

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Pembuatan Strategi Pemasaran untuk Produk Gula Aren

Nama : Andhika Pradana Harahap

NPM : 1412110177

Jurusan : Manajemen

No	Rencana Kegiatan	Tujuan Kegiatan	Penyelesaian	Keterangan
1.	Membuatkan strategi pemasaran yang sesuai untuk UMKM Desa terutama untuk Gula Aren.	Agar Meningkatkan nilai jual pada Produk serta mengembangkannya minat konsumen terhadap Produk Gula Aren Bubuk dan Cair.	7 (tujuh) Hari	Terlaksana

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 di kenal dengan istilah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*).

a. Product, Setiap UMKM harus bisa menentukan produk yang dapat menjadi andalan dan bagaimana cara bagaimana mengembangkan produk andalannya tersebut. Misalnya menambah disign produk, warna produk. Hal yang paling penting dan harus dijaga adalah kualitas dari produk andalan dan inovasi produk. Seperti produk Gula Aren yang berada di Desa Talang Mulya ini yang di buat oleh kelompok usaha dan Mahasiswa PKPM kelompok 10. UMKM Gula Aren merupakan UMKM yang cukup berhasil di Desa Talang Mulya, karena hasil produksinya banyak diminati banyak orang sehingga konsumennya mencapai keluar Kabupaten Pesawaran.

b. 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 di Gula Aren ini dijual dari harga Rp. 20.000. – 25.000 Per setiap 250 gram untuk Gula Aren Bubuk dan Rp. 15.000-20.000 Per setiap 250 ml untuk gula aren cair.

- c. 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. UMKM Gula Aren yang dikelola oleh Kelompok Usaha dan Mahasiswa PKPM kelompok 10 ini bertempat di Desa Talang Mulya Kec. Teluk Pandan Kab. Pesawaran.
- d. 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 Gula Aren semut ini kita memanfaatkan media sosial seperti, *WhatsApp*, *Instagram* yang saat ini masih ramai digunakan oleh masyarakat dan bisa untuk media promosi suatu produk atau jasa. Selain dari media sosial kami mempromosikan lewat Website UMKM, karena Website bertujuan ketika orang lain membuka Website UMKM ini bisa mengetahui apa saja hasil Produk dan Harga yang dibuat oleh Kelompok Usaha dan Mahasiswa PKPM Kelompok 10 dari Desa Talang Mulya.

Berikut Hasil Pemanfaat Media Sosial dalam mempromosikan Gula Aren semut di Desa Talang Mulya.



3.1 Gambar Strategi Pemasaran Gula Aren bubuk melalui media sosial

3.1.1 Strategi Differensiasi Produk

Differensiasi produk adalah cara perusahaan atau produsen memenangkan persaingan atas pemasaran produknya dengan cara membuatnya berbeda dengan produk sejenis dari pesaing dengan memberikan model dan design dari produknya.

Menurut Kotler, differensiasi produk dapat didefinisikan sebagai tindakan untuk menetapkan kumpulan perbedaan-perbedaan yang mempunyai nilai guna membedakan penawaran produsen dari pesaingnya. Dari pernyataan ini dapat diambil kesimpulan bahwa ada 3 hal yang harus menjadi fokus perhatian dalam differensiasi produk, yaitu :

- a. Model dari Gula Aren menjadi komponen penting dari pembuatan Gula Aren karena menjadi salah satu daya tarik konsumen.
- b. Nilai tambah yang ada di Gula Aren ini yaitu bentuknya yang unik misalnya : Gula Aren bubuk dan cair.

3.1.2 Differensiasi yang melekat pada produk

Dalam diferensiasi ini produsen menetapkan perbedaan produknya berdasarkan fisik, ada beberapa unsur dalam melakukan diferensiasi produk yaitu UMKM Gula Aren ini mempunyai harga yang terjangkau dan kualitas yang bagus,serta dapat membuat konsumen tertarik dengan hasil produk yang di produksi oleh UMKM Gula Aren ini.

3.2 Metode Model Bisnis (Aren Kita) dalam UMKM Gula Aren

Nama : Zendha Swaya Devandry

NPM : 1612110443

Jurusan : Manajemen

No.	Rencana Kegiatan	Tujuan Kegiatan	Penyelesaian	Keterangan
1.	Membuat model bisnis lebih modern, guna menarik konsumen untuk tertarik dengan hasil produk.	Agar lebih memperluas pemasaran dan menarik peminat Gula Aren Desa Talang Mulya	3 (tiga) hari	Terlaksana

Model bisnis gula aren 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 petani gula aren maupun pendapatan yang dihasilkan dari usaha atau bisnis yang dijalankan.

UMKM Gula Aren merupakan salah satu gula aren yang baru dikembangkan di Desa Talang Mulya, bahkan gula aren talang mulya kami jadikan sebuah peluang usaha oleh UMKM Gula Aren di Desa Talang Mulya. UMKM Gula Aren adalah salah satu UMKM yang baru dibentuk karena sebelumnya masih dikerjakan secara perorangan di karnakan bahan baku yang cukup sulit nira aren yang sudah tidak lagi keluar tetapi sebagian petani masih ada yang bisa produksi gula aren karena para petani ada beberapa saja yang sudah tidak aktif lagi oleh karna itu dibentuklah suatu organisasi di desa talang mulya khususnya untuk para penggiat Gula Aren agar dapat bekerja sama dengan semua penggiat Gula Aren di Desa Talang Mulya ini dengan inovasi yang telah di lakukan.

3.2.1 Model Bisnis Aren Kita Pada UMKM Gula Aren

<u>Key Partner</u>	<u>Key Activities</u>	<u>Value Proposition</u>	<u>Customer Relationship</u>	<u>Customer Segment</u>
- Caffe e - Toko	- produksi - packing dan penjualan - produksi berupa pesanan	- melayani produk melalui pesanan - memaksim alkan waktu produksi - menjaga kualitas produk hingga ditangan konsumen - pengemasan yang steril dan higienis	- melayani konsumen dengan cara yang baik dan sopan - dengan proses pelayanan yang cepat serta tidak mengecewaka n	- semua kalangan (remaja, orang dewasa, IRT/pekerj a)
	<u>Key Resources</u> - Produksi : Kompresor, - Air Nira Aren dan alat		<u>Channels</u> - dengan menggunakan media sosial : whatsapp, instagram serta contact person yang	

	Sederhana		dapat dihubungi	
<u>Cost Structures</u>		<u>Revenue Stream</u>		
<ul style="list-style-type: none"> - produksi bahan baku aren, pengelolaan, packing, serta penjualan - keuntungan 		<ul style="list-style-type: none"> - dengan penjualan Aren Kita baik secara langsung maupun ketika dititipkan pada Caffee/ Toko sekitar produksi 		

Tabel 3.2.1 Model Gula Aren

Model Bisnis Aren Kita yang digunakan pada UMKM Gula Aren di Desa Talang Mulya seperti yang telah dijabarkan pada bagan diatas, berikut uraian model bisnis Gula Aren yang digunakan :

1. **Customer Segment** : Segmen dari produk ini adalah semua kalangan baik untuk remaja, ibu rumah tangga dan pekerja. Hal ini menunjukkan bahwa produk UMKM Gula Aren dapat dikonsumsi untuk segala usia.
2. **Value Proposition** : UMKM Gula Aren lebih berfokus pada proses pelayanan serta memberikan produk yang berkualitas untuk konsumen dengan waktu yang tepat sehingga konsumen puas akan pelayanan yang diberikan oleh UMKM Gula Aren.
3. **Channels** : Dalam UMKM Gula Aren juga memanfaatkan teknologi yang mudah digunakan oleh para pengurus dari UMKM Gula Aren yaitu dengan menggunakan Media Sosial seperti, Instagram, WhatsApp dan

dengan menggunakan nomor telepon sebagai penghubungan antar konsumen dengan produsen UMKM Gula Aren.

4. **Customer Relationship** ; Customer Relationship yang dibangun dalam UMKM Gula Aren 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 maupun ketika ingin membeli Gula Aren.
5. **Revenue Streams** ; Pendapatan yang dihasilkan semata mata berdasarkan penjualan UMKM Gula Aren selama masa aktif produksi, hal ini dapat dipastikan karena pendapatan utama dari UMKM Gula Aren telah dipasarkan baik dalam lingkungan Desa maupun diluar Desa.
6. **Key Resource** : Kunci inti dalam proses produksi dari UMKM Gula Aren pada dasarnya memiliki kebutuhan seperti proses Pengelolaan gula pada umumnya.
7. **Key Partners** : Partner dalam proses produksi dari UMKM Gula Aren antara lain adalah para Penggiat Gula Aren, yang mana merupakan partner utama dalam pembuatan Produk Aren Kita.
8. **Key Activities** : Kegiatan Inti dari UMKM Gula Aren adalah melakukan penjualan Gula Aren Bubuk dan Cair kepada para konsumen yang telah mengetahui keberadaan dari UMKM Gula Aren, selain itu dengan pengembangan kemasan yang menambah minat konsumen dalam pembelian menjadi kegiatan untuk menginoivasikan kemasan serta merk

dari UMKM Gula Aren sendiri, UMKM Gula Aren juga melayani pemesanan dalam jumlah besar sesuai dengan keinginan konsumen.

9. **Cost Structure** ; Biaya yang dikeluarkan selama proses produksi Gula Aren selain nira aren yang digunakan adalah biaya untuk bahan baku kemasan.

3.2.2 Masalah Dan Solusi Pada Model Bisnis Gula Aren

a. Masalah

Seperti yang telah dijabarkan diatas, dapat disimpulkan bahwa masalah inti pada gula aren untuk UMKM Gula Aren adalah pada Channels atau media yang digunakan untuk mempermudah baik konsumen maupun pengurus dari UMKM Gula Aren dalam proses promosi dan penjualan secara luas dengan menggunakan media sosial, namun pada kenyataan dilapangan adalah banyak dari pengurus yang kurang mengerti dalam mengoperasikan media sosial dengan baik sehingga tidak banyak dari pengurus yang dapat mengelola akun media sosial walau pada sebenarnya hanya Admin yang merupakan perwakilan dari pengurus UMKM Gula Aren yang dapat mengelola akun media sosial guna mempermudah hubungan antar konsumen dengan produsen.

b. Solusi

Dikarenakan banyaknya dari para pengurus yang belum dapat mengoperasikan media sosial dengan baik, kami selaku mahasiswa membantu dengan membuatkan akun media sosial yang dapat digunakan dengan baik

oleh para pengurus baik admin yang dipercaya maupun beberapa pengurus lainnya, setelah dibuatkan akun media sosial kami memberikan Username serta password dari akun media sosial yang telah dibuatkan agar dapat digunakan sebagai sarana promosi produk UMKM Gula Aren secara luas sehingga dapat meningkatkan penjualan dari UMKM Gula Aren secara berkala, dan mendapatkan masukan serta kritik dari para konsumen sehingga UMKM Gula Aren dapat berkembang menjadi UMKM yang lebih baik lagi serta memiliki produk yang berkualitas dan terpercaya dimata konsumen.

Dalam model bisnis Gula Aren diatas dapat dilihat bahwa UMKM Gula Aren memiliki tujuan agar pengurus dari UMKM Gula Aren dapat mengetahui dengan jelas aktifitas serta biaya yang diperlukan dalam menjalankan usaha UMKM Gula Aren ini, selain itu agar dapat memperluas jangkauan produksi serta meningkatkan kualitas produk pada UMKM Gula Aren.

Diharapkan dengan adanya Model Bisnis Gula Aren ini UMKM Gula Aren dapat berjalan secara terstruktur serta sesuai dengan harapan dari pengurus UMKM Gula Aren.

Setelah dilakukan penerapan model bisnis Gula Aren untuk produk UMKM Gula Aren Talang Mulya hasil survei menunjukkan bahwa pengurus, sehingga mampu meningkatkan kualitas serta kuantitas para pengurus dalam menjalankan usaha UMKM Gula Aren di Desa Talang Mulya.

3.3 Membuat Inovasi Desain Logo pada UMKM Gula Aren

Nama : Aridiansyah Tri Putra

NPM : 1611050114

Jurusan : Sistem Informasi

No.	Rencana Kegiatan	Tujuan Kegiatan	Penyelesaian	Keterangan
1.	Membuat Logo untuk UMKM Gula Aren.	Agar masyarakat luas lebih mengenal Produk dan meningkatkan daya tarik konsumen dengan konsep Konten yang menarik untuk mengembangkan Produk Gula Aren.	3 (Tiga) Hari	Terlaksana

3.3.1 Metode Pelaksanaan

1. Desain Logo Produk

Logo merupakan suatu gambar atau sekedar seketsa yang memiliki arti tertentu yang mewakili arti sebuah produk. Logo harus memiliki filosofi dan kerangka dasar berupa konsep dengan tujuan melahirkan sifat yang berdiri sendiri atau mandiri logo lebih lazim dikenal oleh penglihatan atau visual. Seperti ciri khas berupa warna dan bentuk logo tersebut.

Pembuatan Desain Logo pada UMKM Gula Aren adalah faktor penting dalam kegiatan pemasaran, yang bertujuan untuk menawarkan dan memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh produsen dan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen dengan bertujuan untuk mengembangkan produk Gula Aren itu sendiri. *Desain Logo* juga dipandang dapat menaikkan gengsi atau status seorang pembeli. Dalam pembuatan *Desain Logo* 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 Logo Produk juga bisa dijadikan sebagai sarana untuk alat promosi dan dengan hanya melihat nama dari Logo Produk kita sudah bisa mengetahui asal dari produk tersebut. Desain Logo Produk yang baik juga dapat menarik konsumen untuk membeli sebuah produk dari UMKM Gula Aren itu sendiri.

Dengan diberikan Inovasi Desain Logo pada Produk Gula Aren harapannya agar hasil penjualan dapat lebih meningkat dari sebelumnya.

Aren Kita 



DESA TALANG MULYA KEC.TELUK
PANDAN KAB.PESAWARAN.

CONTACT PERSON :
085833224553

BERAT : 250 GRAM

Gambar 3.3.1 Desain Logo untuk UKM Gula Aren

3.3.2 Hal yang harus diperhatikan dalam membuat logo

a. Warna

Pemilihan warna yang tepat menjadi salah satu hal yang begitu krusial saat anda membuat logo. Sebab jika warna yang anda pilih adalah warna yang salah, maka bisa jadi pesan serta emosi yang ingin anda sampaikan kepada masyarakat menjadi rancu dan kacau. Warna yang dipilih untuk logo sebaiknya warna yang mudah diingat dan sederhana. Pemilihan warna yang sederhana juga bisa menghemat biaya produksi anda dalam pembuatan logo.

b. Bentuk

Yang harus perhatikan bentuk logo yang ingin didesain. Sebab setiap bentuk logo baik lurus, bundar, siku, dan lain sebagainya bisa mempunyai arti tersendiri

c. Selera

Saat anda menentukan pembuatan logo, anda juga harus mengingat selera setiap orang adalah berbeda dan sangat subjektif. Selain itu, anda juga harus memperhatikan keseimbangan dengan mencari tahu atau menemukan seberapa baik logo yang telah dibuat. Anda bisa mencoba dengan memutar atau membolak-balikkan logo tersebut untuk menemukan kemungkinan lain yang bisa menjadikan logo lebih berkembang.

d. Opini

Di dalam pembuatan sebuah logo, maka tidak ada yang salah untuk menanyakan kritik, pandangan, serta masukan dari orang lain. Karena dengan hal tersebut, kita bisa lebih mengembangkan kreativitas serta bisa memenuhi selera pemesan. Logo itu dapat diibaratkan sebagai wajah, Setiap orang dapat dengan mudah mengenali satu sama lain hanya dengan cara melihat wajah mereka. Begitu pula dengan logo. Logo menjadi visi penyampaian citra positif lewat tampilan sederhana yang hadir dalam bentuk simbol. Karena fungsi dasar logo adalah sebagai identitas, maka pembuatan logo harus unik dan mudah diingat.

3.4 Perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) untuk UMKM Gula Aren.

Nama : OlanElyanda Saputra

NPM : 1612120119

Jurusan : Akuntansi

No.	Rencana Kegiatan	Tujuan Kegiatan	Penyelesaian	Keterangan
1.	Membuat perhitungan harga pokok produksi Gula Aren bubuk	Agar pemilik mengetahui besaran dana yang dikeluarkan dalam memproduksi Gula Aren bubuk	7 (tujuh) hari	Terlaksana
2	Membuat perhitungan harga pokok produksi Gula Aren Cair	Agar pemilik mengetahui besaran dana yang dikeluarkan dalam memproduksi Gula Aren Cair	7 (tujuh) hari	Terlaksana

3.4.1 Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi adalah penjumlahan seluruh pengorbanan sumber ekonomi yang digunakan untuk mengubah bahan baku menjadi produk. Perhitungan Harga pokok Produk dapat digunakan untuk menentukan harga jual yang akan diberikan kepada pelanggan sesuai dengan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi.

3.4.2 Komponen Biaya Harga Pokok Produksi

Biaya produksi terdiri dari dua yakni biaya komersial dan biaya manufaktur, biaya manufaktur adalah biaya pabrik yakni jumlah dari elemen-elemen biaya diantaranya Biaya bahan baku.

Dari penjelasan disamping 'biaya bahan baku' disebut juga biaya utama. Sedangkan biaya komersial adalah biaya yang timbul atau yang terjadi dikarenakan kegiatan diluar dari proses produksi seperti biaya pemasaran dan biaya administrasi umum.

Penjelasan mengenai biaya bahan baku :

a. Biaya bahan baku

Terjadi karena adanya pemakain bahan baku. Biaya bahan baku merupakan harga pokok bahan baku yang dipakai dalam produksi untuk membuat barang atau produk, biasanya 100% bahan baku merupakan masuk dalam produk yang telah jadi.

1. Perhitungan Besaran Biaya Bahan Baku

No.	Bahan Baku	Harga Bahan Baku	Harga Bahan Baku perset
1.	Kayu	Rp. 15.000 x 1 Ikat	Rp. 15.000
2.	Gula Aren Toros	Rp. 2 Toros x 25.000	Rp. 50.000
3.	Gula Aren Cair	Rp. 1 Liter x 15.000	Rp. 15.000
TOTAL BIAYA BAHAN BAKU			Rp. 80.000

Tabel : Perhitungan Besaran Biaya Bahan Baku

b. Analisis Biaya Bahan Baku:

Dari tabel di atas terdapat perhitungan bahan baku pada UMKM Gula Aren yang menjadi bahan baku langsung dalam pembuatan Gula Aren bubuk dan cair, adalah kayu dan Gula Aren. Kayu tersebut digunakan untuk mengolah air nira menjadi Gula aren. Di beli dalam jumlah ikatan dan harga 1 ikat kayu Rp. 15.000/ikat, sedangkan Gula Aren dihitung per toros dengan harga kisaran Rp. 25.000-30.000 dan Gula Aren per liter dengan kisaran Rp. 15.000-30.000 sehingga bahan baku terhitung Rp. 80.000,- / set Gula Aren dengan ukuran 250 Gram dan 250 ml.

2. Perhitungan Biaya Penolong

No.	Bahan Baku	Perhitungan	Harga Bahan Baku / perset
1.	Sticker	1 Lembar x Rp. 8.000	Rp. 8.0000
2.	Kemasan plastik	1 Pcs/25 Kemasan x Rp. 62.500	Rp. 62.500
3.	Kemasan Botol	1 Pcs/10 Botol x Rp. 20.000	Rp. 20.000
TOTAL BIAYA BAHAN BAKU PENOLONG			Rp 90.500,-

Tabel : Perhitungan Biaya Penolong

Analisis Biaya Penolong :

Dari tabel di atas dapat diketahui terdapat biaya penolong sebesar Rp. 90.500,-

3. Total Biaya Operasional

No.	Jenis Biaya Operasional	Biaya (Rp)
1.	Biaya Bahan Baku	Rp. 65.000
2.	Biaya Penolong	Rp. 90.500
TOTAL BIAYA OPERASIONAL		Rp. 155.500

Tabel : Perhitungan Total Biaya Operasional

Jadi, untuk setiap pembuatan satu set Gula Aren Bubuk dan Cair yang sudah jadi dan siap dikirim, harga pokok produksi yang dibutuhkan sebesar Rp. 155..500,-

Harga pokok produksi : Rp. 155..500

4. Harga Penjualan

No.	Jenis Harga Penjualan	Biaya (Rp)
1.	Gula Aren Bubuk per kemasan 250 Gram	Rp. 25.000
2.	Gula Aren Cair per Botol 250 ml	Rp. 20.000
	TOTAL Harga Penjualan	Rp. 45.000

Tabel : Perhitungan Total Harga Penjualan

Jadi, untuk setiap penjualan satu set Gula Aren Bubuk dan Cair yang sudah jadi dan siap dikirim, sebesar 45.000,-

5. Perhitungan Laba Rugi UMKM Gula Aren

Pendapatan		Rp. 200.000
Biaya-biaya		
Kayu	Rp. 15.000	
Gula Aren Toros	Rp. 50.000	
Gula Aren Cair	Rp. 15.000	
Sticker	Rp. 8.000	
Kemasan Plastik	Rp. 62.500	
Kemasan Botol	Rp. 20.000	
Total Biaya-biaya		Rp. 170.500
Laba Bersih		Rp. 29.500

Tabel : Laporan Laba Rugi UMKM Gula Aren

Pembukuan sederhana seperti diatas diharapkan mampu menjadi dasar untuk mengetahui besaran pengeluaran dana dalam sekali produksi dan besaran laba yang dapat diterima dalam sekali produksi tersebut dan menjadi tolak ukur perkembangan UMKM Gula Aren.

3.5 Pembuatan Editing Video untuk Produk UMKM Gula Aren.

Nama : Jon Heri

NPM : 1611010160

Jurusan : Teknik Informatika

No.	Rencana Kegiatan	Tujuan Kegiatan	Penyelesaian	Keterangan
1.	Membuat Editing Video untuk UMKM Gula Aren.	Membuat video yang menarik dengan konsep yang menarik untuk mengembangkan Produk Gula Aren.	5 (lima) Hari	Terlaksana

3.5.1 Editing Video

Video adalah suatu informasi yang ditampilkan dalam sebuah gambar bergerak sehingga lebih mudah untuk dapat dimengerti secara cepat dan memperlihatkan informasi UMKM. Video sendiri didasari oleh adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Sebab karena itu di jaman perkembangan teknologi informasi komunikasi yang begitu cepat ini sangat di perlukan suatu video profil UKM untuk mempermudah dalam

menyebarkan informasi dari suatu UKM guna memperkenalkan produk yang dibuat kepada masyarakat luas.

3.5.2 Persiapan membuat Editing Video

Dalam proses pembuatan video ada beberapa hal yang harus dipersiapkan mulai dari media pengambilan gambar dan video dalam hal ini kami menggunakan kamera Hp Iphone 7+ sebagai media pengambil gambar, software editing video yaitu Adobe Premier 2020.



Gambar : Proses pembuatan Editing Video untuk UMKM Gula Aren.

3.5.3 Tujuan Pembuatan Video

Tujuan dari pembuatan video UMKM ini sendiri adalah untuk memperkenalkan UMKM Gula Aren kepada masyarakat di sosial media, sasaran yang ingin dicapai yaitu para pengguna sosial media seperti di, Instagram, Whatsapp dan lain-lain.

3.6 PEMBUATAN WEBSITE UMKM GULA AREN

Nama : Ahmad Riko Saputra

NPM : 1611010190

Jurusan : Teknik Informatika

No	Rencana Kegiatan	Tujuan	Penyelesaian	Keterangan
1.	Membuat Website UMKM Gula Aren Desa Talang Mulya	Untuk memudahkan pemasaran melalui teknologi yang tersedia.	7 (tujuh) hari	Terlaksana

3.6.1 Pengertian Website

Apa itu website? Website merupakan berbagai halaman yang menampilkan informasi berupa teks, gambar, suara (audio), dan video. Kita memerlukan browser untuk mengakses website. Dan pastikan saat mengakses website atau situs komputer atau smartphone sudah terkoneksi dengan internet.

Menurut Gregorius, 2000:30, website yaitu kumpulan halaman yang saling terhubung dan file-filenya saling terkait. Website sendiri terdiri dari kumpulan halaman yang dinamakan homepage. Homepage berada pada

posisi teratas, dengan halaman-halaman terkait berada di bawahnya. Biasanya setiap halaman di bawah homepage disebut child page, yang berisi hyperlink ke halaman lain dalam website.

3.6.2 Fungsi Website

a. Media Informasi

Salah satu fungsi website yang paling utama yaitu website sebagai sumber dari berbagai informasi. Contoh simpelnya saat kita mencari sesuatu informasi di google maka yang akan dimunculkan oleh google adalah website-website yang menginformasi apa yang kita cari.

b. Media Hiburan

Youtube merupakan salah satu website dengan kunjungan terbanyak di dunia. Selain menyajikan informasi berbentuk video. Youtube.com juga menjadi website yang bisa merefresh otak kita. Ya karena banyak sekali konten youtube dengan kategori hiburan. Bahkan yang sering trending di youtube adalah konten dengan jenis hiburan.

c. Media Komunikasi

Sadarkah kita kalau facebook dan twitter awalnya hanyalah sebuah website. Apa yang bisa kita lakukan dengan menggunakan media sosial tersebut? Apalagi kalau bukan interaksi dan komunikasi.

d. Media Bisnis atau Jual Beli

Hampir semua bisnis sekarang sudah bisa diperjual belikan menggunakan website. Dulu kalau beli sepatu atau kemeja kita harus pergi ke tokonya langsung. Tapi sekarang sudah berbeda kita melakukan pembelian barang apapun melalui internet.

e. Media Belajar

Fungsi atau kegunaan dari sebuah website yaitu sebagai media belajar secara online. Ruangguru dan Quipper merupakan website yang bisa kita gunakan untuk menggali ilmu. Disana kita bisa belajar berbagai mata pelajaran dengan mudah dan terarah.

3.6.3 Deskripsi Sistem

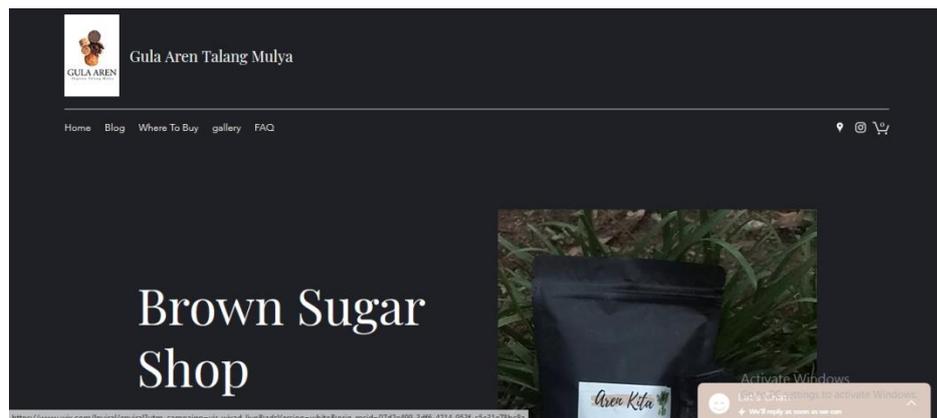
Pada halaman depan pengunjung dapat melihat produk – produk yang ditawarkan dan juga dapat mengakses info produk yang dihasilkan dan juga tersedia lokasi dan kontak person yang dapat di hubungi. Pada halaman blog pengunjung dapat memperoleh info tentang manfaat dari produk Gula aren. Pada halaman Where to buy digunakan untuk melihat dimana rumah produksi dan kontak yang bisa di hubungi pelanggan yang diperlukan oleh pengunjung. Pada Gallery terdapat foto dan video dari UMKM yang dapat dilihat oleh pengunjung situs. Dan pada halaman FAQ berfungsi sebagai informasi umum yang berkaitan tentang cara pemesanan dan metode pembayaran yang tersedia.

3.6.4 Cara Menjalankan Program

Website ini dibagi menjadi 3 kategori, yaitu administrator, user, dan juga pengunjung. Administrator adalah pengontrol website, yang memiliki hak untuk mengubah, menambah, menghapus ataupun memperbaiki website itu sendiri. Sedangkan user adalah customer yang berlangganan tentang info yang ada pada website tersebut. Dan pengunjung adalah konsumen yang mencari ataupun hanya sekedar melihat info yang ada pada website.

3.6.5 Implementasi Program

Desain dari website UMKM Gula Aren Talang Mulya ini adalah sebagai berikut :



Gambar: Halaman utama Website UMKM Gula Aren

Tampilan utama adalah tampilan saat dimana pelanggan atau pengunjung mengetikkan alamat url <https://pkpmgulaaren2020.wixsite.com/website> dimana terdapat beberapa link yang menghubungkan antara pengunjung/pelanggan untuk mengetahui lebih detail info yang ada pada website ini.

3.6.6 Menu Bar website

Menu Bar adalah menu utama yang tersedia di halaman utama website. Masing-masing menu memiliki fungsi yang berbeda. Menu yang tersedia adalah:

a. Home

Shop adalah menu yang berfungsi jika pengunjung ingin kembali ke halaman awal dari website.

b. Blog

Blog adalah menu yang berisi informasi tentang postingan UMKM Gula aren.

c. Where to Buy

Adalah menu yang memuat informasi cara pemesanan dan pembelian produk yang ditawarkan.

d. FAQ

Adalah menu yang menyediakan tempat Tanya jawab antara pengunjung dengan admin web.

e. Gallery

Adalah menu yang berisikan tentang foto dan video yang dapat diakses oleh pengunjung situs.

3.7 Pengenalan Penggunaan Sosial Media dan Website Kelompok Usaha UMKM Gula Aren.

Nama : Beni Oktanza

NPM : 1611010020

Jurusan : Teknik Informatika

No.	Rencana Kegiatan	Tujuan Kegiatan	Penyelesaian	Keterangan
1.	Pengenalan Fungsi dan penggunaan website dan media sosial kepada administrator UMKM Gula Aren.	Agar dapat menggunakan media sosial dan website yang telah dibuat. Dan dapat membuat konten yang menarik sebagai bahan penunjang promosi produk.	3 (tiga) Hari	Terlaksana

Dewasa ini banyak sekali media sosial bermunculan dengan berbagai fitur yang bisa di manfaatkan untuk sarana berpromosi. Promosi bisa dilakukan

memalui jejaring sosial yang mampu menghapus jarak dan waktu. Oleh karena itu penggunaan media sosial seperti instagram, whatsapp, facebook, sebagai sarana promosi produk semakin gencar dilakukan. Sudah selayaknya bagi para pengusaha untuk memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk menarik perhatian para konsumen.

3.7.1 Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang di seluruh dunia.

Menurut Chris Garrett, Media sosial adalah alat, jasa, dan komunikasi yang memfasilitasi hubungan antara orang dengan satu sama lain dan memiliki kepentingan atau kepentingan yang sama.

3.7.2 Fungsi Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu dari sistem komunikasi. Maka dari itu, ada beberapa fungsi media sosial jika dikaitkan dengan system komunikasi, antara lain:

a. Administrasi

Media sosial dapat digunakan untuk mengorganisasikan profil UMKM Gula Aren dalam jaringan sosial yang relevan dan relatif dimana posisi pasar anda sekarang. Dengan membentuk sebuah media sosial, masyarakat dapat dengan mudah menemukan UMKM dan segala jenis bentuk administratifnya.

b. Mendengarkan dan Belajar

Melalui media sosial, UMKM dapat mendengarkan dan belajar dari apa yang ada di media tersebut. Informasi dari media sosial membuat UMKM tahu mengenai apa yang pasar inginkan dan bagaimana memuaskan mereka. Informasi yang relevan dapat membantu UMKM untuk mencapai visi dan misi mereka.

c. Berpikir dan Perencanaan

Dengan melihat tahap 1 dan 2 apa yang akan organisasi lakukan untuk memuaskan pasar, maka organisasi bisa berpikir dan menetapkan perencanaan berkomunikasi ke pasar. Bagaimana teknologi sosial dapat meningkatkan efisiensi operasional hubungan pasar.

d. Pengukuran

Setelah melihat langkah 1-3, UMKM dapat memiliki pengetahuan dan data yang relevan dengan pasar. Dari data tersebut, perusahaan dapat mengukur dan dapat menetapkan langkah-langkah efektif untuk mengukur apakah metode yang digunakan adalah metode yang terbaik.



Gambar : Kegiatan pengenalan media sosial dan website kepada administrator

3.7.3 Pengaruh Penggunaan Media Sosial pada UMKM

Penggunaan media sosial pada UMKM memberikan manfaat di antaranya sebagai sarana kontak personal dengan konsumen, bermanfaat sebagai sarana promosi/advertising, mendata kebutuhan konsumen, menyampaikan respon ke konsumen dan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis. Di samping itu, media sosial juga bermanfaat sebagai forum diskusi online, memantau pelanggan secara online, survei pelanggan, mendata kebutuhan penyalur, mendata kebutuhan pemasok serta untuk menampilkan galeri produk.

Penggunaan media sosial secara tepat akan menarik para pengusaha untuk mempromosikan produk-produknya dengan berbagai fitur yang menarik, sehingga lebih terlihat menarik jika dibuatkan suatu konten dan

esensi editing yang menarik. Sehingga daya tarik konsumen yang melihat promosi produk di media sosial akan menaruh daya beli konsumen.

Penggunaan media sosial di era big data ini seakan menjadikan kebutuhan pokok yang keberadaannya sangat dicari banyak orang. Bagaimana tidak, satu menit saja seseorang tidak melihat gadget mereka seakan ada sesuatu yang kurang. Bayangkan makan saja 3 kali sehari dengan durasi waktu yang cukup lama. Namun, ketika kita semenit saja tidak melihat gadget dan mengecek media sosial.

3.7.4 Pengertian Website

Website adalah kumpulan dari halaman – halaman situs, yang terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam World Wide Web (WWW) di dalam Internet. Sebuah halaman web biasanya berupa dokumen yang ditulis dalam format HTML (Hyper Text Markup Language), yang selalu bisa diakses melalui HTTP, yaitu sebuah protokol yang menyampaikan informasi dari server website untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui web browser.

3.7.5 Manfaat Website untuk UMKM

- a. Dapat menjadi sarana promosi yang murah.
- b. Menjadi media pengenalan UMKM Gula Aren.
- c. Dapat menjadi sarana informasi yang cepat dan mudah.
- d. Dapat menjadi sarana edukasi masyarakat.

- e. Dapat menjadi sarana pemasaran dan promosi bisnis yang efektif dengan jangkauan terluas.

3.7.6 Fungsi Website UMKM

Fungsi website e-commerce adalah untuk menjual produk UMKM terhadap target pelanggan. Website yang sukses mendapatkan penjualan tinggi umumnya telah dioptimasi dan didukung oleh fitur tertentu seperti payment gateway. Selain itu, teknik penjualan serta pemasaran online yang efektif juga diperlukan untuk menarik minat konsumen agar melakukan transaksi.

Ada elemen yang harus diperhatikan untuk menghasilkan website e-commerce yang efektif. Misalnya seperti proses transaksi yang mudah, tampilan website yang atraktif, produk yang populer dan berguna, penawaran terbaik untuk pelanggan, pilihan pembayaran yang bervariasi, website yang mobile friendly dan masih banyak lagi.

Di era teknologi informasi yang sangat pesat saat ini perkembangan e-commerce sangat berdampak positif terhadap perekonomian suatu usaha yang dilakukan. Dengan Adanya pengenalan penggunaan website ini diharapkan kepada administrator mampu untuk melakukan kegiatan yang berguna untuk membantu memperkenalkan potensi produk kepada masyarakat luas.

Tidak menutup kemungkinan ketika nantinya setelah administrator dapat melakukan kegiatan ini dengan baik, sehingga nantinya memberikan dampak positif terhadap UMKM Gula Aren Di Desa Talang Mulya ini.