

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Laporan Kegiatan Pengembangan Inovasi Produk

Menurut Kotler dan Keller (2009) inovasi adalah produk, jasa, ide, dan persepsi yang baru dari seseorang. Inovasi adalah produk atau jasa yang di presepikan oleh konsumen sebagai produk atau jasa baru. Secara sederhana, inovasi dapat diartikan sebagai terobosan yang berkaitan dengan produk-produk baru. Namun Kotler menambahkan bahwa inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk-produk atau jasa-jasa baru. Inovasi juga termasuk pada pemikiran bisnis baru dan proses baru. Inovasi juga dipandang sebagai mekanisme perusahaan untuk beradaptasi terhadap lingkungan yang dinamis. Oleh sebab itu, maka perusahaan diharapkan menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan baru yang menawarkan produk inovatif serta memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan. Inovasi semakin memiliki arti penting bukan hanya sebagai suatu alat untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan melainkan untuk unggul dalam persaingan.

Dari penjelasan di atas dikatakan bahwa inovasi penting sebagai keunggulan dalam persaingan. Praktik untuk UKM Kerajinan Tali Kur ini adalah inovasi pada produk-produk yang nantinya akan dibuat. Berikut merupakan bentuk realisasi dari inovasi produk yang dibuat :

a. Pengembangan Inovasi Produk

- b. Inovasi merupakan menciptakan suatu penemuan baru yang belum pernah ada atau mengembangkan yang sebelumnya sudah ada. Langkah ini merupakan hal pertama dalam membentuk UKM menjadi lebih maju dan lebih modern. Untuk dapat memunculkan ide-ide baru kami melihat berbagai sumber referensi yang nantinya akan menjadi tolak ukur kami dalam pembuatan tas rajut tali kur ini. Adapun aspek-aspek yang kami pilih dalam menerapkan bentuk tali kur adalah bentuk yang sederhana tetapi dapat digunakan pada segala kegiatan atau dengan kata lain serbaguna. Tak hanya dari segi bentuk, pemilihan warna juga menjadi sesuatu yang perlu di perhatikan. Hal ini dikarenakan warna yang terlalu berlebihan dapat mengakibatkan pada daya tarik tas itu sendiri. Model dan pemilihan warna merupakan sesuatu yang erat kaitannya dengan inovasi dari

produk. Terutama produk kerajinan seperti tas ini. setelah melakukan survei yang dilakukan oleh kami, mayoritas wanita menyukai tas dengan warna yang meneduhkan mata, misalnya warna pastel. Mereka beranggapan bahwa warna-warna tersebut memiliki kesan yang menarik dan mudah untuk dipadu padankan dengan pakaian yang mereka gunakan. Dari hasil pengamatan itulah kami mencari sumber gambar yang nantinya akan digunakan sebagai referensi untuk UKM Tas Tali Kur. Referensi yang kami kumpulkan kami bentuk dalam sebuah katalog. Katalog produk ini berisi tas-tas model terkini serta inovasi lain seperti vas bunga gantung, kotak tisu dan lainnya.

c. Tolak Ukur Keberhasilan

Kegiatan ini dapat dikatakan berhasil apabila Bu Rohma bersedia untuk mencoba mempraktekkan dari referensi yang beliau dapat. Seperti saat kami memberikan inovasi seperti vas bunga gantung, terlihat beliau antusias dan segera untuk mempraktekannya. Selain itu, Bu Rohma juga antusias untuk membuat desain tas yang kami berikan. Butuh waktu yang tak singkat untuk mempelajari pola yang kami berikan.

d. Bentuk Inovasi yang diberikan

Berikut ini adalah bentuk dari inovasi yang telah kami berikan kepada Bu Rohma. Setelah menunjukkan beberapa model tas sebagai referensi, kami memutuskan untuk membuat katalog kumpulan model-model tas tali kur terkini. Hal ini dikarenakan terkendala sinyal yang sulit dijangkau, sehingga sulit untuk Bu Rohma mengakses internet.



Gambar 3.1 Penyerahan Katalog



Gambar 3.2 Tas Hasil Inovasi

3.2 Laporan Kegiatan Pembuatan Merek dan Kemasan

Merek merupakan suatu hal yang penting bagi perusahaan karena merek akan memberikan identitas pada produk yang dijual oleh perusahaan. Merek bukan hanya bagian dari produk saja tetapi justru merek-lah yang memberikan nilai positif bagi suatu produk. Menurut Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan merek sebagai nama, istilah, tanda simbol atau rancangan atau kombinasi dari semua yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa penjual atau sekelompok penjual untuk mendeferensiasikan dari barang atau jasa pesaing.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa merek merupakan atribut yang diperlukan sebagai identitas dari suatu produk. UKM Kerajinan Tali Kur belum memiliki merek. Maka dari itu identitas dari hasil karya Bu Rohma bisa

dikatakan tidak memiliki identitas. Maka, pembuatan merek beserta kemasan dibuat. Berikut merupakan realisasi dari pembuatan merek hingga kemasan.

a. Merek, Logo, dan Kemasan

Merek merupakan suatu identitas sebuah Usaha Kecil Menengah (UKM). Hal ini mencakup filosofi dari UKM, dan produk yang dihasilkan. Selain itu merek juga membedakan antara UKM satu dengan para pesaingnya. Tentunya merek-merek memberikan keuntungan dalam jangka panjang untuk sebuah Usaha Kecil Menengah. Dalam menamakan produk kami tentunya kami meminta izin kepada Bu Rohma selaku pemilik UKM Kerajinan Tali kur, untuk dapat memberikan saran Merek untuk produknya. Kami memberikan usulan **“Rohma Collection”**. Kami pun menjelaskan apa maksud dari nama tersebut secara garis besar inti dari nama tersebut merupakan koleksi kreatif yang diciptakan di UKM Kerajinan Tali Kur milik Bu Rohma.

Tidak hanya merek, kami juga memberikan saran berupa logo dari merek tersebut. Logo merupakan salah satu komponen penunjang dari sebuah merek yang berbentuk representasi visual yang mudah dikenali sebagai nama, simbol dari merek dagang, atau dengan kata lain logo merupakan tanda tangan dari sebuah merek yang menjadi identitas pembeda dari para kompetitor. Sama dengan pemberian saran merek, kami juga memberikan beberapa pilihan dari logo yang cocok dengan merek yang telah diberikan. Tentunya logo yang kami berikan mempunyai filosofi yang sesuai dengan karakter UKM Kerajinan Tali Kur. Realisasi dari logo kami yang kami buat adalah pembuatan label pada tas.

Kemudian dari segi kemasan, kami memutuskan untuk memberi saran untuk memberikan kemasan yang sederhana. Kemasan yang kami buat tentunya memuat informasi yang dapat meningkatkan penjualan dari UKM Kerajinan Tali Kur. Kemasan yang kami buat memuat informasi berupa nomor seluler serta media sosial yang dimiliki. Kemasan yang kami buat juga tertera logo dari merek yang kami buat dengan tujuan sebagai pemasaran tidak langsung sekaligus membentuk citra merek dari produk yang kami hasilkan.

b. Tolak Ukur Keberhasilan

Kegiatan ini dikatakan berhasil apabila ada rangsangan sebagai wujud dari pemasaran secara tidak langsung. Pemasaran tidak langsung yang dimaksudkan adalah informasi yang disebarakan melalui kemasan tersebut, seperti nomor seluler serta media sosial yang telah tertera pada kemasan tersebut.

c. Bentuk Merek, Logo, dan Kemasan yang Diberikan

Berikut ini merupakan tampilan dari merek yang kami buat:



Gambar 3.3 Logo UKM Kerajinan Tali Kur

Dan berikut merupakan label dan plastik yang kami gunakan sebagai pemasaran secara tidak langsung.



Gambar 3.4 *Handtag* Rohma Collection



Gambar 3.5 Desain Plastik Kemasan

3.3 Laporan Kegiatan *E-Marketing*

Menurut Chaffey, Chadwick, Johnston, & Mayer, (2006, p. 0), *E-Marketing (Electronic Marketing)* merupakan suatu proses pemasaran yang menggunakan teknologi komunikasi elektronik, khususnya internet. *E-Marketing* mengacu pada perspektif eksternal bagaimana internet dapat digunakan bersama dengan media tradisional untuk mendapatkan dan memberikan layanan kepada pelanggan (Chaffey, 2009, p 417).

Adapun manfaat serta kelebihan yang dapat diambil oleh UKM dari pemasaran elektronik diantaranya adalah sebagai berikut :

1. *E-Marketing* dapat menjangkau berbagai lapisan konsumen dalam suatu lingkungan yang belum dipenuhi oleh pesaing.
2. Target *E-marketing* merupakan konsumen yang telah terbagi ke dalam kelompok serta dapat mengembangkan dialog berkelanjutan.
3. *E-marketing* memungkinkan transaksi bisa dilakukan secara elektronik sehingga biaya yang timbul relatif rendah.
4. Strategi pemasaran *E-marketing* dapat memberikan nilai lebih dalam menghadapi persaingan bisnis.
5. Memudahkan pelaku usaha untuk melalui pemanfaatan ruang diskusi seperti *chatting* atau e-mail.

Hal-hal tersebut diatas merupakan acuan dalam membuat inovasi pemasaran secara elektronik. Kami memutuskan untuk memilih sosial media dan *e-commerce* berikut merupakan realisasi dari program ini :

a. Sosial Media dan *E-commerce*

Sosial merupakan media online atau daring yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Hal itu menjadi landasan bagi kami untuk memanfaatkan media tersebut sebagai media pemasaran yang dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen. Ada berbagai macam jenis media sosial di antaranya adalah *facebook, twitter, dan instagram*. Diantara ketiga media sosial tersebut kami memutuskan untuk memilih instagram sebagai media pemasaran untuk UKM Tali Kur. Hal tersebut di karenakan pengguna instagram dari waktu ke waktu meningkat.

Untuk mempromosikan dan meningkatkan eksistensi produk UKM Kerajinan Tali Kur maka kami memutuskan untuk membuat akun yang menunjang kegiatan tersebut. Terlebih dahulu kami meminta izin kepada Bu Rohma sebagai pemilik UKM untuk membuat akun instagram sebagai media promosi. Kami membuat instagram dengan nama akun “**rohmaco**”.

Selain media sosial, *e-commerce* juga menjadi pilihan kami dalam meningkatkan penjualan. *E-commerce* merupakan kegiatan jual beli barang atau transmisi dana melalui jaringan elektronik, terutama internet. Di Indonesia jual beli barang melalui *e-commerce* merupakan hal yang sudah tidak biasa lagi bagi masyarakat Indonesia oleh karna itu *e-commerce* adalah sarana yang baik untuk melakukan jual beli barang secara daring. Untuk lebih meningkatkan penjualan kami membuat akun Shopee sebagai sarana pemasaran digital.

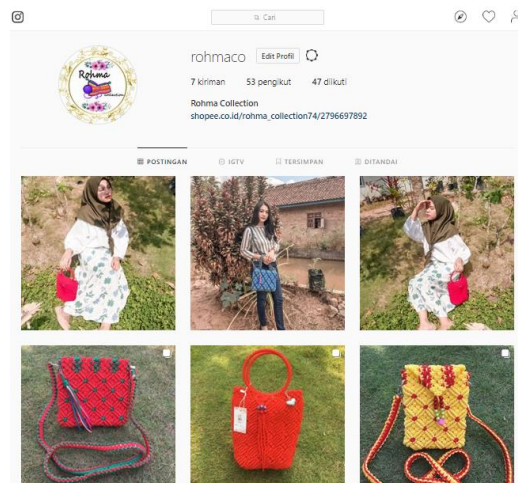
b. Tolak Ukur Keberhasilan

Sebuah media pemasaran, kegiatan ini dapat dikatakan berhasil apabila media tersebut memberikan dampak yang positif terhadap produk yang dipasarkan. Dalam hal ini, media sosial Instagram dapat dikatakan berhasil apabila dapat memikat para calon konsumen yang dapat menimbulkan rasa ingin tahu akan produk sehingga terdapat interaksi antara penjual dan calon pembeli. Dari segi *e-commerce*, dapat dikatakan berhasil apabila media tersebut dapat menimbulkan

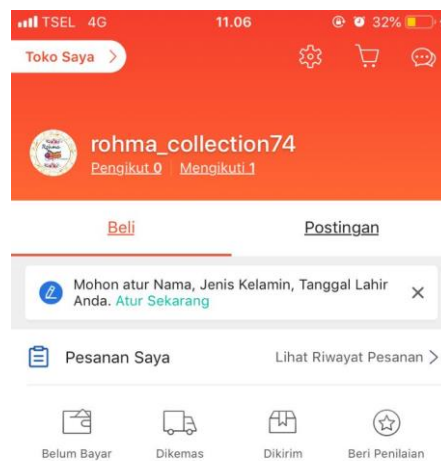
rangsangan untuk berbelanja produk yang kami sediakan. Hal-hal tersebut tentunya tidak akan ada berjalan lancar tanpa adanya calon konsumen. Penjaringan calon konsumen dilakukan dengan cara mempromosikan barang dengan cara yang menarik.

c. Tampilan Instagram dan Shopee

Berikut ini merupakan tampilan dari Instragram dan Shopee yang dimiliki oleh UKM Kerajinan Tali Kur :



Gambar 3.6 Instagram Rohma Collection



Gambar 3.7 Shopee Rohma Collection

3.4 Laporan Kegiatan Pembuatan Website

Seperti yang sudah banyak orang ketahui, perkembangan teknologi di dunia semakin meningkat pesat. Keberadaan internet dirasa sangat mendukung segala bentuk kegiatan, termasuk kegiatan komersial untuk suatu perusahaan maupun usaha mandiri. Karenanya sebuah bisnis saat ini harus bergantung dengan perkembangan teknologi baik Usaha Kecil Menengah maupun perusahaan besar harus memiliki sebuah website untuk mendukung kegiatan dan peningkatan penjualan perusahaan.

Berikut merupakan manfaat memiliki manfaat yang bisa didapatkan dalam bisnis jika memiliki website.

1. Sarana penjualan produk, website berfungsi sebagai sarana memperkenalkan produk secara lengkap kepada masyarakat.
2. Mempermudah komunikasi, website bisa lebih mempermudah komunikasi dengan klien, atau calon konsumen.
3. Sarana publikasi resmi, dengan adanya website sebagai alat publikasi hal ini tentunya akan menghemat biaya promosi.

Dari pemahaman tersebut, pembuatan website pun terlaksana. Hal yang mendasari pembuatan website adalah UKM Kerajinan Tali kur belum memiliki website mengingat kegunaan website sangat membantu dalam kegiatan pemasaran. Berikut merupakan realisasi dari kegiatan pembuatan website.

a. Website

Website sebuah kumpulan dari halaman web yang saling berhubungan dan dapat diakses melalui halaman depan (home page) menggunakan sebuah browser dan juga jaringan internet. Website mempunyai fungsi sebagai media promosi, informasi, hiburan, dan pendidikan. Pembuatan website dalam kegiatan inovasi dan pengembangan UKM sangatlah bermanfaat sebagai media promosi mengenai produk yang dijual UKM dan juga sebagai media informasi mengenai UKM seperti alamat, kontak yang dapat dihubungi dan media sosialnya. Website dapat digunakan dan diakses semua orang tanpa harus mempunyai akun yang telah terdaftar terlebih dahulu seperti media social

Website yang kami buat menggunakan wix.com yang merupakan platform pembuatan website yang memberi kebebasan untuk membuat, mendesain, mengelola, dan mengembangkan website yang sesuai kita inginkan. Website yang kami buat kami beri nama alamat situsnya <https://pkpm74.wixsite.com/rohmaco>. Dalam website ini kami membuat 4 menu utama dalam penggunaannya. Website ini tidak hanya bisa diakses melalui komputer yang terkoneksi internet namun juga dapat diakses melalui *smartphone* yang terkoneksi internet.

b. Tolak Ukur Keberhasilan

Kegiatan ini dikatakan berhasil apabila setelah pembuatan website ini memberikan banyak manfaat pada usaha Ibu Rohma dengan meningkatnya jumlah konsumen yang tersebar di seluruh pelosok negeri yang didapatkan dari hasil penelusuran melalui mesin pencarian internet sehingga menemukan website UKM Kerajinan Tali Kur yang berisi informasi mengenai produk serta kontak yang dapat dihubungi untuk penjualan produknya.

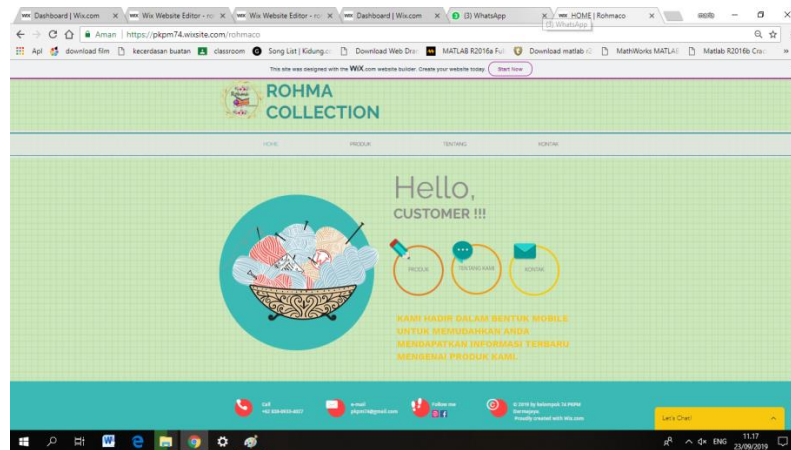
Dalam website kami juga menyediakan form kritik dan saran untuk para pengunjung ke website kami. Website ini juga bisa dikatakan berhasil apabila terdapat pesan yang berisi kritik dan saran mengenai produk, UKM, maupun website kami.

c. Tampilan Website

Berikut ini merupakan tampilan dari website yang dimiliki oleh UKM Tas Tali Kur :

- **Tampilan menu HOME**

Menu home berisi beranda website yang menampilkan sebuah sambutan untuk para pengunjung dan menampilkan semua menu yang ada dalam website.

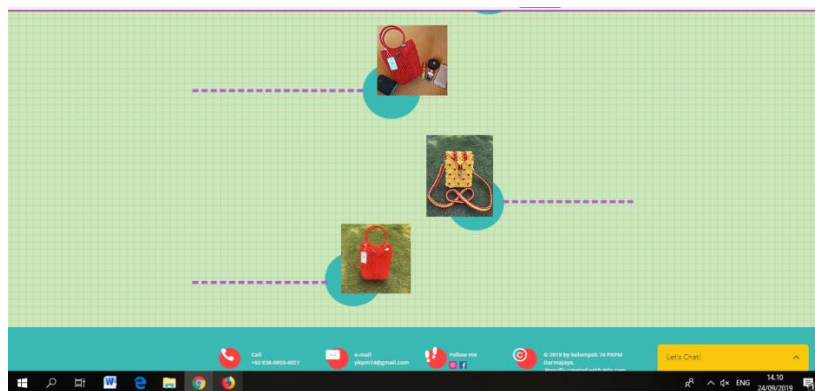


Gambar 3.8 Tampilan Menu **Home** Pada Website

- Tampilan menu **PRODUK**
Dalam menu produk menampilkan produk-produk yang dihasilkan oleh UKM Tali Kur



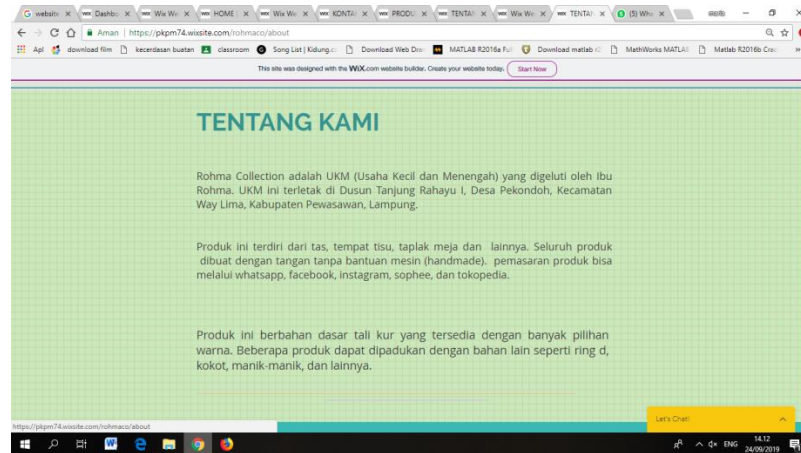
Gambar 3.9 Tampilan **Menu Produk 1** Pada Website



Gambar 3.10 Tampilan **Menu Produk 2** Pada Website

- Tampilan menu TENTANG

Dalam menu tentang menampilkan mengenai profil dan informasi dari UKM Kerajinan Tali Kur.



Gambar 3.11 Tampilan **Tentang Kami** Pada Website

- Tampilan menu KONTAK

Menu kontak menampilkan sebuah form yang dapat diisi oleh para pengunjung website untuk memberikan pesan berupa kritik dan saran yang bermanfaat untuk kemajuan usaha UKM Kerajinan Tali Kur.



Gambar 3.12 Tampilan **Kontak Kami** Pada Website

3.5 Laporan Pelatihan Perhitungan Anggaran

Anggaran merupakan sebuah perencanaan untuk mengetahui berapa banyak biaya atau *cost* yang dikeluarkan untuk satu periode atau satu kali produksi. Ibu Rohma menuturkan bahwa biaya tenaga kerja selama ini dihargai kurang dari yang seharusnya dan penentuan harga produk yang dijual belum ditetapkan menggunakan metode yang seharusnya. Metode penentuan harga jual yang digunakan masih menggunakan metode sederhana berdasarkan biaya bahan baku atau modalnya ditambah dengan keuntungan yang diambil oleh Bu Rohma inginkan, sedangkan untuk biaya tenaga kerja biaya operasional serta biaya lainnya belum terhitung. Kesulitan mendapatkan bahan baku juga menjadi permasalahan yang dihadapi, akses yang jauh dari kota membuat biaya transportasi menjadi lebih besar dan mempengaruhi harga jual.

Memberikan pelatihan kepada pemilik UKM mengenai sistem penganggaran dana pembuatan Tas Rajut Tali Kur khususnya Harga Pokok Penjualan dan Harga Jual. Berikut adalah perhitungan biaya-biaya yang diperlukan dalam pembuatan Tas Tali Kur :

a. Laporan Penganggaran Sederhana

1. Tabel Biaya Bahan Baku

No.	Kebutuhan	Satuan	Harga/Satuan	Jumlah
1.	Tali Kur	1kg	48.000	48.000
2.	Kokot Besar	2 Buah	3.500	7000
3.	Ring D	2 Buah	1000	2000
Total Biaya Bahan Baku				57.000

Tabel 3.1 Biaya Bahan Baku

2. Tabel Biaya Bahan Penolong

No.	Kebutuhan	Satuan	Harga/Satuan	Jumlah
1.	Packaging	1 buah	1600	1.600
2.	Handtag	1 buah	850	850
Total Biaya Bahan Penolong				2.450

Tabel 3.2 Biaya Bahan Penolong

3. Tabel Biaya Overhead Pabrik

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Transportasi	3.750
2.	Biaya Listrik	-
3.	Biaya Tenaga Kerja	134.400
Total Biaya Overhead Pabrik		138.150

Tabel 3.3 Biaya Overhead Pabrik

- Transportasi untuk tiap pembelian ke Bandar Lampung dari pekondoh 30.000 untuk dibebankan 8kg Tali Kur. Jadi biaya yang dibebankan untuk 1kg Tali Kur 3.750.
- Biaya Tenaga kerja, untuk pembuatan 1 tas besar memakan waktu kurang-lebih 7 hari. Apabila 1 jam tenaga kerja Ibu Rohma dihargai 800 rupiah maka tenaga kerja selama 7 hari sebesar 134.400.

a. Berikut Perhitungan Untuk 1x Produksi tas :

➤ Biaya Operasional

- Biaya Bahan Baku	: 57.000
- Biaya Penolong	: 2.450
- Biaya BOP	: 138.150
<hr/>	
Jumlah Biaya Operasional	: 197.600

➤ Harga Pokok Penjualan

$$\begin{aligned} \text{Total Biaya : Jumlah produksi} &= 197.600 : 1 \\ &= 197.600 \end{aligned}$$

➤ Margin Laba

$$\begin{aligned} \text{Besar Keuntungan yang diinginkan} &: 50\% \\ \text{HPP x Margin Laba} &= 197.600 \times 50\% \\ &= 98.800 \end{aligned}$$

➤ Harga Jual

$$\begin{aligned} \text{HPP + Margin Laba} &= 197.600 + 98.800 \\ &= 296.400 \\ &= (300.000) \end{aligned}$$

b. Tolak Ukur Keberhasilan

Kegiatan ini dikatakan berhasil apabila dari kegiatan pelatihan pembuatan laporan penganggaran ini dapat memberikan dampak positif dan mudah dipahami oleh pemilik UKM sehingga dapat bermanfaat dikemudian hari. Tujuan dari sistem penganggaran ini adalah sebagai acuan berapa biaya yang diperlukan untuk pembuatan Tas Rajut Tali Kur, sehingga pemilik UKM dapat memberikan acuan Laba yang diinginkan untuk menentukan Harga Jual per tas.



Gambar 3.13 Proses Perhitungan Anggaran Keuangan

3.6 Laporan Kegiatan Pembuatan Video Dokumenter

Video dokumenter adalah salah satu kegiatan dalam pelaksanaan PKPM yang berfungsi sebagai alat dokumentasi kegiatan-kegiatan yang berlangsung selama kegiatan PKPM

Didalam video dokumentasi terdapat bagian-bagian sebagai berikut :

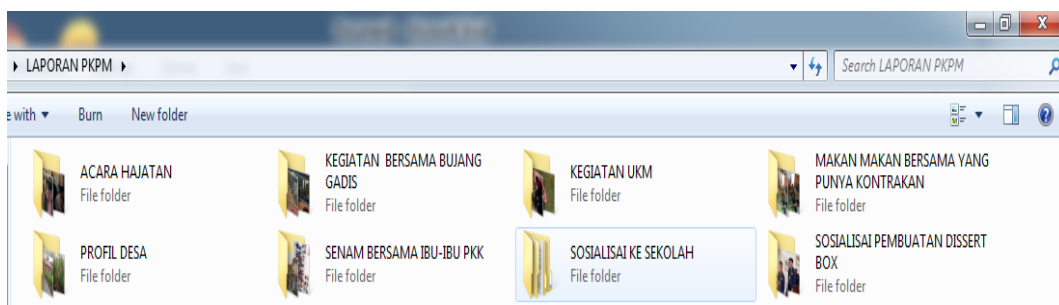
1. Bagian Pembukaan Video :
 - a. Profil Desa
 - b. Profil UKM
2. Inti Video :
 - a. Proses pembuatan Tas Rajut Talikur
 - b. Kegiatan yang dilakukan selama berada di Desa
 - c. Inovasi yang diberikan
3. Bagian penutup video :
 - a. Ucapan terimakasih

a. Persiapan membuat Video Dokumenter

Dalam proses pembuatan video dokumentasi ada beberapa hal yang harus dipersiapkan mulai dari media pengambilan gambar dan video dalam hal ini kami menggunakan kamera Fujifilm X A5 dan Handphone Xiaomi Note 5 Pro sebagai media pengambil gambar dan video, adapun software editing video yang di gunakan adalah Kinemaster, Powerdirector dan Wondershare Filmora.

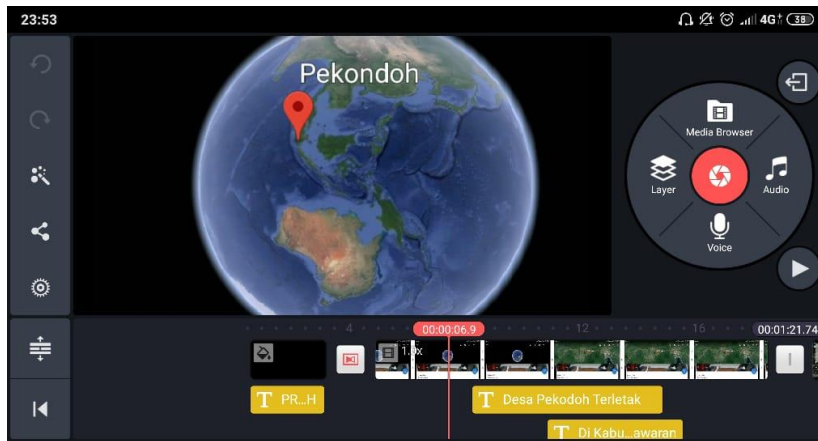
b. Proses Pembuatan Video Dokumenter

1. Proses pertama yaitu pemilihan dan penyusunan video yang akan diedit, dibagi dalam beberapa folder

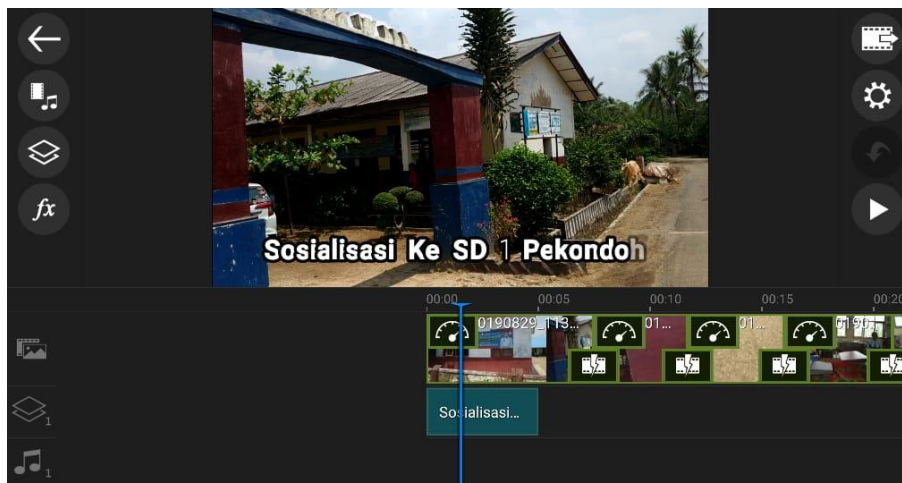


Gambar 3.14 Folder Dokumentasi

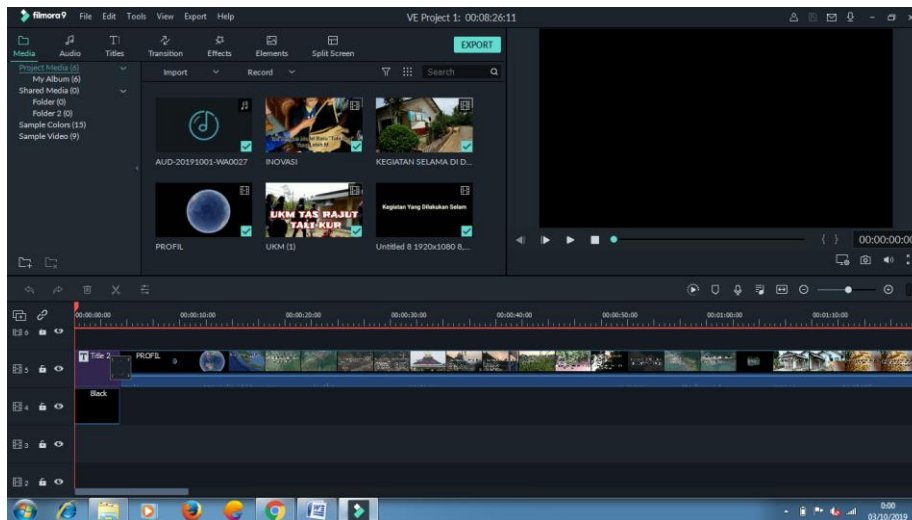
2. Proses kedua yaitu memulai proses editing video dengan menggunakan software Kinemaster dan Powerdirector, dalam proses editing dilakukan berapa proses mulai dari pemotongan durasi video, percepatan durasi, perlambatan durasi, penggabungan video, effect transisi video dan penambahan backsound.



Gambar 3.15 Proses Editing Video Kinemaster



Gambar 3.16 Proses Editing Video Powerdirector



Gambar 3.17 Proses Editing Video Wondershare Filmora

3. Proses terakhir yaitu rendering video, proses ini adalah proses penggabungan semua video yang telah di edit pada proses sebelumnya dan mengekspor video kedalam format .Mp4.