

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu dampak dari kemajuan dibidang teknologi dan informasi adalah adalah padatnya penggunaan media digital di berbagai belahan dunia. Apalagi di era *Society 5.0* dimana manusia dipandang lebih cerdas, lebih kreatif, dan lebih terbuka terhadap kemajuan teknologi saat ini sehingga bisa memanfaatkan dan mempergunakan dengan lebih efektif dan bijak.(Gede et al. 2021) Salah satunya dibidang pemasaran dan usaha dimana pelakunya menemukan inovasi dan kreasi melalui teknologi yang semakin berkembang guna meningkatkan jangkauan pemasaran dan keuntungan tentunya.

Pemasaran melalui internet (digital) memberikan tantangan dan peluang baru dalam upaya membuat terobosan baru dibidang pemasaran dan layanan, hal tersebut yang membuat sistem pemasaran melalui media cetak sekarang mulai beranjak ke media digital yang lebih luas jangkauannya. Apalagi di era-pandemi Covid-19 (*Coronavirus Diseases 2019*) seperti sekarang, Indonesia dan negara-negara sudah dibuat kewalahan olehnya, himbuan pemerintah untuk bekerja dari rumah dinilai sangat efektif untuk menahan penyebaran dan penularan Covid-19, namun himbuan ini juga menjadi mimpi buruk bagi kehidupan masyarakat khususnya pada pelaku usaha UMKM, ketakutan akan kehilangan pekerjaan menjadi beban tambahan selain tertular virus Covid-19.(Ajibulloh 2020)

Sebagian besar perusahaan sudah berganti menggunakan promosi digital dalam bentuk video atau grafis digital untuk menunjang penjualan mereka. Penggunaan video dan grafis memang sangat dibutuhkan, akan tetapi diperlukan waktu yang lama untuk belajar editing video dan desain grafis, apalagi *software* editing video dan desain grafis hampir semua harus berlangganan dengan harga yang cukup mahal, salah satunya produk adobe dimana untuk harga semua software Adobe CC 2021 dijual dengan harga S\$69.72/bulan, jika dikonversi ke mata uang Indonesia Senilai Rp. 743,757.62 pada tahun 2021, ini salahsatu faktor yang membuat mahalnya jasa editing video dan desain grafis.(Adobe 2021)

Berdasarkan permasalahan tersebut kami Tim PKM-K membuat produk berupa template video dan grafis sebagai terobosan ekonomi kreatif di era *sosiecty*

bernama Mevideo, dimana templatanya hanya menggunakan *Powerpoint*. Produk tersebut sesuai dengan kebutuhan masyarakat di bidang digital, kondisi inilah yang menjadikan peluang dari penjualan produk ini karena template video animasi dan grafis digital yang memudahkan pengguna untuk membuat berbagai video seperti video animasi, video promosi, konten animasi media sosial, video *cinematic* hanya menggunakan aplikasi powerpoint.

1.2. Perumusan Masalah

Didasarkan pada latar belakang masalah yang telah dirumuskan sebelumnya, kemudian dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran produk template video dan grafis menggunakan Powerpoint?
2. Bagaimana manajemen produk template video dan grafis menggunakan Powerpoint?
3. Bagaimana menjaga keberlangsungan usaha kreatif produk template video dan grafis menggunakan Powerpoint?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam kegiatan ini adalah :

1. Produk yang dibuat hanya berupa template powerpoint.
2. Pemasaran hanya berfokus pada media sosial.
3. Produk yang dijual berupa paket template.
4. Paket template yang di jual berfokus pada 3 paket.

1.4. Tujuan

Tujuan dari kegiatan ini adalah :

1. Memproduksi template video dan grafis menggunakan Powerpoint.
2. Membangun jiwa kewirausahaan dikalangan mahasiswa untuk mendorong terlahirnya wirausahawan baru dibidang kreatif digital dengan template video animasi dan desain statis dari Mevideo.
3. Menghasilkan produk digital siap jual.

4. Membidik pada profit, sebagaimana wirausahawan pada umumnya.
5. Melanjutkan usaha kreatif produk template video dan grafis menggunakan Powerpoint.

1.5. Sistematika penulisan

Dalam penulisan laporan ini penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama ini mencakup tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, dan sistematika penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua ini mencakup tentang penelitian sebelumnya yang sesuai dengan topik penelitian, landasan teori sebagai dasar yang kuat kenapa sebuah penelitian dibuat, serta kerangka pemikiran yang menjelaskan alur berjalannya penelitian dengan menggunakan diagram.

3. BAB III METODOLOGI

Bab ketiga ini menjelaskan tentang metode yang digunakan penulis dalam penelitian yang dibuat.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang pembahasan utama dan hasil yang sudah dicapai dalam laporan skripsi.

5. BAB V PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan tentang intisari dari penelitian yang dibuat dan saran guna mengembangkan penelitian ini menjadi lebih baik lagi.