

DAFTAR ISI

Halaman Depan.....	
Halaman Pengesahan	i
Tim Pelaksana	iii
Riwayat Hidup	iv
Ringkasan.....	xi
Prakata.....	xii
Daftar Isi.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Pelaksanaan Pkpm	1
1.2 Manfaat Pkpm	3
1.2.1 Manfaat Untuk Desa	3
1.2.2 Manfaat Untuk Umkm Gula Aren.....	4
1.2.3 Manfaat Untuk Institusi	4
1.2.4 Manfaat Untuk Mahasiswa	5
BAB II SURVEI DAN RENCANA KEGIATAN.....	6
2.1 Hasil Survei Lokasi	6
2.1.1 Kondisi Ekonomi	6
2.1.2 Letak Geografis	6
2.1.3 Kondisi Demografi.....	7
2.1.4 Kondisi Sarana Dan Prasarana	7
2.1.5 Kondisi Umkm.....	8
2.1.6 Letak Wilayah Desa Talang Mulya.....	8
2.2 Rencana Pembangunan Desa	9
2.3 Temuan Masalah Di Lokasi Dan Rencana Kegiatan	9
2.3.1 Temuan Masalah	9
2.3.2 Perumusan Masalah	10
2.3.3 Kerangka Pemecahan Masalah	11
2.3.4 Tujuan Program.....	12
2.3.5 Manfaat Program.....	13
2.3.6 Sasaran Objek.....	14

2.4 Rencana Kegiatan Kelompok Utama	14
2.4.1 Rencana Kegiatan Individu Pembuatan Strategi Pemasaran Untuk Produk Gula Aren. (Andhika Pradana Harahap).....	14
2.4.2 Rencana Kegiatan Individu Membuat Model Bisnis Pada Umkm Gula Aren. (Zendha Swaya Devandry)	14
2.4.3 Rencana Kegiatan Individu Pembuatan Media Marketing Untuk Produk Gula Aren. (Aridiansyah Tri Putra)	15
2.4.4 Rencana Kegiatan Individu Pelatihan Sederhana Perhitungan Harga Pokok Penjualan (Hpp) Untuk Umkm Gula Aren. (Olan Elyanda Saputra)	15
2.4.5 Rencana Kegiatan Individu Video Editing. (Jon Heri)	15
2.4.6 Rencana Kegiatan Individu Pembuatan Website Umkm Gula Aren. (Ahmad Riko Saputra)	15
2.4.7 Rencana Kegiatan Individu Pelatihan Penggenalan Sosial Media Dan Website Kelompok Usaha Umkm Gula Aren. (Beni Oktanza)	16
BAB III PELAKSANAAN KEGIATAN.....	17
3.1 Pembuatan Strategi Pemasaran Untuk Produk Gula Aren	17
3.1.1 Strategi Differensiasi Produk	20
3.1.2 Differensiasi Yang Melekat Pada Produk	21
3.2 Metode Model Bisnis (Aren Kita) Dalam Umkm Gula Aren	22
3.2.1 Model Bisnis Aren Kita Pada Umkm Gula Aren.....	23
3.2.2 Masalah Dan Solusi Pada Model Bisnis Gula Aren.....	27
3.3 Membuat Inovasi Desain Logo Pada Umkm Gula Aren	29
3.3.1 Metode Pelaksanaan.....	30
3.3.2 Hal Yang Harus Diperhatikan Dalam Membuat Logo	31
3.4 Perhitungan Harga Pokok Penjualan (Hpp) Untuk Umkm	33
3.4.1 Harga Pokok Produksi	34
3.4.2 Komponen Biaya Harga Pokok Produksi	34
3.5 Pembuatan Editing Video Untuk Produk Umkm Gula Aren.	39
3.5.1 Editing Video	40
3.5.2 Persiapan Membuat Editing Video	40

3.5.3 Tujuan Pembuatan Video.....	41
3.6 Pembuatan Website Umkm Gula Aren	41
3.6.1 Pengertian Website.....	42
3.6.2 Fungsi Website.....	43
3.6.3 Deskripsi Sistem	44
3.6.4 Cara Menjalankan Program.....	45
3.6.5 Implementasi Program	46
3.6.6 Menu Bar Website.....	47
3.7 Pengenalan Penggunaan Sosial Media Dan Website UMKM.....	47
3.7.1 Pengertian Media Sosial.....	47
3.7.2 Fungsi Media Sosial.....	47
3.7.3 Pengaruh Penggunaan Media Sosial Pada Umkm	49
3.7.4 Pengertian Website.....	50
3.7.5 Manfaat Website Untuk Umkm	50
3.7.6 Fungsi Website Umkm.....	51
BAB IV PEMBAHASAN	52
4.1 Pembahasan.....	52
4.2 Pembahasan Inovasi Dari Gula Aren	53
4.3 Pembahasan Pemasaran	54
4.4 Pembahasan Model Bisnis	54
4.5 Pembahasan Pembuatan Logo.....	54
4.6 Pembahasan Perhitungan Laba/Rugi	54
4.7 Pembahasan Video Editing	55
4.8 Pembahasan Pembuatan Website.....	55
4.9 Pembahasan Pengenalan Sosial Media Dan Website.....	55
BAB V PENUTUP.....	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran.....	58
Lampiran	59