

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Melakukan Survei Lapangan

Survey lapangan atau survey lokasi adalah tahapan awal yang sangat penting dalam merencanakan suatu kegiatan perencanaan kerja dimana dalam survey lokasi tersebut kita dapat mengetahui letak keadaan tanah dan keadaan lingkungan tersebut sehingga perencana dapat semaksimal mungkin untuk dapat merencanakan hal apa yang dapat kita kembangkan di daerah tersebut dengan mencari potensi yang dimiliki desa. Survei Salah satu kegiatan awal yang kami lakukan dalam menggali potensi desa untuk dijadikan peluang usaha milik desa .

Gambar 3.1 Survei Lokasi Lapangan



3.2 Bisnis Model Kanvas (Isnawati)

Bisnis model kanvas sebuah strategi dalam manajemen yang berupa *visual chart* yang ini terdiri dari 9 (sembilan) blok yang membantu merumuskan ide bisnis. Tentu saja model bisnis yang lebih terstruktur.

Berikut ini tampilan dari kanvas model bisnis :

a. *Costumer Segments*

Blok pertama adalah *costumer segments*. Berisi mengenai siapa costumer, Produk atau layanan yang akan di jual. Idealnya lakukan riset untuk memastikan *costumer segments*. Dalam kegiatan kali ini UMKM kami membuat produk makanan yaitu Kacang Ngumpet. Karena makanan ini bisa dikonsumsi wanita dan pria baik usia muda maupun tua. Maka dalam menetapkan segment yang tepat ialah usia 4-50 tahun .

b. *Value Proposition*

Blok kedua adalah *value proposition*. *Value proposition* berisi produk atau layanan apa yang ditawarkan? Dalam bisnis selalu ada produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam kegiatan kali ini UMKM Kacang Ngumpet Shaumi sebagai produsen camilan sehat yang diolah dengan barang-barang berkualitas dan higienis dan Kacang Ngumpet Shaumi mampu mengungguli makanan sejenisnya karena gurih dan manisnya yang lebih disukai serta memiliki varians rasa yang bisa dipilih oleh konsumen.

c. *Channels*

Blok ketiga adalah *channels*. Bagaimana cara memberikan layanan kepada costumer?. Dalam kegiatan kali ini UMKM Kacang Ngumpet Shaumi mencoba menerobos pasar dengan melihat peluang teknologi yang ada saat ini. Seperti Ecommerce, Media sosial, Toko oleh-oleh dan koperasi kampus.

d. *Costumer Relationship*

Blok keempat adalah *costumer relationship*. *Costumer relationship* menggambarkan hubungan antara penjual dengan pembeli. Dalam kegiatan kali ini UMKM Kacang Ngumpet Shaumi mencoba membuat Diskon dan promo ke toko oleh-oleh dan koperasi kampus.

e. *Revenue Streams*

Blok kelima adalah *revenue streams*. *Revenue streams* menjelaskan darimana sumber pendapatan bisnis. Apakah dari menjual produk, menjual jasa, menjual iklan, komisi dan lainnya. Dalam kegiatan kali ini UMKM Kacang Ngumpet Shaumi mendapatkan pendapatan bisnis dengan adanya penjualan kacang ngumpet dengan varian rasa dan kemasan yang bermacam-macam dan menjual dengan distribusi besar dan kecil.

f. *Key Resources*

Blok keenam adalah *key resources*. *Key resources* menjelaskan sumber daya apa saja yang dibutuhkan untuk memproduksi kebutuhan barang atau jasa. Misal butuh tenaga kerja, material, uang dan lainnya.

g. *Key Activities*

Menjelaskan aktifitas apa saja yang diperlukan untuk menghasilkan produk atau layanan. Misal ada aktivitas *packging*, *branding*, pemasaran internet dan lainnya.

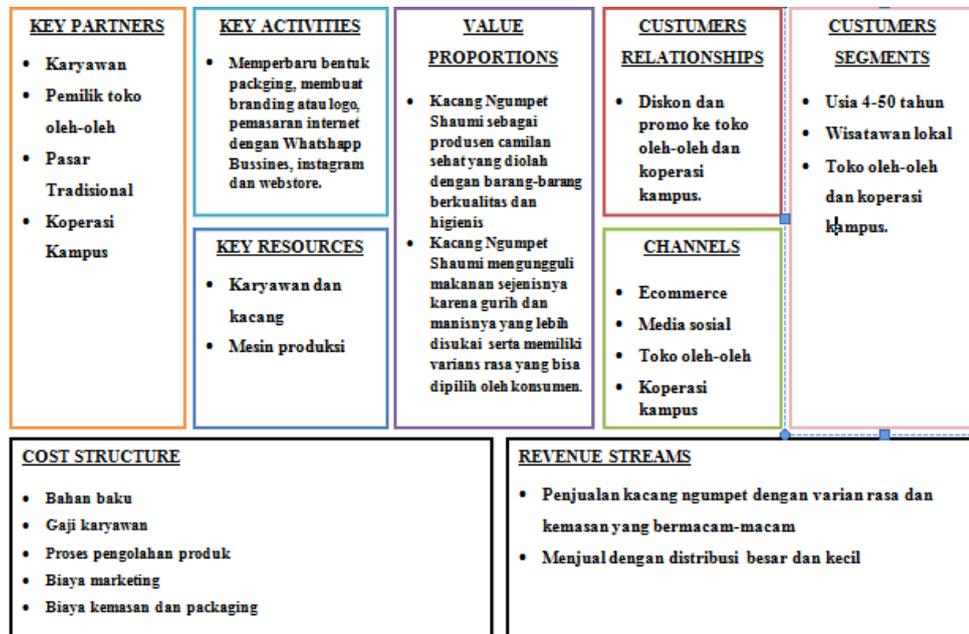
h. *Key Partners*

Berisi siapa saja *patner* yang harus digandeng untuk bekerjasama. Misal, berjualan online. Mungkin perlu menggandeng orang-orang yang menjualkan kembali produk, bank, jasa pengirim barang dan lainnya.

i. *Cost Structures*

Berisi mengenai biaya-biaya apa saja yang terbentuk, ketika ingin memproduksi dan memasarkan layanan (produk atau jasa).

Gambar 3.2 Bisnis Model Kanvas



3.3 Melakukan Peningkatan Kualitas produk Kacang Ngumpet

(Helda Widana)

Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk kita dapat menerapkan program "*Total Quality Management (TQM)*". Total Management System sendiri ialah suatu sistem manajemen kualitas yang berfokus pada Pelanggan (Customer focused) dengan melibatkan semua level karyawan dalam melakukan peningkatan atau perbaikan yang berkesinambungan (secara terus-menerus). TQM menggunakan strategi, data dan komunikasi yang efektif untuk mengintegrasikan kedisiplinan kualitas ke dalam budaya dan kegiatan-kegiatan UMKM. Selain mengurangi kerusakan produk, tujuan TQM ialah untuk meningkatkan nilai konsumen.

Dari hasil observasi yang kami lakukan, terdapat beberapa permasalahan yang ada antar lain ialah pada pemasaran produk, kurangnya pemahaman dalam mengemas (*packaging*) produk untuk menarik pelanggan dan kurangnya kreativitas pemilik UMKM dalam memodifikasi varian rasa. Serta kurangnya pemanfaatan teknologi masa kini dalam memasarkan produk. Berdasarkan kemampuan yang dimiliki oleh pemilik UMKM Kacang Ngumpet, kami melakukan inovasi baru untuk mengembangkan UMKM Kacang Ngumpet. Kacang Ngumpet yang awalnya dibuat dalam ukuran besar lalu kami ubah ukurannya lebih diperkecil lagi agar lebih menarik. Kemudian yang biasanya hanya di buat dalam rasa manis lalu kami juga membuat inovasi dengan memberi beberapa varian rasa, diantaranya rasa: balado dan jagung manis.

Gambar 3.3 Hasil Inovasi Rasa Produk



3.4 Memberikan contoh kemasan dan desain produk serta memberikan pemahaman pentingnya suatu kemasan (Nurul Falah)

Desain produk adalah proses kreasi suatu produk yang menggabungkan unsur fungsi dan estetika sehingga bermanfaat dan memiliki nilai tambah bagi suatu produk. Kemasan yang digunakan oleh UMKM Kacang Ngumpet Shaumi sebelumnya hanya plastik biasa dengan ukuran besar maka dari itu kami disini memberikan pengetahuan tentang pentingnya suatu kemasan beserta desain produk agar para pembeli dapat tertarik dengan produk Kacang Ngumpet Shaumi.

Kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Kemasan yang merupakan bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik pembeli untuk membeli produk Kacang Ngumpet.

Adapun fungsi dari kemasan:

a. Self Service

Kemasan akan semakin berfungsi lebih banyak lagi dalam proses penjualan produk, dimana kemasan haruslah menarik, menyebutkan ciri-ciri dari suatu produk, meyakinkan konsumen serta dapat memberi kesan menyeluruh yang mendukung suatu produk.

b. Consumer Offluence

Konsumen akan bersedia membayar produk lebih mahal apabila kemasan dari suatu produk tersebut terlihat menarik dan baik. Begitu pula terhadap kemasan Kacang Ngumpet apabila kemasan produk Kacang Ngumpet terlihat menarik dimata konsumen, maka konsumenpun dapat membayar lebih terhadap produk Kacang Ngumpet.

c. Company and Brand Image

Suatu UMKM mengenal baik kekuatan yang dikandung dari kemasan yang dirancang dengan cermat dalam mempercepat konsumen untuk mengenali merek produk.

d. Inovational Oppurtunity

Kemasan yang inovatif akan bermanfaat bagi konsumen dan juga akan memberikan keuntungan terhadap produsen. Beberapa Tujuan dari adanya kemasan:

a. Physical Production

Dapat melindungi suatu produk dari suhu, getaran, guncangan, tekanan dan sebagainya.

b. Barrier Protection

Melindungi dari hambatan uap air, debu, dan sebagainya

Gambar 3.4 Desain Kemasan Produk

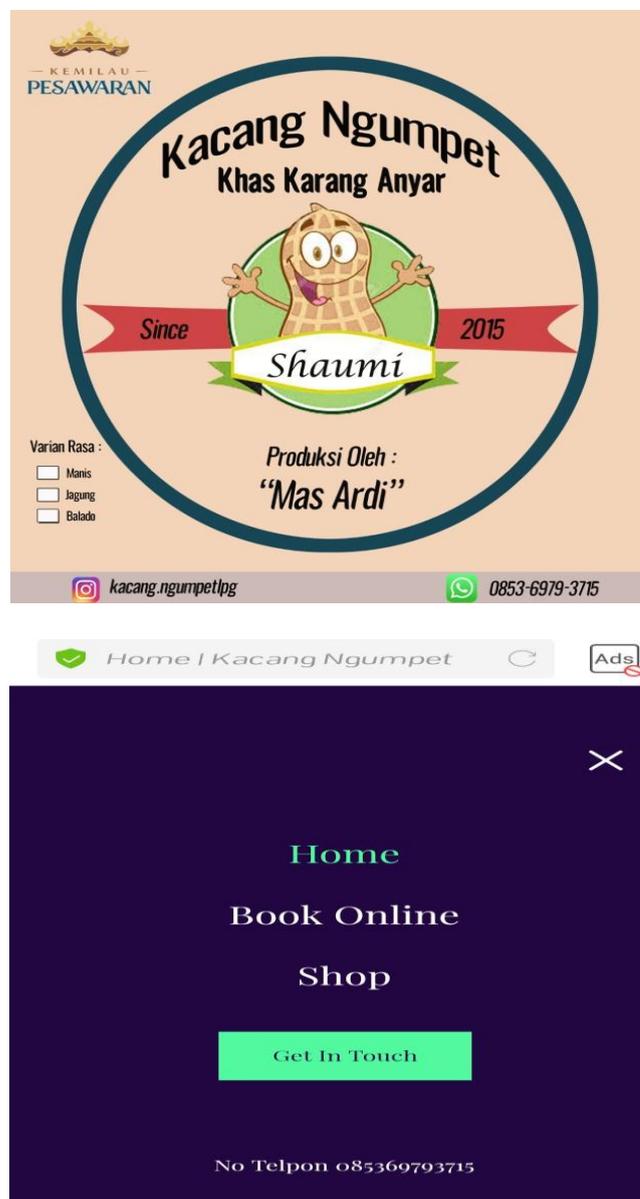


3.5 Pembuatan Desain Logo Dan website menggunakan wixsite (Wayan Kastawan)

perkembangan teknologi informasi saat ini telah mengalami perkembangan yang sangat cepat. Teknologi saat ini terbukti telah mampu mengintegrasikan setiap detail informasi yang sebelumnya dianggap mustahil tercapai, seperti kecepatan informasi, efisien dan dan efektif. Teknologi informasi banyak diaplikasikan sebagai website untuk penjualan produk secara online dimana produk tersebut dapat diakses diseluruh penjuru dunia, oleh sebab itu banyak jasa pembuatan website bagi penjual produk secara online yang fitur-fiturnya disesuaikan dengan kebutuhan toko online itu sendiri. Sehingga dapat meningkatkan penjualan secara otomatis dan konsumen dapat mudah mengakses setiap produk yang di inginkan secara cepat dan tentu saja aman. Website adalah sebuah kumpulan halaman pada suatu domain di internet yang dibuat dengan tujuan tertentu dan saling berhubungan serta dapat diakses secara luas melalui halaman depan menggunakan sebuah browser menggunakan URL Website.

Salah satu pembuatan akun website yang bertujuan untuk mengembangkan pemasaran produk UMKM Kacang Ngumpet desa Karang Anyar, pada sebelumnya UMKM Kacang Ngumpet melakukan penjualan produk secara tradisional. Dengan adanya website ini dapat membantu proses penjualan dan pemasaran serta memperluas keseluruhan di daerah Indonesia secara online, sebelum melakukan proses pembuatan website itu kami terlebih dahulu untuk menyiapkan akun gmail, karena gmail ini sangat penting dalam proses pembuatan website.

Gambar 3.5 Desain Logo Produk dan Website



3.6 Memberikan pemahaman tentang pentingnya pemasaran produk (Tommy Hasiholan Purba)

Definisi pemasaran lebih diidentikan dengan proses pengenalan produk atau servis kepada konsumen yang potensial. Aspek-aspek untuk pemasaran yang kami terapkan meliputi, public relation, promosi dan penjualan. Tujuan utama pemasaran adalah untuk memaksimalkan keuntungan dengan membuat strategi penjualan. Di bidang bisnis, *marketing* harus mampu melihat banyak aspek dalam melakukan promosi termasuk juga memprediksi *lifespan* sebuah produk.

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam memasarkan sebuah produk, diantaranya ialah:

a. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah kegiatan usaha untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk pada pasar sasaran. Oleh karenanya promosi sangatlah penting di dalam roda usaha, karena jika tidak ada kegiatan promosi maka produk usaha tidak akan dikenal oleh pasar. Untuk itu, kelompok 92 akan melakukan pengembangan produk melalui perbaikan strategi promosi, kelompok 92 akan melakukan promosi produk melalui media sosial seperti *mysite*, *instagram*, *whatsapp bussines* maupun *facebook*. Alasannya karena kebanyakan pelanggan saat ini sudah mengenal media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram*. Namun menurut kami *facebook* dan *Instagram* adalah media sosial yang paling efektif untuk promosi saat ini.

b. *Place* (Tempat)

Adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Kelompok 92 dalam hal ini akan mencari tempat yang strategis untuk menjual produk tersebut.

c. *Price* (Harga)

Harga merupakan salah satu hal yang sensitif dalam sebuah bisnis. Umumnya, konsumen akan menjadikan harga sebagai patokan untuk membandingkan Anda dengan kompetitor. Sehingga, penting untuk Anda menentukan harga yang baik, karena harga akan berpengaruh terhadap penjualan.

d. *Product* (Produk)

Produk merupakan bagian penting dari strategi pemasaran, karena kualitas produk atau jasa yang baik tentu saja akan memberikan kepuasan yang tinggi dari konsumen. Sebaliknya, kualitas produk atau jasa yang buruk juga akan membuat konsumen kecewa dan mereka tidak mau untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa Anda yang kedua kalinya.

Tidak hanya membutuhkan strategi pemasaran, jenis pemasaran juga perlu dilakukan. Dalam kegiatan kali ini jenis pemasaran yang digunakan ialah:

a. *Public Relations Marketing*

Salah satu jenis pemasaran yang paling penting adalah *Public Relations*. Banyak sekali perusahaan yang bekerjasama dengan media untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya produk mereka dan keuntungan yang dimiliki saat produk ini dimiliki oleh konsumen.

b. *Relationship Marketing*

Banyak yang berpendapat relationship marketing jauh lebih efektif. Bahkan banyak perusahaan yang melakukan hal ini ketimbang menghabiskan dana untuk menggaet konsumen baru.

Gambar 3.6 Negosiasi Kerja sama Dengan DJ. Shop



3.7 Memberikan Himbauan Terkait Surat Izin Usaha

Banyak pelaku usaha UMKM di desa Karang Anyar yang masih belum mengetahui tentang pentingnya Surat Izin Usaha Perdagangan, sehingga mereka tidak peduli dan tidak mempunyai minat untuk membuat Surat Izin Usaha Perdagangan. Padahal dengan adanya surat izin usaha perdagangan dapat membantu untuk meningkatkan kualitas produk, dapat terlindungi dari kecurangan pihak lain untuk mengeklaim produk mereka, serta dengan adanya surat izin usaha perdagangan calon konsumen akan merasa aman untuk mengonsumsi produk yang kita jual. Oleh karena itu kami memberikan himbauan atau pengarahan tentang prosedur pembuatan Surat Izin Perdagangan (SIUP), fungsi, dan keuntungan dari SIUP.

Gambar 3.7 Memberikan Himbauan Terkait Surat Izin Usaha



3.8 Pelatihan dan Perhitungan Harga Pokok Produksi Bagi UMKM Kacang Ngumpet (Lusiana)

3.8.1 Tahapan perhitungan Harga Pokok Produksi

Tahapan dalam penghitungan dari Harga Pokok Produksi adalah sebagai berikut :

3.8.1.1 Pengumpulan Data

Adapun data yang diperoleh dari proses pengumpulan data adalah sebagai berikut:

a. Biaya Bahan Baku per Produksi

Tabel 3.1 Biaya Bahan Baku Per Produksi

Biaya Bahan Baku:			
Bahan Baku	Quantity	Price	Total
Terigu	50 kg	Rp. 6.200	Rp. 310.00
Tapioka	4kg	Rp. 8000	Rp. 32000
Kacang Tanah	10 kg	Rp 20.000	Rp. 200.000
Minyak Goreng	30 liter	Rp 10.000	Rp. 300.000
Gula	10 Kg	Rp 12.000	Rp. 120.000
Garam	2 Bks	Rp 1.000	Rp. 2000
Pengembang	1	Rp. 3000	Rp. 3000
Minyak Adon	2 liter	Rp. 20.000	Rp. 40.000
Biaya bahan Baku untuk satu kali produksi			Rp.987.000

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung per Produksi

Tabel 3.2 Biaya Tenaga Kerja Langsung per Produksi

Keterangan	Jumlah gaji
Gaji karyawan	Rp 164.000
Total Biaya Gaji Karyawan	Rp. 164.000

c. Biaya Overhead Pabrik Per Produksi

Tabel 3.3 Biaya Overhead Pabrik per Produksi

Peralatan	Quantity	Price	Total
Gas Tabung 2	1 Buah	Rp. 22.500	Rp. 45.000
Listrik			Rp. 1000
Transportasi			Rp. 50.00
Plastik Kemasan	9 pack	Rp. 23.000	Rp. 202.500
Cetak Logo	4.5 pack	Rp. 20.000	Rp. 90.000
Total Biaya Overhead Pabrik			Rp. 397.500

3.8.2 Perhitungan Harga Pokok Produksi

Produksi Kacang Ngumpet Shaumi dilakukan pada saat adanya pesanan. Berikut adalah perhitungan Harga Pokok Produksi Kacang Ngumpet Shaumi:

3.8.2.1 Menghitung Bahan Baku yang digunakan

Tabel 3.4 Perhitungan Bahan Baku Yang Digunakan

Bahan Baku Per Bulan		
:		
Persediaan awal bahan baku	Rp. 0	
Pembelian bahan baku	Rp.987.000	
		Rp.987.000
Persediaan akhir bahan baku		Rp.0
Total Bahan Baku yang digunakan		Rp.987.000

3.8.2.2 Menghitung biaya produksi

Tabel 3.5 Perhitungan Biaya Produksi

Biaya Produksi		
Bahan baku yang digunakan	Rp.987.000	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp.164.000	
Biaya Overhead Pabrik	Rp. 397.500	
Total Biaya Produksi		Rp.1.548.500

3.8.3 Menghitung Harga Pokok Produksi (HPP)

Tabel 3.6 Perhitungan Harga Pokok Produksi

UMKM Kacang Ngumpet Laporan Harga Pokok Produksi	
Biaya	Jumlah Biaya
Persediaan awal barang dalam proses	Rp.0
(+) Biaya Produksi	Rp.1.548.500
(-) Persediaan akhir barang dalam proses	(Rp. 0)
Total Harga Pokok Produksi	Rp.1.548.500

3.8.4 Penentuan Harga Pokok Penjualan

Dari biaya-biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi dapat menghasilkan sebanyak 450 bungkus kacang ngumpet shaumi dan perhitungan harga jualnya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.7 Perhitungan Harga Pokok Penjualan

Total Biaya Produksi		Rp. 1.548.500
Jumlah barang diproduksi		450 bks
Harga Pokok Penjualan per unit		Rp.3.441

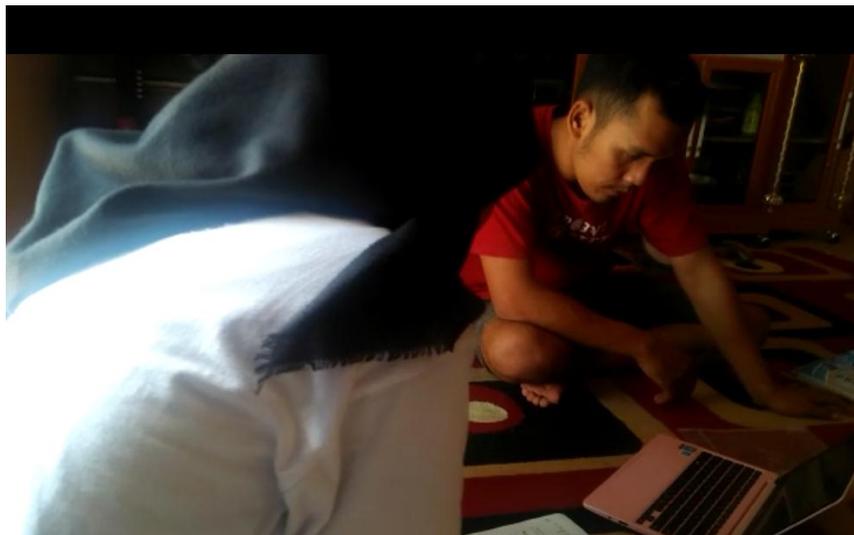
3.8.5 Penentuan Perhitungan Proyeksi Keuntungan

Tabel 3.8 Perhitungan Proyeksi Keuntungan

Keuntungan yang diinginkan 25%= Rp. 3.441 @ 25%	Rp. 860,25
Keuntungan yang diinginkan 50%= Rp. 3.441 @ 50%	Rp. 1.721
Keuntungan yang diinginkan 75%= Rp. 3.441 @ 75%	Rp. 2.581
Keuntungan yang diinginkan 100%= Rp. 3.441 @ 100%	Rp. 3.441

Harga jual per bungkus Kacang Ngumpet untuk varian rasa manis dengan keuntungan yang diinginkan sebesar 50% Rp. 5.162 (Rp. 3.441+ Rp. 1.721). dan untuk Harga jual per bungkus Kacang Ngumpet Shaumi untuk varian rasa balado dan jagung manis dengan keuntungan yang diinginkan sebesar 75% Rp. 6.022 (Rp.3.441 + Rp.2.581).

Gambar 3.8 Pelatihan Perhitungan Hpp



3.9 Pelatihan Perhitungan dan Penyusunan Laporan Keuangan UMKM (Rifki Safutra Sianipar).

3.9.1 Laporan Laba Rugi

Tabel 3.9 Laporan Laba Rugi UMKM Kacang Ngumpet

UMKM Kacang Ngumpet Laporan Laba Rugi Periode yang berakhir 31 Agustus 2019	
Pendapatan	Rp. 2.322.725
Harga Pokok Produksi	(Rp. 1.548.500)
Laba Kotor	Rp. 774.225
Biaya – Biaya Oprasional:	
Biaya Penyusutan Mesin	
Biaya Penyusutan kompor	Rp. 31.250
Biaya Penyusutan Wajan	Rp. 15.625
Biaya Penyusutan	Rp. 17.500
Perlengkapan	Rp. 43.750
Total Biaya Operasional	<u>(Rp. 108.125)</u>
Laba Bersih	Rp. 666.100

Tabel 3.10 Keterangan Rincian Perhitungan Laporan Laba Rugi

Keterangan:

Nama Akun	Keterangan	Perhitungan
Pendapatan	Pendapatan diperoleh dari harga jual produk dikalikan dengan banyak jumlah produk di produksi. -Harga Jual Produk = Rp. 5.162/ bks -Jumlah Produk di produksi = 450 Bungkus	Pendapatan = Rp. 5.162 x 450 = Rp. 2.322.725

Lanjutan Tabel 3.10

Harga Pokok Produksi	Harga Pokok Produksi diperoleh dari perhitungan Harga Pokok Produksi yang telah dilakukan sebelumnya.	Harga Pokok Produksi: BBB= Rp.987.000 BTK= Rp.164.000 BOP = <u>Rp.397.500</u> Rp. 1.548.500
Biaya- Biaya Oprasional	Biaya Oprasional diperoleh dari biaya- biaya penyusutan peralatan dan perlengkapan, dengan menggunakan metode penyusutan garis lurus.	
Laba/Rugi	Laba/ Rugi bersih diperoleh dari selisih laba kotor dikurangi dengan Biaya- Biaya Oprasional. - Laba Kotor = Rp.774.225 -Total Biaya Oprasional= Rp. 108.125	Laba/ Rugi = Rp. 774.225 <u>Rp. 108.125</u> Rp. 666.100

3.9.2 Laporan Perubahan Modal

Tabel 3.11 Laporan Perubahan Modal UMKM Kacang Ngumpet

UMKM Kacang Ngumpet	
Laporan Perubahan Modal	
Periode yang berakhir 31 Agustus 2019	
Modal Awal	Rp. 7.300.775
Prive	Rp. -
Laba Usaha	<u>Rp. 666.100</u>
Modal Akhir	Rp. 7.966.875

Tabel 3.12 Keterangan Rincian Perhitungan Laporan Perubahan Modal**Keterangan :**

Nama Akun	Keterangan
Modal Awal	Modal awal diperoleh dari modal awal yang dikeluarkan oleh pemilik UMKM Kacang Ngumpet untuk memulai usahanya. Adapun modal awal dari usaha ini sebesar Rp. 7.300.775
Laba Usaha	Laba Usaha diperoleh dari jumlah total laba yang diperoleh dari usaha ini. Dalam hal ini laba usaha diambil dari lapora laba/ rugi yang telah diperhitungkan sebelumnya yaitu sebesar Rp. 666.100
Modal Akhir	Modal Akhir diperoleh dari penjumlahan Modal awal dengan laba usaha. $\text{Modal Akhir} = \text{Rp. } 7.300.775 + \text{Rp. } 666.100 = \text{Rp. } 7.966.875$

3.9.3 Laporan Posisi Keuangan (Neraca)

Tabel 3.13 Laporan Posisi Keuangan UMKM Kacang Ngumpet

UMKM Kacang Ngumpet			
Laporan Posisi Keuangan			
Periode yang berakhir pada 31 Agustus 2019			
Aset		Kewajiban dan Ekuitas	
Kas	Rp.2.000.000	Kewajiban :	
Perlengkapan	Rp. 525.000	Utang Jangka Pendek	Rp. 0
Peralatan	Rp.5.550.000		
Akumulasi penyusutan Mesin	(Rp.31.250)		
Akumulasi Penyusutan Kompor	(Rp.15.625)		
Akumulasi Penyusutan Wajan	(Rp.17.500)		
Akumulasi Penyusutan Perlengkapan	(Rp.43.750)		
		Utang Jangka Panjang	Rp. 0
		Total Kewajiban	Rp.0
		Modal	
		Modal bapak Ardi	Rp.7.966.875
Total Aset	Rp.7.966.875	Total Kewajiban dan	Rp.7.966.875
		Modal	

Tabel 3.14 Rincian Perhitungan Laporan Posisi Keangan**Keterangan :**

Nama Akun	Keterangan
Kas	Jumlah kas diperoleh dari kas yang di tangan pemilik pada periode berjalan
Peralatan	Peralatan diperoleh dari perhitungan peralatan yang telah dilakukan sebelumnya yaitu sebesar Rp. 5.550.000
Total Aset	Total aset diperoleh dari penjumlahan Kas, Peralatan dan Perlengkapan dan di kurangi dengan Total Akumulasi Penyusutan Peralatan dan perlengkapan. Total Aset = Rp.2.000.000 + Rp.5.550.000 + Rp.525.000 – Rp.108.125 = Rp. 7.966.875
Kewajiban	Kewajiban diperoleh dari data hutang yang diterjadi selama usaha tersebut berjalan. Dari hasil yang diperoleh maka diketahui bahwa pemilik usaha tidak memiliki hutang selama menjalankan usahanya.
Modal	Modal diperoleh dari jumlah modal akhir yang telah diperhitungkan dalam laporan Perubahan Ekuitas yaitu sebesar Rp. 7.966.875
Total Kewajiban dan Modal	Total kewajiban dan modal di peroleh dari total kewajiban ditambah dengan total modal. Total kewajiban dan modal = Rp. 0 + Rp. 7.966.875= Rp. 7.966.875

Gambar 3.9 Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan



3.10 Pengenalan Teknologi Informasi (kelompok)

Teknologi Informasi adalah suatu studi perancangan, implementasi pengembangan, dukungan atau manajemen sistem informasi berbasis komputer, khususnya perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*). Teknologi informasi sebagai sebuah fasilitas yang terdiri dari hardware dan software untuk mendukung dan meningkatkan kualitas informasi bagi masyarakat dengan cepat dan berkualitas.

Minimnya pengetahuan siswa mengenai perkembangan handphone, komputer dan internet menyebabkan kurangnya pengetahuan siswa tentang teknologi dan informasi dari luar sehingga tidak heran jika siswa tidak paham sejarah mengenai Handphone dan tidak mengetahui cara pengoperasian komputer dan bagaimana membuka aplikasi yang ada pada komputer. Oleh karena itu kami melakukan pengenalan mengenai Gadget dengan menggunakan sarana Laptop untuk siswa kelas 6 SDN 41 Gedong Tataan. Tidak hanya melakukan pengenalan namun kami juga memberi pemahaman mengenai dampak akibat penggunaan Gadget yang terlalu berlebihan.

Gambar 3.10 Pengenalan Teknologi Informasi ke SDN 41 Gedong Tataan



3.11 Penyuluhan Strategi Pengembangan UMKM

Dalam mengembangkan sebuah bisnis atau usaha perlu adanya pengetahuan dasar mengenai kewirausahaan. Karena itu melihat UMKM di Desa Karang Anyar memiliki kekurangan dalam strategi pemasaran produk dan kurangnya pengetahuan tentang pentingnya Surat Izin Usaha Perdagangan. Penyuluhan Strategi Pengembangan UMKM ini dilakukan dengan harapan warga dapat membentuk usaha mikro yang berbasis Teknologi.

Penyuluhan ini sebagai bentuk himbuan terkait strategi pemasaran produk kepada pelaku usaha UMKM di desa Karang Anyar, serta memberikan himbuan terkait prosedur dan manfaat surat izin usaha perdagangan. Dengan adanya penyuluhan ini diharapkan masyarakat dapat menambah pengetahuan sehingga mampu memahami akan pentingnya pemasaran produk dan surat izin agar sehingga mempermudah dalam menjalankan usaha serta pemasarannya.

**Gambar 3.11 Penyuluhan Strategi Pengembangan
UMKM di Desa Karang Anyar**



3.12 Kegiatan Menyambut 1 Muharram

Dalam agama islam 1 muharram merupakan tahun baru bagi umat islam, Sebagai muslim hal biasa yang dilakukan ialah menyambut dengan berbagai kegiatan yang tujuannya mendekatkan diri kepada Tuhan yang maha Esa. Dengan menjalin silaturahmi terhadap sesama manusia merupakan salah satu bagian dari sunah rasullah. Oleh karena itu untuk menjalankan sunah, kegiatan menyambut tahun baru islam ini selalu rutin dilakukan oleh lingkungan RT. 03 di desa karang anyar. Dengan mengadakan acara makan bersama, doa bersama, serta lomba sebagai bentuk hiburan. Dalam tahun baru islam kali ini kami ikut berperan dan berpartisipasi dalam penyelenggaran acara atau kegiatan ini, sebagai bentuk kepercayaan yang diberikan RT.03 dan masyarakatnya kami membantu melaksanakan tahap demi tahap kegiatan rutin tersebut.

**Gambar 3.12 Kegiatan Menyambut 1 Muharram di Rt.03
Desa Karang Anyar**



3.13 Pembuatan Plang Nama Gang di Rt.03

Sebagai sebuah simbol kekeluargaan dan bentuk kenang-kenangan, kami merasa perlu memberi sesuatu yang dapat dikenang oleh masyarakat di desa karang anyar. Sebagai ucapan terima kasih dan rasa hormat kami kepada kepala desa dan RW serta RT. Kami berinisiatif memberikan apa yang dibutuhkan masyarakat, karena selama kami tinggal di desa Karang Anyar di Rt.03 kami melihat bahwa banyak plang nama gang yang sudah rusak dan hilang. Oleh sebab itu kami membuat baru plang nama gang yang ada di Rt.03 .

Gambar 3.13 Pemasangan Nama Gang di Rt.03

