



PROPOSAL PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

JUDUL PROGRAM

**ROCKERBRANDING (Restrukturisasi Strategi Pemasaran
Digital dalam Persaingan Usaha Mikro Kecil Menengah)**

BIDANG KEGIATAN: PKM KEWIRAUSAHAAN

Diusulkan oleh :

Nando Ario Febriyansah	(21121400024) /TA 21
Asmarani	(2111050021) /TA 21
Lestari Wulandari	(2112120003) /TA 21

**INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
2024**

PENGESAHAN PROPOSAL PKM-KEWIRAUSAHAAN

- | | |
|--|--|
| 1. Judul Kegiatan | : Rockerbranding |
| 2. Bidang Kegiatan | : PKM-K |
| 3. Ketua Pelaksana | |
| a. Nama Lengkap | : Nando Ario Febriansyah |
| b. NIM | : 2112140024 |
| c. Jurusan | : Bisnis Digital |
| d. Universitas | : Institut Informatika dan Bisnis |
| Darmajaya | |
| e. Alamat Rumah/No. Telepon | : Waykandis, Bandar Lampung |
| /08979081881 | |
| f. Email | : Nandoario99@gmail.com |
| 4. Anggota Pelaksana Kegiatan | : 3 orang |
| 5. Dosen Pendamping | |
| a. Nama Lengkap dan Gelar | : Reva Meiliana, S.E., M.Acc., Akt |
| b. NIDN | : 0225058304 |
| c. Alamat Rumah/No. Telepon | : Jl. Perwira Gg.Praja No.4/24 LK II |
| RT.10/- Rajabasa Bandar Lampung/087739197042 | |
| 6. Biaya Kegiatan Total | |
| a. Kemenristekdikti | : Rp 11.700.000 |
| b. Sumber lain | : - |
| 7. Jangka Waktu Pelaksanaan | : 3 bulan |

Bandar Lampung, 29 Februari 2024

Menyetujui

Kepala Program Studi Bisnis Digital
Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya,

Ketua Pelaksana Kegiatan,

M. Ariza Eka Yusendra, S.P., M.M

NIP. 12990313

Nando Ario Febriansyah

NIM. 2112140024

Wakil Rektor III
Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya,

Dosen Pendamping,

Muprihan Thaib, S.Sos., M.M

NIP. 00330501

Reva Meiliana, S.E., M.Acc., Akt

NIDN. 0225058304

DAFTAR ISI

PENGESAHAN PROPOSAL PKM-KEWIRAUSAHAAN.....	1
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	ii
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR LAMPIRAN	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	2
1.3 Tujuan.....	2
1.4 Luaran yang Diharapkan	3
1.5 Manfaat.....	3
BAB II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA	4
2.1 Analisa Produk	5
2.2 Analisa Pemasaran	5
2.3. Perhitungan Ekonomi	7
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	9
3.1 Input.....	9
3.2 Proses.....	9
3.2.1 Proses Kerjasama.....	9
3.2.3 Proses Pemasaran.....	10
3.3 Output.....	11
3.4 Evaluasi	12
BAB IV BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN	13
4.1 Anggaran Biaya.....	13
4.2 Jadwal Kegiatan	13
DAFTAR PUSTAKA	14

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Hasil Rockerbranding Client	6
Gambar 2. 2. Karya Desain Grafis Rockerbranding	6
Gambar 2. 3. Pertemuan dengan Client	7

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1. Alat dan Bahan.....	9
Tabel 4. 1. Anggaran Biaya.....	13
Tabel 4. 2. Jadwal Kegiatan	13

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Ketua	15
Lampiran 2. Anggaran Biaya	26
Lampiran 3 Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas	28
Lampiran 4 Surat Pernyataan Ketua Tim Pengusul	29

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada dasarnya, UMKM adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Kementerian Keuangan (Kemenkeu) mencatat, dunia usaha yang terdampak signifikan adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hal tersebut dikarenakan UMKM memiliki kontribusi sebesar 61,07 % dari total Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. (Sumber: Badan Pusat Statistik). Menurut kementerian keuangan Republik Indonesia, Pasca pandemi *Covid-19*, Para pelaku UMKM mulai beradaptasi dengan perkembangan pasar, dimana mereka mulai memperhatikan pada tata Kelola dan tata cara penggunaan media sosial, seperti facebook, Instagram, Twitter , *marketplace*, dan sejenisnya. Para pelaku UMKM saat ini sudah beradaptasi dengan ekosistem digital, yang membawa pengaruh signifikan dalam *income* mereka. Bagi yang bisa menggunakan internet, teknologi digital sangat bermanfaat untuk memasarkan produk.

Secara kumulatif, pada tahun 2022 terdapat 21 juta atau sekitar 32% dari total 64 juta UMKM di Indonesia yang memanfaatkan teknologi digital. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa saat ini masih ada 68% UMKM yang belum memanfaatkan ruang digital untuk pengembangan ekonomi mereka. (Sumber: Kementerian komunikasi dan Informatika). Dari hasil observasi di wilayah Bandar Lampung, beberapa UMKM yang belum beralih ke ekonomi digital memiliki kendala, dimana kendala utamanya adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam menjalankan usaha berbasis digital. Selain itu, ketidaksiapan tenaga kerja untuk menggunakan internet juga menjadi kendala bagi para pelaku UMKM. Hal ini diperlukan sebuah strategi baru untuk mengoptimalkan jumlah UMKM terdigitalisasi di Indonesia.

Dalam proposal ini mengajukan sebuah perusahaan jasa yang menyediakan solusi untuk merestrukturisasi pemasaran digital khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk menembangkan ekonomi di Indonesia menjadi lebih optimal. Fokus *Rockerbranding* adalah pada UMKM yang belum terdigitalisasi atau mengalami kendala dalam mengelola pemasaran digital. *Rockerbranding* menawarkan paket lengkap mulai dari layanan *basic* hingga *premium* dengan harga yang terjangkau dan ramah di kantong. *Rockerbranding* menempatkan kualitas, profesionalisme, dan keberlanjutan strategi sebagai prioritas utama, serta terus

mengikuti tren terbaru dalam industri digital marketing. Keunggulan kompetitif usaha ini terletak pada fleksibilitas paket layanan dan komitmen untuk memberikan nilai tambah bagi klien dengan harga yang terjangkau, karena rata-rata perusahaan jasa di Indonesia memiliki harga yang tinggi, sehingga UMKM yang belum memiliki omset besar atau masih dalam tahap pembangunan akan menghadapi risiko yang tinggi apabila menggunakan jasa dengan harga tinggi. Selain harga yang terjangkau, keunggulan lainnya adalah pada *merchandise* yang diberikan oleh *Rockerbranding* dengan gratis pada langganan paket tertentu. Ini juga dapat menambah daya tarik konsumen untuk memilih *Rockerbranding* dalam pemasaran digital mereka. *Rockerbranding* menyediakan tim lengkap dengan berbagai keahlian di bidang *digital marketing*, termasuk *Graphic Designer*, *Copywriter*, *Content Creator Video*, dan *IT Consultant*. Layanan ini dapat membantu UMKM yang belum terdigitalisasi tanpa memerlukan modal besar untuk merekrut tenaga kerja baru yang berkeahlian digital marketing. Harga yang ditawarkan juga lebih terjangkau dan hemat sehingga mengurangi risiko kegagalan dalam pemodalan usaha.

1.2 Rumusan masalah

Adapun rumusan masalah pada proposal ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana meningkatkan inklusi digital bagi UMKM di Indonesia yang masih mengalami kendala dalam menerapkan teknologi digital?
2. Bagaimana menciptakan persaingan UMKM dengan merestrukturisasi strategi pemasaran digital?

1.3 Tujuan

Adapun Tujuan dari usaha ini adalah sebagai berikut:

1. Membantu bisnis khususnya UMKM di Indonesia dalam transformasi digital.
2. Meningkatkan Kreativitas dalam industri Periklanan.
3. Dapat berkolaborasi dengan perusahaan lain untuk tumbuh bersama.
4. Menjadikan UMKM ataupun perusahaan di Indonesia selalu adaptif dalam perkembangan teknologi digital di dunia.
5. Memenuhi kebutuhan mendesak akan layanan digital marketing yang terjangkau bagi para UMKM.

1.4 Luaran yang Diharapkan

Berikut Luaran yang diharapkan dari usaha ini :

1. Sebuah usaha jasa yang bergerak di bidang pemasaran digital (digital marketing) yang tertuju untuk UMKM di Indonesia yang belum terdigitalisasi maupun yang sudah terdigitalisasi namun belum optimal dalam penggunaan strategi dan teknologi digital dalam melakukan pemasaran.
2. Sebuah usaha jasa yang menyediakan paket lengkap dengan harga terjangkau, profesional dan berkualitas yang dapat menguntungkan perusahaan, konsumen, maupun ekonomi di Indonesia.

1.5 Manfaat

Produk luaran yang dihasilkan memiliki beberapa manfaat diantaranya sebagai berikut:

1. Dengan mengadopsi teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka dengan memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kehadiran online, dan meningkatkan kesadaran merek produk mereka.
2. Melalui strategi pemasaran digital yang efektif, UMKM dapat meningkatkan penjualan produk dan layanan mereka, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan mereka.
3. Dengan usaha ini, para UMKM yang tidak memiliki modal besar untuk beralih ke ekonomi digital akan terbantu tanpa menanggung resiko kegagalan modal usaha
4. Dengan memberikan pelatihan dan dukungan dalam pemasaran digital kepada UMKM, ini juga dapat memperkuat ekonomi lokal dengan memajukan sektor UMKM yang merupakan tulang punggung ekonomi di banyak komunitas.
5. Pertumbuhan UMKM yang didorong oleh adopsi teknologi digital dapat menciptakan lebih banyak peluang kerja di tingkat lokal, membantu mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

BAB II

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Dalam era digital yang berkembang pesat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menghadapi tantangan untuk memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Banyak UMKM yang belum terdigitalisasi atau mengalami kesulitan dalam menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif. Maka dari itu Rockerbranding hadir sebagai solusi untuk membantu dalam hal merestrukturisasi pemasaran digital UMKM. Rockerbranding menawarkan paket layanan pemasaran digital yang lengkap mulai dari layanan dasar hingga premium dengan harga terjangkau. Karena kami sadar bahwa UMKM adalah Usaha Mikro Kecil Menengah yang dimana belum memiliki finansial yang sangat stabil seperti halnya perusahaan-perusahaan besar yang sudah stabil dalam keuangan.

Fokus utama kami adalah membantu UMKM yang belum terdigitalisasi atau mengalami kendala dalam mengelola pemasaran digital. Kami memberikan prioritas pada kualitas, profesionalisme, dan keberlanjutan strategi pemasaran digital. Dengan konsep yang matang selanjutnya digital marketing profesional. Keunggulan kami terletak pada fleksibilitas paket layanan dan komitmen untuk memberikan nilai tambah bagi klien dengan harga yang terjangkau. Tim kami terdiri dari ahli di berbagai bidang digital marketing, termasuk Graphic Designer, Copywriter, Content Creator Video, dan IT Consultant.

Rencana Usaha

1. Identifikasi Target Market: Melakukan analisis pasar untuk mengidentifikasi UMKM yang belum terdigitalisasi atau mengalami kesulitan dalam pemasaran digital.
2. Pengembangan Layanan: Menyusun paket layanan pemasaran digital yang komprehensif dan terjangkau sesuai dengan kebutuhan UMKM.
3. Pendekatan Personalisasi: Mengadopsi pendekatan personalisasi dalam memberikan layanan kepada setiap klien untuk memastikan kebutuhan dan tujuan bisnis mereka terpenuhi.
4. Pengembangan Tim: Merekrut dan melatih tim yang kompeten dalam berbagai aspek pemasaran digital untuk memberikan layanan yang berkualitas.
5. Kemitraan Strategis: Membangun kemitraan strategis dengan platform digital dan lembaga terkait untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan nilai tambah bagi klien.

6. Dengan pendekatan yang komprehensif serta berorientasi pada kebutuhan pelanggan, Rockerbranding bertujuan untuk menjadi mitra terpercaya bagi UMKM dalam meraih kesuksesan dalam era digital.

2.1 Analisa Produk

Produk ini adalah sebuah usaha jasa yang menawarkan solusi restrukturisasi pemasaran digital untuk UMKM di Indonesia khususnya wilayah Bandar Lampung dan menyediakan paket lengkap dengan harga terjangkau.

2.2 Analisa Pemasaran

1. Strength atau Kekuatan

- a) Untuk strategi pemasaran kami, kami akan lebih mengoptimalkan penggunaan platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, dan situs web kami sendiri. Selain memberikan kemudahan dan kepraktisan, memanfaatkan media sosial sebagai saluran promosi menawarkan prospek yang lebih menjanjikan. Hal ini dikarenakan banyaknya penduduk Indonesia yang aktif menggunakan media sosial, sehingga peluang bagi konsumen untuk menemukan produk kami akan lebih besar.
- b) Kami memberikan nilai daya tarik konsumen pada harga yang terjangkau dengan beberapa paket lengkap yang kami sediakan. Desain tampilan konten terutama pada Instagram dibuat semenarik mungkin, di dalamnya terdapat hasil testimoni untuk meningkatkan kepercayaan konsumen pada produk jasa Kami. Selain itu, keunggulan lainnya adalah pada *merchandise* yang diberikan oleh *Rockerbranding* dengan gratis pada langganan paket tertentu. Ini juga dapat menambah daya tarik konsumen untuk memilih *Rockerbranding* dalam pemasaran digital mereka.
- c) Kami juga melakukan promosi produk dengan melakukan kunjungan di tempat-tempat yang terdapat banyak masyarakat seperti tempat perbelanjaan dan tempat wisata. Selain itu, Kami melakukan kunjungan di beberapa UMKM yang belum terdigitalisasi di Wilayah Bandar Lampung dan sekitarnya. Pada kunjungan ini kami membagikan brosur dan menyebarkan flyer di beberapa titik dimana pada brosur dan flyer berisi rincian paket lengkap yang kami sediakan.

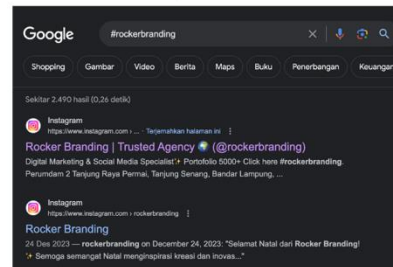
Saat ini Rocker Branding sudah melayani 200 UMKM Dari beragam daerah di seluruh Indonesia serta sedang memperluas pasar dengan mentargetkan mitra luar negeri. Dengan lebih dari 6000 portofolio design dan terus bertambah perharinya.

ROCKER BRANDING



@Rockerbranding

Untuk Selengkapnya bisa di cek di intagram @rockerbranding dengan Click link #rockerbranding, atau di seach di google dengan kata kunci #rockerbranding



Gambar 2. 1. Hasil Rockerbranding Client



#rockerbranding

6,246
posts

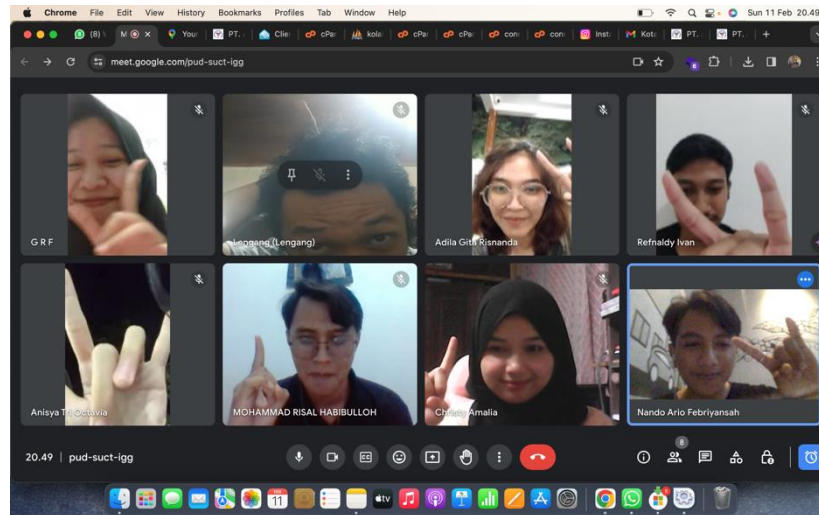
Following

Top posts



Gambar 2. 2. Karya Desain Grafis Rockerbranding

Dan Rocker Branding sudah membuka lapangan pekerjaan untuk berkontribusi dalam pengurangan pengangguran di Indonesia, Dengan jumlah karyawan saat ini 8 Pekerja meliputi (Designer, Copy Writter, Social Media Specialis, Team Leader)



Gambar 2. 3. Pertemuan dengan Client

2. Weakness atau Kelemahan

1. Meskipun menawarkan layanan digital, Rockerbranding mungkin mengalami keterbatasan dalam jangkauan geografis untuk mencapai UMKM di daerah terpencil atau dengan konektivitas internet yang rendah.
2. Keterampilan dan kualitas layanan Rockerbranding sangat bergantung pada kemampuan dan kompetensi timnya. Jika ada kekurangan dalam tim, ini dapat mempengaruhi kualitas layanan yang ditawarkan.
3. Persaingan dari perusahaan jasa pemasaran digital lainnya dapat menjadi tantangan, terutama jika mereka menawarkan harga yang lebih rendah atau paket layanan yang lebih menarik.

2.3. Perhitungan Ekonomi

Pelanggan Saat ini :

Dengan harga langganan sebesar Rp295.000 per bulan dan basis pelanggan sejak Juli 2023 sampai saat ini Februari 2024 yang sudah menggunakan jasa Rocker Branding 228 UMKM berasal dari seluruh Indonesia (Portofolio : <https://www.instagram.com/explore/tags/rockerbranding/>) ,

Financial Saat ini	
Omzet	Rp 20.000.000 – Rp 40.000.000
Pengeluaran Gaji Karyawan	Rp 18.000.000
Pemasaran	Rp 8.000.000

Proyeksi Per-tahun :

Pendapatan Rata-rata Perbulan	Estimasi Peningkatan Pertahunnya
Rp80.000.000	5% Pertahun

Dengan asumsi memenuhi target dengan mendapatkan mitra baru 136 UMKM perbulannya di tahun 2025, berdasarkan pemasaran rutin yang di lakukan di tahun 2023 dan 2024 sehingga pada tahun 2025 Rocker Branding akan dengan mudah mendapatkan pelanggan baru.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan usaha ini adalah berdasarkan input, proses dan output produksi sebagai berikut :

3.1 Input

Pada tahap ini ditujukan untuk langkah awal apa saja yang paling tepat yang harus dilakukan untuk membangun usaha jasa ini.

1. Kami melakukan survei pasar terlebih dahulu pada beberapa UMKM di wilayah Bandar Lampung untuk mengetahui kondisi pasar, minat konsumen, dan melihat beberapa usaha sejenis agar kami bisa menentukan harga yang dapat disesuaikan dengan ekonomi masyarakat.
2. Setelah melakukan survei pasar kami melakukan studi kelayakan terhadap usaha yang akan kami jalankan. Studi kelayakan dilakukan untuk mengetahui apakah usaha ini memiliki prospek dalam jangka waktu yang panjang.
3. Tahap terakhir adalah pemilihan alat/bahan, kebutuhan dan sarana prasarana untuk menunjang proses produksi diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1. Alat dan Bahan

Komputer/ Laptop	Jaringan Internet
Media Sosial(LinkedIn, Instagram, WhatsApp, Website)	ATK (Kartu PVC, Lanyard, Kertas Art Paper, <i>Flexy Banner</i>)
Software sewa (Canva, WhatsApp Blast, Google Drive, Ads)	Merchandise(<i>T-shirt</i> , Stiker, Gantungan Kunci, Tumbler)

3.2 Proses

3.2.1 Proses Kerjasama

Tahap-tahap yang dilakukan dalam proses kerjasama *Rockerbranding* ini yaitu sebagai berikut:

1. Membuat perjanjian berupa *Memorandum of Understanding* (MoU) dengan kesepakatan bersama untuk membuat kenyamanan dalam kerjasama
2. Sebelum memulai pengerjaan proyek, tim akan menganalisis brand klien sesuai dengan target pasar klien tersebut
3. Pada proses pengerjaan proyek, dibuat sebuah grup *Whatsapp* khusus brand klien sebagai wadah dalam proses pengerjaan untuk menjalankan komunikasi yang maksimal.
4. Dalam satu bulan sekali tim akan mengirimkan laporan kemajuan dari akun klien sebelum dan sesudah dikelola oleh tim
5. Tahapan terakhir adalah kepuasan klien terhadap layanan jasa *Rockerbranding* berupa testimoni untuk memberikan penilaian dan evaluasi yang dapat dijadikan bahan peningkatan kinerja pada proyek selanjutnya.

3.2.3 Proses Pemasaran

A. Produk

a) Segmentasi

Segmen sasaran usaha ini adalah UMKM yang ada di Indonesia Khususnya wilayah Bandar Lampung.

b) Targeting

Target market usaha adalah UMKM yang belum terdigitalisasi maupun yang sudah terdigitalisasi namun belum optimal dalam pengoperasian digital marketing dengan target 65.

c) Positioning

Usaha menempatkan diri sebagai yang pioner untuk meningkatkan presentase ekonomi digital UMKM di Indonesia.

d) Strategi Pemasaran

1) Penyebaran informasi secara langsung

Penyebaran ini dilakukan kepada kelompok atau individu, yaitu dari mulut kemulut. Penyampaian langsung kepada kelompok dapat dilaksanakan dengan mengikuti berbagai pameran kewirausahaan atau pun seminar kewirausahaan. Sedangkan penyampaian langsung kepada individu dapat dilakukan secara langsung kepada pemilik UMKM di wilayah Bandar Lampung dan sekitarnya.

2) Penyebaran informasi secara tidak langsung

Penyebaran informasi secara tidak langsung dapat melalui Media sosial yang biasa disebut dengan strategi “Digital Marketing”, seperti Facebook, Instagram, Whatsapp, dan Website.

3) Membuat pengemasan yang menarik

Pengemasan dibuat dalam bentuk desain flyer/brosur serta postingan media sosial dengan tampilan dan copywriting semenarik mungkin untuk menarik minat klien. Pengemasan Merchandise juga dibuat menarik dan menyesuaikan tren.

B. Harga

Harga yang ditawarkan adalah mulai Rp295.000 /Bulan hingga Rp. 2.695.000 menyesuaikan dengan paket yang dipilih.

C. Lokasi

Usaha ini direncanakan akan berlokasi di daerah Tanjung Senang, Kecamatan Waykandis, Bandar Lampung

D. Promosi

Untuk kegiatan promosi dan pemasaran yang kami lakukan yaitu:

- a) Membuat Logo Brand
- b) Membuat Brosur/Flyer
- c) Membuat Pamflet
- d) Membuat Website
- e) Sosialisasi kepada warga sekitar khususnya pemilik UMKM di wilayah Bandar Lampung dan sekitarnya.

3.3 Output

Output dari proses yang dilaksanakan dalam program kreativitas mahasiswa ini adalah:

1. Desain produk dengan kualitas tinggi dan profesional.
2. Pemostingan produk pada setiap hari kerja yaitu hari senin sampai dengan sabtu di platform Instagram, Facebook, dan Twitter.
3. Klien dibuatkan perencanaan dan konsep konten sosial media.
4. Klien dibuatkan hastag yang dapat membuat postingan masuk ke dalam *trending* di media sosial.

5. Desain dibuat dengan menyesuaikan brand berdasarkan hasil analisis pasar.

3.4 Evaluasi

Tahapan ini akan dilaksanakan pada proses kerjasama dengan klien ini telah selesai dilakukan. Pada tahap akhir ini akan meninjau tentang kekurangan-kekurangan apa saja yang membuat klien kurang tertarik untuk berlangganan dengan produk jasa kami yang membuat usaha ini berpotensi tidak mencapai target keuntungan dan perkembangan yang sudah direncanakan. Evaluasi yang dapat dilakukan diantaranya:

1. Evaluasi keefektifan strategi yang telah digunakan. Apakah target klien tercapai? Apakah strategi yang digunakan sudah tepat?
2. Evaluasi anggaran yang digunakan dalam promosi produk. Apakah biaya sebanding dengan hasil yang dicapai?
3. Evaluasi untuk meninjau strategi dan kinerja dibanding dengan kompetitor. Apakah terdapat peluang untuk memperbaiki atau mengubah pendekatan pada proses bisnis?
4. Evaluasi umpan balik dari klien dengan pengalaman yang didapatkan.
5. Evaluasi pada peraturan dan kesepakatan bisnis. Apakah kerjasama sudah dilakukan berdasarkan perauran yang disepakati?

BAB IV

BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

4.1 Anggaran Biaya

Tabel 4. 1. Anggaran Biaya

No	Jenis Pengeluaran	Biaya (Rp)
1.	Bahan Habis pakai	Rp 7.020.000
2.	Sewa dan jasa	Rp 1.755.000
3.	Transportasi	Rp 1.755.000
4.	Lain-lain	Rp 1.170.000
TOTAL		Rp 11.700.000

4.2 Jadwal Kegiatan

Tabel 4. 2. Jadwal Kegiatan

JADWAL KEGIATAN	BULAN											
	1				2				3			
	MINGGU											
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Persiapan Alat	X	X										
Tahap Konsultasi		X	X									
Tahap Pembuatan		X	X									
Tahap Revisi				X	X							
Tahap Finishing					X	X						
Tahap Penyerahan							X	X				
Tahap Pembuatan Laporan									X	X	X	X

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. I. P. A. Kriswibowo and A. Widiyarta, Digitalisasi umkm pasca pandemi covid-19 di riau. Prosiding Konferensi Nasional Administrasi Negara Sinagara. 2020. [Online]. Available: https://www.researchgate.net/profile/Yohanes_Kristianto10/publication/346495787_Meningkatkan_Kinerja_Industri_Kecil_Kampung_Batik_melalui_Keunggulan_Bersaing/links/5fc51f9b299bf1a422c3093a/Meningkatkan-Kinerja-Industri-Kecil-Kampung-Batik-melalui-Keunggulan
- [2] C. Yoon, Pap. Knowl. . Towar. a Media Hist. Doc., 2014.
- [3] “UMKM-Mulai-Menggeliat-Pasca-Pandemic-Covid-19 @ www.djkn.kemenkeu.go.id.” [Online]. Available: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn1-lhokseumawe/baca-artikel/15474/UMKM-Mulai-Menggeliat-Pasca-Pandemic-Covid-19.html>
- [4] “data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia @ ukmindonesia.id.” [Online]. Available: https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia#google_vignette.
- [5] Irso, “Berita_Satker @ Www.Kominfo.Go.Id,” Kominfo.go.id. 2020. [Online]. Available: https://www.kominfo.go.id/content/detail/3415/kominfo-pengguna-internet-di-indonesia-63-juta-orang/0/berita_satker

LAMPIRAN 1

BIODATA KETUA

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Nando Ario Febriyansah
2	Jenis Kelamin	Laki-Laki
3	Program Studi	Bisnis Digital
4	NIM	2112140024
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Bandar Lampung, 11 Februari 2000
6	Alamat E-mail/No HP	Nandoario99@gmail.com / 08979081881

B. Kegiatan Kemahasiswaan Yang Sedang /Pernah Diikuti

No	Jenis Kegiatan	Status Dalam Kegiatan	Waktu dan Tempat
1	Darmajaya Startup Competition	Lolos Pendanaan Rp10.000.000	2022
2	Seminar Universitas Lampung - Blockchain	Sebagai Pemateri dalam Acara	2022
3	P2MW – Kemendikbud	Lolos Pendanaan Rp12.500.000	2023
4	OK OC Business Competition - Nasional	Proposal Terbaik dan Business Model Canvas Terbaik	2023

C. Penghargaan Yang Pernah Diterima

No	Jenis Penghargaan	Pihak Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Diliput Media Local karena dalam 3 Bulan sudah bermitra dengan ratusan UMKM di seluruh Indonesia	(Portal Berita Lampung, Lampung 17, Jurai Portal Berita Bandar Lampung) Sumber : https://portalberitalampung.com/2023/11/04/ratusan-umkm-ukm-go-digital-melalui-program-dari-pt-rocker-technology-innovation-rockerbranding/ https://lampung17.com/rockertech-berkomitmen-untuk-tetap-konsisten-dalam-membantu-merekstruktisasi-kebutuhan-digital-untuk-umkm-ukm-di-seluruh-indonesia/ https://jurai.id/dalam-3-bulan-terakhir-ratusan-umkm-ukm-dari-beragam-daerah-di-indonesia-telah-bermitra-dengan-program-digitalisasi-dari-rockertech-rockerbranding/	2023

2	Mahasiswa Berprestasi Di Bidang Kewirausahaan	Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya	2023
---	---	---	------

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan **PKM-K**.

Bandar Lampung, 29 Februari 2024
Ketua Tim

Nando Ario Febriansyah

ANGGOTA 1

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Asmarani
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Program Studi	Sistem Informasi
4	NIM	2111050021
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Sukaraja, 8 Juni 2003
6	Alamat E-mail/No HP	Asmaran975@gmail.com/089527352449

B. Kegiatan Kemahasiswaan Yang Sedang /Pernah Diikuti

No	Jenis Kegiatan	Status Dalam Kegiatan	Waktu dan Tempat
1	Orientasi Mahasiswa Baru 2021/2022	Peserta	28 – 30 September 2021, IIB Darmajaya
2	Minat Bakat Darmajaya 2022	Peserta	07 November 2021 – 09 Februari 2022, IIB Darmajaya
3	Rangking 1 Pesta Minat Bakat	Peserta	27 Januari 2022, IIB Darmajaya
4	Pemilihan Mahasiswa Berprestasi IIB Darmajaya 2023	Peserta	6 April, IIB Darmajaya
5	Badan Pengurus Harian Unit Kegiatan Mahasiswa Darmajaya Komputer & Film Club	Anggota Divisi Pengembangan Teknologi Komputer	November 2022- Agustus 2023, IIB Darmajaya
6	Panitia Festival Film Lampung	Anggota Divisi Multimedia	2022 dan 2023, IIB Darmajaya

C. Penghargaan Yang Pernah Diterima

No	Jenis Penghargaan	Pihak Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Juara 3 Desain Poster Himsi Championship 2022	Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi IIB Darmajaya	2022
2	Juara 3 Desain Poster Himsi Championship 2023	Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi IIB Darmajaya	2023

3	Piagam Peserta Orientasi IIB Darmajaya	Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya	2021
4	Piagam Peserta Pemilihan Mahasiswa Berprestasi IIB Darmajaya 2023	Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya	2022-2023
5	Piagam Panitia Festival Film Lampung	Festival Film Lampung	2022 dan 2023
6	Piagam Peserta Minat Bakat	Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya	2022
7	Piagam Peserta Pelatihan Junior Web Developer Digital Talent Scholarship	Kementerian Komunikasi dan Informatika RI	2023
8	Piagam Desainer Grafis Magang PKKMM 2023	Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Pesawaran	2023

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan **PKM-K**.

Bandar Lampung, 29 Februari 2024
Anggota 1

Asmarani

ANGGOTA 2

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Lestari Wulandari
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Program Studi	Akuntansi
4	NIM	2112120003
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Bandar Lampung, 29 Juni 2003
6	Alamat E-mail/No HP	lestariwulandari169@gmail.com 082289394948

B. Kegiatan Kemahasiswaan Yang Sedang /Pernah Diikuti

No	Jenis Kegiatan	Status Dalam Kegiatan	Waktu dan Tempat
1	Orientasi Mahasiswa Baru 2021/2022	Peserta	28 – 30 September 2021, IIB Darmajaya
2	Minat Bakat Darmajaya 2022	Peserta	07 November 2021 – 09 Februari 2022, IIB Darmajaya
3	Rangking 1 Pesta Minat Bakat	Peserta	27 Januari 2022, IIB Darmajaya
4	Seminar BUMN	Peserta	30 Januari 2022, IIB Darmajaya-Offline
5	Talkshow TPAI Hima Akuntansi 2022	Koordinator Kestari	25 Juni 2022- IIB Darmajaya-Offline
6	MUA Hima Akuntansi	Koordinator Kestari	10 September 2022- IIB Darmajaya-Offline
7	Koordinator Study Club Hima Akuntansi 2022/2023	Pengurus	Periode 2022/2023
8	Seminar Perpajakan 2023	Ketua Pelaksana	1 April 2023 – IIB Darmajaya
9	Sekretaris Bidang Hima Akuntansi 2022/2023	Pengurus	Periode 2023/ Sekarang

C. Penghargaan Yang Pernah Diterima

No	Jenis Penghargaan	Pihak Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Piagam Peserta	Orientasi IIB Darmajaya	2021
2	Piagam Panitia	HIMA Akuntansi Darmajaya	2022-2023
3	Peserta Webinar	Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya	2022
4	Piagam Peserta Minat Bakat	Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya	2022
5	Relawan Pajak 2023	Direktorat Jendral Pajak	2023

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan **PKM-K**.

Bandar Lampung, 29 Februari 2024
Anggota 2

Lestari Wulandari

BIODATA DOSEN PEMBIMBING

A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap (Dengan Gelar)	Reva Meiliana.,SE.,M.Acc.,Akt.,CA
2.	Jenis Kelamin	Perempuan
3.	Jabatan Fungsional	Lektor
4.	NIP/NIK/Identitas lainnya	13000313
5.	NIDN	0225058304
6.	Tempat, Tanggal Lahir	Bandar Lampung, 25 Mei 1983
7.	Alamat Rumah	Jl. Perwira Gg.Praja No.4/24 LK II RT.10/- Rajabasa Bandar Lampung
8.	E-mail	reva.meiliana@darmajaya.ac.id
9.	Nomor Telepon/HP	0877-3919-7042
10.	Alamat Kantor	Jl. Z.A Pagar Alam No.93. Bandar
11.	Nomor Telepon/Faks	0721 -787214
12.	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S1= 150 orang, S-2 = - orang, S-3= -
12.	Nomor Telepon/Faks	
13.	Mata Kuliah yang Diampu	1. Perpajakan
		2. Akuntansi Syariah
		3. Akuntansi Keuangan Menengah

B. Riwayat Pendidikan

	S1	S2
Nama Perguruan Tinggi	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Lampung	Universitas Gadjah Mada
Bidang Ilmu	Akuntansi	Akuntansi Keuangan
Tahun Masuk – Lulus	2001 – 2005	2010-2012
Judul Tesis/Skripsi/Disertasi	Evaluasi Persediaan Pada CV. Jaya Abadi di Bandar Lampung	Evaluasi Kesesuaian PSAK 108 Akuntansi Transaksi Asuransi Syariah Dengan Merujuk Kepada Al-Quran dan As-Sunah
Nama Pembimbing/Promotor	Dr. Rustam Efendi.,SE.,M.Si.,Ak	Irfan Nursasmita.,SE.,M.Si

C. Pengalaman Penelitian 5 Tahun Terakhir

(Bukan Skripsi, Tesis, maupun Disertasi)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
1.	2016	Pengaruh Undang-Undang Akuntan Publik Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Sebagai Akuntan Publik (Studi Kasus Ibi Darmajaya)	Hibah Institusi	Rp 4.000.000

** Tuliskan sumber pendanaan: PDM, SKW, Pemula, Fundamental, Hibah Bersaing, Hibah Pekerti, Hibah Pascasarjana, Hikom, Stranas, Kerjasama Luar Negeri, Publikasi Internasional, RAPID, Unggulan Stranas atau sumber Lainnya*

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian	Pendanaan	

** Tuliskan sumber pendanaan: Penerapan IPTEKS-SOSBUD Vucer, Vucer Multitahun, UJI, Sibernas, atau Sumber lainnya.*

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/ Tahun
1	Evaluasi Kesesuaian PSAK 108 Akuntansi Transaksi Asuransi Syariah Dengan Mengacu Kepada Alquran dan Hadist	Jurnal Magister Manajemen	Volume 1 No 2, Juli 2016 https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/jmmd/issue/view/62/showToc
2	Analisis Pengaruh Pelaksanaan Pemeriksaan Pajak Dan Penerapan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan	Jurnal Bisnis Darmajaya	Vol. 02 No. 01, Januari 2016 https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/jbmmd/issue/view/62/showToc

	Pada KPP Di Wilayah Kota Bandar Lampung		ex.php/JurnalBisnis/issue/view/59
3	Increasing The Effectiveness Of Taxation Socialization To Compulsory Tax Compliance In Personal Insurance Tax Service Office (KPP) Bandar Lampung	Prosiding ICSTIEM 2017	ISSN: 2407-6171 http://jurnal.sabur.ac.id/index.php/ICSTIEM/article/view/203
4	Improving Financial Performance to Social Disclosure of Sharia Bank Performance Based on Islamic Social Reporting Index	Prosiding International conference on Information Technology and Business Darmajaya	https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/icitb/article/view/1041
5	Titik Kritis Manajemen Laba Pada Perubahan Tahap Life Cycle Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Jurnal Riset Terapan Akuntansi	Volume 2 (1), 59-69 https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jrtap/article/view/917
6	Pengaruh Undang-Undang Akuntan Publik terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi sebagai Akuntan Publik (Studi Kasus IIB Darmajaya)	JAAF (Journal of Applied Accounting and Finance)	Volume 3 (1), 49-70 http://e-journal.president.ac.id/presunivojs/index.php/JAAF/article/view/678
7	Pengaruh Kompensasi Manajemen Berbasis Saham, Dewan Direksi Dan Reputasi Auditor Terhadap Manajemen Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2017)	Prosiding Seminar Nasional Darmajaya 2019	https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/view/1753

8	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Revaluasi Aset Tetap	Jurnal Akuntansi dan Keuangan	Volume (2), 71-98 http://jurnal.uabl.ac.id/index.php/jak/article/view/1289
9	The Effect of IFRS Implementation in The Gray Index: Leverage, Liquidity, Profitability, and Company Size on Financial Statement Disclosure	International Conference on Information Technology and Business (ICITB)	https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/icitb/article/view/2253 . 2019
10	The Effect Of Budgetary Participation On Budgetary Slack: The Role Of Moral Reasoning As A Moderation Variable	Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM) 19 (2), 60-67	http://jurnal.feb.unila.ac.id/index.php/jbm/article/view/1474
11	Pengaruh Rasionalisasi, Arogansi dan Kolusi terhadap Kecurangan Laporan Keuangan	Prosiding Seminar Nasional Darmajaya 1, 184-191	https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/view/3872
12	PSAK 72: Kinerja Keuangan Manufaktur?	Jurnal Riset Terapan Akuntansi 7 (2), 249-259	https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jrtap/article/view/7273
13	Implementasi Digital Marketing Pada Usaha Keripik Singkong Mbah Suparni Desa Panca Bakti-Tegineneng	BANTENESE: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT 5 (2), 486-492	https://ejurnal.lppmunsera.org/index.php/PS2PM/article/view/7671
14	Determinan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (Studi Kasus Kementerian Perindustrian Republik	TECHNOBIZ: International Journal of Business 6 (2), 123-129	https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/technobiz/article/view/3369

	Indonesia Unit Satuan Kerja di Provinsi Lampung)		
--	---	--	--

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Bandar Lampung, 28 Februari 2024

Reva Meiliana.,SE.,M.Acc.,Akt
NIDN. 0225058304

LAMPIRAN 2**BAHAN HABIS PAKAI**

Keterangan	Kuantitas	Harga Satuan	Jumlah (Rp)
Kartu PVC	3	Rp 16.000	Rp 48.000
Lanyard	3	Rp 32.000	Rp 96.000
Kertas	2	Rp 50.500	Rp 101.000
Flexy Banner	3	Rp 200.000	Rp 600.000
Merchandise			
T-Shirt	95	Rp 42.000	Rp 3.990.000
Stiker	95	Rp 1.000	Rp 95.000
Gantungan kunci	95	Rp 11.000	Rp 1.045.000
Tumbler	95	Rp 11.000	Rp 1.045.000
	TOTAL		Rp 7.020.000

SEWA DAN JASA

Keterangan	Kuantitas	Harga Satuan	Jumlah (Rp)
Canva	5	Rp 17.800	Rp 89.000
Adobe Premium Pro	6	Rp 77.000	Rp 462.000
Google Drive	6	Rp 34.000	Rp 204.000
Ads	2	Rp 500.000	Rp 1.000.000
	TOTAL		Rp 1.755.000

TRANSPORTASI

Keterangan	Kuantitas	Harga Satuan	Jumlah (Rp)
Perjalanan mencari Peralatan	1	Rp 877.500	Rp 877.500
Operasional Usaha(Transportasi Untuk Mempromosikan ke perusahaan)	1	Rp 877.500	Rp 877.500
	TOTAL		Rp 1.755.000

LAIN-LAIN

Keterangan	Kuantitas	Harga Satuan	Jumlah (Rp)
Iklan Ads	5	Rp 134.000	Rp 670.000
Media Partner	1	Rp 500.000	Rp 500.000
	TOTAL		Rp 1.170.000

Lampiran 3. Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas

NO	Nama/NIM	Program Studi	Alokasi Waktu	Tugas
1	Nando Ario Febriansyah/ 2112140024	Bisnis Digital	20 Jam	Manager produksi. Mengawasi jalannya produksi
2	Lestari Wulandari/ 2112120003	Akuntansi	20 Jam	Manager keuangan, mengawasi keluar masuknya uang dan sekertaris
3	Asmarani/ 2111050021	Sistem Informasi	20 Jam	Manager promosi, mempromosikan produk usahanya

Lampiran 4. Surat Pernyataan Ketua Tim Pengusul



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
INSTITUT INFORMATIKA & BISNIS DARMAJAYA

Alamat : Jl. ZA. Pagar Alam No.93, Gedong Meneng, Kec.
 Rajabasa, Kota Bandar Lampung, Lampung, 35141

Telp. (0721)787214, 781310, Fax. (0721)700261

Email : info@darmajaya.ac.id, Home Page :

<https://www.darmajaya.ac.id/>

SURAT PERNYATAAN KETUA TIM PENGUSUL

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Ketua Tim : Nando Ario Febriansyah
 Nomor Induk Mahasiswa : 2112140024
 Program Studi : S1 Bisnis Digital
 Nama Dosen Pendamping : Reva Meiliana.,SE.,M.Acc.,Akt.,CA
 Perguruan Tinggi : Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Dengan ini menyatakan bahwa proposal PKM-K saya dengan judul **Rockerbranding** yang diusulkan untuk tahun anggaran 2024 adalah:

1. Asli karya kami, belum pernah dibiayai oleh lembaga atau sumber dana lain, dan tidak dibuat dengan menggunakan kecerdasan buatan/artificial intelligence (AI).
2. Kami berkomitmen untuk menjalankan kegiatan PKM secara sungguh-sungguh hingga selesai.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan mengembalikan seluruh biaya yang sudah diterima ke kas negara. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Bandar Lampung, 29 Februari 2024

Yang Menyatakan,

(Nando Ario Febriansyah)

NIM. 2112140024