

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Manajemen Pemasaran Produk dengan Business Model Canvas

Nama : Delfi Fitriani
NPM : 1412110199
Jurusan : Manajemen

3.1.1 Pelatihan Business Model Canvas

Kegiatan ini kami mulai dengan mendatangi Rumah industry Geblek milik Ibu Sarah dan meminta izin, untuk melihat proses pembuatan Produk bisnis mereka, yang bertujuan untuk memberikan pelatihan dengan melalui Business Model Kanvas. Yang mana Business Model Kanvas ini sendiri adalah salah satu alat untuk membantu melihat lebih akurat bagaimana usaha yang sedang dijalani. Dalam pelatihan ini kami menjelaskan 9 elemen yang menjadi dasar dari Business Model Kanvas:

3.1.2 Customer segmen (Segmentasi Pelanggan)

Pada Customer segmen ini kami menjelaskan kepada Ibu Sarah bagaimana menentukan segmen pelanggan, yang mana akan menjadi target bisnis nya supaya proses pembuatan produk dan penjualan terarah.

3.1.3 Value Propositions (Proporsi Nilai)

Keunggulan dari sebuah produk, dan apa saja poin-poin yang dapat mendatangkan manfaat yang ditawarkan perusahaan bagi customer segmenya.

1.) Channel (Saluran)

Penghubung antara pembisnis dengan konsumennya dengan tujuan supaya mampu meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan konsumen.

2.) Revenue streams (Aliran Pendapatan)

Dengan memahami Revenue streams kami berharap Ibu Sarah dapat menentukan pada bisnis yang sedang dijalani yang dapat digunakan sebagai sumber pemasukan usaha untuk jangka pendek, menengah atau panjang.

3.) Customer relationship (hubungan dengan pelanggan)

Elemen bisnis model kanvas yang berisi cara sebuah perusahaan mengikat pelanggannya, dengan tujuan agar Ibu Sarah dapat membina hubungan yang baik dengan pelanggan agar pelanggan tidak berpaling pada perusahaan yang lain.

4.) Key activities (Aktivitas kunci)

Aktivitas yang paling utama dalam sebuah bisnis.

5.) Key resource (Sumber daya)

Yang berisikan daftar sumber daya yang direncanakan, dimiliki perusahaan untuk mewujudkan value proposition mereka.

6.) Key partnership (Partner)

Dengan memahami tahap ini bertujuan supaya Ibu Sarah dapat menciptakan dan menjalani kemitraan bisnis mereka.

3.1.4 Cost structure (Struktur biaya)

Pada tahap ini kami memberikan pelatihan pengelolaan struktur biaya, dengan tujuan supaya bisnis yang sedang dikelola dapat berjalan dengan efektif diharapkan dapat meminimalkan resiko dalam suatu bisnis.

3.1.5 Tujuan Pelatihan:

- Membangun relasi konsumen
- Meningkatkan penjualan
- Menghadapi pesaing
- Memastikan bisnis berjalan dengan baik

- Mempunyai sistem bisnis
- Mempercepat mengetahui keseluruhan kekuatan dan kekurangan bisnis
- Proses analisa kebutuhan dan profit dilakukan secara cepat
- Menciptakan strategi bisnis secara modern dan terarah

Cara pembuatan :

1. Kupas singkong sampai bersih, lalu giling sampai halus.



Gambar 3.1 Penggilingan Singkong

2. Singkong yang sudah digiling dicuci, lalu dipress untuk meniriskan singkong.



Gambar 3.2 Pengepresan Ampas Singkong

3. Setelah ditiriskan, lalu adonan singkong diberi bumbu seperti bawang putih yang telah dihaluskan, garam secukupnya, kelapa parut lalu diaduk hingga tercampur rata, setelah diberi bumbu adonan singkong dikukus selama 30 menit.



Gambar 3.3 Pemberian bumbu dan pengukusan

4. Adonan singkong yang telah dikukus lalu diangkat dan ditumbuk hingga halus, lalu diulen dan diberikan sagu sedikit demi sedikit agar mudah saat pembentukan geblek.



Gambar 3.4 Proses Pembentukan Geblek



Gambar 3.5 pelatihan Manajemen dan Keuangan

Acara pelatihan ini dilaksanakan pada :

Hari/Tanggal : Selasa, 13 Februari 2018
 Waktu : 09.30 WIB – s/d selesai
 Tempat : Rumah Industri Geblek, Pajaresuk

3.2 Pembuatan *Design Merk* untuk UKM Geblek Rasa

Nama : Nirma
NPM : 1411060019
Jurusan : Sistem Komputer

Dengan inovasi membuat sebuah produk baru dalam UKM, dibutuhkan sebuah label merk sebagai salah satu identitas produk tersebut. Merk merupakan sesuatu yang tentunya tidak asing di telinga kita, karena merek menjadi salah satu pertimbangan penting ketika kita akan membeli suatu produk. Lalu, tahukah anda apa yang dimaksud dengan Merek tersebut?? Mari kita bahas dalam artikel ini. Merek adalah suatu nama, istilah, simbol, Kampungin atau gabungan keempatnya yang mengidentifikasi produk para penjual dan membedakannya dari produk pesaing. Merek adalah produk yang mampu memberikan dimensi tambahan yang secara unik membedakannya dari produk-produk lain yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan serupa. Perbedaan tersebut bisa bersifat rasional dan tangible (terkait dengan kinerja produk dari

merek bersangkutan) maupun simbolik, emosional dan intangible (berkenaan dengan representasi merek).

Merk merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen. 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 diucapkan, mudah diingat, tidak sulit digambarkan, dan tidak mengandung konotasi yang negatif.

Dengan adanya merk bisa dijadikan sebagai alat 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.

Design kemasan yang baik dapat mensinergikan dan mengintegrasikan dari beberapa elemen kemasan dan fungsi kemasan, sehingga dihasilkan kemasan yang memiliki tingkat efektifitas, efisiensi dan fungsi yang sesuai baik dalam produksi kemasan sampai kegunaan kemasan. Dengan itu, perlu dibuatkan merk dagang yang mencantumkan nama UKM dan contact person untuk UKM yang berada di Kelurahan Pajaresuk, karena UKM Geblek Rasa yang berada di Kelurahan Pajaresuk belum memiliki merk dagang dengan tujuan agar hasil penjualan UKM tersebut dapat meningkat, UKM tersebut lebih mudah di ingat dan mudah untuk dihubungi apabila ingin memesan Geblek Rasa baik dalam jumlah sedikit ataupun dalam jumlah banyak.



Gambar 3.6 Design Merk untuk UKM Geblek Rasa

Pembuatan Media Pemasaran (Instagram) untuk UKM Geblek Rasa

Tidak hanya memberi sebuah label merk saja, produk tersebut harus bisa dikenal oleh masyarakat luas, sehingga membutuhkan sistem pemasarana yang memanfaatkan teknologi masa kini. Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum.

Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk (product), penetapan harga (price), pengiriman barang (place), dan mempromosikan barang (promotion). Seseorang yang bekerja dibidang pemasaran disebut pemasar. Pemasar ini sebaiknya memiliki pengetahuan dalam konsep dan prinsip pemasaran agar kegiatan pemasaran dapat tercapai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan manusia terutama pihak konsumen yang dituju.

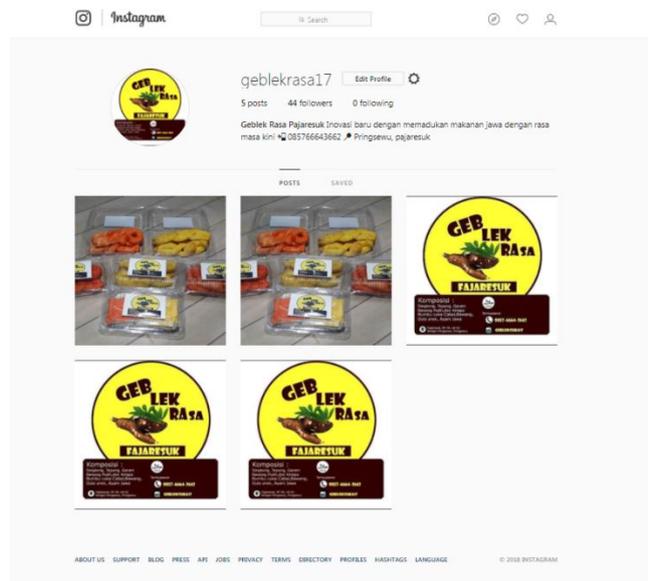
Pemasaran Media Sosial (Social Media Marketing) adalah strategi, teknik, atau proses mendapatkan trafik (pengunjung) website atau perhatian melalui situs medis sosial seperti Instagram. Twitter, Facebook, YouTube, dsb.

Program Pemasaran Media Sosial biasanya dipusatkan pada usaha menciptakan konten (posting, tulisan, gambar, video) yang menarik perhatian dan mendorong pembaca untuk membagi (share) konten tersebut melalui jaringan sosial mereka.

Ringkasnya, Pemasaran Media Sosial adalah usaha bagian pemasaran perusahaan atau humas instansi untuk membuat tulisan, gambar, video, grafik, atau posting di akun media sosial lembaga guna mempromosikan produk/jasa.

Diharapkan, konten tersebut mampu menarik perhatian, disukai, dan dishare seluas-luasnya sehingga menghasilkan "electronic Word of Mouth" (eWoM) atau dibicarakan oleh para user media sosial. Tujuan akhirnya adalah citra positif dan reputasi di kalangan konsumen/klien.

Dengan menggunakan media pemasaran ini maka produk yang di hasilkan oleh UKM yang ada di Kelurahan Pajaresuk akan dapat di kenal luas oleh semua kalangan yang menggunakan media sosial dan juga dapat sangat menguntungkan bagi para pelaku usaha tersebut.



Gambar 3.7 Media Sosial Pemasaran Geblek Rasa

3.3 Pembinaan Pembuatan Perhitungan Harga Pokok Produksi

Nama : Dian Yura Triana

NPM : 1412120176

Jurusan : Akuntansi

3.3.1 Pengertian Harga Pokok Penjualan

Dalam membuat sebuah produk baru sangat diperlukan perhitungan harga produksi agar produk yang dibuat memiliki harga yang jelas. Harga pokok penjualan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang yang dijual atau harga perolehan dari barang yang dijual, atau bisa dikatakan penghitungan HPP merupakan perbandingan antara seluruh harga yang di keluarkan untuk mendapatkan barang yang di jual dengan hasil dari barang-barang yang di jual/penjualan (nilai-nilai dan harga jual).

3.3.2 Komponen Biaya Harga Pokok produksi

Biaya produksi terdiri dari dua keluarga besar yakni biaya komersial dan biaya manufaktur, biaya manufaktur adalah biaya pabrik yakni jumlah dari elemen-elemen biaya diantaranya Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Dari penjelasan disamping biaya bahan baku disebut juga biaya utama sedangkan biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik disebut juga biaya konversi. 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, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

a. Biaya bahan baku

Terjadi karena adanya pemakaian 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.

b. Biaya tenaga kerja langsung

Biaya ini timbul ketika pemakaian biaya berupa tenaga kerja yang dilakukan untuk mengolah bahan menjadi barang jadi, biaya tenaga kerja langsung merupakan gaji dan upah yang diberikan kepada tenaga kerja yang langsung terlibat dalam pengolahan bahan menjadi produk.

c. Biaya overhead pabrik

Dan biaya overhead pabrik timbul akibat pemakaian fasilitas-fasilitas yang digunakan untuk mengolah bahan seperti mesin, alat-alat, tempat kerja dan sebagainya. Dan yang lebih jelas lagi adalah biaya overhead pabrik terdiri dari biaya diluar dari biaya bahan baku

3.3.3 Pemilihan Bahan Dasar Produk

Bahan baku yang paling banyak dan mudah di dapatkan yaitu singkong, sementara UKM yang berjalan aktif di Kelurahan Pajaresuk ada UKM Geblek, Furniture, Bambu dan Tapis. Kami memutuskan untuk mengambil Geblek sebagai bahan produk inovasi kami yaitu “Geblek Rasa”. Di

kelurahan pajaresuk memiliki rumah industri geblek dan kami mendapatkan singkong untuk membuat produk geblek tersebut. Dan mendapatkan singkong tersebut untuk membuat geblek kami langsung membeli di petani karena harga nya lebih murah dari harga pasar.



Gambar 3.8 Singkong sebagai bahan baku dasar Geblek

1.) Pembuatan Produk dan Uji Coba

Setelah menentukan dan mendapatkan bahan baku yang dirasa cocok, kami mulai mengembangkan produk olahan dari bahan baku singkong, yang kami namakan “Geblek Rasa”. Dinamakan “Geblek Rasa” karena bahan-bahan yang digunakan untuk membuatnya sama seperti membuat Geblek pada umumnya hanya saja kami memberikan cara lain untuk menikmati geblek dari biasanya. Dengan cara menambahkan variant rasa pada Geblek, selain itu, Geblek ini juga memiliki tekstur yang sama seperti pempek pada umumnya, hanya rasanya yang berbeda karena berbahan dasar singkong. Kami membuat Geblek dengan jumlah yang cukup banyak sebagai sampel.



Gambar 3.9 Inovasi Produk

2.) Demonstrasi Produk Hasil dan Presentasi pentingnya Inovasi produk lokal

Setelah produk kami jadi dan siap untuk dipresentasikan kepada pemilik rumah industri, kami menyiapkan untuk program kerja Pengenalan Produk Baru yang Inovatif yang berbahan baku singkong yang cukup mudah didapatkan di kampung pajaresuk. Pentingnya Inovasi Produk adalah memberikan manfaat terhadap rumah industri demi kemajuan.

Setelah itu, kami menunjukkan inovasi Geblek Rasa. Dan kami memberikan kesempatan kepada pegawai rumah industri untuk mencicipi Geblek Rasa kami, dan respon mereka sebagian besar positif.

Kegiatan ini berlangsung pada :

Hari/Tanggal : Selasa, 13 Februari 2018

Waktu : 10:30 – 12:00 WIB

Lokasi : Rumah Industri Geblek, Pajaresuk

3.) Perlengkapan Pembuatan Produk

Bahan-bahan baku :

1. 1 kwintal singkong
2. 1 kg siung Bawang Putih
3. 1 buah kelapa parut

4. 200 gr Garam
5. 1 liter Minyak Goreng
6. Perasa Jagung Manis
7. Perasa Balado

Berikut ini adalah perhitungan-perhitungan biaya yang diperlukan dalam memproduksi “Geblek Rasa” :

Tabel 3.1 Biaya Bahan Baku

No	Kebutuhan	Satuan	Harga/satuan	Jumlah
1	Singkong	1 kwintal	Rp 100.000	Rp 100.000
2	Bawang Putih	1 kg	Rp 25.000	Rp 25.000
3	Kelapa parut	1 buah	Rp 4.000	Rp 4.000
4	Garam	200 gr	Rp 5.000	Rp 5.000
5	Minyak Goreng	2 liter	Rp 12.000	Rp 24.000
6	Tepung Sagu	1 kg	Rp 7.000	Rp 7.000
7	Perasa Jagung Manis	1 bungkus	Rp 7.000	Rp 7.000
8	Perasa Balado	1 bungkus	Rp 7.000	Rp 7.000
Jumlah Biaya Bahan Baku			Rp. 167.000	Rp 179.000

Tabel 3.2 Biaya Bahan Penolong

No	Kebutuhan	Satuan	Harga/satuan	Jumlah
1	Bungkus Mika	1 pcs	Rp 10.000	Rp 10.000
2	isi staples	1 pcs	Rp 2.000	Rp 2.000
3	Stiker	1 lembar	Rp. 10.000	Rp. 10.000
Jumlah Biaya Bahan Pembantu			Rp 22.000	Rp 22.000

Dalam sekali produksi Geblek Rasa, dapat mencapai 300 geblek. Berikut ini perhitungan harga jual Geblek Rasa:

Biaya Operational

- Biaya Bahan Baku	: Rp 179.000,-
- Biaya Bahan Penolong	: <u>Rp 22.000,-</u>
Jumlah Biaya Operational	: Rp 201.000 ,-

Harga pokok produksi

- Geblek Rasa 300 Pcs

$$\frac{\text{Rp } 201.000}{60 \text{ bungkus}} = \text{Rp } 3.400 \Rightarrow \text{Rp } 5.000,-$$

Laba (50% dari HPP)

- Geblek Rasa 300 Pcs

$$\text{Rp } 5.000 \times 50\% = \text{Rp } 2.500,-$$

Harga Jual

- Geblek Rasa 300 Pcs

$$\text{Rp } 5.000 + \text{Rp } 2.500 = \text{Rp } 7.500 ,-$$

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

Tabel 3.3 Perhitungan Harga Jual Setiap Kemasan

Satuan	Harga Pokok Produksi	Laba	Harga Jual
300 pcs	Rp 5.000	Rp 2.500	Rp 7.500

Tujuan dari perhitungan diatas sebagai patokan untuk menentukan harga jual dari geblek rasa tersebut dan untuk membuat daftar dan rincian dana yang dikeluarkan sehingga mengetahui laba yg diinginkan perusahaan. Apabila harga jual lebih besar dari harga pokok penjualan maka akan diperoleh laba dan sebaliknya apabila harga jual lebih rendah dari harga pokok penjualan akan memperoleh kerugian, dan kami pun mengajari bagaimana cara menghitung harga pokok produksi sehingga membantu mereka dalam menghitung pemasukan dan pengeluaran agar lebih efisien.

3.4 Pembuatan Perhitungan Laporan Keuangan

Nama : Andiro Febriansyah
NPM : 1312120174
Jurusan : Akuntansi

3.4.1 Mencari Informasi

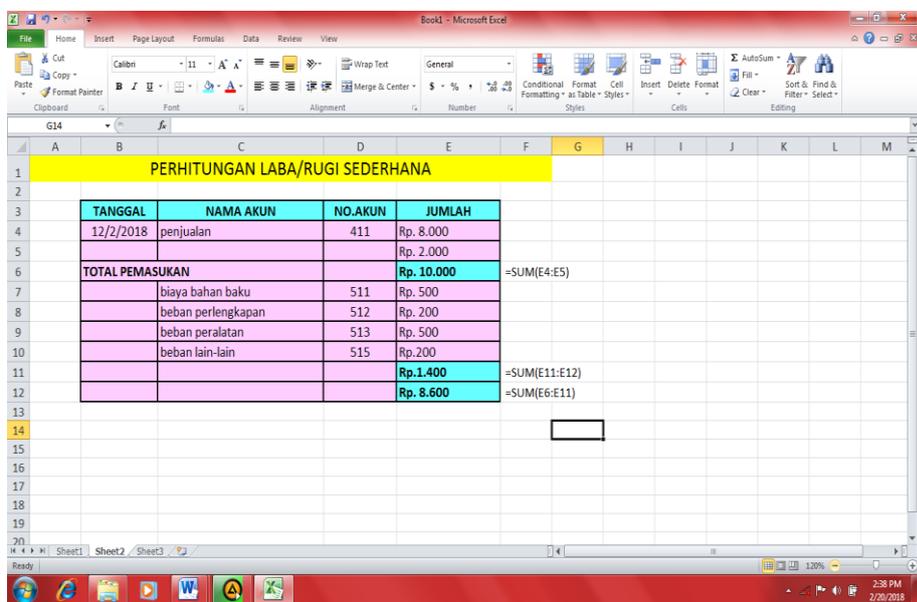
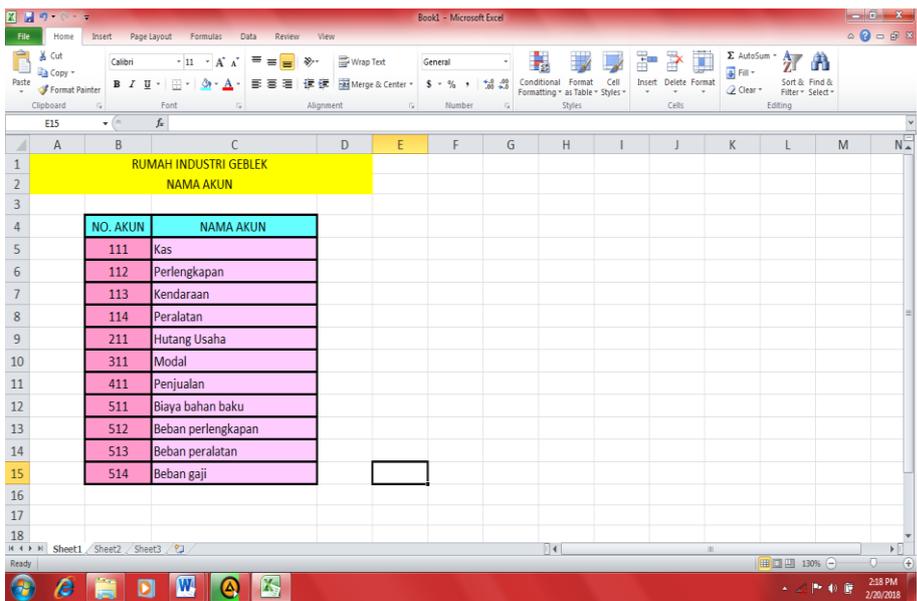
Awalnya kami mencari informasi mengenai system pelaporan di beberapa Rumah industri di kampung Pajaresuk. Kami menemukan bahwa untuk pelaporan masih menggunakan system manual. Untuk membantu menyajikan laporan keuangan kami memberikan sedikit ilmu tentang sistem laporan keuangan yang efektif dan efisien.

3.4.2 Merencanakan membuat sistem keuangan sederhana menggunakan Microsoft Excel

Kami membuat materi yang berkenaan dengan pentingnya menyajikan laporan keuangan. Manfaat laporan keuangan untuk keberlangsungan UKM di kelurahan pajaresuk. Kemudian membuat format laporan keuangan yang sederhana menggunakan Microsoft Excel secara manual untuk mempermudah kami menggunakan Microsoft Excel.

3.4.3 Mengenalkan laporan keuangan yang baik dan benar serta laporan keuangan dengan menggunakan Microsoft Excel

Pada saat pelatihan materi mengenai pentingnya menyajikan laporan keuangan yang baik disampaikan. Kemudian membandingkan penyajian laporan keuangan yang masih manual dengan laporan keuangan berbasis Microsoft Excel. Mengenalkan tahap-tahap membuat format laporan keuangan dengan Microsoft Excel.



Gambar 3.10 Penyajian Laporan Keuangan di Microsoft Excel.

3.5 Pembuatan Website Kelurahan Pajaresuk dengan Sidesa.id

Nama : Ulfan Dwi Saputra Nasution

NPM : 1211010169

Jurusan : Teknik Informatika

3.5.1 Pengetian Web

Web adalah suatu halaman situs sistem informasi yang dapat diakses secara cepat. Website ini didasari adanya perkembangan teknologi informasi dan

komunikasi. Oleh karena itu di jaman perkembangan teknologi informasi komunikasi yang begitu cepat ini sangat di perlukan suatu web desa untuk mempermudah dalam mengakses dan mendapatkan informasi dari suatu desa. Pembangunan dewasa ini tidak bisa dipisahkan dari perkembangan teknologi informasi. Pemanfaatan teknologi informasi yang saat ini berkembang pesat semakin meluas seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan ketersediaan informasi yang akurat dan cepat. Kemajuan teknologi informasi saat ini ialah pemanfaatan jaringan internet yang memungkinkan setiap orang dapat mengakses atau memperoleh data-data yang tersedia secara bersama-sama melalui jaringan yang saling terhubung. Era teknologi dan globalisasi juga semakin mendorong timbulnya kebutuhan informasi yang cepat dan tepat. Hal itu dirasakan sangat vital bagi masyarakat saat ini di berbagai bidang. Keberhasilan sistem ini dapat diukur berdasarkan maksud pembuatannya, yaitu keserasian dan mutu data, pengorganisasian data dan tata cara penggunaannya. Tidak hanya di perkotaan, di wilayah pekampungan pun sudah dimasuki oleh perkembangan teknologi informasi. Penyebaran informasi kampung dan potensi yang dimiliki oleh suatu kampung dengan menggunakan teknologi yang sudah berkembang akan meningkatkan kualitas dan ketepatan data yang tersedia. Potensi alam maupun masyarakat yang beragam merupakan sumber penghasilan untuk wilayah tersebut, luasnya wilayah dan jauhnya kampung dari pusat kota mengakibatkan informasi tentang kampung ini kurang diketahui masyarakat dan perlunya pemetaan untuk melihat dan memperhitungkan kekayaan alam yang dimiliki suatu kampung.

Dalam membantu pembangunan dan pengembangan kampung dibutuhkan sebuah alat yang dapat mengelola informasi yang ada di kampung tersebut sehingga menghasilkan data yang tertata dan mudah untuk didapatkan/digunakan. Dengan demikian dapat membantu kampung untuk mengembangkan dan memberikan informasi yang berada di kampung itu.

3.5.2 Maksud Tujuan dan Sasaran yang ingin Dicapai

- **Maksud**

Maksud dari kegiatan pelatihan dan demo Web SIDESA adalah untuk memberi arahan kepada admin web sidesa sebelum aktivasi dan menjalankan web sidesa.

- **Tujuan**

Tujuan dari pelatihan Web SIDESA adalah untuk memudahkan operator/admin web sidesa setelah aktivasi.

- **Sasaran**

Sasaran yang ingin dicapai yaitu operator/admin web sikam dapat menjalankan web sidesa setelah aktivasi dan membagi segala informasi terbaru seputar desa.

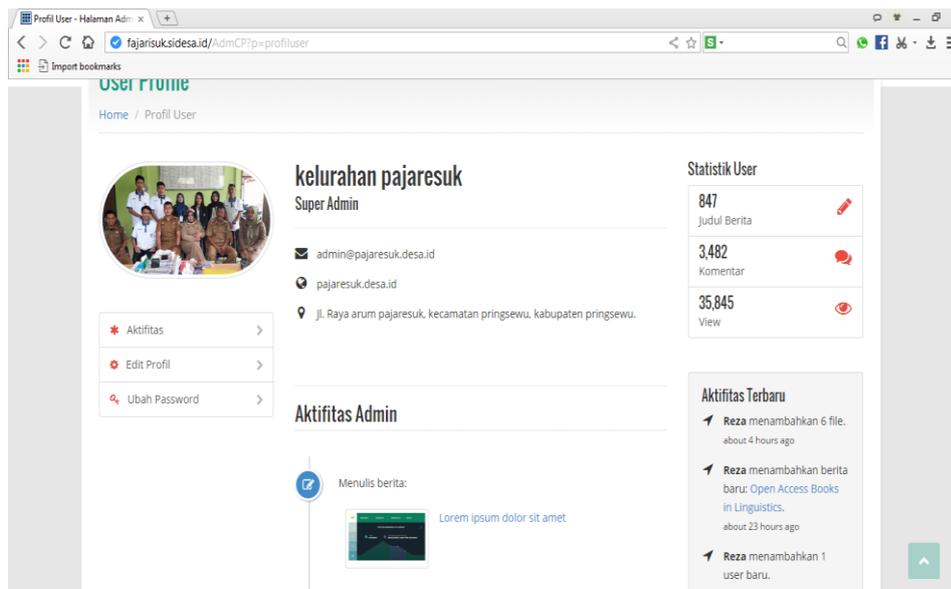
3.5.3 Melakukan Sosialisasi Web Desa kepada perangkat Kelurahan Pajaresuk

Setelah Web Kampung sudah siap untuk disampaikan kepada perangkat Kampung, kami melaksanakan sosialisasi yang dilaksanakan pada :

Hari/Tanggal : Kamis, 22 februari 2018
 Waktu : 10.30 WIB – s/d selesai
 Lokasi : Kantor Kelurahan Pajaresuk



Gambar 3.11 Tampilan Home Web Desa



Gambar 3.12 Halaman Admin Web Kampung Sidesa.id



Gambar 3.13 Sosialisasi Web Desa

3.5.4 Hasil yang dicapai dan Tindak Lanjut

Pelatihan Web SIDESA ini bertujuan memberi arahan kepada calon admin web supaya dapat menjalankan web sidesa setelah aktivasi dan diharapkan dapat membagi segala informasi desa dan dapat di akses masyarakat di manapun dan kapanpun.

3.5.5 Faktor Pendukung dan Penghambat

a. Faktor pendukung

Faktor pendukung dari program ini adalah adanya dukungan penuh dari teman – teman kelompok, antusias perangkat desa yang ingin menjadi operator/admin web sidesa, tersedianya laptop dan bantuan dari teman-teman sekelompok.

b. Faktor penghambat

Tidak terlalu lancar koneksi internet pada saat demo dan pelatihan, dan tidak memadai alat seperti laptop dan pendukung jaringan internet desa.

3.6 Pembuatan Blog Wisata Talang Indah Bukit Pongan

Nama : Effrian Doni Septian

NPM : 1311060037

Jurusan : Sistem Komputer

3.6.1 Pengertian Blog

Istilah Blog merupakan singkatan dari web log yaitu suatu bentuk aplikasi web berupa aneka macam konten atau tulisan-tulisan yang bisa dipublikasi (posting) pada sebuah halaman web umum (template blog). Tulisan-tulisan dalam sebuah web seringkali diurutkan dari postingan yang terbaru lalu postingan yang lama. Meskipun tidak selamanya demikian, tergantung bagaimana pengguna mengaturnya di bagian sidebar.

Situs web seperti ini biasanya bisa diakses oleh semua pengguna internet sesuai dengan pembahasan yang diperlukan dan tujuan dari si pengguna blog tersebut. Pengunjung web biasanya datang karena menuliskan suatu kata kunci tertentu (keyword) pada halaman pencarian Google, Yahoo, Bing atau search engine lainnya. Jika web kita berada di posisi nomor satu atau berada di halaman satu Google (atau mesin pencari lainnya), maka potensi untuk dikunjungi semakin besar.

3.6.2 Maksud Tujuan dan Sasaran yang ingin Dicapai

- **Maksud**

Maksud dari pembuatan blog wisata ini sendiri adalah untuk membantu pemasaran wisata alam Talang Indah Bukit Pongonan.

- **Tujuan3**

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menarik para wisatawan yang belum banyak mengetahui tentang wisata alam Talang Indah Bukit Pongonan.

- **Sasaran**

Sasaran yang ingin dicapai yaitu pengelola wisata alam setempat sebagai admin blog dan para wisatawan sebagai pengunjung blog.

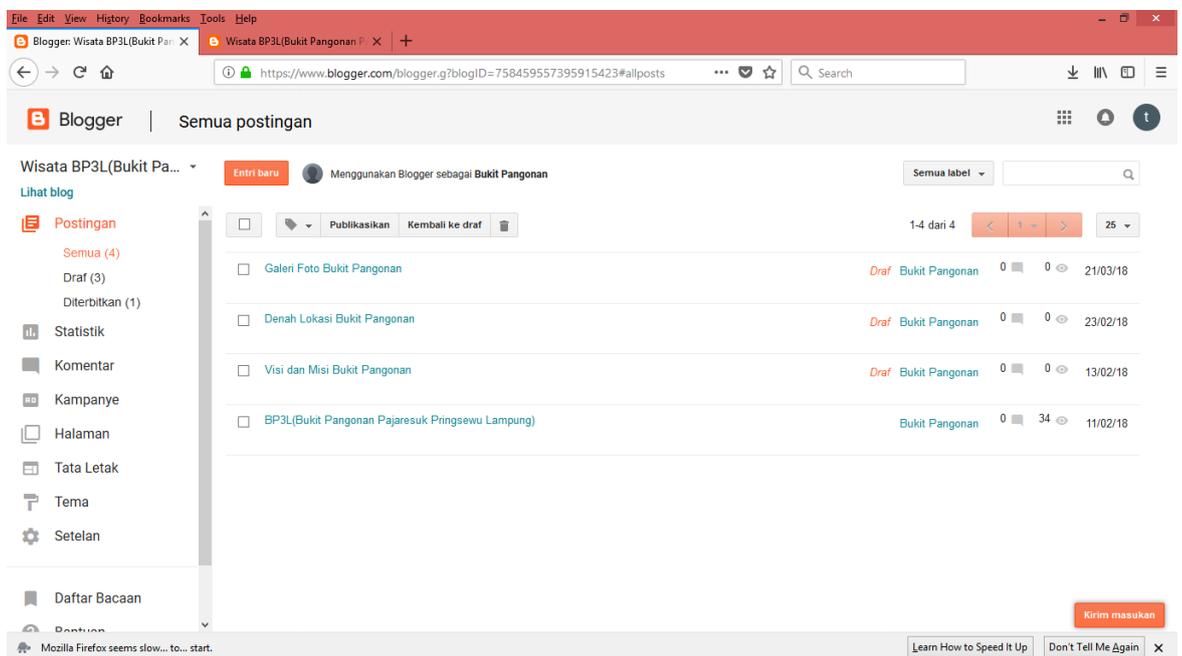
3.6.3 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan

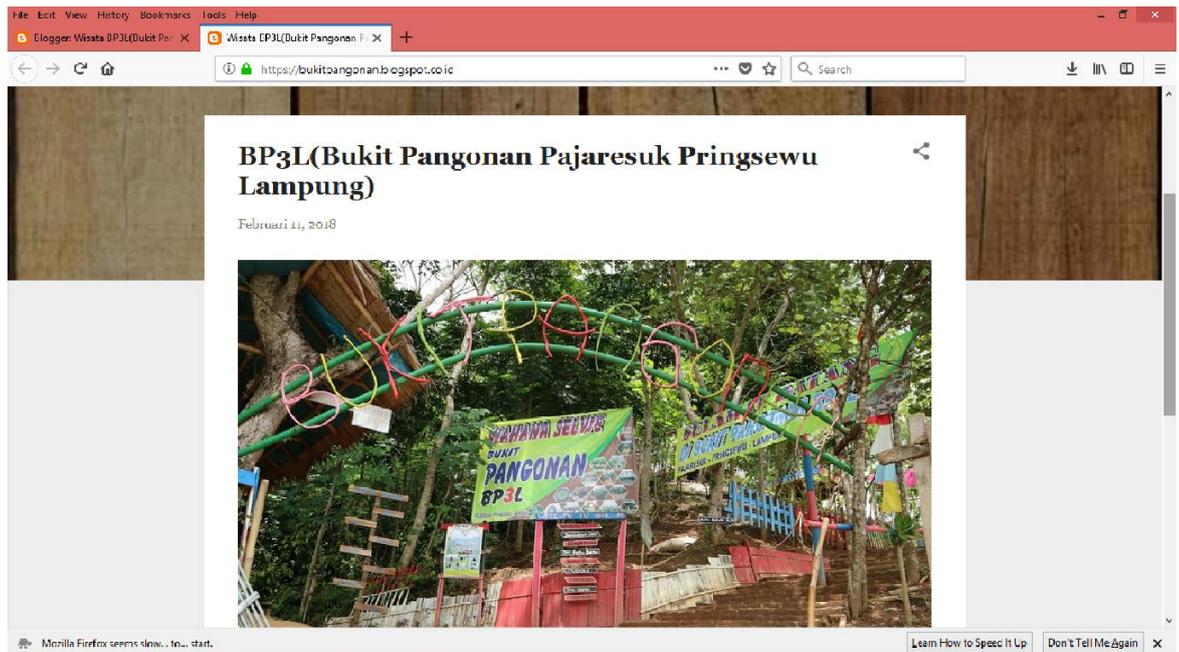
Pembuatan Blog wisata yang dilaksanakan pada :

Hari/Tanggal : Senin, 11 februari 2018

Waktu : 08.30 WIB – s/d selesai

Lokasi : Posko PKPM





Gambar 3.14 Proses Pembuatan Blog Wisata

3.6.4 Faktor Pendukung dan Penghambat

a. Faktor pendukung

Faktor pendukung dari program ini adalah adanya bantuan dari teman – teman anggota PKPM yang telah membantu dalam hal fikiran dan tenaga serta antusiasme para pengelola tempat wisata yang ingin objek wisata alam Talang Indah Bukit Pangonan menjadi wisata yang makin berkembang.

b. Faktor penghambat

Kurangnya jaringan internet untuk mempermudah jalannya pembuatan blog wisata, kurangnya pengetahuan para pengelola tentang kegunaan dan cara penggunaan blog.

3.7 Pembuatan Video Profil Desa

Nama : M.Anthony Putra
NPM : 1311050031
Jurusan : Sistem Informasi

3.7.1 Pengertian Video Profil Desa

Video adalah suatu informasi yang ditampilkan dalam sebuah gambar bergerak sehingga lebih mudah untuk dapat dimengerti secara cepat dan memperlihatkan informasi seperti fasilitas fasilitas desa (perekonomian, pendidikan, Kesehatan, keamanan, potensi alam, wisata, dll). 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 desa untuk mempermudah dalam menyebarkan informasi dari suatu desa kepada masyarakat luas. Sehingga banyak dari masyarakat luar desa tersebut yang ingin berkunjung ke desa tersebut.

Profil Daerah dalam bentuk video sangat efektif dalam penyampaian informasi daerah. Karena video Profil dalam kemasan DAT dapat diakses di komputer maupun VCD Player, video dapat juga di upload ke youtube yang selanjutnya dipasang pada website. Pembuatan video profil sangat bervariasi, tergantung kepada alat yang tersedia, media editing maupun faktor lainnya. Kualitas suatu video tentunya dipengaruhi oleh hal-hal tersebut.

3.7.2 Maksud pembuatan video

Maksud dari pembuatan video profil ini sendiri adalah untuk memperkenalkan kelurahan Pajaresuk kepada netizen di sosial media seperti YouTube, Dan mengutamakan wisata sebagai nilai jual kelurahan Pajaresuk kepada masyarakat luas.

3.7.3 Tujuan dan Sasaran

Tujuan dari Video Profil ini sendiri adalah untuk menarik minat para wisatawan, serta para wirausahawan untuk berkunjung dan membangun

perekonomian yang lebih maju dengan memperlihatkan potensi strategis daerah untuk membangun sebuah usaha. Sasaran yang ingin dicapai yaitu para pengguna sosial media seperti Youtube, Instagram, Facebook Dll.

3.7.4 Alat dan Software

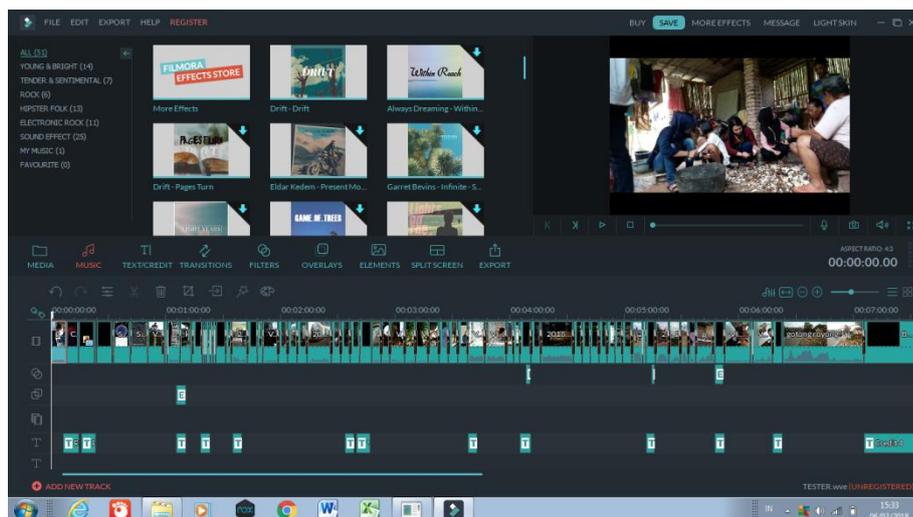
➤ Alat

- Laptop HP EliteBook 8470p
- Camera HandPhone
- Samsung Galaxy A5
- Samsung On5
- Xiaomi Redmi 4X
- Xiaomi Redmi 4A

➤ Software

- Windows 7 Premium 32Bit
- Photoshop Cs3
- Wondershare Filmora 7.8.9

3.7.5 Proses pembuatan video profil desa



Gambar 3.15h Proses Pembuatan Video

Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan selama 1 (satu) Minggu, dengan rincian tanggal sebagai berikut :

- a. Pengambilan data dimulai dari tanggal
01 Februari 2018 – 20 februari 2018
- b. Tahap pengerjaan Video dimulai dari tanggal
18 ebruari 2018 – 28 febrari 2018

3.7.6 Faktor Pendukung dan Penghambat

- a. Faktor pendukung

Faktor pendukung dari program ini adalah adanya Bantuan dari teman -teman kelompok yang telah membantu dalam hal fikiran dan tenaga, antusias Parga warga dan para petinggi desa yang ingin mengenalkan potensi desa kepada masyarakat luas dalam hal wisata dan pendidikan.

- b. Faktor penghambat

Kurangnya jaringan internet untuk mempublikasikan video kedia sosial, Kurangnya ketersediaan alat seperti camrecord, camera, dan camera pendukung lainnya.

3.7.7 Link Video Profil Desa

URL Video Youtube :

<https://www.youtube.com/watch?v=hjEDXbbC4kY>