

## **BAB II** **Prosedur Kerja**

### **2.1 Deskripsi Penugasan Kerja**

Pada pelaksanaan program kerja *Re-Branding* dan pengembangan *E-commerce* umkm keripik tempe desa pliken yang dilaksanakan pada program Kuliah Kerja Nyata – Tematik (KKN-T) MBKMini didapat dijabarkan deskripsi penugasan kerja sebagai berikut:

#### **2.1.1 Pembuatan Akun Media Sosial**

Penanggung Jawab Tugas : Bella Sri Rezeki Br Nasution

Deskripsi Penugasan : Pada sub-penugasan pembuatan akun media social yang dilakukan diantaranya yaitu pembuatan akun online shop di shopee serta facebook dan memasarkan produk penjualan keripik tempe pada kedua akun tersebut.

Pengalaman dan keterampilan yang diperoleh : Meningkatkan keterampilan dalam hal pembuatan akun online shop dan meningkatkan keterampilan dalam melakukan penjualan di media social.

#### **2.1.2 Pembuatan Logo Keripik Tempe pada pengemasan**

Penanggung Jawab tugas : Roby Hanapi

Deskripsi penugasan : Pada sub-penugasan pembuatan logo keripik tempe yaitu dengan membuat desain logo untuk nantinya disebarluaskan kepada masyarakat luar dengan harapan tertarik untuk membeli keripik tempe lebih banyak serta meningkatkan kualitas dari penjualan keripik tempe tersebut.

Pengalaman dan keterampilan yang diperoleh : Meningkatkan kreativitas dalam hal menuangkan ide kreatifnya ke dalam bentuk visual dan tulisan yang dalam hal ini pembuatan desain logo dengan menggunakan *software* CoreDRAW X7.

#### **2.1.3 Pengumpulan data mitra dalam pembuatan Re-branding kemasan dan Banner**

Penanggung jawab tugas : Bella Sri Rezeki Br Nasution & Nafi Ilham Hamami

Deskripsi penugasan : Pada sub-penugasan pengumpulan data mitra dalam pembuatan re-branding pengemasan dan banner yaitu dengan berkoordinasi dengan pihak umkm keripik tempe niki eco yaitu bapak kusen terkait pembuatan *re-branding* dan banner yang akan dibuat agar nantinya dapat disepakati oleh kedua belah pihak secara mufakat yang dalam kesepakatan pembuatan *re-branding* tersebut.

Pengalaman dan keterampilan yang diperoleh : Meningkatkan kemampuan untuk dapat melakukan koordinasi dengan pihak lain dalam hal membangun kerjasama agar dapat mencapai suatu tujuan bersama.

#### 2.1.4 Pembuatan Desain Kemasan dan Banner

Penanggung jawab tugas : Roby Hanapi

Deskripsi penugasan : Pada sub-penugasan pembuatan Desain Kemasan dan banner ini yaitu dengan membuat desain grafis kemasan untuk nantinya dipakai sebagai identitas utama produk keripik tempe dan juga sebagai langkah awal terbentuknya pengemasan yang terbaru dan menarik.sebelumnya sudah ada namun tidak cukup menarik dikarenakan menggunakan desain tulisan tidak ada gambar

Pengalaman dan keterampilan yang diperoleh : Meningkatkan kreativitas dalam hal menuangkan ide kreatifnya ke dalam bentuk visual dan tulisan yang dalam hal ini pembuatan grafis kemasan dan banner peroduk keripik tempe niki eco dengan menggunakan *software* CorelDRAW X7.

#### 2.1.5 Pembelian Packaging Produk Keripik tempe

Penanggung jawab tugas : Bella Sri Rezeki Br Nasution

Deskripsi penugasan : Pada sub-penugasan packaging produk keripik tempe yaitu membeli peralatan packaging untuk pengemasan dalam pemesanan online keripik tempe.alat dan bahannya itu ada : buble wrap,plastik packing dan lakban.

Pengalaman dan keterampilan yang diperoleh : Meningkatkan kreativitas dalam hal pengemasan packaging yang nantinya bakal dikirim keluar kota ketika ada pemesanan online.

#### 2.1.6 Membantu Produksi Keripik Tempe

Penanggung jawab tugas : Bella Sri Rezeki Br Nasution

Deskripsi penugasan : Pada sub-penugasan membantu produksi keripik tempe yaitu ikut membantu dalam pembuatan keripik tempe mulai dari tempe yang sudah dijemur,lalu proses pemisahan tempe yang besar dan kecil ukurannya,lalu proses penggorengan serta proses pengemasan kedalam packaging keripik tempe.dibantu oleh rekan-rekan yang lain yaitu savira anggi,fatwa melidya,berliana angel dan nafi ilham

Pengalaman dan keterampilan yang diperoleh : Meningkatkan keterampilan dalam hal melakukan pembuatan keripik tempe serta membantu pengemasan dengan

tujuan agar dapat mengetahui cara yang baik dan benar saat dalam pembuatan keripik tempe dan menambah pengalaman.

#### 2.1.7 Sosialisasi

Penanggung jawab tugas : Bella Sri Rezeki Br Nasution

Deskripsi penugasan : Pada sub-penugasan sosialisasi kegiatan yang dilakukan diantaranya yaitu melakukan sosialisasi terkait Pengembangan produksi keripik tempe dalam hal re-branding dan e-commerce kepada pihak umkm yaitu bapak kusen agar dapat memahami dan belajar cara penggunaan akun online shop di media social serta membantu meningkatkan kualitas penjualan produk keripik tempe tersebut.

Pengalaman dan keterampilan yang diperoleh : Meningkatkan keterampilan public speaking dan kepercayaan diri untuk menjelaskan tahapan dalam menjalankan e-commerce dan tahapan dalam pembuatan re-branding kemasan.

## 2.2 Teori Dasar Pendukung

### a. UMKM

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM.1Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usah kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut [2].

Di dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan

bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.
- b) Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000, dan.
- c) Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar.

Selain menggunakan nilai moneter sebagai kriteria, sejumlah lembaga pemerintahan seperti Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), selama ini juga menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Misalnya menurut Badan Pusat Statistik (BPS), usaha mikro adalah unit usaha dengan jumlah pekerja tetap hingga 4 orang, usaha kecil antara 5 sampai 19 pekerja, dan usaha menengah dari 20 sampai dengan 99 orang. Perusahaan-perusahaan dengan jumlah pekerja di atas 99 orang masuk dalam kategori usaha besar. Usaha mikro kecil dan menengah merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia. Masa depan pembangunan terletak pada kemampuan usaha mikro kecil dan menengah untuk berkembang mandiri. Kontribusi usaha mikro kecil dan menengah pada GDP di Indonesia tahun 1999 sekitar 60%, dengan rincian 42% merupakan kontribusi usaha kecil dan mikro, serta 18% merupakan usaha menengah. Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dalam strategis dalam mengantisipasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya.

Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Karena itu, memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM antar negara.

Usaha Kecil dan Menengah disingkat UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan usaha yang berdiri sendiri. Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: "Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat [3].

Beberapa keunggulan UKM terhadap usaha besar antara lain adalah sebagai berikut.

- a. Inovasi dalam teknologi yang telah dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
- b. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil.
- c. Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja.
- d. Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan besar yang pada umumnya birokrasi.
- e. Terdapatnya dinamisme manajerial dan peran kewirausahaan.