



**LAPORAN KEMAJUAN
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA**

JUDUL PROGRAM

**BENTARA BUMI: Ragam Kreasi Produk Grafir *Acrylic* sebagai Inovasi
Mechandise dalam Kegiatan-kegiatan Monumental dan Berorientasi pada
Nilai-nilai Kearifan Lokal**

BIDANG KEGIATAN:

PKM KEWIRAUSAHAAN

Diusulkan oleh:

Aji Setiawan	130253602386	Angkatan 2013
Teguh Dewangga	130513605977	Angkatan 2013
Monica Widyaswari	130141613916	Angkatan 2013
Alfina Musfira	130421615894	Angkatan 2013
Ekki Septian Putra	150421602269	Angkatan 2015

**UNIVERSITAS NEGERI MALANG
MALANG
2017**

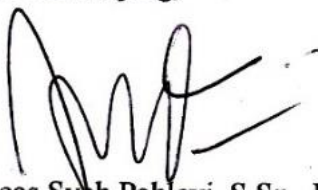
PENGESAHAN LAPORAN KEMAJUAN PKM-KEWIRAUSAHAAN


1. Judul Kegiatan : BENTARA BUMI: Ragam Kreasi Produk Grafir *Acrylic* sebagai Inovasi *Merchandise* dalam Kegiatan-kegiatan Monumental dan Berorientasi pada Nilai-nilai Kearifan Lokal
2. Bidang Kegiatan : PKM-K
3. Ketua Pelaksana Kegiatan
 - a. Nama Lengkap : Aji Setiawan
 - b. NIM : 130253602386
 - c. Jurusan : Desain Komunikasi Visual
 - d. Universitas : Universitas Negeri Malang
 - e. Alamat Rumah/HP : Jln. Kamboja RT 15/RW 22, Tulungrejo, Kec Pare, Kab. Kediri/081259669986
 - f. Alamat email : arah.jia@gmail.com
4. Anggota Pelaksana Kegiatan : 4 orang
5. Dosen Pendamping
 - a. Nama Lengkap dan Gelar : Andreas Syah Pahlevi, S.Sn., M.Sn.
 - b. NIDN : 0026038502
 - c. Alamat Rumah/HP : Jl. Selorejo A/24 X Malang
Hp. 085649750907
6. Biaya Kegiatan Total
 - a. Kemristekdikti : Rp. 8.000.000,00
 - b. Sumber lain : -
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 5 bulan

Malang, 18 Mei 2017

Menyetujui,
Dosen Pendamping,

Ketua Pelaksana Kegiatan


(Andreas Syah Pahlevi, S.Sn., M.Sn.)
NIDN. 0026038502


(Aji Setiawan)
NIM. 130253602386

Wakil Rektor III,



(Dr. Syamsul Hadi, M.Pd., M.Ed.)
NIP. 196108221987031001-4

RINGKASAN

Indonesia memiliki ragam seni tradisional yang menjadi identitas dan karakter bangsa. Di dalam seni tradisional terdapat beraneka kerajinan bernuansa etnik yang mampu menjadi modal kesejahteraan masyarakat, salah satunya adalah kerajinan grafir. Namun sebagian besar kerajinan grafir hanya berfokus pada nilai estetika dan kurang memperhatikan nilai fungsional. Dipilihnya media ini karena dihasilkan dari *design* unik dan menarik yang mengemas nilai kearifan lokal menjadi suatu benda yang mudah dimiliki oleh masyarakat. Survei pasar menunjukkan Peluang usaha produk *merchandise* grafir acrylic sangat potensial terutama di Kota Malang. Sedangkan 40 kota di Indonesia sedang menuju predikat ‘Kota Kreatif’. Jika mampu bekerjasama di bidang *merchandise* dengan 5 kota dengan masing-masing kota target omset sebesar Rp. 150.000.000,- maka potensi omset *merchandise* di bidang industri kreatif adalah Rp. 750.000.000,-. Di Jawa Timur terdapat sekitar 6 juta UMKM, jika 10% dari UMKM tersebut membutuhkan *merchandise*, maka potensi omset adalah Rp. 6.000.000.000,-. Dari hal tersebut sungguhlah jelas bahwa peluang usaha *merchandise* grafir akrilik sangat potensial. Berbeda dengan kompetitor, produk Bentara Bumi mengangkat nilai-nilai kearifan lokal. Keunggulan produk yaitu selain memiliki nilai estetika juga mempunyai nilai fungsional yang mengangkat nilai-nilai kearifan lokal.

Adapula target luaran yaitu (1) membuat *merchandise* Bentara Bumi yang berbahan dasar akrilik, baik dalam bentuk grafir yang mengangkat nilai kearifan lokal, (2) mendapat hak cipta dan hak branding, (3) memproduksi *merchandise* dalam bentuk *main product* dan *daily product*.

Metode pelaksanaan yang digunakan meliputi aspek manajemen, keuangan, pemasaran, lokasi dan bisnis, serta pelaksanaan kegiatan mulai dari proses pra produksi, produksi hingga pemasaran. Analisis ekonomi: (1) BEP: 600 Unit, (2) *Benefit Cost Ratio*: 1,3 (3) *Payback Period*: 5,2 Bulan.

Hasil yang dicapai meliputi (1) Telah membuat *merchandise* grafir akrilik Bentara Bumi, yang tidak hanya bernilai estetis namun juga bernilai fungsional serta mengangkat nilai kearifan lokal, (2) telah mendaftarkan hak cipta dan hak branding, (3) memproduksi *merchandise* dalam bentuk *main product* dan *daily product*, (4) melaksanakan bazar produk kreatif. Dan kegiatan telah mencapai 80%.

Sedangkan potensi hasil yang dilakukan adalah (1) memperoleh hak cipta dan hak branding, (2) mendirikan induk perusahaan berlegalitas hukum yaitu CV. Bentara Pustaka, (3) mengisi diskusi desain dan ilustrasi, (4) mengisi diskusi Creative Marketing di ADGI, (5) produk telah direview guru besar bidang kearifan lokal.

Untuk mencapai tahap 100% persen dalam pembuatan produk Bentara Bumi terdapat langkah dan strategi yang akan ditempuh yaitu: (1) pembuatan produk-produk *merchandise* untuk men-*support* kota/kabupaten yang dicanangkan menjadi kota kreatif, (2) ekspansi pasar dengan mitra produksi BUMN di bidang produk akrilik, (3) submit artikel ilmiah di ISOLEC (*International Seminar on Language, Education, and Culture*), (4) publikasi di media cetak maupun online, (5) melakukan kerjasama kegiatan-kegiatan di komunitas sebagai ajang promosi, (6) mengikuti bazar produk kreatif, (7) mengisi diskusi *creative desain* sebagai upaya pengenalan, promosi dan ekspansi pasar Bentara Bumi.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR	iv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Survei Pasar	2
C. Kompetitor.....	2
D. Keunggulan Komoditas PKM	2
BAB 2 TARGET LUARAN	3
BAB 3 METODE PELAKSANAAN	4
A. Aspek Manajemen.....	4
B. Aspek Keuangan.....	4
C. Aspek Pemasaran.....	5
D. Aspek Lokasi dan Manajemen Bisnis	6
E. Aspek Pelaksanaan Kegiatan.....	6
BAB 4 HASIL YANG DICAPAI.....	7
BAB 5 POTENSI HASIL	9
BAB 6 RENCANA TAHAPAN SELANJUTNYA.....	10
DAFTAR PUSTAKA	10
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	11
Lampiran 1. Penggunaan Dana	11
Lampiran 2. Laporan Laba Rugi & Cash Flow	13
Lampiran 3. Bukti Pendukung Kegiatan.....	15
Lampiran 4. CV. Bentara Pustaka.....	16
Lampiran 5. Proses Pembuatan Merchandise Bentara Bumi	18
Lampiran 6. Bukti Pengajuan Hak Cipta dan Hak Merek	19
Lampiran 7. MoU dengan Pelaku Usaha sebagai Bentuk Kerjasama.....	20
Lampiran 8. Akun Media Sosial Bentara Bumi sebagai Promosi Online.....	21

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penjualan	5
--------------------------	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Merchandise ‘Bentara Bumi’ Mengangkat Nilai Kearifan Lokal.....	3
Gambar 2.2 Logo dan Branding Bentara Bumi	4
Gambar 2.3 Daily Product Bentara Bumi	4
Gambar 3.1 Metode Pelaksanaan.....	6

Gambar 4.1 Produk Merchandise Bentara Bumi yang Mengangkat Nilai Kearifan Lokal	7
Gambar 4.2 Produk Merchandise Bentara Bumi yang Mengangkat Nilai Kearifan Lokal	7
Gambar 4.3 Produk Merchandise Bentara Bumi yang Mengangkat Nilai Kearifan Lokal	7
Gambar 4.4 Merchandise Bentara Bumi Telah Mendapatkan Hak Cipta dan Hak Branding.....	8
Gambar 4.5 Daily Product untuk Mengoptimalkan Ekspansi Pasar Merchandise ..	8
Gambar 4.6 Stand Bazar Bentara Bumi	8
Gambar 5.1 Mengisi Creative Marketing di ADGI Malang bersama Dosen Pembimbing	9
Gambar 5.2 Produk Bentara Bumi di Review Guru Besar Bidang Nilai-nilai kearifan lokal.....	9
Gambar 8.1 Konsolidasi PKM	15
Gambar 8.2 Koordinasi Rutin	15
Gambar 8.3 Koordinasi Rutin dengan Pembimbing	15
Gambar 8.4 Monitoring dan Evaluasi	15
Gambar 8.5 Pengajuan Hak Cipta.....	15
Gambar 8.6 Mengisi Creative Clinic	15
Gambar 9.1 Logo CV Bentara Pustaka	16
Gambar 9.2 Akta Notaris CV Bentara Pustaka.....	16
Gambar 9.3 Website Bentara Pustaka.....	17
Gambar 10.1 Proses Desain Merchandise.....	18
Gambar 10.2 Desain Merchandise	18
Gambar 10.3 Proses Produksi Merchandise.....	18
Gambar 11.1 Bukti Pengajuan Hak Cipta	19
Gambar 11.2 Bukti Pengajuan Hak Merek	19
Gambar 12.1 MoU dengan Pelaku Usaha Sebagai Bentuk Kerjasama.....	20
Gambar 13.1 Akun Media Sosial Bentara Bumi.....	21

BAB 1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki ragam seni tradisional yang menjadi identitas dan karakter bangsa. Di dalam seni tradisional terdapat beraneka kerajinan bernuansa etnik yang mampu menjadi modal kesejahteraan masyarakat, salah satunya adalah kerajinan grafir. Namun sebagian besar kerajinan grafir hanya berfokus pada nilai estetika dan kurang memperhatikan nilai fungsional.

Padahal kerajinan grafir adalah salah satu bentuk dari hasil budaya Indonesia yang harus dilestarikan. Untuk menyiasati kendala tersebut yaitu dengan memanfaatkan keberadaan teknologi. Teknologi yang dapat digunakan salah satunya adalah laser (*Light Amplification by Stimulated Emission of Radiation*). Teknologi laser merupakan teknologi yang mumpuni untuk menghasilkan sebuah benda agar lebih *eye-catching* dengan menggunakan teknik grafir. Teknologi tersebut menawarkan kemudahan bagi para pengembang kerajinan grafir dalam mengikis bagian permukaan material, sebab memiliki ketajaman yang baik. Selain itu memberikan efisiensi waktu dengan klik *plug and play* saat menjalankan teknologi tersebut. Jaminan keamanan dan kesehatan juga menjadi kelebihan teknologi laser dibandingkan teknik konvensional mengingat tidak menggunakan bahan kimia dalam proses pembuatannya (Deslem, 2014).

Tidak hanya memanfaatkan teknologi laser, untuk meningkatkan eksistensi kerajinan grafir diperlukan pemilihan media yang inovatif. Media inovatif yang dapat dikembangkan adalah akrilik. Akrilik adalah material sejenis plastik yang memiliki sifat lebih unggul dari kayu dan kaca dalam aspek ketahanan dan keamanan. Hal tersebut sesuai dengan karakteristik akrilik seperti (a) bening dan tembus pandang; (b) kuat, lentur, dan tahan lama; (c) aman; (d) memiliki berat lebih ringan; dan (e) harga relatif murah. Dalam hal ini, media kayu dan kaca yang umumnya digunakan dalam kerajinan grafir dapat disubstitusi dengan media akrilik (Studi Kreasi Indo, 2016). Adanya kombinasi dari teknologi laser dan akrilik tentu mampu menghasilkan kerajinan grafir yang menarik, bernilai jual tinggi, dan mengangkat industri kreatif Indonesia.

Nilai kearifan lokal menjadi salah satu isu yang menarik untuk dikembangkan. Adanya kemajuan teknologi dan pengaruh budaya barat perlahan-lahan mengubah pola pikir generasi muda. Kolaborasi dari nilai kearifan lokal dengan kerajinan grafir diharapkan dapat menjadi salah satu media untuk menghidupkan kembali nilai-nilai kearifan lokal Indonesia yang mulai terkikis. Dipilihnya media ini karena dihasilkan dari *design* unik dan menarik yang mengemas nilai kearifan lokal menjadi suatu benda yang mudah dimiliki oleh masyarakat.

Kegiatan-kegiatan monumental dapat menjadi salah satu momen terbaik untuk menyampaikan pesan yang terdapat dalam benda tersebut. Terlebih beberapa kota di Indonesia saat ini menuju kota kreatif, dan ini merupakan peluang besar pengembangan produk akrilik sesuai dengan kekhasan daerah masing-masing.

Seperti kota Pekalongan, Bandung, Yogyakarta, Bali, Padang, Malang dan lain-lain. Pengembangan produk *merchandise* juga termasuk ke dalam enam belas ruang lingkup subsektor prioritas pengembangan industri kreatif, hal tersebut sesuai Perpres No.72 Tahun 2015.

B. Survei Pasar

Peluang usaha produk *merchandise* grafir acrylic sangat potensial terutama di Kota Malang. Kegiatan-kegiatan monumental seperti perlombaan, mulai dari pramuka, seni, musik, kontes mobil dan kegiatan lainnya yang selalu menggunakan *merchandise* sebagai oleh-oleh kegiatan yang telah berlangsung. Kota Malang sebagai tuan rumah Musbaqoh Tilawatil Quran (MTQ) ke 15 tahun 2017 merupakan potensi besar dalam ekspansi pasar dari produk Bentara Bumi.

Sedangkan 40 kota di Indonesia sedang menuju predikat ‘Kota Kreatif’. Jika mampu bekerjasama di bidang *merchandise* dengan 5 kota dengan masing-masing kota target omset sebesar Rp. 150.000.000,- maka potensi omset *merchandise* di bidang industri kreatif adalah Rp. 750.000.000,-. Di Jawa Timur terdapat sekitar 6 juta UMKM, jika 10% dari UMKM tersebut membutuhkan *merchandise*, maka potensi omset adalah Rp. 6.000.000.000,-. Dari hal tersebut sungguhlah jelas bahwa peluang usaha *merchandise* grafir akrilik sangat potensial.

Selain itu usaha grafir *acrylic* ini tidak hanya bisa menjadi usaha *business to costumer* saja, melainkan dapat menjadi usaha *business to business* dengan cara menyediakan berbagai piranti dari grafir *acrylic* yang mendukung usaha orang lain. Contohnya: *packaging*, kombinasi produk dengan akrilik dan lain-lain.

C. Kompetitor

Berbeda dengan kompetitor produk sejenis, dalam produksinya *merchandise* Bentara Bumi dibuat selain memiliki nilai estetis yang bersumber dari nilai-nilai kearifan lokal di Indonesia, *merchandise* juga mempunyai nilai fungsional. Diharapkan nilai kearifan lokal tersebut akan menjadi sebuah pesan yang dapat mendarah daging dalam benak pembeli.

Selain itu Bentara Bumi tidak saja melayani pembuatan produk namun juga desain grafir akrilik yang dibuat. Sehingga Bentara Bumi lebih mencakup kebutuhan konsumen secara lebih luas. Kerjasama dengan beberapa usaha juga menjadi salah satu poin yang tidak dimiliki kompetitor, karena *merchandise* yang dibuat akan disesuaikan dengan permintaan relasi usaha.

D. Keunggulan Komoditas PKM

Pemilihan bahan *merchandise* Bentara Bumi adalah bahan akrilik, karena selain lebih kuat dan estetis, terdapat permintaan yang besar terhadap barang-barang bernilai guna dan kreatif. Selain itu menjadi salah satu kebutuhan sekunder yang membuat pasar yang menjanjikan bagi industri kreatif. Mereka menggunakan barang tersebut sebagai souvenir diberbagai kegiatan, hadiah diberbagai acara dan

sekedar koleksi untuk menambah manis hunian. Produksi grafir *acrylic* ini membidik pasar secara umum karena penggunaannya bisa untuk semua umur. Tua, muda, besar, kecil dapat memanfaatkan produk ini terutama dalam kegiatan-kegiatan monumental seperti wisuda, pernikahan, perlombaan dan lain-lain.

Banyak sekali kelebihan dari grafir *acrylic* yang produk kreatif berbahan dasar akrilik, yang membedakan produk ini dengan yang lain adalah adanya proses grafir yang dapat membentuk akrilik menjadi berbagai macam, ditambah dengan unsur kearifan lokal yang tersirat dalam berbagai model dan desain.

Selain itu, peluang usaha ini dapat merambah 2 jenis model bisnis sekaligus, yaitu *business to business (B2B)* dan *business to customer (B2C)*. B2B merupakan penjualan produk yang diberikan oleh entitas bisnis kepada bisnis lain. Contohnya dengan menyediakan *packaging* dari akrilik yang akan menambah nilai suatu produk, berkerjasama dengan bisnis kreatif lain dengan mengkolaborasikan grafir akrilik dengan produk kreatif lain atau menjadi penyedia *merchandise* dari produk tersebut, bekerjasama dengan bidang usaha jasa seperti hotel, travel, dan lain-lain sebagai salah satu penyedia *merchandise* khas usaha tersebut. Sedangkan, B2C adalah melakukan penjualan produk yang diberikan oleh entitas bisnis kepada pelanggan pribadi atau grup. Contohnya adalah pemesanan *merchandise* untuk berbagai macam acara, *daily product* berupa aksesoris, gantungan kunci, dan lain-lain.

BAB 2. TARGET LUARAN

- A. Membuat *merchandise* Bentara Bumi yang berbahan dasar akrilik, baik dalam bentuk grafir yang mengangkat nilai kearifan lokal.



Gambar 2.1 Merchandise 'Bentara Bumi' yang Mengangkat Nilai Kearifan Lokal

- B. Memproduksi Merchandise Bentara Bumi yang telah mendapat hak cipta dan hak *branding*. Hak branding/hak Merek yang akan diangkat adalah "Bentara

Bumi” untuk membuka konsep bahwa branding tersebut adalah produsen *merchandise* grafir akrilik yang mengangkat nilai-nilai kearifan lokal.



Gambar 2.2 Logo dan Branding 'Bentara Bumi'

- C. Memproduksi produk *merchandise* Bentara Bumi dalam bentuk *main product* dan *daily product* untuk menunjang hasil penjualan merchandise Bentara Bumi.



Gelang
(Grafir Estetis)

Gambar 2.3 Daily Product 'Bentara Bumi'

BAB 3. METODE PELAKSANAAN

A. Aspek Manajemen

Untuk mempermudah dan mengefektifkan proses manajemen, maka terlebih dulu dibuat struktur organisasi. Dengan demikian setiap anggota kelompok PKM Kewirausahaan dapat bekerja secara optimal dan profesional. Anggota kelompok mempunyai bidang yang mumpuni di bidang desain produk oleh mahasiswa DKV (Desain Komunikasi Visual), bidang branding, publikasi dan dokumentasi, serta dua anggota dari ekonomi sebagai analisis keuangan dan bidang pemasaran.

B. Aspek Keuangan

Sebagai gambaran akan kelayakan produksi *merchandise* Bentara Bumi, berikut ini merupakan penjualan: sebanyak 806 buah dalam 4 bulan. Pembuatan *merchandise* membutuhkan modal kerja sejumlah Rp 6.000.000,- berikut perhitungannya:

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya Rata-rata Per Pcs} &= \frac{\text{Biaya Produksi}}{\text{Unit}} \\
 &= \frac{\text{Rp 5.118.000}}{806}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 &= \text{Rp } 6.349,8 / \text{Rp } 6.400 \\
 \text{BEP} &= \frac{\text{Biaya Operasional}}{\text{Harga Jual}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 6.000.0000}{10.000} \\
 &= 600 \text{ unit}
 \end{aligned}$$

Usaha ini mencapai titik impas jika harga per unit Rp 10.000,-/pcs dengan total output 600 unit yang dijual.

$$\begin{aligned}
 \text{Benefit Cost Ratio} &= \frac{\text{Pendapatan}}{\text{Biaya Operasional}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 8.060.000}{\text{Rp } 6.000.000} \\
 &= 1,3
 \end{aligned}$$

Kriteria B/C Ratio jika > 0 maka dikatakan untung, dan jika B/C Ration < 0 maka dikatakan rugi sedangkan jika B/C Ratio $= 0$ maka usaha tersebut impas. Dari perhitungan B/C adalah 1,3 maka dapat dikatakan bahwa usaha ini layak dilanjutkan.

$$\begin{aligned}
 \text{Payback Period} &= \frac{\text{Jumlah Investasi} \times \text{Periode}}{\text{Keuntungan}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 5.118.000 \times 3 \text{ bulan}}{\text{Rp } 2.901.600} \\
 &= 5,2 \text{ bulan}
 \end{aligned}$$

Penjualan

Tabel 1. Total Hasil Pemasaran

Bulan ke	I	II	III	IV
Produksi (pcs)	100	350	350	400
Penjualan (pcs)	67	344	270	125
Penjualan Rp. 10.000,- x 806 buah				= Rp 8.060.000
Modal kerja				= Rp. 5.118.000
Laba usaha				= Rp. 2.942.000

C. Aspek Pemasaran

Pemasaran produk *merchandise acrylic* akan dilakukan dengan berbagai cara seperti mengikuti pameran produk, promosi di berbagai media sosial, dan juga dilakukan dengan menitipkan produk di berbagai toko penyedia souvenir serta menjual diberbagai kegiatan seperti perlombaan, pasar minggu, dan kegiatan bazar. Produk ini akan tersedia dalam kondisi *ready* dan *preorder*. Khusus barang *ready* atau siap beli adalah hasil desain kami yang sudah siap untuk dibeli, sedangkan untuk *preorder* merupakan pemesanan *custom* sesuai permintaan konsumen. Konsumen yang ditargetkan dari produk *merchandise acrylic* ini adalah semua

golongan umur. Mulai dari anak-anak hingga orangtua. Selain itu pula produk juga akan merambah pasar yang baik di Malang maupun di luar Malang.

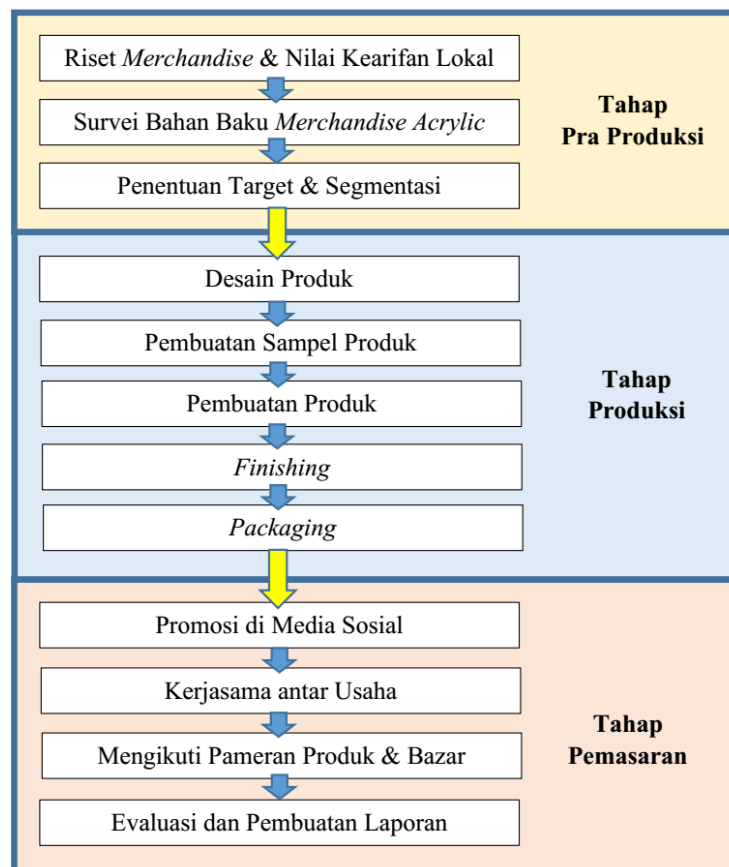
D. Aspek Lokasi dan Manajemen Bisnis

Usaha produksi *merchandise acrylic* Bentara Bumi yang dimiliki oleh 5 orang sebagai pemilik usaha bersama, semua orang memantau dan melaksanakan seluruh kegiatan produksi, transaksi, dan promosi yang ada di pasaran. Manajemen diatur oleh pemilik usaha mulai dari modal, penentuan harga, biaya belanja stok dan lainnya.

Bentuk badan usaha milik kelompok usaha dengan modal yang berasal dari Ristekdikti. Dengan menentukan pusat usaha di Kota Malang karena dekat dengan percetakan, dekat dengan toko souvenir sehingga memudahkan mobilitas serta dekat dengan banyak perguruan tinggi yang mempunyai potensi pasar yang besar. Selain itu pula pemilik juga berdomisili di Kota Malang.

E. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan produksi *merchandise acrylic* Bentara Bumi dilakukan dengan metode yang terencana. Adapun metode pelaksanaan dapat dilihat pada Gambar 3 berikut:



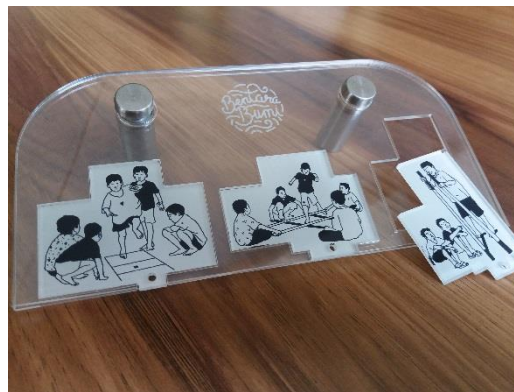
Gambar 3.1 Metode Pelaksanaan

BAB 4. HASIL YANG DICAPAI

- A. Telah Membuat *merchandise* grafir akrilik Bentara Bumi, yang tidak hanya bernilai estetik namun juga bernilai fungsional serta mengangkat nilai kearifan lokal.



Gambar 4.1. Produk Merchandise Bentara Bumi yang Mengangkat Nilai Kearifan Lokal



Gambar 4.2. Produk Merchandise Bentara Bumi yang Mengangkat Nilai Kearifan Lokal



Gambar 4.3. Produk Merchandise Bentara Bumi yang Mengangkat Nilai Kearifan Lokal

- B. *Merchandise* Bentara Bumi yang telah mendapat hak cipta dan hak *branding*. Hak cipta dalam desain produk grafir akrilik bernilai kerarifan lokal, serta hak *branding* yang mengukuhkan Bentara Bumi sebagai produsen *merchandise* grafir akrilik yang mengangkat nilai kearifan lokal.



Gambar 4.4 *Merchandise Bentara Bumi telah Mendapat Hak Cipta dan Hak Branding*

- C. Memproduksi produk *merchandise* Bentara Bumi dalam bentuk *main product* dan *daily product* sehingga mengoptimalkan ekspansi pasar *merchandise* grafir akrilik.



Gambar 4.5 *Daily Product untuk Mengoptimalkan Ekspansi Pasar Merchandise*

- D. Kegiatan promosi yang telah dilaksanakan antara lain adalah pameran di Fakultas Ekonomi sebagai media untuk promosi awal produk. Dan telah mengisi tentang diskusi kepenulisan dan ilustrasi sebagai ajang pengenalan produk kepada khalayak yang lebih luas.



Gambar 4.6 *Stand Bazar Bentara Bumi*

Dengan demikian produk *Merchandise* Bentara Bumi dalam pelaksanaannya telah mencapai progres sebesar 80%.

BAB 5. POTENSI HASIL

Adapun potensi hasil dalam produksi buku Rakai Langit dalam pelaksanaan program hingga 80% yaitu:

1. Perolehan hak cipta sebagai *merchandise* yang pertama dalam menggabungkan grafir akrilik mengangkat nilai-nilai kearifan lokal.
2. Memperoleh hak *branding* dengan nama produk “Bentara Bumi”.
3. Potensi pengembangan usaha dengan mendirikan CV. Bentara Pustaka dengan legalitas hukum dan akta notaris yang bergerak pada bidang:
 - a. Pembuatan *merchandise*
 - b. Aneka produk grafir akrilik
 - c. Design dan ilustrasi
4. Mengisi diskusi kepenulisan dan ilustrasi yang diadakan oleh Koperasi Mahasiswa UM dalam rangka *Creative Clinic* dan *Digital Character Design* tanggal 3-7 Mei 2017 sehingga bisa digunakan sebagai ajang promosi
5. Mengisi acara diskusi *Creative Marketing* di Asosiasi Desain Grafis Indonesia (ADGI) Malang Chapter tanggal 17 Juni 2017 sehingga bisa lebih jauh mengenalkan produk.



Gambar 5.1 Mengisi *Creative Marketing* di ADGI Malang bersama Dosen Pembimbing

6. Produk Bentara Bumi juga telah di review oleh Prof. Dr. Imam Suyitno, yang merupakan guru besar bahasa dan sastra Indonesia yang berkonsentrasi di nilai-nilai kearifan lokal. Sehingga nilai yang tergantung di Bentara Bumi benar-benar mengangkat nilai kearifan lokal.



Gambar 5.2 Produk Bentara Bumi di Review Guru Besar Bidang Nilai-nilai Kearifan Lokal

BAB 6. RENCANA TAHAPAN SELANJUTNYA

Untuk mencapai tahap 100% persen dalam pembuatan produk Rakai Langit terdapat langkah dan strategi yang akan ditempuh yaitu:

1. Pembuatan produk-produk *merchandise* untuk men-*support* kota/kabupaten yang dicanangkan menjadi kota kreatif.
2. Ekspansi pasar dengan mitra produksi BUMN di bidang produk akrilik.
3. Submit artikel ilmiah di ISoLEC (*International Seminar on Language, Education, and Culture*)
4. Publikasi di media cetak maupun online.
5. Melakukan kerjasama kegiatan-kegiatan di komunitas sebagai ajang promosi.
6. Mengikuti bazar produk kreatif.
7. Mengisi diskusi *creative desain* sebagai upaya pengenalan, promosi dan ekspansi pasar Bentara Bumi.

DAFTAR PUSTAKA

- Deslem. 2014. *Apa itu Grafir dan Akrilik*. (Online),
(<http://deslem.blogspot.co.id/2014/03/apa-iyu-grafir-dan-akrilik.html>)
diakses tanggal 2 November 2016.
- Indo, Studi Kreasi. 2016. *Kelebihan Akrilik Dibanding Kaca*. (Online),
(<http://www.studiokreasindo.com/blog/?con=blogdetai&id=59>) diakses
tanggal 2 November 2016.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Penggunaan Dana

No	Keterangan	Jumlah	Harga	Debet	Kredit
A	PEMASUKAN DIKTI (80%)	Rp 6.000.000		Rp 6.000.000	
B.	PENGELUARAN				
Biaya Produksi					
1	Bahan Gelang 1	2	Rp. 18.000		Rp. 36.000
2	Akrilik Gelang	36	Rp. 2.025		Rp. 72.900
3	Cetak Pembatas Buku Ijo	5	Rp .10.800		Rp. 54.000
4	Cetak Pembatas Buku Biru	5	Rp. 7.890		Rp. 39.450
5	Cetak Gantungan Kunci Untuk Bazar	15	Rp 3.500		Rp. 52.500
6	Orderan Gantungan Kunci I	50	Rp. 7.610		Rp. 380.500
7	Orderan Greeting Card	288	Rp. 4.600		Rp. 1.324.800
8	Orderan Gantungan Kunci II	50	Rp. 6.790		Rp. 339.500
9	orderan fara florist	250	Rp. 10.000		Rp. 2.500.000
10	cetak akrilik	64	Rp. 2.025		Rp. 131.400
11	bahan gelang	16	Rp. 1.500		Rp. 24.000
12	orderan alistikha	100	Rp. 1.750		Rp. 175.000
13	Orderan rakai langit	25	Rp. 5.100		Rp. 127.500
SUB TOTAL					Rp . 5.257.550
Biaya pemasaran					
1	Beban Sewa	1	Rp. 150.000		Rp. 150.000
2	Beban Transportasi	1	Rp. 50.000		Rp. 50.000
3	Beban Bazar	1	Rp. 39.000		Rp. 39.000
SUB TOTAL					Rp. 239.000
Biaya Administrsi					
1	Buku Log Book	1	Rp. 30.800		Rp. 30.800
2	Fotocopy + Print Berkas untuk Monev Fakultas	1	Rp. 35.000		Rp. 10.000
3	Print + Fotocopy untuk Monev Universitas	1	Rp. 186.000		Rp. 186.000
4	Materai	25	Rp. 7.000		Rp. 175.000
5	Stempel	1	Rp. 100.000		Rp. 10.000
6	Stempel pad	1	Rp. 8.000		Rp. 8.000
7	Nota	1	Rp. 3.000		Rp. 3.000
8	Tinta Stempel	1	Rp. 4.500		Rp. 4.500
SUB TOTAL					Rp. 427.300
Biaya Operasional					
1	Pengait Gelang	1	Rp. 3.500		Rp. 3.500
2	Plastik Oppio	1	Rp. 4.000		Rp. 4.000
SUB TOTAL					Rp. 7.500
Biaya Lain-lain					
1	Print + Fotocopi Berkas HAKI dan Merk	1	Rp. 86.000		Rp. 86.000

2	Pembuatan CV	1	Rp. 500.000		Rp. 500.000
3	Konsumsi	1	Rp. 22.000		Rp. 22.000
4	Pembelian Seragam Batik	5	Rp. 180.000		Rp. 900.000
5	Pembelian Pulsa Internet	1	Rp. 80.000		Rp. 80.000
6	Pembelian Dasi	3	Rp. 35.000		Rp. 105.000
7	Pembelian Kerudung	2	Rp. 27.000		Rp. 54.000
SUB TOTAL					Rp. 1.747.000
Biaya Promosi					
1	Cetak X Banner	1	Rp. 170.000		Rp. 170.000
2	Cetak Poster dan Pamflet	1	Rp. 45.450		Rp. 45.450
3	Cetak Banner	1	Rp. 51.500		Rp. 51.500
SUB TOTAL					Rp. 266.950
TOTAL PENGELUARAN					Rp. 2.445.250
C.	PEMASUKAN PENJUALAN				
1	Bulan April				Rp. 810.000
2	Bulan Mei				Rp. 3.440.000
3	Bulan Juni				Rp. 5.450.000
4	Bulan Juli				Rp. 679.500
Sub Total					Rp 10.379.500
SALDO = PEMASUKAN - PENGELUARAN =					Rp 13.934.250

Lampiran 2. Laporan Laba Rugi dan Cash Flow

LAPORAN LABA RUGI

	April	Mei	Juni	Juli
Penjualan	Rp 810.000	Rp 3.440.000	Rp 5.450.000	Rp 678.500
HPP	Rp 531.370	Rp 1.529.280	Rp 2.754.850	Rp 302.500
Laba Kotor	Rp 278.630	Rp 1.910.720	Rp 2.695.150	Rp 376.000
Beban Operasi				
Beban Sewa	-Rp 150.000			
Beban Transportasi		-Rp 20.000	-Rp 30.000	
Beban Lain-lain	-Rp 170.000			
Total Beban Operasi	-Rp 320.000	-Rp 20.000	-Rp 30.000	
Beban administrasi	-Rp 23.500	-Rp 190.300	-Rp 58.400	
Total Beban	-Rp 343.500	-Rp 230.300	-Rp 118.400	Rp -
Laba Bersih	-Rp 64.870	Rp 1.680.420	Rp 2.576.750	Rp 376.000

CASH FLOW

	April	Mei	Juni	Juli
Laba Bersih	(Rp.64.870)	Rp. 1.700.420	Rp . 2.586.750	Rp. 385.000
Arus Kas Operasi				
Penjualan	Rp. 840.000	Rp. 3.440.100	Rp. 5.450.000	Rp. 687.500
Pembelian Bahan Baku	(Rp. 531.370)	(Rp. 1.529.280)	(Rp. 2.754.850)	(Rp. 302.500)
Pembayaran Biaya Administrasi	(Rp. 23.500)	(Rp. 190.300)	(Rp. 54.800)	
Pembayaran Sewa	(Rp. 150.000)			
Pembayaran Biaya Transportasi	-	(Rp. 20.000)	(Rp. 30.000)	
Pengeluaran Operasional Lainnya	(Rp. 170.000)			
Total Arus Kas Operasi	(Rp. 34.870)	Rp. 1.700.520	Rp. 2.610.350	Rp. 385.000
Arus Kas Investasi				
Pendaftaran CV	-Rp . 500.000			
Pembebanan Draft HAKI dan Merk	-		(Rp. 86.000)	
Pembebanan Aset Tetap	-		(Rp. 900.000)	
Total Arus Kas Investasi	-Rp. 500.000	Rp. -	(Rp. 986.000)	Rp -
Arus Kas Pendapatan				
Pemberian Modal Dikti 80%	Rp. 6.000.000			
Total Arus Kas Pendapatan	Rp. 6.000.000	Rp. -	Rp. -	Rp -
Kas Awal	-	Rp. 6.599.740	Rp. 10.000.680	Rp. 14.211.780
Perubahan Kas	Rp. 6.599.740	Rp. 3.400.940	Rp. 4.211.100	Rp. 770.000
Kas Akhir	Rp. 6.599.740	Rp. 10.000.680	Rp. 14.211.780	Rp. 14.981.780

Lampiran 3. Bukti Pendukung Kegiatan



Gambar 8.1 Konsolidasi PKM



Gambar 8.2 Koordinasi Rutin



Gambar 8.3 Koordinasi Rutin dengan Pembimbing



Gambar 8.4 Monitoring dan Evaluasi



Gambar 8.5 Pengajuan Hak Cipta



Gambar 8.6 Mengisi Cretiative Clinic

Lampiran 4. CV Bentara Pustaka

CV. Bentara Pustaka merupakan induk perusahaan produk merchandise Bentara Bumi dengan legalitas hukum dan akta notaris yang membawahi bidang:

- a) Pembuatan Merchandise
- b) Aneka Produk Akrilik
- c) Desain dan Ilustrasi

Logo CV. Bentara Pustaka:

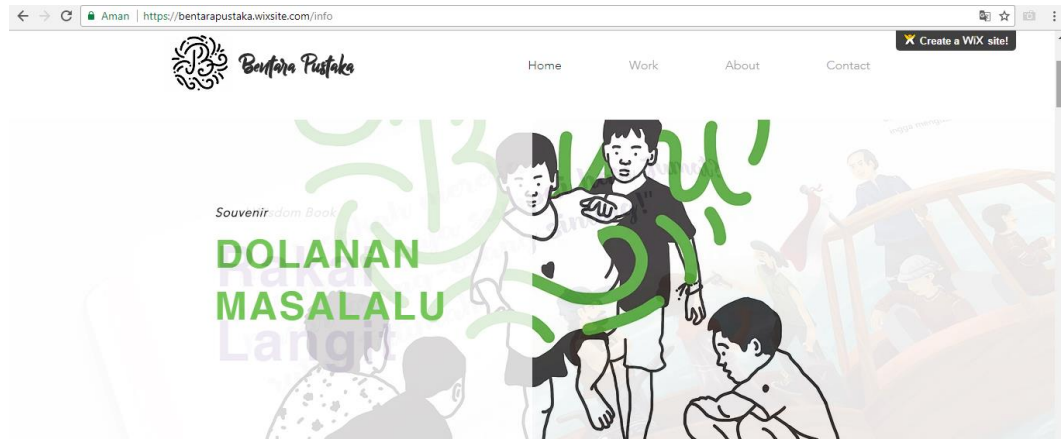


Gambar 9.1 Logo CV Bentara Pustaka

Akta Notaris:

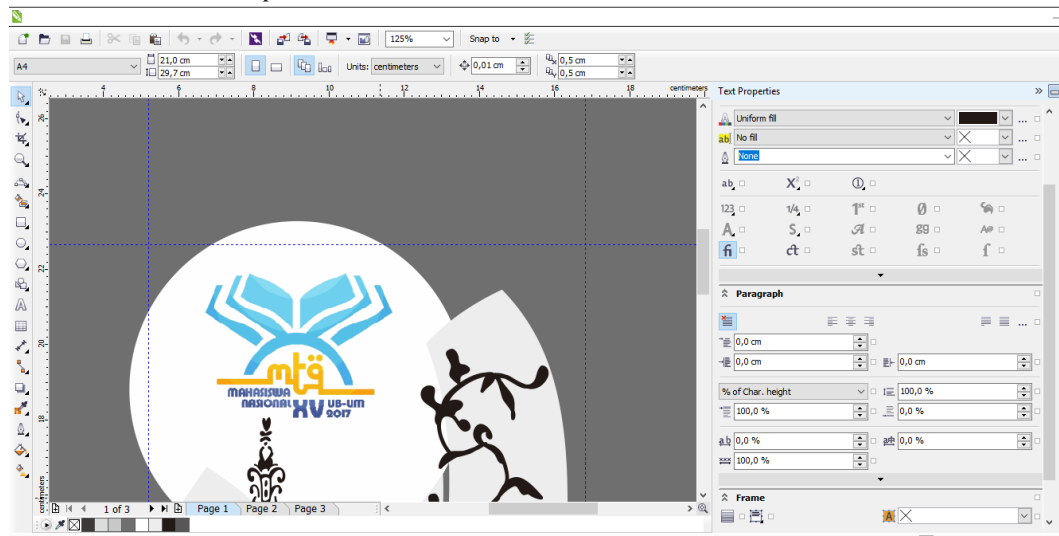


Gambar 9.2 Akta Notaris CV Bentara Pustaka



Gambar 9.3 Website Bentara Pustaka

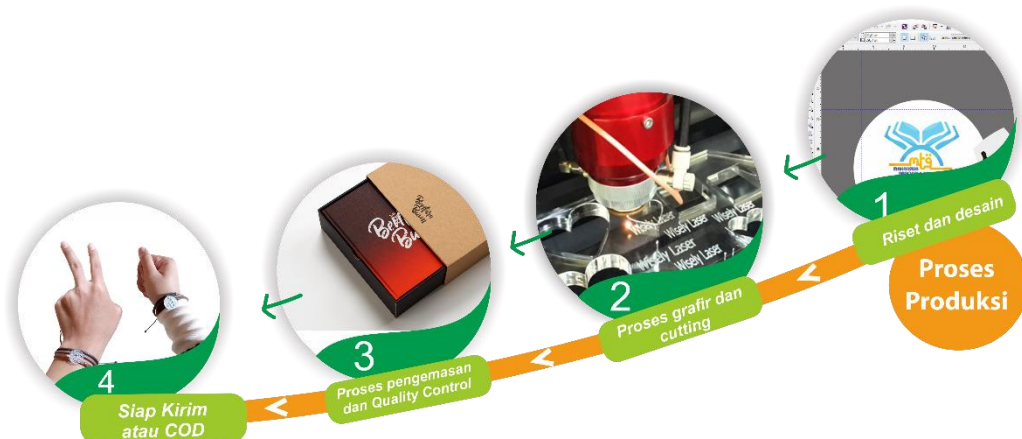
Lampiran 5. Proses Pembuatan Merchandise Bentara Bumi



Gambar 10.1 Proses Desain Merchandise




Gambar 10.2 Desain Merchandise



Gambar 10.3 Proses Produksi Merchandise

Lampiran 6. Bukti Pengajuan Hak Cipta dan Hak Paten




KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MALANG (UM)
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)
Jl. Semarang 5 Malang 65145
Telepon/Fax: 0341-551312, 0341-580311, 0341-552115, 0341-564570
Laman: www.um.ac.id

TANDA TERIMA BERKAS PENYERAHAN HKI

Telah Terima dari : Aji Setiawan
Unit Kerja : Fakultas Sastra
Berkas Kelengkapan Pengurusan HKI berupa **Hak Cipta**
Judul Usulan : **"Bentara Bumi (Seni Rupa)"**


Utuk diproses lebih lanjut Pendaftarannya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Kekayaan Intelektual RI, melalui Sentra HKI Universitas Negeri Malang.

Mengetahui,
KaSubbag TU Program



Rendi
NIP. 196908221991031001

Malang, 5 Juni 2017
Penerima Berkas,



Prihatini Retnaningsih, S.E.
NIP 1974091420091020001

Gambar 11.1 Bukti Pengajuan Hak Cipta



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MALANG (UM)
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)
Jl. Semarang 5 Malang 65145
Telepon/Fax: 0341-551312, 0341-580311, 0341-552115, 0341-564570
Laman: www.um.ac.id

TANDA TERIMA BERKAS PENYERAHAN HKI

Telah Terima dari : Aji Setiawan
Unit Kerja : Fakultas Sastra
Berkas Kelengkapan Pengurusan HKI berupa **Hak Merk**
Judul Usulan : Merchandise Akrilik yang mengangkat Nilai-nilai Kearifan Lokal "Bentara Bumi"


Utuk diproses lebih lanjut Pendaftarannya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Kekayaan Intelektual RI, melalui Sentra HKI Universitas Negeri Malang.

Mengetahui,
KaSubbag TU Program



Rendi
NIP. 196908221991031001

Malang, 5 Juni 2017
Penerima Berkas,



Prihatini Retnaningsih, S.E.
NIP 1974091420091020001

Gambar 11.2 Bukti Pengajuan Hak Merk

Lampiran 7. MoU dengan Pelaku Usaha Sebagai Bentuk Kerjasama

Pasal 2

JANGKA WAKTU

Kerjasama ini berlaku untuk jangka waktu 2 tahun terhitung sejak tanggal 25 Mei 2017 sampai dengan tanggal 25 Mei 2019 dan dapat diperpanjang kembali sesuai kesepakatan kedua belah pihak.

Pasal 3

HAK DAN KEWAJIBAN

Masing-masing pihak mempunyai hak dan kewajiban sebagai berikut :

- A. Kewajiban PIHAK PERTAMA antara lain :
 1. Membuat design *greeting card* untuk *souvenir* wifisen dan mencetak *greeting card*, untuk selanjutnya diserahkan kepada PIHAK KEDUA.
 2. Membuat *greeting card* sesuai dengan pesanan PIHAK KEDUA
 3. Membuat dan mendesign *greeting card* untuk pemesanan awal sebanyak 2 gross (288 buah).
- B. Kewajiban PIHAK KEDUA antara lain :
 1. Memberikan tema design untuk setiap pemesanan *greeting card* kepada PIHAK PERTAMA.
 2. Melakukan pemesanan paling lambat 1 minggu sebelum digunakan oleh PIHAK KEDUA.
 3. Melakukan pembayaran untuk pemesanan awal sebesar Rp 2.880.000,- (Rp 10.000,- X 288 buah) kepada PIHAK PERTAMA selambat-lambatnya 1 minggu setelah transaksi pemesanan ini.

PASAL 4

KETENTUAN TAMBAHAN

Bahwa mengenai hal-hal yang tidak atau belum cukup diatur dalam MOU ini, akan diberikan dalam bentuk addendum yang tidak terpisahkan dari MOU ini.

PASAL 5

PENUTUP

Perjanjian ini dibuat rangkap 2 (dua) masing-masing bermaterai cukup sebagai alat bukti yang mempunyai ketentuan hukum yang sama.

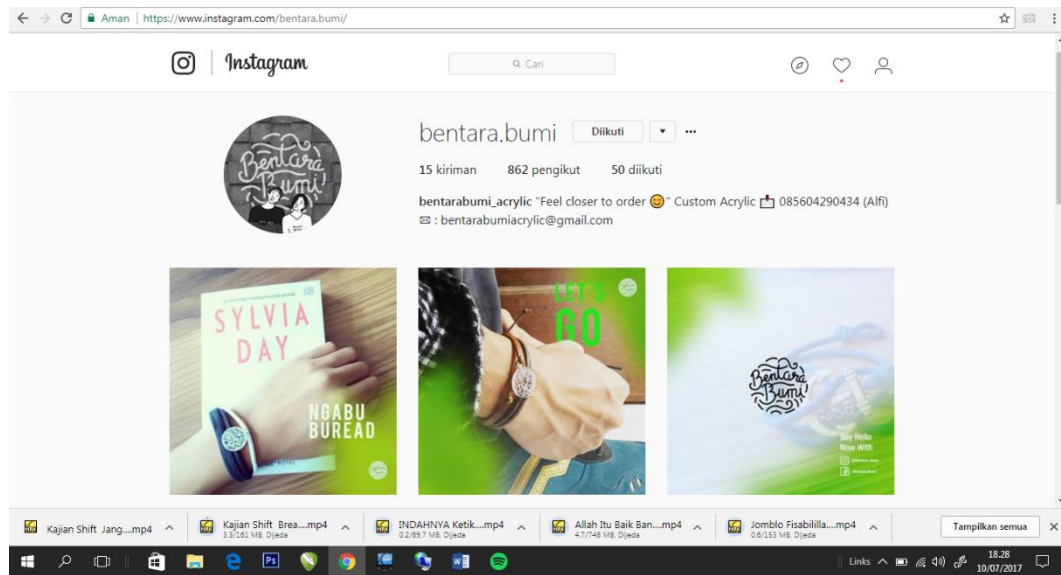


PIHAK PERTAMA
 PT. BENTARA PUSTAKA

 TEGUH DEWANGGA
 DIREKTUR UTAMA

Gambar 12.1 MoU dengan Pelaku Usaha Sebagai Bentuk Kerjasama

Lampiran 8. Akun Media Sosial Bentara Bumi sebagai Promosi Online



Gambar 13.1 Akun Media Sosial Bentara Bumi