

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 PROGRAM PEMBUATAN WEBSITE DESA BRANTI RAYA DAN WEBSITE UMKM OPAK MENIK

3.1.1 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 (Hakim L Usaha Mandirianul, 2004)

3.1.2 Fungsi Website

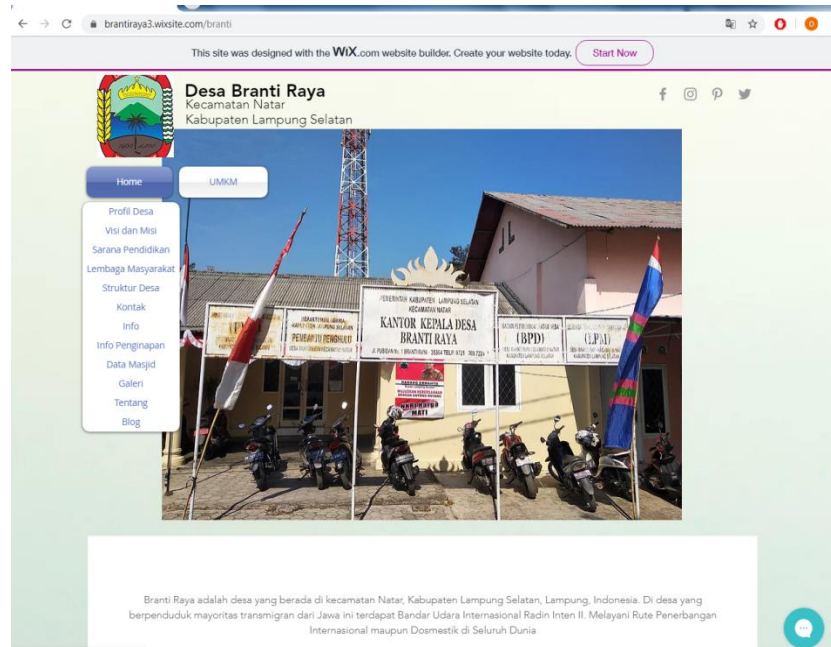
Website ini pastinya punya banyak manfaat. Jadi, jika kita ingin mengetahui fungsi *website*, dapat dibagi sesuai kategori jenisnya. Jenis *website* yang berbeda tentunya punya fungsi yang cukup berbeda juga. Apa saja? Mari ketahui lebih lanjut!

1. *Website* Sebagai Sarana Informasi
2. *Website* Sebagai Sarana Hiburan
3. *Website* Sebagai Sarana Jual Beli/*eCommerce* (Toko *Online*)
4. *Website* Sebagai *Blog*

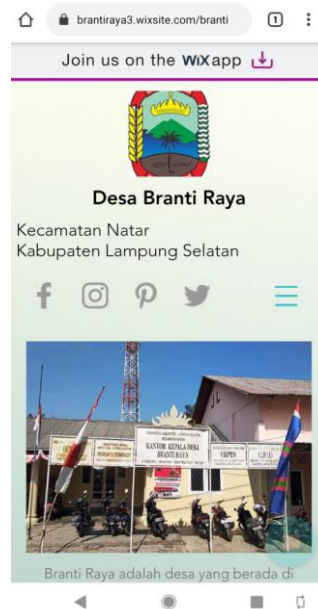
3.1.3 Metode Pelaksanaan

Dalam pelaksanaannya, pengenalan sistem informasi desa dalam hal ini adalah website desa. Dalam proses pembuatan dan pengumpulan berkas- berkas mahasiswa PKPM IIB Darmajaya ikut membantu aparaturnya Desa guna melengkapi persyaratan untuk pembuatan website tersebut.


Selain itu, Mahasiswa PKPM IIB Darmajaya juga diberikan tugas untuk collecting data/informasi mengenai Desa Branti Raya yang mana dipergunakan untuk pengisian konten pada saat website telah siap untuk dioperasikan.



Gambar 2 Tampilan Dekstop Web Desa Branti Raya



Gambar 3 Tampilan Mobile Web Desa Branti Raya



Desa Branti Raya
Kecamatan Natar
Kabupaten Lampung Selatan

f @ p t


Home UMKM

Visi
Kebersamaan Dalam Membangun Demi Desa Branti Raya Yang Lebih Maju" Rumusan visi ini tersebut merupakan suatu ungkapan dari suatu niat yang luhur untuk memperbaiki dalam penyelenggaraan pemerintahan dan pelaksanaan pembangunan di Desa Branti Raya baik secara individu maupun kelembagaan, sehingga Desa Branti Raya mengalami suatu kemajuan dan perubahan yang lebih baik serta peningkatan kesejahteraan masyarakat dilihat dari segi ekonomi dengan dilandasi semangat kebersamaan dalam penyelenggaraan pemerintahan dan pelaksanaan pembangunan.

Misi

1. Bersama masyarakat memperkuat kelembagaan desa yang ada.
2. Bersama masyarakat dan kelembagaan desa menyelenggarakan pemerintahan dan melaksanakan pembangunan yang partisipatif.
3. Bersama masyarakat dan kelembagaan desa dalam mewujudkan desa Branti Raya yang aman, tentram dan damai.
4. Bersama masyarakat dan kelembagaan desa memberdayakan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
5. Memproduktifkan lembaga-lembaga yang berkompeten dibidang pertanian.
6. Membangun sarana-sarana infrastruktur untuk peningkatan hasil pertanian.
7. Pembinaan dan pelatihan-pelatihan kepada pelaku-pelaku pertanian.
8. Mencari terobosan baru guna memperoleh hasil yang lebih baik dibidang pertanian.

Gambar 4 Tampilan Web Visi dan Misi Desa Branti Raya



Desa Branti Raya
Kecamatan Natar
Kabupaten Lampung Selatan


f @ p t

Home UMKM

Profil Desa


Branti Raya adalah desa yang berada di kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan, Lampung, Indonesia. Di desa yang berpenduduk mayoritas transmigran dari Jawa ini terdapat Bandar Udara Radin Inten II.

Branti Raya
Desa
Negara Indonesia
Provinsi Lampung
Kabupaten Lampung Selatan
Kecamatan Natar
Kodepos 35362
Luas 1.050 m²
Jumlah penduduk 12.578 jiwa



Mentransfer data dari brantiraya3.wisdr.com...

Gambar 5 Tampilan Web Profil Desa Branti Raya




Desa Branti Raya
Kecamatan Natar
Kabupaten Lampung Selatan

f @ p t

Home UMKM

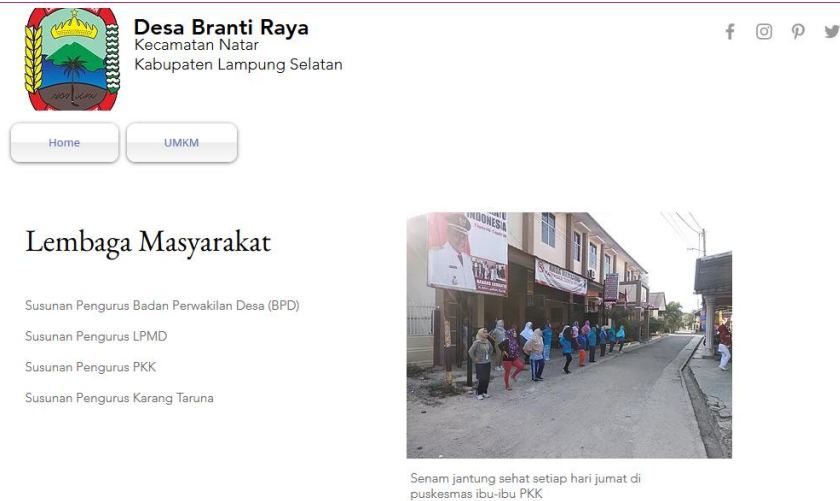
Pemerintahan Desa

Kepala Desa	: Ahmad Rizal
Sekdes	: Ismaji
Kaur Keuangan	: Dwi Mayasari
Perencanaan	: Marten
Tata Usaha	: Lana Ikbal Surahman
Kasi Pemerintahan	: Betania Cessnaika
Pelayanan	: Juniyanto
Kesejahteraan	: Bdmn Benged Sitompul
Operator	: Ertha Colanda Sari

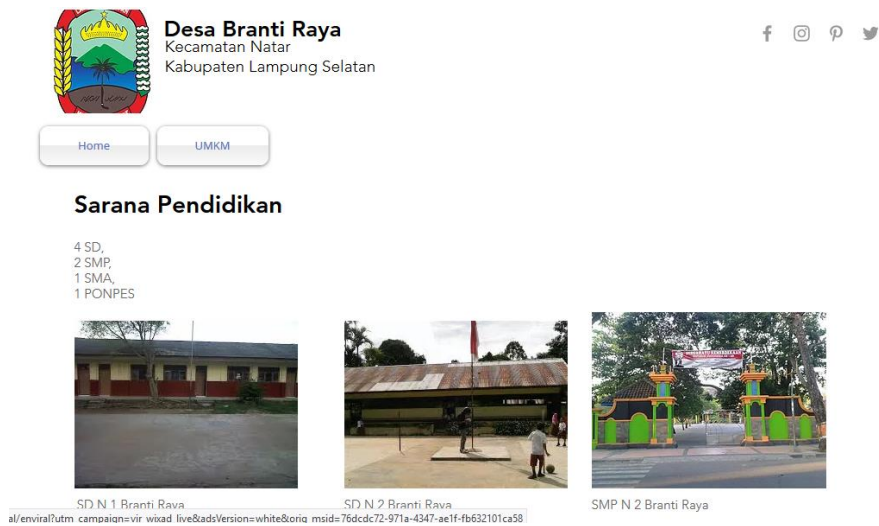


Aparat Desa Branti Raya

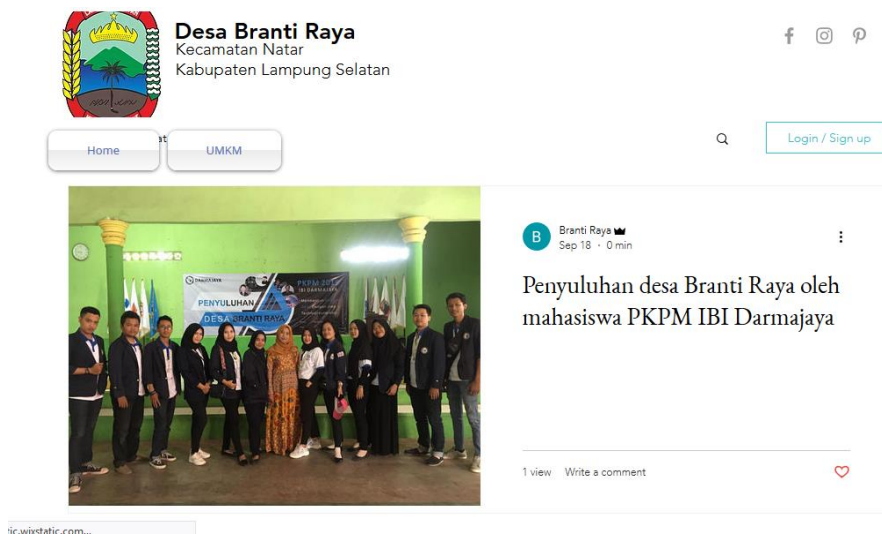
Gambar 6 Tampilan Web Struktur Pemerintahan Desa Branti Raya



Gambar 7 Tampilan Web Lembaga Masyarakat Desa Branti Raya



Gambar 8 Tampilan Web Sarana Pendidikan Desa Branti Raya



Gambar 9 Tampilan Blog 1 Desa Branti Raya



Gambar 10 Tampilan Blog 2 Desa Branti Raya



Gambar 11 Tampilan Blog 3 Desa Branti Raya



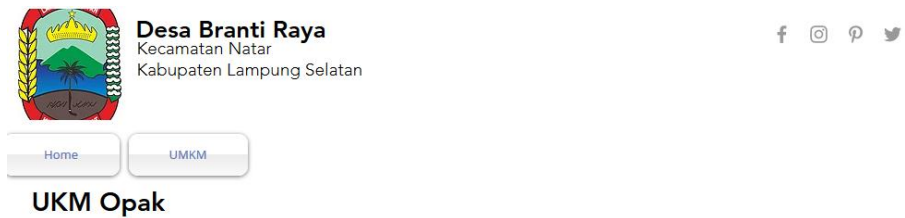
Gambar 12 Tampilan Web Galeri Desa Branti Raya



Usaha Rumahan

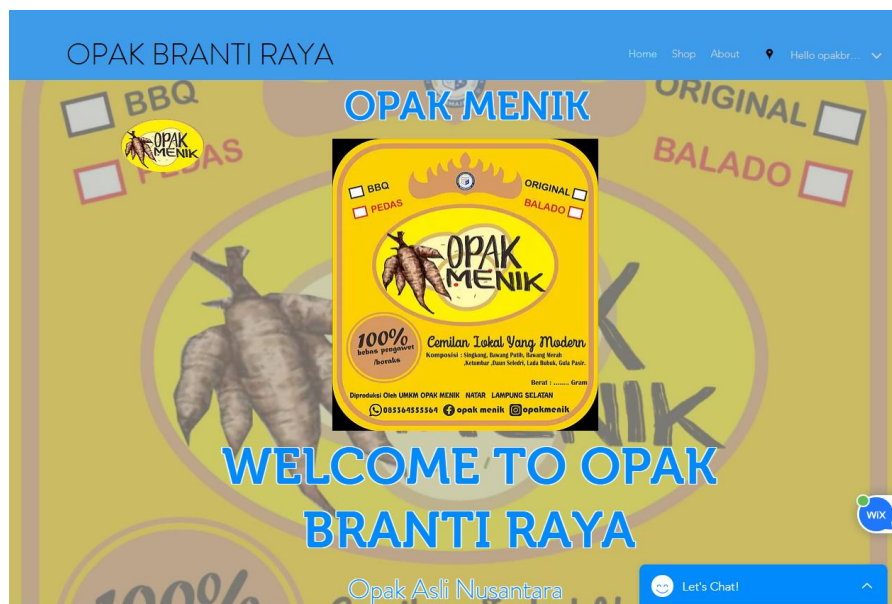


Gambar 13 Tampilan Web UMKM



Opak adalah makanan khas Sunda daerah Jawa Barat yang terbuat dari tepung beras. Nutrisi yang terkandung dalam opak adalah karbohidrat. Bahan dasar pembuatan opak adalah tepung beras, garam, gula, dan bumbu bumbu penyedap lainnya. Kemudian bahan dasar dicampur menjadi sebuah adonan. Adonan kemudian dikeringkan. Setelah kering kemudian dipanggang di atas bara api.

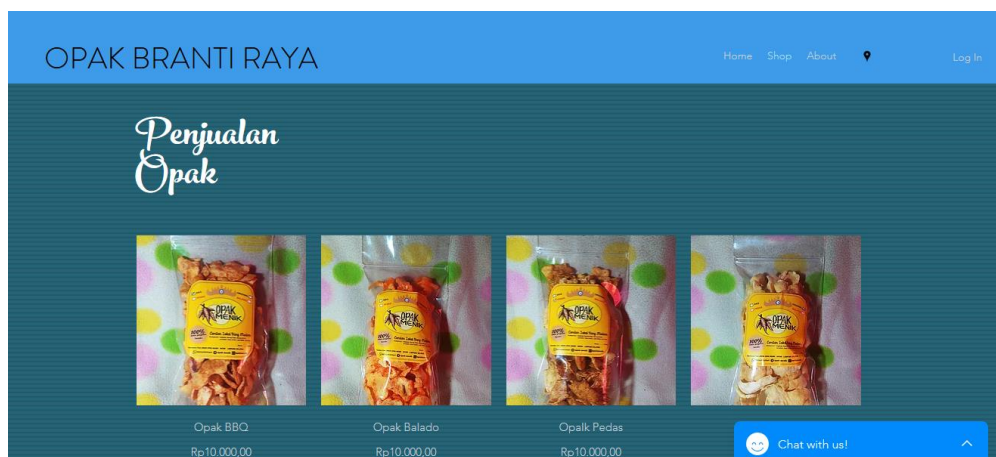
Gambar 14 Tampilan Web UMKM Opak Desa Branti Raya



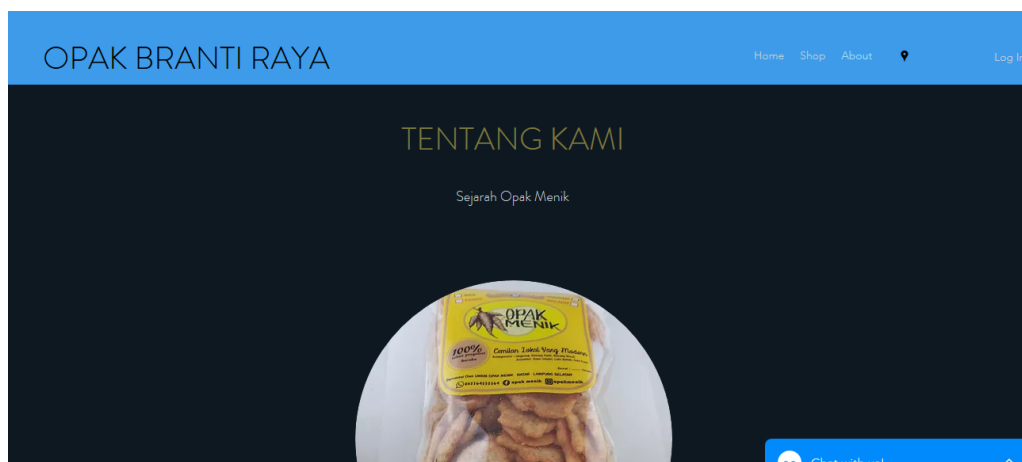
Gambar 15 Tampilan Dekstop Web UMKM Opak Menik



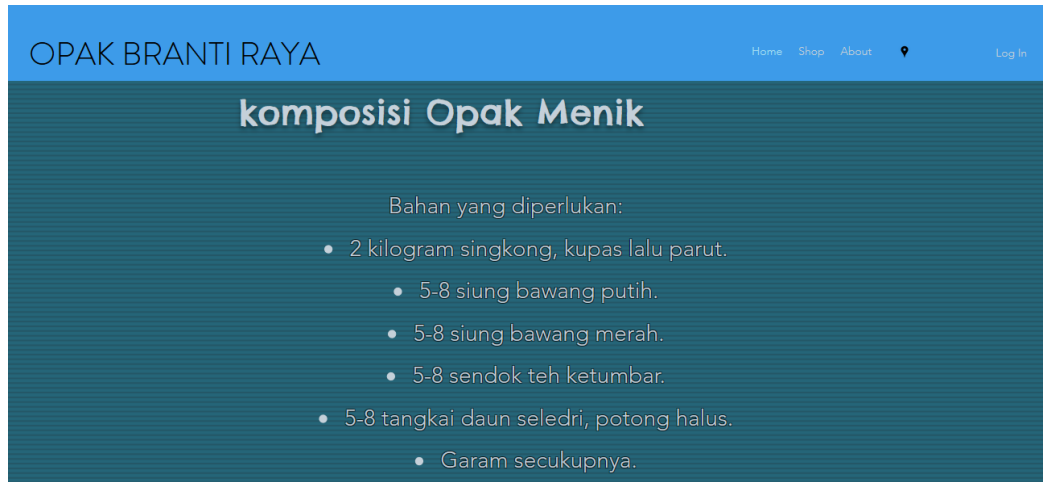
Gambar 16 Tampilan Mobile Web UMKM Opak Menik



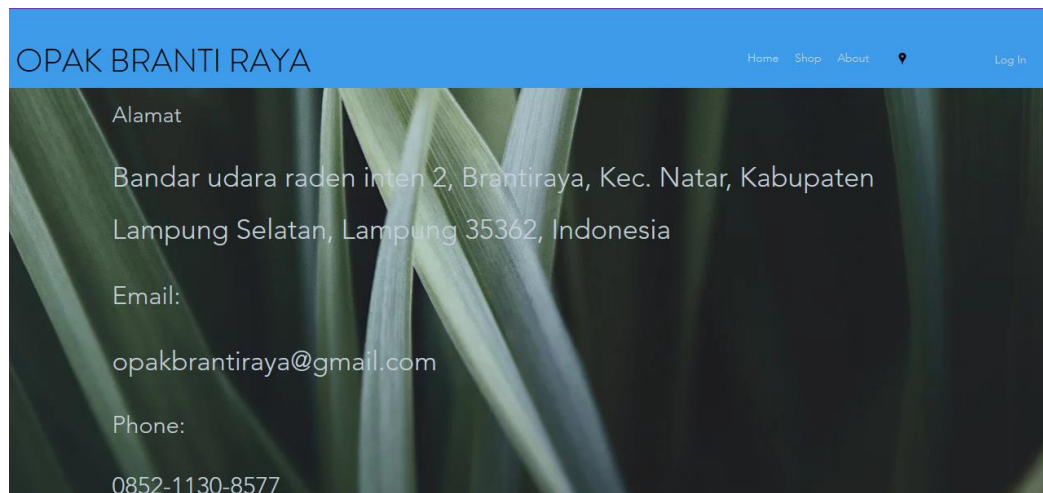
Gambar 17 Tampilan Web Penjualan Opak



Gambar 18 Tampilan Web Tentang UMKM Opak



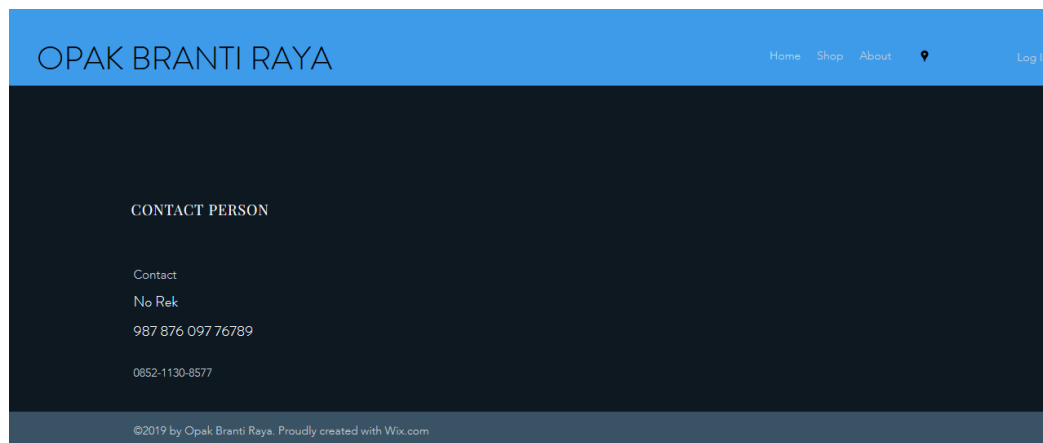
Gambar 19 Tampilan Web Komposisi Opak



Gambar 20 Tampilan Web Alamat UMKM Opak



Gambar 21 Tampilan Web Masukan UMKM Opak



Gambar 22 Tampilan Web Contact Person UMKM Opak

3.1.4 Program Pengenalan Website

Merupakan program utama dan pokok yang wajib dikerjakan dan dilakukan oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer IIB Darmajaya yang sedang melaksanakan tugas pengabdian masyarakat. Tujuan dan maksud dari pembuatan web ini adalah untuk mengenalkan Desa dan UKM Opak baik mengenai sistem pemerintahan, potensi-potensi maupun berita-berita kegiatan Desa Branti Raya dan penjualan opak kepada masyarakat luas secara elektronik. Hasilnya berupa membantu pemerintahan Desa dan pengusaha opak dalam memberikan pelayanan administrasi kepada masyarakat dan pelanggan.

Website resmi Desa Branti Raya bisa diakses dengan alamat <https://brantiraya3.wixsite.com/branti>. Fitur-fitur yang terdapat didalam website tersebut adalah berupa: Fitur Beranda/Home, Profil Desa (meliputi Visi&Misi, Lembaga, Sejarah, dan Perangkat Desa), Fitur Pelayanan (meliputi Surat Menyurat, Perizinan, dan Kartu Keluarga), Fitur Produk Desa, Fitur Data/Peta Desa, Fitur Berita, Fitur Galeri, dan lain-lain. Dengan adanya fitur-fitur tersebut secara keseluruhan semua pelaksanaan kegiatan Desa Branti Raya dapat diupdate dan diketahui melalui website desa.

Website resmi UKM Opak bisa diakses dengan alamat <https://opakbrantiraya.wixsite.com/dashboard>. Fitur-fitur yang terdapat didalam

website tersebut adalah halaman depan website, produk yang dijual, harga produk, diskon, dan proses pembayaran.



Gambar 23 Pengenalan Web Desa Branti Raya

3.2 PENERAPAN PEMASARAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL PADA UMKM OPAK MENIK

3.2.1 Pengertian Media Sosial

Media sosial saat ini masih merupakan istilah yang mengandung banyak makna yang dimanfaatkan sebagai situs jaringan sosial misalnya layanan berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat dan menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu system (, Muhammad Yusup, dan Yuliana Isma Graba (2007:3).

Menurut Michael Cross media sosial adalah sebuah isitilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web. Disebabkan internet selalu mengalami perkembangan, maka berbagai macam teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna pun selalu mengalami perubahan. Hal ini menjadikan media sosial lebih hypernyrum dibandingkan sebuah referensi khusus terhadap berbagai penggunaan atau rancangan. (Michael cross 2013).

3.2.2 Metode Pelaksanaan

Tak dapat dipungkiri bahwa media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, Twitter dan aplikasi messenger seperti line, BBM, whatsapp dan sebagainya bukanlah hal yang tabu 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 stik tempe ke media sosial seperti website, Instagram, membuat pemasaran

produk opak ini semakin luas bukan hanya tingkat kecamatan namun dapat meluas ke tingkat daerah. Tahap yang telah dilakukan pada pengembangan bisnis ini adalah:

Dalam hal ini media sosial yang kami gunakan yaitu Instagram. Karena Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat.

Ada beberapa fitur yang hanya ada pada akun bisnis pada Instagram yaitu

1. Profil bisnis

Fitur ini dibuat untuk pelaku bisnis yang ingin dikenali sebagai perusahaan di Instagram. Para pemilik profil bisnis juga bisa memilih metode yang mereka gunakan untuk berhubungan dengan konsumen atau calon pelanggan, baik melalui telepon, SMS atau email.

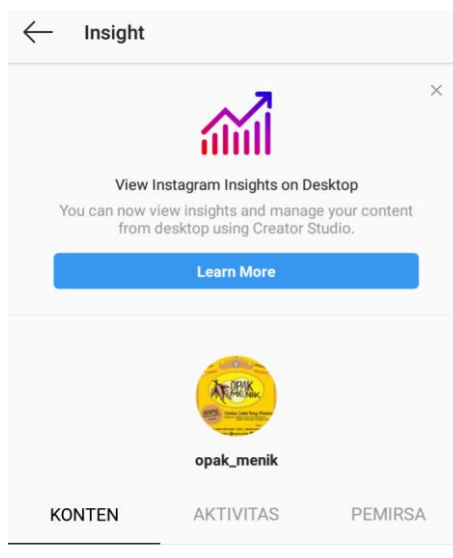


Gambar 24 Profil Bisnis Opak Menik

Inilah profil dari produk opak menik yang ada di Instagram disana tertera alamat penjual, nomor telepon dan email yang dapat memudahkan konsumen dalam membeli produk tersebut.

2. Insight/wawasan

Fungsi insight untuk pelaku bisnis adalah untuk mengetahui informasi tentang pengikut mereka. Misalnya demografi dan perilaku dari pengikut serta informasi seperti kiriman yang paling disukai. Dengan begitu, para pelaku bisnis bisa membuat konten yang sesuai dan mengunggahnya di waktu yang sesuai.



Gambar 25 Insight dari Opak Menik

Dengan melakukan insight/ wawasan yang ada di Instagram opak_menik dapat membuat konsumen mengetahui lebih lengkap lokasi/daerah produk tersebut secara detail.

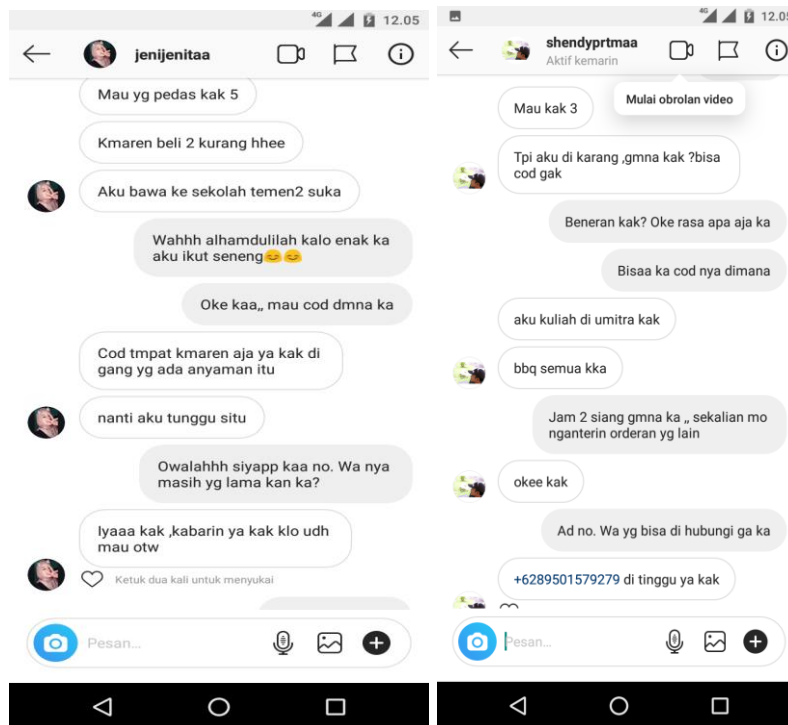
3. Promosikan/promote

Melalui insight, Anda bisa langsung mengetahui konten yang disukai oleh pengikut Anda. Konten tersebut bisa langsung Anda jadikan iklan di Instagram. Di sini, Anda juga bisa memilih audiens dari iklan Anda atau membiarkan Instagram yang memilihnya.



Gambar 26 Proses Upload Produk dalam Instagram

Dengan melakukan promosi di instagram calon konsumen dapat mengetahui produk opak secara lebih jelas dan lengkap yang secara otomatis akan muncul di beranda akun milik orang lain yang disebut sebagai promosi



Gambar 27 Proses Pemesanan Produk Opak melalui Instagram opak_menik



Gambar 28 Proses Penyuluhan Media Sosial

Penyuluhan tentang sosial media kepada masyarakat branti raya untuk mengenalkan sosial media kepada masyarakat yang dapat dijadikan bisnis

3.3 PENGENALAN DAN PEMBUATAN MODEL BISNIS KANVAS UMKM OPAK MENIK

3.3.1 Pengertian Model Bisnis Kanvas

Bisnis Model Canvas (BMC) adalah sebuah rancangan konsep abstrak sebuah model bisnis yang merepresentasikan strategi dan proses bisnis dalam organisasi strategi dalam manajemen yang berupa *visual chart* yang terdiri dari 9 elemen. (Alex Osterwalder,2009).

BMC selain digunakan oleh para pengusaha juga banyak digunakan dalam akademik, seperti beberapa universitas peringkat atas di seluruh dunia di antaranya Stanford dan Harvard yang mengadopsi BMC di ruang kelas mereka.

BMC mendeskripsikan 9 komponen dalam model bisnis yaitu :

1. **Customer Segments**
Elemen pertama yang harus dimiliki dalam memulai bisnis model kanvas ini adalah menentukan segmen pelanggan mana yang akan menjadi target bisnis.
2. **Value Proposition**
Ini adalah sekat yang merupakan keunggulan produk, apa saja sesungguhnya poin-poin yang dapat mendatangkan manfaat yang ditawarkan perusahaan bagi *customer segment*-nya. Hal ini menjadi kesempatan untuk menjabarkan kekuatan dan keunggulan yang membedakan bisnis Anda dengan bisnis yang lain.
2. **Channels**
Melalui penggunaan *channels* yang tepat, bisa menyampaikan *value propositions* kepada *customer segments*. Jadi, cobalah pikirkan *channels* yang ingin digunakan dengan baik, karena penentuan *channels* adalah salah satu elemen penting bagi keberhasilan sebuah bisnis.

3. **Revenue Streams**

Revenue stream merupakan bagian yang paling vital, di mana organisasi memperoleh pendapatan dari pelanggan. Elemen ini harus dikelola semaksimal mungkin untuk meningkatkan pendapatan bisnis. Jangan sampai ada bahan baku, produk, atau kinerja yang tidak dimanfaatkan secara maksimal.

4. **Key Resource**

Key resource adalah sekat dalam bisnis model kanvas yang berisikan daftar sumber daya yang sebaiknya direncanakan dan dimiliki perusahaan untuk mewujudkan *value proposition* mereka. Semua jenis sumber daya, mulai dari pengelolaan bahan baku, penataan sumber daya manusia, dan penataan proses operasional menjadi perhatian dalam membuat model bisnis.

5. **Customer Relationship**

Ini merupakan elemen di mana perusahaan menjalin ikatan dengan pelanggannya. Perlu pengawasan yang ketat dan intensif agar pelanggan tidak mudah berpaling ke bisnis yang lain hanya karena jalinan hubungan yang kurang baik.

6. **Key Activities**

Key activities adalah semua aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas bisnis yang berkaitan dengan sebuah produk, di mana kegiatan utamanya adalah menghasilkan proposisi nilai.

7. **Key Partnership**

Elemen ini berfungsi untuk pengorganisasian aliran suatu barang atau layanan lainnya. Posisi-posisi *partner* kunci tersebut bermanfaat untuk efisiensi dan efektivitas dari *key activities* yang telah dibuat. Tak ada salahnya menjalin hubungan baik untuk menciptakan siklus bisnis sesuai dengan ekspektasi.

8. **Cost Structure**

Elemen terakhir yang tak kalah pentingnya dengan kedelapan elemen lainnya adalah struktur pembiayaan bisnis. Mengelola biaya secara efisien akan membuat bisnis yang dijalani menjadi lebih hemat dan bisa

meminimalkan risiko kerugian. Hal ini juga dapat menentukan proposisi nilai yang tepat untuk pelanggan.

3.3.2 Model Bisnis Kanvas UMKM Opak Menik

Tabel 16 Model Bisnis Kanvas UMKM Opak Menik

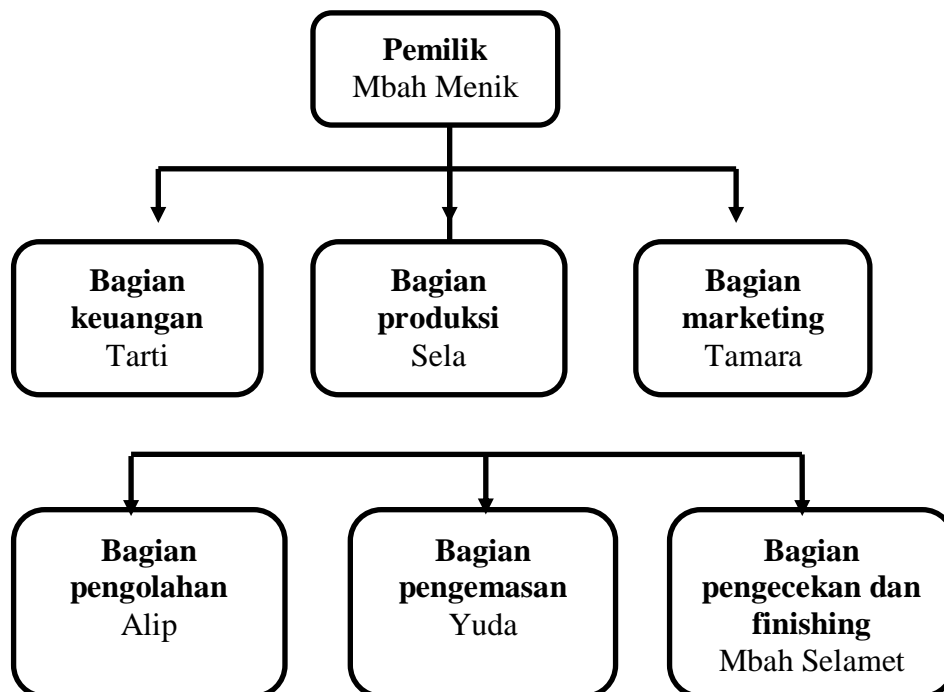
Key partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationship	Customer Segments
a. Penjual singkong. b. Penjual minyak, garam, ketumbar, cabai dll. c. penjual bubuk rasa d. penjual <i>standing pouch</i> e. pemilik toko oleh oleh di Bandar Lampung	a. Mengelolah singkong menjadi opak Key Resources a. Produsen singkong. b. Bahan baku penunjang.	a. Opak sebagai cemilan ringan berbahan dasar singkong. b. Meningkatkan daya saing oleh-oleh di Bandar Lampung	a. Diskon dan promo toko oleh – oleh b. program giveaway Channels a. Media social (instagram,facebook website) b. Toko oleh-oleh	a. Anak – anak b. Remaja sampai orang tua c. Wisatawan
Cost Structure a. Bahan baku dan singkong. b. Proses pengolahan produk c. Biaya marketing d. Biaya kemasan dan packaging		Revenue Streams a. Penjualan produk opak yang diinovasikan dengan tambahan berbagai bubuk perasa. b. Distribusikan ke toko oleh-oleh di Bandar Lampung		

3.3.3 Metode Pelaksanaan

1. Mengenalkan struktur yang baik dalam mengelola bisnis agar dapat berkembang sesuai dengan tujuan.

2. Membuatkan struktur dan arahan kedepan bagaimana cara mengembangkan bisnis melalui Model Bisnis Kanvas pada UMKM Opak Menik.

Gambar Struktur organisasi



Fungsi :

Pemilik : Penyedia bahan baku dan dan mengawasi jalannya proses produksi Opak menik

Bagian Keuangan : Mengatur dana produksi agar secara efektif digunakan untuk memaksimalkan keuntungan usaha sekaligus menjaga penggunaan dana tersebut secara efisien.

Bagian Produksi : Mengatur langkah-langkah yang dilakukan selama proses produksi

Bagian Marketing : Pihak-pihak yang melakukan pemasaran serta penjualan yang dilakukan oleh Tamara.

Bagian Pengolahan : Pihak yang menyusun tugas pokok dan melaksanakan rencana pengolahan serta evaluasi dan pemantauan.

Bagian Pengemasan : Pihak yang bertugas untuk melindungi produk dari kerusakan atau kekurangan sehingga lebih mudah di simpan, diangkut dan dipasarkan.

Bagian Pengecekan dan Finishing : Pihak yang melakukan pemantauan pada produk yang akan didistribusikan kepada masyarakat.

3. Mengenalkan pengembangan opak yang semula original dapat diinovasikan dengan bentuk yang lebih kecil lagi serta di tambahkan bubuk perasa.



Gambar 29 Proses Penyuluhan Model Bisnis Kanvas

4. Menentukan target pemasaran Inovasi produk yaitu anak-anak, remaja sampai dewasa serta wisatawan karena Branti Raya merupakan salah satu pintu gerbang keluar masuknya wisatawan domestic ataupun non-domestik melalui Bandara Raden Inten 2.

3.4 PENGENALAN DAN PEMBUATAN LAPORAN LABA/RUGI UMKM OPAK MENIK

3.4.1 Pengertian Laporan Laba/Rugi

Menurut *Najmudin (2011:71)*, arti laporan laba rugi adalah membandingkan pendapatan terhadap beban pengeluarannya untuk menentukan laba atau rugi bersih. Laporan laba rugi ini dapat membarikan informasi tentang akhir perusahaan dalam periode tertentu.

Menurut *Kasmir (2010:67)*, laporan laba rugi dapat memberikan informasi situasi usaha dalam perusahaan dalam satu periode tertentu. Laporan laba rugi harus di buat dalam siklus operasi atau periode tertentu untuk mengetahui jumlah pendapatan (penjualan) dan biaya yang dikeluarkan sehingga dapat di ketahui perusahaan mengalami keuntungan atau kerugian.

3.4.2 Fungsi Laporan Laba Rugi

Berikut adalah fungsi dari laporan laba rugi perusahaan :

Menyajikan informasi kepada pengguna informasi keuangan perusahaan mengenai keuntungan atau kerugian yang dihasilkan perusahaan saat beroperasi dalam periode waktu tertentu (periode sesuai dengan pelaporan).

1. Memperlihatkan tren perusahaan selama kelompok waktu tertentu dengan membandingkan *income statement* perusahaan dari tahun ke tahun dapat terlihat apakah perusahaan memiliki tren positif (perusahaan memperoleh keuntungan) atau tren negative (perusahaan mengalami kerugian) selama menjalankan usahanya.
2. Menjadi alat bantu untuk mengukur dan menganalisa perkembangan perusahaan.
3. Menjadi alat bantu untuk evaluasi kinerja perusahaan.

3.4.3 Metode Pelaksanaan

Tabel 17 Perhitungan Besaran Biaya Bahan Baku

Bahan Opak	Unit	Satuan	Harga per-unit	Total Harga
Singkong	20	Kg	Rp. 2.000	Rp. 40.000
Garam	10	Bungkus	Rp. 2.000	Rp. 20.000
Daun jeruk	1/2	Kg	Rp. 12.000	Rp. 12.000
Ketumbar	1	Kg	Rp. 15.000	Rp. 15.000
Penyedap Rasa	30	Bungkus	Rp. 500	Rp. 15.000
Bawang Putih	3	Kg	Rp. 15.000	Rp. 45.000
Cabe merah	2	Kg	Rp. 90.000	Rp. 180.000
Total Biaya Bahan Baku				Rp. 327.000

Tabel 18 Perhitungan Biaya Penolong

Nama Peralatan	Jumlah	Satuan	Harga per-alat	Total Harga
Gas	1	Buah	Rp. 23.000	Rp. 23.000
Plastik	1	Pack	Rp. 23.000	Rp. 23.000
Total Biaya Penolong				Rp. 46.000

Tabel 19 Biaya Overhead Pabrik

Material	Unit	Satuan	Harga per-unit	Total Harga
Ongkos Bensin	5	Liter	Rp. 10.000	Rp. 50.000
Total BOP				Rp. 50.000

Tabel 20 Biaya Operasional

NO	Jenis Biaya Operasional	Biaya (Rp)
1.	Biaya Bahan Baku	Rp. 327.000
2.	Biaya Penolong	Rp. 46.000
3.	Biaya Overhead Pabrik	Rp. 50.000
Jumlah		Rp. 423.000

Jadi untuk setiap 1 kg singkong yang telah dikelola menghasilkan 2 Kg opak ,maka 20 Kg singkong dapat menghasilkan 40 Kg opak . Dijual dengan 1 kantong plastik yang berisi 1 Kg opak . Harga pokok produksi yang dibutuhkan adalah sebesar Rp. 423.000

- a) **Harga pokok produksi:**
 $\text{Rp. } 423.000 : 40 \text{ Kg} = \text{Rp. } 10.575$
- b) **Laba (40% Dari Hpp)**
 $\text{Rp. } 10.575 \times 40\% = \text{Rp. } 4.230$
- c) **Harga Jual**
 $\text{Rp. } 10.575 + \text{Rp. } 4.230 = \text{Rp. } 14.805 = \text{Rp. } 15.000$

Tabel 21 Harga Jual Setiap Kemasan

HPP	Laba	Harga Jual
Rp. 10.575	Rp. 4.230	Rp. 14.805 = Rp 15.000

Berdasarkan Kegiatan UKM Opak, dalam sekali produksi Opak dapat mencapai 40 bungkus. Berdasarkan penjualan setiap kali produksi pendapatan diperoleh sebesar:

$$40 * \text{Rp. } 15.000 = \text{Rp. } 600.000$$

Jadi total laba yang diperoleh Rp. 600.000

Tabel 22 Perhitungan Laporan Laba Rugi Opak

Penjualan		Rp. 600.000
Biaya-Biaya		
Singkong	Rp. 40.000	
Garam	Rp. 20.000	
Ketumbar	Rp. 15.000	
Daun jeruk	Rp. 12.000	
Cabe merah	Rp. 180.000	
Bawang putih	Rp. 45.000	
Penyedap rasa	Rp. 15.000	
Gas	Rp. 23.000	
Plastik	Rp. 23.000	
Ongkos Bensin	Rp. 50.000	

Total Biaya-Biaya	Rp. 423.000
Laba Bersih	Rp. 177.000

Pembukuan sederhana diatas diharapkan mampu menjadi dasar untuk mengetahui besaran pengeluaran dana dalam sekali produksi dan besaran laba yang dapat diterima dalam sekali produksi tersebut menjadi tolak ukur pengembangan UKM Opak.

3.5 MEMBUAT DESAIN *MERK* DAN INOVASI KEMASAN PADA PRODUK OPAK MENIK GUNA PENGEMBANGAN PRODUKSI UMKM OPAK MENIK

3.5.1 Pengertian Desain *Merk*

Brand atau *merk* memiliki pengertian sebagai sebuah nama, istilah, tanda, simbol, desain atau sebuah kombinasi di antaranya, yang bertujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen. Menurutnya merk 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)

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

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

3.5.2 Fungsi Desain *Merk* dan Inovasi Kemasan

Fungsi desain *merk* dan inovasi kemasan perlu dilakukan dalam sebuah bisnis yaitu :

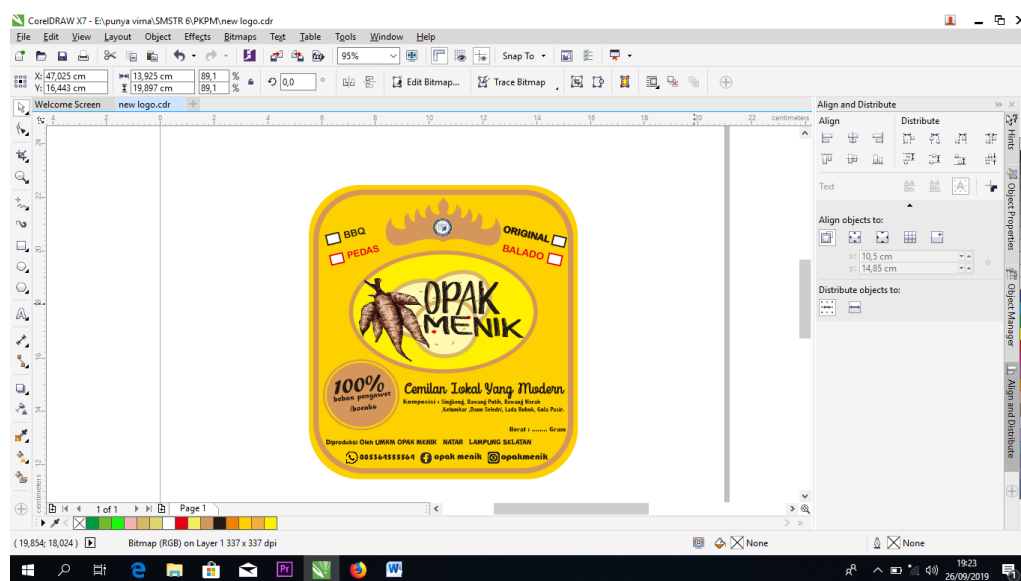
1. Sebagai identitas dari sebuah produk
2. Sebagai media promosi yang dapat menarik minat masyarakat.
3. Meningkatkan harga penjualan opak dengan kemasan yang premium.

3.5.3 Metode Pelaksanaan

Dalam memecahkan masalah dan merealisasikan ide-ide yang telah direncanakan di Desa Branti Raya khususnya pada UMKM opak milik ibu menik. Kami berusaha mendesain sebuah *merk* dagang dan inovasi kemasan yang nantinya dapat digunakan pada produksi Opak Menik.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk merealisasikan ide-ide tersebut yaitu :

A. Pembuatan Desain Merk Pada Produk Opak Menik



Gambar 30 Proses Pembuatan Desain *Merk* Untuk UMKM Opak Menik

Dengan pembuatan desain *Merk* membuat masyarakat dapat lebih mengetahui produk tersebut dan membantu dalam proses pemasarannya karena dengan adanya sebuah *Merk* dapat menunjukan asal produk tersebut. Desain *Merk* yang baik dapat mensinergikan dan mengintegrasikan dari beberapa elemen desain dan fungsi kemasan, sehingga dihasilkan kemasan yang memiliki tingkat efektifitas, efisiensi dan fungsi yang sesuai baik dalam produksi kemasan sampai kegunaan kemasan. Di dalam *merk* tersebut tercantum jelas apa saja yang memuat informasi tentang produk diantara lain :

1. Logo dari UMKM Opak Menik.
2. Varian Rasa yang tersedia yang meliputi rasa Pedas, Barbeque, Balado, dan Original.
2. Komposisi dari produk UMKM Opak Menik.

3. Tag line yang membuat menarik minat masyarakat.
4. Alamat produksi UMKM Opak Menik.
5. Serta informasi untuk pemesanan melalui Whatsapp, Instagram dan Facebook.

Dengan itu UMKM Opak Menik lebih mudah di ingat dan mudah untuk dihubungi apabila ingin memesan Opak Menik baik dalam jumlah sedikit ataupun dalam jumlah banyak.



Gambar 31 Desain *Merk* Untuk UMKM Opak Menik

B. Inovasi Kemasan Produk

Salah satu daya tarik dari suatu produk adalah dilihat dari segi cara pengemasan (packing). Pengemasan merupakan suatu cara atau perlakuan pengamanan terhadap makanan atau bahan pangan, agar makanan atau bahan pangan baik yang belum diolah maupun yang telah mengalami pengolahan, dapat sampai ke tangan konsumen dengan selamat, secara kuantitas maupun kualitas untuk melindungi produk dari udara yang dapat membuat produk kurang renyah yang membuat produk menjadi rusak. Selain itu juga kemasan produk tidak hanya difungsikan

pada suatu proses pendistribusian barang ke beberapa distributor, tetapi kemasan produk juga bias melindungi produk ketika sedang dijual.

Dengan adanya kemasan pada produk dapat mencirikan produk tersebut dan berusaha menawarkan dirinya di tengah-tengah banyaknya pesaing tak hanya itu kemasan pun dapat dijadikan sebagai alat promosi untuk daya tarik pembeli sehingga bentuk, warna, dan dekorasi dari kemasan perlu diperhatikan dalam proses perancangannya.

Plastik makanan yang dapat diletakkan berdiri atau yang umumnya disebut dengan Plastik *Standing Pouch*. Kemasan ini yang sedang populer dan banyak digunakan oleh para pelaku usaha, baik level UMKM maupun perusahaan menengah atas. Dan pada kesempatan kali ini kami ingin mengaplikasikan plastic jenis ini untuk digunakan sebagai kemasan Opak Menik sehingga terlihat lebih menarik.

Langkah-langkah yang dilakukan :

1. Mengemas produk Opak Menik kedalam *Standing pouch* dengan berat produk 250 gram.
2. Serta diberi *Merk* yang sudah di buat pada kemasan depan Produk.



Gambar 32 Inovasi Kemasan UMKM Opak Menik

C. Program Pengenalan Desain Dan Editing Video

Disini mahasiswa PKPM IBI Darmajaya melakukan sharing ilmu dan pengetahuan yang sudah di dapat selama menempuh pendidikan salah satunya yaitu tentang bagaimana cara membuat desain merk dan editing video yang berguna sebagai media Promosi dan Pemasaran. Menginformasikan apa saja alat yang dibutuhkan untuk melakukan mendesain dan editing video. Serta *Software* apa saja yang dapat digunakan untuk melakukan proses desain dan editing video tersebut.



Gambar 33 Pengenalan Desain dan Editing Video

3.6 PROSES PENGENALAN DAN PEMASARAN INOVASI PRODUK OPAK MENIK KEPADA SUPPLIER DAN MASYARAKAT DI DESA BRANTI RAYA

3.6.1 Pengertian Supplier

Supplier adalah pihak (perorangan/ perusahaan) yang menjual atau memasok sumber daya dalam bentuk jadi kepada pihak lain (perorangan/ perusahaan) untuk diolah menjadi barang atau diperjualkan kembali. (Alex Osterwalder,2011).

Pendapat lain mengatakan pengertian supplier adalah individu atau perusahaan yang menjual bahan baku yang dibutuhkan perusahaan lain untuk diolah menjadi produk siap jual. Misalnya supplier kelapa sawit yang memasok sawit dalam jumlah besar kepada perusahaan tertentu untuk diolah menjadi minyak goreng.

Banyak orang yang keliru menyamakan supplier dengan distributor, padahal keduanya berbeda. Distributor hanya menjual atau menyalurkan produk jadi kepada pengecer untuk dijual kembali ke konsumen akhir, sedangkan supplier menjual bahan mentah kepada perusahaan lain atau pabrik yang membutuhkan bahan baku untuk memproduksi barang jadi.

Adapun ciri-ciri supplier adalah sebagai berikut:

9. Berfungsi sebagai pemasok bahan baku atau barang mentah kepada perusahaan lain.
10. Produk yang dijual masih berbentuk mentah (sayur, buah, tanah, emas, logam, dan lain-lain) maupun barang setengah jadi (kertas, plastik, dan lain-lain).

3.6.2 Fungsi dan Tugas Supplier

Supplier memiliki fungsi dan tugas yang sangat penting di dalam rantai suplai produk kepada konsumen, baik itu barang maupun jasa. Adapun beberapa fungsi dan tugas supplier adalah sebagai berikut :

1. Sebagai pihak yang memastikan tersedianya bahan baku atau bahan mentah bagi pihak (individu atau perusahaan) yang membutuhkannya.
2. Memastikan bahan baku yang dipasok masih dalam keadaan baik saat diterima oleh pihak pembeli.
3. Mengatur proses penyimpanan bahan baku sebelum dikirim ke perusahaan yang membutuhkannya.
4. Mengatur pengiriman bahan baku dengan tepat waktu kepada pihak yang membutuhkannya.

3.6.3 Metode Pelaksanaan

Supplier didefinisikan sebagai suatu organisasi penyedia sumber daya yang dibutuhkan oleh pelanggan (customer) baik dalam bentuk material atau non material (layanan). Dalam sebuah perusahaan, kebutuhan bahan baku ataupun komponen yang dipasok oleh supplier merupakan salah satu faktor penting dalam suatu ini produksi. Memilih supplier bisnis memang tidak mudah, terlebih bagi pemula yang memilih menjalankan bisnis sebagai reseller yang menjual kembali barang dari para supplier oleh karena itu sebelum memutuskan menjalin kerja sama, sebaiknya memperhatikan beberapa factor sebagai berikut

Langkah-langkah dalam Memilih Supplier Terbaik :

1. Memperhatikan Kualitas

Dalam hal memilih supplier bahan baku ataupun barang jadi yang akan anda jual kembali untuk memenuhi order dari pada pelanggan , kualitas harus dijadikan dasar pengukuran dalam memilih supplier bisnis.

2. Memperhatikan Track Record Supplier

Jangan tergesa-gesa dalam memilih supplier yang terbaik untuk bisnis anda cobalah lebih cermat dalam mencari sumber-sumber informasi terkait supplier bisnis dari forum jual beli, komunitas, marketplace,dan sebagainya.

3. Perhitungkan Kemampuan Supplier

Sangat penting untuk anda memperhitungkan kembali kemampuan supplier dalam memenuhi pesanan pasalnya beberapa supplier mengaku sanggup menyelesaikan orderan pesan, namun pada akhirnya mereka tidak sanggup menyelesaikannya dengan tuntas.

4. Mempertimbangkan Konsistensi Supplier

Konsistensi supplier dalam memenuhi order sangat berpengaruh terhadap ketersediaan stok barang didalam bisnis yang anda gelut pastikan anda memilih supplier yang memiliki konsistensi kemampuan dalam memberikan supply pada bisnis anda.

5. Mintalah Produk Sampel

Jika anda masih ragu atas kualitas serta kuantitas yang dapat dipenuhi oleh supplier tujuan, alangkah baiknya meminta produk sampel untuk masing-masing kategori bahan baku ataupun barang jadi.

Berdasarkan uraian di atas maka kami berusaha untuk mencari supplier dengan menerapkan metode dibawah ini :

1. Melakukan survei ke tempat lokasi-lokasi yang memiliki potensi untuk menjual produk inovasi opak menik ke berbagai toko yang ada di sekitaran pinggir jalan Desa Branti Raya.
2. Mencari penyuplai singkong dengan kondisi yang baik agar produk yang akan diproduksi akan berkualitas baik pula.



Gambar 34 Proses Pemasaran Produk di Desa Branti Raya