bahan Baku	Rp. 205.000
2	Biaya Penolong	Rp. 40.000
3	Biaya Overhead Pabrik	Rp. 12.000
TOTAL BIAYA OPERASIONAL		Rp. 247.000

Tabel 6. Perhitungan Biaya Operasional

Jadi untuk setiap 64 kaleng yang terdiri dari 20 kotak pensil, 10 pot tanaman hias dan 17 celengan, harga pokok produksi yang dibutuhkan sebesar Rp. 247.000,-

Harga Pokok Produksi:

1. Kotak Pensil

$$\frac{20}{64} \times \text{Rp. } 205.000,- = \text{Rp. } 64.000,-$$

Harga pokok produk per item dari kotak pensil:

$$\frac{\text{Rp. } 64.000,-}{20\text{pcs}} = \text{Rp. } 3.200,-$$

2. Tanaman Hias

$$\frac{10}{64} \times \text{Rp. } 205.000,- = \text{Rp. } 32.000,-$$

Harga pokok produk per item dari tanaman hias:

$$\frac{\text{Rp. } 32.000,-}{10\text{pcs}} = \text{Rp. } 3.200,-$$

3. Celengan (Setiap satu celengan membutuhkan 2 kaleng)

$$\frac{34}{64} \times \text{Rp. } 205.000,- = \text{Rp. } 109.000,-$$

Harga pokok produk per item dari celengan:

$$\frac{\text{Rp. } 109.000,-}{34\text{pcs}} = \text{Rp. } 3.200,-$$

Laba (Harga Jual - Harga Pokok Produksi)

1. Kotak Pensil

Rp. 15.000 – Rp. 3.200 = Rp. 11.800,-

2. Tanaman Hias

Rp. 15.000 – Rp. 3.200 = Rp. 11.800,-

3. Celengan

Rp. 20.000 – Rp. 3.200 = Rp. 16.800,-

Harga Jual

1. Kotak pensil = Rp. 15.000,-

2. Tanaman hias = Rp. 15.000,-

3. Celengan = Rp. 20.000,-

Berdasarkan perhitungan di atas dapat dilihat rincian harga jual dibawah ini:

Jenis Produk	Harga Pokok Produksi	Laba	Harga Jual
Kotak Pensil	Rp. 3.200	Rp. 11.800	Rp. 15.000
Pot Tanaman	Rp. 3.200	Rp. 11.800	Rp. 15.000
Celengan	Rp. 3.200	Rp. 16.800	Rp.20.000

Tabel 7. Rincian Harga Jual

Berdasarkan kegiatan UMKM Sampah Amal dalam memproduksi 64 kaleng yang dibagi menjadi tiga produk yaitu 20 kotak pensil, 10 pot tanaman dan 17 celengan. Berdasarkan penjualan setiap memproduksi 64 kaleng pendapatan yang di peroleh pemilik UMKM sebagai berikut:

Kotak Pensil

20 x Rp. 15.000 = Rp. 300.000

Pot Tanaman Hias

10 x Rp. 15.000 = Rp. 150.000

Celengan

17 x Rp. 20.000 = Rp. 340.000

Jadi, total penjualan yang di peroleh oleh UMKM Sampah Amal jika semua produk terjual adalah sebesar Rp. 790.000.

Berikut ini perhitungan Laporan Laba Rugi UMKM Samah Amal

UMKM Sampah Amal

Laporan Laba Rugi

Per Agustus 2019

Penjualan		Rp. 790.000
Biaya – Biaya		
Kaleng	Rp. 10.000	
Cat minyak	Rp. 80.000	
Kuas	Rp. 24.000	
Bensin	Rp. 10.000	
Kertas label	Rp. 6.000	
Tali pita	Rp. 5.000	
Double tip	Rp. 5.000	
Tanaman hias	Rp. 50.000	
Pupuk tanaman	Rp. 15.000	
Plastik parsel	Rp. 40.000	
Biaya Overhead Pabrik Lain-lain	Rp. 12.000	
Total Biaya - Biaya		Rp. 240.000
Laba Bersih		Rp. 543.000

Tabel 8. Laporan Laba Rugi

Dari pembukuan di atas diharapkan mampu menjadi dasar untuk mengetahui besarnya dana yang dikeluarkan pada saat memproduksi 64 kaleng dan besarnya laba yang diperoleh jika semua produk dapat terjual serta menjadi tolak ukur.

3.5 Laporan Kegiatan Individu “Yuyun Fatmawati” (1612120041-AK)

- “Membuat Perencanaan Anggaran Umkm Sampah Amal”

Anggaran ialah suatu rencana yang sudah disusun secara terpadu, dimana mencakup semua kegiatan perusahaan yang dijelaskan dalam unit kesatuan moneter yang aktif dalam periode atau jangka waktu tertentu, dan yang akan datang. Sedangkan pengertian anggaran perusahaan ialah suatu proses perencanaan dan pengendalian operasi perusahaan yang dijelaskan dalam sebuah kegiatan dan tujuannya adalah untuk mengestimasi operasi perusahaan ke dalam estimasi keuangan.

Adapun tujuan penyusunan anggaran adalah :

1. Untuk menyatakan harapan/sasaran perusahaan secara jelas dan formal, sehingga bisa menghindari kerancuan dan memberikan arah terhadap apa yang hendak dicapai manajemen.
2. Untuk mengkomunikasikan harapan manajemen kepada pihak-pihak terkait sehingga anggaran dimengerti, didukung, dan dilaksanakan.
3. Untuk menyediakan rencana terinci mengenai aktivitas dengan maksud mengurangi ketidakpastian dan memberikan pengarahan yang jelas bagi individu dan kelompok dalam upaya mencapai tujuan perusahaan.
4. Untuk mengkoordinasikan cara/metode yang akan ditempuh dalam rangka memaksimalkan sumber daya.

5. Untuk menyediakan alat pengukur dan mengendalikan kinerja individu dan kelompok, serta menyediakan informasi yang mendasari perlu-tidaknya tindakan koreksi.

Manfaat Anggaran

Dengan penyusunan anggaran usaha-usaha perusahaan akan lebih banyak apabila ditunjang oleh kebijaksanaan-kebijaksanaan yang terarah dan dibantu oleh perencanaan-perencanaan yang matang. Perusahaan yang berkecenderungan memandang ke depan, akan selalu memikirkan apa yang mungkin dilakukannya pada masa yang akan datang. Sehingga dalam pelaksanaannya, perusahaan-perusahaan ini tinggal berpegangan pada semua rencana yang telah disusun sebelumnya. Di mana, bagaimana, mengapa, kapan, adalah pertanyaan-pertanyaan yang selalu mereka kembangkan dalam kegiatan sehari-hari. Apabila pada suatu kesempatan hal ini ditanyakan kepada seorang General Manager yang sukses, maka sering didapatkan jawaban bahwa ide-ide untuk kegiatan pada waktu mendatang pada umumnya didasarkan pada jawaban atas pertanyaan-pertanyaan diatas. Dalam perusahaan-perusahaan manufaktur (pabrik) kegiatan akan dilakukan dengan lebih efisien dan tingkat keuntungan akan lebih besar apabila management memperhatikan rencana untuk aktivitas-aktivitasnya di masa depan. Karena itu Heckerts dan Wilson mengatakan bahwa manfaat utama daripada business budgeting adalah dapat ditentukannya kegiatan-kegiatan yang paling profitable yang akan dilakukan.

Anggaran Rencana Kerja

No	Keterangan	Jumlah	Harga
1	Kaleng	4 kg	Rp. 10.000
2	Cat minyak	8 buah	Rp. 80.000
3	Bensin	1 liter	Rp. 10.000
4	Kertas label	3	Rp. 6.000
5	Tali pita	1 gulung	Rp. 5.000
6	Plastik parsel	20 gulung	Rp. 40.000
7	Double tip	1	Rp. 5.000
8	Tanaman hias	10	Rp. 50.000
9	Pupuk tanaman	3 kg	Rp. 6.000
	Total		Rp. 227.000

Tabel 9. Anggaran Rencana Kerja

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya yang dikeluarkan untuk biaya habis pakai sebesar Rp.227.000. sehingga setiap kali produksi produk sampah amal dapat diperkirakan biaya yang dikeluarkan sesuai dengan perhitungan biaya bahan habis pakai.

Tabel Perhitungan Biaya Modal

No	Nama Peralatan	Jumlah	Harga
1	Kuas	2 pak	Rp. 24.000
	Total		Rp. 24.000

Tabel 10. Perhitungan Biaya Modal

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya yang dikeluarkan untuk biaya modal sebesar Rp.24.000 sehingga setiap kali produksi produk sampah amal dapat diperkirakan biaya yang dikeluarkan sesuai dengan perhitungan biaya modal.

Tabel Perhitungan Biaya Perjalanan

No	Keterangan	Jumlah	Harga
1	Ongkos bensin	1 liter	Rp. 12.000
	Total		Rp. 12.000

Tabel 11. Perhitungan Biaya Perjalanan

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya yang dikeluarkan untuk biaya ongkos angkut penjualan sebesar Rp.12.000. sehingga setiap kali produksi produk sampah amal dapat diperkirakan biaya yang dikeluarkan sesuai dengan perhitungan biaya perjalanan.

Dalam satu hari Ukm Sampah Amal, dapat memproduksi 4kg kaleng bekas yang berisi 64 kaleng. Setiap pembuatan satu produk membutuhkan satu kaleng kecuali untuk produk celengan yang memerlukan dua kaleng untuk proses produksinya sehingga dari 64 kaleng bekas dapat menghasilkan 20 kaleng kotak pensil, 10 pot tanaman hias dan 17 celengan dari kaleng. Masing-masing produk dihargai kotak pensil 15.000/pcs , pot tanaman hias 15.000/pcs dan 20.000/pcs untuk celengan.

Sehingga hasil penjualan dari produk Sampah Amal dalam satu hari yaitu :

$$20 \text{ kotak pensil} \times \text{Rp.}15.000 = \text{Rp.} 300.000$$

$$10 \text{ pot tanaman hias} \times \text{Rp.}15.000 = \text{Rp.}150.000$$

$$17 \text{ celengan} \times \text{Rp.}20.000 = \text{Rp.}340.000$$

Laba yang diperoleh dalam satu hari yaitu, Rp.790.000 – Rp.227.000 – Rp.24.000 – Rp.12.000 = Rp.527.000

3.6 Laporan Kegiatan Individu “Franceda Utama” (1612110480-MA)

- “Pembuatan *Desaign Merk* Serta Inovasi Kemasan Pada Produk Kaleng UMKM Sampah Amal Untuk Menambah Minat Beli Konsumen”.

Merk merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen dengan bertujuan untuk meningkatkan nilai jual produk jual sampah amal. *Merk* dipandang dapat menaikkan gengsi atau status seorang pembeli. Dalam pembuatan merk harus memperhatikan beberapa hal, seperti: sederhana dan ringkas, mengandung keaslian, mudah dibaca atau diucapkan, mudah diingat, tidak sulit digambarkan, dan tidak mengandung konotasi yang negative dan menarik customer sehingga ingin membeli produk Sampah Amal.

Dengan adanya design *merk* bisa dijadikan sebagai pemantik untuk mengembangkan produk salah satunya adalah hanya dengan mempromosikan yang saat ini lebih banyak melalui media sosial (Facebook, Whatsapp, Intagram) tentu hal ini membutuhkan *merk* dan menggambarkan “Ukm Sampah Amal “dengan kemasan dan desain merk maka lebih berkualitasnya produk saat dipasarkan, dan menunjukan asal tempat membuat produk tersebut.

Design *merk* yang baik dapat mengintegrasikan dari beberapa elemen desain dan fungsi kemasan, sehingga dihasilkan kemasan yang memiliki tingkat efektifitas, efesiensi dan fungsi yang sesuai baik dalam produksi kemasan sampai kegunaan kemasan. Dengan itu, perlu dibuatkan merk dagang yang mencantumkan nama Ukm Sampah Amal dan contact person untuk UMKM yang berada di Desa Srikaton.

UMKM Sampah Amal membutuhkan *merk* dagang yang bertujuan untuk meningkatkan nilai jual serta minat beli customer.

Jika melihat hal tersebut dapatlah disimpulkan bahwa dengan adanya desain merk yang bagus dan tidak meninggalkan ciri khas dari Umkm Sampah Amal sebagai identitas, dengan sederhana dan berkualitas tinggi.

Produksi kemasan sampai pembuatan kemasan perlu menunjukkan nama umk dan contact person untuk UMKM Sampah Amal, sehingga dengan adanya kemasan yang sangat berkualitas dan sederhana dapat menumbuhkan ketertarikan customer dengan tujuan penjual tersebut meningkat, UMKM Sampah Amal lebih mudah diingat dan untuk menghubungi apabila ingin memesan produk-produk Sampah Amal baik dalam jumlah sedikit maupun jumlah yang besar. hal ini membuat kami berkeinginan mendesain merk yang sederhana dan menarik minat beli konsumen yang saat ini banyak kami pasarkan melalui media sosial, berikut ini desain yang kami buat merk dalam bentuk logo yang baik ;



Gambar 7. Desain Merk UMKM

- “Inovasi Kemasan Pada UMKM Sampah Amal”

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.

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.

Pada produk Umkm Sampah Amal yang dalam hal ini memproduksi dan melukis kaleng dengan gambar yang menarik anak-anak sebagai pangsa pasarnya, dengan kemasan yang simple, dan sederhana serta tidak mengilangkan gambar serta seni dari celengan dan kotak pensil

tersebut, maka sangat tidak menanggung resiko dari tidak ketidaktarikan dari konsumen untuk tidak membelinya.

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 celengan dan kotak pensil yang diproduksi oleh sampah amal tersebut masih terbilang sangat sederhana dan masih terbilang kurang menarik untuk mengait lebih banyak lagi minat beli konsumen, maka dari itu kami mencoba menciptakan suatu desain yang sangat disukai oleh kaum milineal saat ini sehingga dapat menarik minat beli dari konsumen.

Dengan adanya kemasan yang baru ini kami berharap bisa menumbuhkan daya ketertarikan konsumen terutama anak-anak untuk membeli produk kami dan dapat mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Berikut adalah perbedaan kemasan sebelum dan sesudah dilakukan inovasi :



Gambar 8. Inovasi Produk UMKM

3. Analisis Promosi Penjualan

Berdasarkan analisis promosi penjualan yang dilakukan UMKM Sampah Amal melalui pengembangan bentuk kemasan dan merek. dapat dilihat bahwa dari pengembangan bentuk dan cara gambar foto untuk di promosikan melalui media online saat ini, sangat berpengaruh terhadap kemasan sudah didesain yang dilakukan terdapat peningkatan jumlah penjualan yang terus meningkat pertiga-hari.

Sebelum dilakukannya pengembangan kemasan dan merek, jumlah penjualan yang dihasilkan untuk satu kali produksi hanya menghasilkan 5 biji celengan dan kontak pensil, setelah dilakukannya pengembangan kemasan mulai terlihat peningkatan jumlah pemesanan celengan dan tabungan, pada produksi yang dilakukan setelah melakukan pengembangan kemasan, menambah menarik peminat untuk membeli celengan dibuktikan dengan jumlah produksi yang dilakukan meningkat menjadi 15-20 celengan dan kotak pensil satu kali produksi.

Hal tersebut menjelaskan bahwa dengan adanya pengembangan bentuk kemasan dan merek sangat berpengaruh terhadap jumlah penjualan kerupuk tersebut dikarenakan kemasan yang menarik dapat meningkatkan minat beli konsumen. Terutama anak-anak didesa gunung batu dan Tanjung Bintang pada umumnya saat mereka berkunjung ke Objek Wisata Gunung Batu.