BAB III
PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Manajemen Pemasaran Produk dengan Business Model Canvas

Nama : Alex Sander

Npm : 1412110199

Jurusan : Manajemen

3.1.1 Pelatiahan Business Model Canvas

Kegiatan ini kami mulai dengan mendatangi Rumah industry Ikan asin rebus milik Ibu Neni dan meminta izin, untuk melihat proses pembuatan Produk bisnis mereka, yang bertujuan untuk memberikan pelatihan dengan melalui Business Model Kanvas. Yang mana Business Model Kanvas ini sendiri adalah salah satu alat untuk membantu melihat lebih akurat bagaimana usaha yang sedang dijalani. Dalam pelatihan ini kami menjelaskan 9 elemen yang menjadi dasar dari Business Model Kanvas:

a. Customer segmen (Segmentasi Pelanggan)

Pada Customer segmen ini kami menjelaskan kepada Ibu Neni bagaimana menentukan segmen pelanggan, yang mana akan menjadi target bisnis nya supaya proses pembuatan produk dan penjualan terarah.

b. Value Propositions (Proporsi Nilai)

Keunggulan dari sebuah produk, dan apa saja poin-poin yang dapat mendatangkan manfaat yang ditawarkan UMKM Ibu Neni kepada customer segmenya.

c. Chanel (Saluran)

Penghubung antara pembisnis dengan konsumenya dengan tujuan supaya mampu meningkatkan hubungan antara UMKM Ibu Neni dengan konsumen.

d. Revenue streams (Aliran Pendapatan)

Dengan memahami Revenue streams kami berharap UMKM Ibu Neni dapat menentukan pendapatan pada bisnis yang sedang dijalani yang dapat digunakan sebagai sumber pemasukan usaha untuk jangka pendek, menengah atau panjang.

e. Customer relationship (hubungan dengan pelanggan)

Elemen bisnis model kanvas yang berisi cara sebuah perusahaan mengikat pelanggannya, dengan tujuan agar UMKM Ibu Neni dapat membina hubungan yang baik dengan pelanggan agar pelanggan tidak berpaling pada UMKM yang lain.

f. Key activities (Aktivitas kunci)

Aktivitas yang paling utama dalam sebuh bisnis.

g. Key resource (Sumber daya)

Yang berisikan daftar sumber daya yang direncanakanan yg dimiliki UMKM Ibu Neni untuk mewujudkan value proposition mereka.

h. Key partnership (Patner)

Dengan memahami tahap ini bertujuan supaya UMKM Ibu Neni dapat menciptakan dan menjalani kemitraan bisnis merka.

i. Cost structure (Struktur biaya)

Pada tahap ini kami memberikan pelatihan pengelolaan struktur biaya, dengan tujuan supaya bisnis yang sedang dikelola dapat berjalan dengan efektif diharapkan dapat menimalkan resiko dalam suatu bisnis.

3.1.2 Tujuan dibuatnya BMC:

1. Membangun relasi konsumen
2. Meningkatkan penjualan
3. Menghadapi pesaing
4. Memastikan bisnis berjalan dengan baik
5. Mempunyai sistem bisnis
6. Mempercepat mengetahui keseluruhan kekuatan dan kekurangan bisnis
7. Proses analisa kebutuhan dan profit dilakukan secara cepat
8. Menciptakan strategi bisnis secara modern dan terarah

<table>
<tr><th>Key Partners</th><th>Key Activities</th><th>Value Proposions</th><th>Customer Relationship</th><th>Customer Segments</th></tr>
<tr><td rowspan="2">• Nelayan Binaan
• Tim Retribusi
• Kuli Bongkar
• Ojek</td><td>• Mencuci ikan hingga bersih
• Merebus ikan dengan air garam
• Menabur ikan diatas laha
• Menjemur ikan asin rebus
• Mensortir ikan asin rebus
• Mengemas ikan asin rebus</td><td rowspan="2">• Menggunakan ikan segar
• Menggunakan bahan baku higienis
• Packaging bersih dan rapih</td><td rowspan="2">• Memberikan layanan prima kepada pelanggan
• Memberikan potongan harga jika membeli diatas 5 kg atau lebih dari 10 kemasan
• Selalu menjaga kepercayaan konsumen</td><td rowspan="2">• Ibu rumah tangga
• Penjual took sembako
• Distributor
• Wisatawan</td></tr>
<tr><td>Key Resources
• SDM
• Bakul
• Laha
• Kayu bakar
• Garam
• Timbangan
• Plastik</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td>Channels
• Facebook
• Wa
• IG</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="3">Cost Structure
• Biaya bahan baku
• Biaya gaji karyawan
• Biaya kayu bakar</td><td colspan="2">Revenue Sterams
• Kilogram
• Kemasan</td></tr>
</table>

Tabel 3.1 Bisnis Model Canvas

3.2 Memasarkan Produk Secara Online

Nama : Dian Arista

Npm : 1611050100

Jurusan : Sistem Informatika

3.2.1 Pemasaran Produk UMKM Ikan Asin Rebus

Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum.

Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk (product), penetapan harga (price), pengiriman barang (place), dan mempromosikan barang (promotion). Seseorang yang bekerja dibidang pemasaran disebut pemasar. Pemasar ini sebaiknya memiliki pengetahuan dalam konsep dan prinsip pemasaran agar kegiatan pemasaran dapat tercapai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan manusia terutama pihak konsumen yang dituju.

Pemasaran Media Sosial (Social Media Marketing) adalah strategi, teknik, atau proses mendapatkan trafik (pengunjung) website atau perhatian melalui situs medis sosial seperti Instagram. Facebook, Whatshap. Program Pemasaran Media Sosial biasanya dipusatkan pada usaha menciptakan konten (posting, tulisan, gambar, video) yang menarik perhatian dan mendorong pembaca untuk membagi (share) konten tersebut melalui jaringan sosial mereka.

Ringkasnya, Pemasaran Media Sosial adalah usaha bagian pemasaran perusahaan atau humas instansi untuk membuat tulisan, gambar, video, grafik, atau posting di akun media sosial lembaga guna mempromosikan produk/jasa.

Diharapkan, konten tersebut mampu menarik perhatian, disukai, dan dishare seluas-luasnya sehingga menghasilkan "electronic Word of Mouth" (eWoM) atau dibicarakan oleh para user media sosial. Tujuan akhirnya adalah citra positif dan reputasi di kalangan konsumen/klien.

3.2.2 Fungsi Pemasaran

Berikut adalah 7 fungsi pemasaran:

a. Analisis Konsumen

Ialah suatu pengamatan terhadap segala keinginan dan kebutuhan konsumen. Analisis konsumen ini mengaitkan pengadaan peninjauan terhadap konsumen, menganalisis informasi konsumen, pengevaluasian lokasi, pengembangan dan penentuan strategi pada segmentasi pasar secara optimal.

b. Penjualan Produk dan Jasa

Penjualan produk dan jasa, yang merangkum banyak aktivitas dalam pemasaran, seperti promosi penjualan, iklan, hubungan antar dealer, publisitas, manajemen tenaga penjualan dan hubungan konsumen.

c. Perencanaan

Perencanaan terhadap produk dan jasa diantaranya seperti berbagai kegiatan pengemasan produk, uji pemasaran, gaya produk, pemanfaatan garansi dan penyediaan layanan konsumen. Salah satu teknik perencanaan produk dan jasa yang paling efektif ialah uji pasar.

d. Penetapan Harga

Stakeholder atau lima pemangku kepentingan sangat mempengaruhi keputusan penetapan harga yakni: konsumen, pemasok, distributor, pesaing dan pemerintah.

e. Distribusi

Distribusi, yang terdiri dari penggudangan, cakupan distribusi, saluran-saluran distribusi, wilayah penjualan, kurir transportasi, penjualan grosir, tingkat dan lokasi persediaan, ritel dan lokasi tempat ritel.

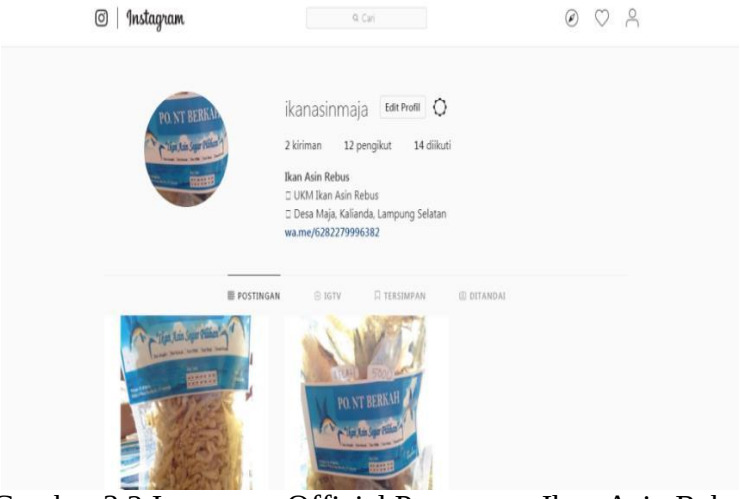
f. Riset Pemasaran

Yakni merupakan suatu pengelompokan, pencatatan dan penganalisisan suatu informasi yang berurutan berkenaan dengan berbagai macam persoalan yang terkait dengan pemasaran. Kegiatan riset ini sangat mendukung semua fungsi bisnis pokok dari suatu organisasi.

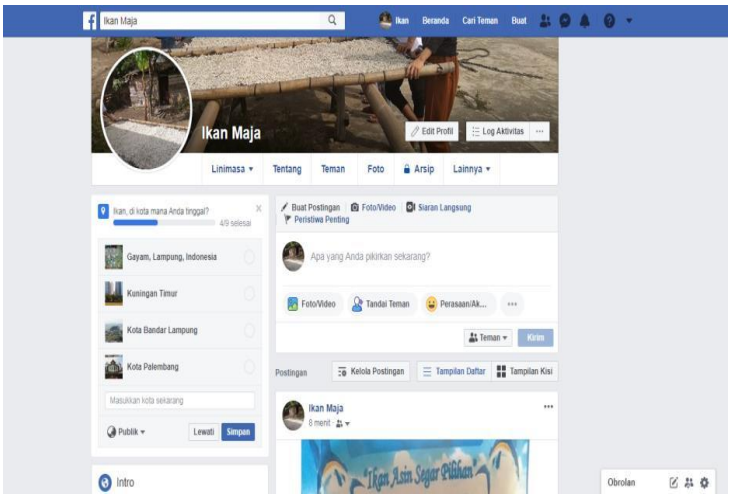
g. Analisis Peluang

Analisis peluang, yang melibatkan penilaian terhadap biaya, resiko dan manfaatnya yang terkait dengan pemasaran. Ada tiga cara yang harus dilakukan dalam membuat analisis-biaya-manfaat (cost-benefit-analysis) yakni: menghitung volume total biaya yang terlibat dengan suatu keputusan; memperkirakan manfaat secara total dari keputusan yang dibuat; dan membandingkan total biaya dengan manfaatnya. Jika manfaat yang diinginkan bisa melewati total biaya, maka peluang tersebut menjadi lebih menjanjikan dan menarik.

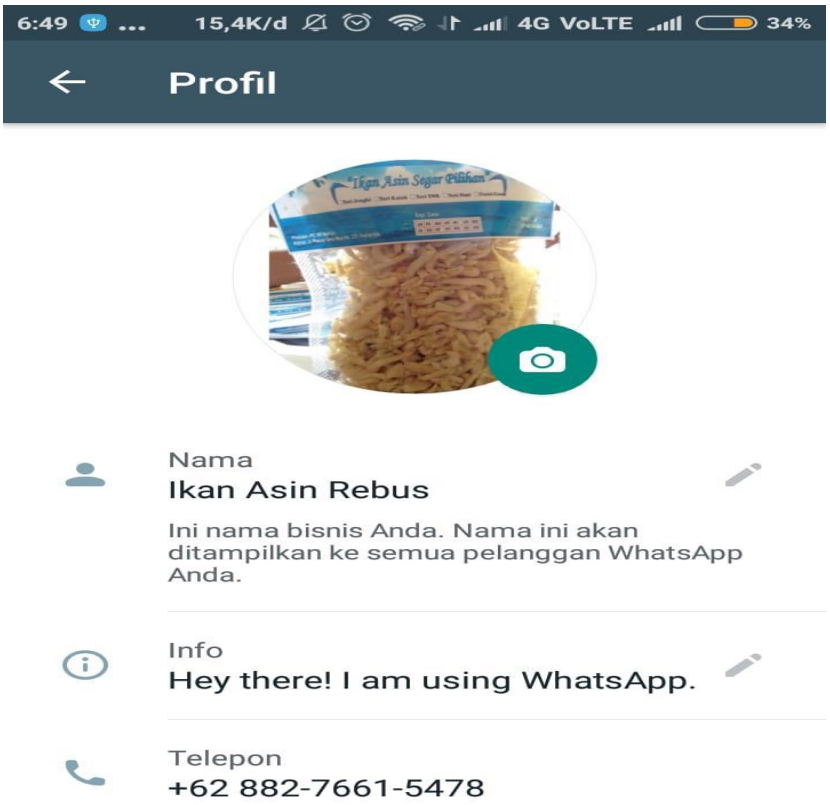
Dengan menggunakan media pemasaran ini maka produk yang di hasilkan oleh UMKM yang ada di Desa Maja akan dapat di kenal luas oleh semua kalangan yang menggunakan media sosial dan juga sangat menguntungkan bagi para pelaku usaha tersebut.



Gambar 3.2 Instagram Official Pemasaran Ikan Asin Rebus



Gambar 3.2.1 Pemasaran Melalui Media Sosial Facebook



Gambar 3.2.2 Pemasaran Melalui Media Sosial WhatsApp

3.3 Pembinaan Pembuatan Perhitungan Harga Pokok Produksi

Nama : Caesar Tuah Djazuli

NPM : 1612110238

Jurusan : Manajemen

3.3.1 Pengertian Harga Pokok Penjualan

Dalam membuat sebuah produk baru sangat diperlukan perhitungan harga produksi agar produk yang dibuat memiliki harga yang jelas. Harga pokok penjualan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang yang dijual atau harga perolehan dari barang yang dijual, atau bisa dikatakan penghitungan HPP merupakan perbandingan antara seluruh harga yang di keluarkan untuk mendapatkan barang yang di jual dengan hasil dari barang-barang yang di jual/penjualan (nilai-nilai dan harga jual)

3.3.2 Komponen Biaya Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi berdasarkan aktifitas adalah cara menentukan sebuah biaya dengan cara menelusuri aktifitas dalam organisasi perusahaan dalam menghasilkan suatu barang. Hal ini di maksudkan agar tergambarkan kebutuhan biaya terbesar dalam menghasilkan barang itu sendiri. Selain itu adanya keinginan dari pihak perusahaan untuk menghasilkan barang dengan biaya seefektif mungkin. Dari adanya pelacakan biaya melalui aktifitas ini otomatis pihak menegement dapat mengatur efektifitas biaya. **Menurut: Bastian Bustami dan Nurlela (2010:49)** "Harga pokok produksi adalah kumpulan biaya produksi dalam proses awal dan dikurangi persedian produk dalam proses akhir. Harga pokok produksi terikat pada periode waktu tertentu. Harga pokok produksi akan sama dengan biaya produksi apabila tidak ada persediaan produk dalam proses awal dan akhir". Dalam definisi ini Bastian Bustami dan Nurlela menjelaskan bahwa harga pokok produksi berbeda dengan biaya produksi. Namun jika persediaan awal dan persediaan akhirnya tidak ada maka kedua unsur biaya ini adalah sama.

Berikut ini adalah perhitungan-perhitungan biaya yang diperlukan dalam memproduksi "IkanAsin Rebus":

Tabel 3.3.2.1 biaya yang diperlukan dalam memproduksi Ikan Asin Teri Nasi

Bahan Ikan Asin	**Unit**	**Satuan**	**Harga per - unit**	**Total Harga**
Teri Nasi	13	Kg	Rp. 5.600	Rp. 72.800
Garam	2,5	Kg	Rp. 5.000	Rp. 12.500
Sticker	50	Lembar	Rp. 1000	Rp. 50.000
Plastik	50	Lembar	Rp. 200	Rp. 10.000
Total Biaya Bahan Baku				**Rp. 145.300**

Jadi setiap 13 kg ikan teri nasi rebus bila diolah dan dijadikan teri nasi asin yang dikemas dengan ukuran 250gram akan menghasilkan 52 bunkus teri nasi asin, dengan biaya produksi yang dibutuh kan Rp 145.300

Tabel 3.3.2.2 biaya yang diperlukan dalam memproduksi Ikan Asin Teri Jengki

Bahan Ikan Asin	**Unit**	**Satuan**	**Harga Per - unit**	**Total Harga**
Teri Jengki	13	Kg	Rp. 2.700	Rp. 35.100
Garam	2,5	Kg	Rp. 5.000	Rp. 12.500
Sticker	50	Lembar	Rp. 1.000	Rp. 50.000
Plastik	50	Lembar	Rp. 200	Rp. 10.000
Total biaya bahan baku				**Rp 107.600**

Jadi setiap 13 kg ikan teri jengki rebus bila diolah dan dijadikan teri nasi asin yang dikemas dengan ukuran 250gram akan menghasilkan 40 bunkus teri jengki asin, dengan biaya produksi yang dibutuh kan Rp 107.600

Tabel 3.3.2.4 biaya yang diperlukan dalam memproduksi Ikan Asin Teri Katak

Bahan Ikan Asin	**Unit**	**Satuan**	**Harga Per - unit**	**Total Harga**
Teri katak	13	Kg	Rp. 2.000	Rp. 26.000
Garam	2,5	Kg	Rp. 5.000	Rp. 12.500
Sticker	50	Lembar	Rp. 1.000	Rp. 50.000
Plastik	50	Lembar	Rp. 200	Rp. 10.000
Total biaya bahan baku				**Rp. 98.500**

Jadi setiap 13 kg ikan teri katak rebus bila diolah dan dijadikan teri katak asin yang dikemas dengan ukuran 250gram akan menghasilkan 40 bunkus teri jengki asin, dengan biaya produksi yang dibutuh kan Rp 98.500

Tabel 3.3.2.3 biaya yang diperlukan dalam memproduksi Ikan Asin Teri TNK

Bahan Ikan Asin	**Unit**	**Satuan**	**Harga Per - unit**	**Total Harga**
Teri TNK	13	Kg	Rp. 3.500	Rp. 45.500
Garam	2,5	Kg	Rp. 5.000	Rp. 12.500
Sticker	50	Lembar	Rp. 1.000	Rp. 50.000
Plastik	50	Lembar	Rp. 200	Rp. 10.000
Total biaya bahan baku				**Rp. 118.000**

Jadi setiap 13 kg ikan teri katak rebus bila diolah dan dijadikan teri katak asin yang dikemas dengan ukuran 250gram akan menghasilkan 40 bunkus teri jengki asin, dengan biaya produksi yang dibutuh kan Rp. 118.000

a. Harga Pokok Produksi

- **Ikan Asin Teri Nasi:**

➢ Ikan asin teri nasi kemasan 250 gram.

➢ Total HPP : Jumlah unit produksi

Rp. 145.300 : 40 bungkus = Rp. 3.632,5

➢ Cadangan produksi

10% × Rp. 3.632,5 = Rp. 3.632,5

➢ Total HPP per bungkus = Rp. 3.995,75

- **Ikan Asin Teri Jengki:**

➢ Ikan asin teri jengki kemasan 250 gram

➢ Total HPP : Jumlah unit produksi

Rp. 107.600 : 40 bungkus = Rp. 2.690

➢ Cadangan produksi

10% × Rp. 2.690 = Rp. 269

➢ Total HPP per bungkus = Rp. 2.959

- **Ikan Asin Teri Katak:**
  - Ikan asin teri katak kemasan 250 gram
  - Total HPP : Jumlah unit produksi
    Rp. 98.500 : 40 bungkus = Rp. 2.462,5
  - Cadangan produksi
    10% × Rp. 2.462,5 = Rp. 246,25
  - Total HPP per bungkus = Rp. 2.708,75

- **Ikan Asin Teri TNK:**
  - Ikan asin teri TNK kemasan 250 gram
  - Total HPP : Jumlah unit produksi
    Rp. 118.000 : 40 bungkus = Rp. 2.950
  - Cadangan produksi
    10% × Rp. 2.950 = Rp. 295
  - Total HPP per bungkus = Rp. 3.245

b. Laba Per- Unit (30% dari HPP)

- **Ikan Asin Teri Nasi:**
  - Ikan asin teri nasi kemasan 250 gram
  - HPP per unit × laba per unit yang diharapkan
    Rp. 3.995,75 × 30% = Rp. 1.198,73 = Rp. 1.000

- **Ikan Asin Teri Jengki:**
  - Ikan asin teri jengki kemasan 250 gram
  - HPP per unit × laba per unit yang diharapkan
    Rp. 2.959 × 30% = Rp. 887,7 = Rp. 900

- **Ikan Asin Teri Katak:**
  - Ikan asin teri katak kemasan 250 gram
  - HPP per unit × laba per unit yang diharapkan
    Rp. 2.708,75 × 30% = Rp. 812,63 = Rp. 800

- **Ikan Asin Teri TNK:**
  - Ikan asin teri TNK kemasan 250 gram
  - HPP per unit × laba per unit yang diharapkan

    Rp. 3.245 × 30% = Rp. 973,5 = Rp. 1.000

c. Harga Jual

- **Ikan Asin Teri Nasi:**
  - Ikan asin teri nasi kemasan 250 gram
  - HPP per unit + Laba per unit

    Rp. 3.995,75 + Rp. 1.000 = Rp. 4.995,75

- **Ikan Asin Teri Jengki:**
  - Ikan asin teri jengki kemasan 250 gram
  - HPP per unit + Laba per unit

    Rp. 2.959 + Rp. 900 = Rp. 3.859

- **Ikan Asin Teri Katak:**
  - Ikan asin teri katak kemasan 250 gram
  - HPP per unit + Laba per unit

    Rp. 2.708,75 + Rp. 800 = Rp. 3.508,75

- **Ikan Teri Asin TNK:**
  - Ikan asin teri TNK kemasan 250 gram
  - HPP per unit + Laba per unit

    Rp. 3.245 + Rp. 1.000 = Rp. 4.245

Berdasarkan perhitungan diatas dapat dilihat rincian harga jual di bawah ini

Tabel 3.3.3 Rincian harga jual setiap kemasan

Berat	Jenis Ikan Asin	Harga Pokok Produksi	Laba	Harga Jual
250 gram	Ikan asin teri nasi	Rp. 3.995,75	Rp. 1.000	Rp. 4.995.75
250 gram	Ikan asin teri jengki	Rp. 2.959	Rp. 900	Rp. 3.859
250 gram	Ikan asin teri katak	Rp. 2. 708,75	Rp. 800	Rp. 3.508,75
250 gram	Ikan asin teri TNK	Rp. 3.245	Rp. 1000	Rp. 4.245

Tujuan dari perhitungan diatas sebagai patokan untuk menentukan harga jual dari Ikan Asin Rebus tersebut dan untuk membuat daftar dan rincian dana yang dikeluarkan sehingga mengetahui laba yg diinginkan perusaha. Apabila harga jual lebih besar dari harga pokok penjualan maka akan diperoleh laba dan sebaliknya apabila harga jual lebih rendah dari harga pokok penjualan akan memperoleh kerugian, dan kami pun mengajari bagaimana cara menghitung harga pokok produksi sehingga membantu merka dalam menghitung pemasukan dan pengeluaran agar lebih efisien.

3.4 Pembuatan Laporan Laba Rugi

Nama : Hariyanto

Npm : 1612120086

Jurusan : Akuntansi

3.4.1 Perencanaan Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi (*income statement*) adalah laporan laporan keuangan yang melaporkan kinerja keuangan perusahaan dalam periode waktu tertentu, laporan laba rugi meringkas jumlah biaya-biaya yang dikelurkan perusahaan selama beroprasi serta keuntungan yang diperoleh perusahaan selama menjalankan usaha.

Laporan laba rugi merupkan bagian laporan yang penting dari sebuah perusahaan karena dari laporan ini terlihat pendapatan bersih perusahaan yang dapat dinilai bersama apakah perusahaan meraih keuntungan selama beroperasi atau justru merugi.

3.4.2 Fungsi Laporan Keuangan

Berikut adalah fungsi dari laporan laba rugi perusahaan:

1. Menyajikan informasi kepada pengguna informasi keuangan perusahaan mengenai keuntungan atau kerugian yang dihasilkan perusahaan saat beroprasi dalam periode waktu tertentu (periode sesuai dengan pelaporan).
2. Memperlihatkan tren perusahaan selama kelompok waktu tertentu dengan membandingkan *income statement* perusahaan dari tahun ke tahun dapat terlihat apakah perusahaan memiliki tren positif (perusahaan memperoleh keuntungan) atau tren negative (perusahaan mengalami kerugian) selama menjalankan usahanya.
3. Membantu pengusaha menganalisis darimana keuntungan paling besar dihasilkan dan pengeluaran dari segi apa yang paling banyak memakan biaya sebab laporan laba rugi perusahaan berisis beberapa subtotal *revenues* maupun expenses perusahaan selama menjalankan usahanya.

4. Menjadi alat bantu untuk mengukur dan menganalisa perkembangan perusahaan.
5. Menjadi patokan bagi perusahaan untuk mengembangkan usahanya apabila ingin meningkatkan keuntungan yang didapat.
6. Menjadi alat bantu dalam menganalisa strategi perusahaan, apakah strategi yang selama ini telah diterapkan perusahaan sudah sesuai dan menghasilkan pendapatan sesuai dan perlu penggatian strategi demi terpenuhinya tujuan perusahaan.
7. Sebagai cerminan profil perusahaan bagi calon investor maupun kreditur yang akan melakukan transaksi bisnis dengan perusahaan
8. Menjadi alat bantu untuk evaluasi kinerja perushaan.

Tabel 3.4.1 Laporan laba rugi bulan agustus 2019.

Laporan Laba/ Rugi

Ikan asin rebus NT BERKAH

(Teri TNK)

Tanggal 4 Agustus 2019

• Pendapatan penjualan (13 cekeng =169 kg × Rp.45.500)		**Rp. 7.689.500**
Biaya Pengeluaran:		
• Ikan (Per cekeng Rp. 220.000 × 13)	= Rp.2.860.000	
• Garam	=Rp.25.000	
• Biaya retribusi (Per cekeng Rp.2000)	=Rp.26.000	
• Tim bongkar (Per cekeng Rp.1000)	=Rp.13.000	
• Biaya ojek ikan (Per cekeng Rp.2000)	=Rp.26.000	
• Biaya upah karyawan (Dua karyawan)	=Rp.100.000	
• **Total Biaya Pengeluaran**		**Rp. 3.050.000**
• **Laba Bersih**		**Rp. 4.639.500**

Tabel 3.4.2 Laporan laba rugi bulan agustus 2019.

Laporan Laba/ Rugi

Ikan asin rebus NT BERKAH

(Teri Katak)

Tanggal 5 Agustus 2019

• Pendapatan penjualan (2 cekeng =26 kg × Rp.26.000)		**Rp. 676.000**
Biaya Pengeluaran:		
• Ikan (Per cekeng Rp. 120.000 × 2)	=Rp.240.000	
• Garam	=Rp.25.000	
• Biaya retribusi (Per cekeng Rp.2000)	=Rp.4.000	
• Tim bongkar (Per cekeng Rp.1000)	=Rp.2.000	
• Biaya ojek ikan (Per cekeng Rp.2000)	=Rp.4.000	
• **Total Biaya Pengeluaran**		**Rp. 275.000**
• **Laba Bersih**		**Rp. 401.000**

Tabel 3.4.3 Laporan laba rugi bulan agustus 2019.

Laporan Laba/ Rugi

Ikan asin rebus NT BERKAH

(Teri Katak)

Tanggal 31 Agustus 2019

• Pendapatan penjualan (3 cekeng =39 kg × Rp.26.000)		**Rp. 1.014.000**
Biaya Pengeluaran:		
• Ikan (Per cekeng Rp. 120.000 × 3)	=Rp.360.000	
• Garam	=Rp.25.000	
• Biaya retribusi (Per cekeng Rp.2000)	=Rp.6.000	
• Tim bongkar (Per cekeng Rp.1000)	=Rp.3.000	
• Biaya ojek ikan (Per cekeng Rp.2000)	=Rp.6.000	
• **Total Biaya Pengeluaran**		**Rp. 400.000**
• **Laba Bersih**		**Rp. 614.000**

Laporan laba rugi sederhana yang kami buat seperti tabel di atas diharapkan mampu menjadi dasar untuk mengetahui besarnya pengeluaran dana dalam sehari produksi dan besarnya laba yang dapat diterima dalam sehari produksi tersebut dan dapat menjadi tolak ukur perkembangan UMKM Ikan asin rebus NT BERKAH di desa maja.

3.5 Standar Operational Prosedur

Nama : Rini Safitri

Npm : 1612110057

Jurusan : Manajemen

3.5.1 Pengertian SOP

Keberadaan SOP dalam kelangsungan bisnis UMKM berperan sangat penting terutama dalam hal operasional UMKM. SOP bisa dijadikan pedoman untuk mengantisipasi berbagai situasi yang bisa terjadi dalam menjalankan UMKM. Meskipun bisnis yang dijalankan sedang berkembang, namun dengan mempertahankan konsistensi untuk mematuhi SOP dapat membantu perusahaan agar berjalan pada sesuai dengan target dan tujuan utama. Tanpa SOP, UMKM tidak dapat bekerja secara efektif dan efisien serta tidak memahami bagaimana ruang lingkup pekerjaannya. Sehingga keberadaan SOP sangat penting sebagai pedoman dan acuan umkm demi mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin melalui prosedur yang efektif

SOP merupakan suatu dokumen berisi prosedur kerja yang harus dilakukan secara kronologis dan sistematis dalam menyelesaikan suatu pekerjaan tertentu dengan tujuan agar memperoleh hasil kerja paling efektif.

3.5.2 Pengertian SOP Menurut Para Ahli

Beberapa ahli pernah menjelaskan tentang arti SOP, diantaranya adalah:

a. Moekijat

Menurut Moekijat, pengertian SOP adalah urutan langkah-langkah (atau pelaksanaan-pelaksanaan pekerjaan), di mana pekerjaan tersebut dilakukan,

bagaimana melakukannya, bilamana melakukannya, di mana melakukannya, dan siapa yang melakukannya.

b. Sailendra

Menurut Sailendra, pengertian SOP adalah suatu panduan yang digunakan untuk memastikan kegiatan operasional organisasi atau perusahaan berjalan dengan lancar.

c. Istyadi Insani

Menurut Insani, arti SOP adalah dokumen yang berisi serangkaian instruksi tertulis yang dibakukan tentang proses-proses penyelenggaraan administrasi perkantoran yang berisi cara melakukan pekerjaan, waktu pelaksanaan, tempat penyelenggaraan, dan aktor yang berperan dalam kegiatan.

d. Tjipto Atmoko

Pengertian Standar Operasional Prosedur (SOP) menurut Tjipto Atmoko adalah suatu pedoman atau acuan untuk melakukan tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja instansi pemerintah maupun non-pemerintah, usaha maupun non-usaha, berdasarkan indikator-indikator teknis, administratif, dan prosedural sesuai tata kerja, prosedur kerja dan sistem kerja pada unit kerja yang bersangkutan.

3.5.3 Tujuan SOP (Standar Operasional Prosedur)

Secara umum tujuan Standar Operasional Prosedur adalah untuk menjelaskan secara detail tentang kegiatan tugas dan pekerjaan yang dilakukan berulang di dalam suatu perusahaan

Pada pelaksanaannya, ada beberapa tujuan SOP yang bermanfaat bagi operasional suatu organisasi, yaitu:

1. Untuk menjaga konsistensi kinerja atau kondisi tertentu, dan kemana petugas dan lingkungan dalam pelaksanaan pekerjaan atau tugas tertentu.
2. Untuk memberikan pedoman atau acuan dalam pelaksanaan pekerjaan atau tugas bagi supervisor dan pekerja.

3. Membantu menghindari kesalahan, konflik, keraguan, duplikasi, serta pemborosan, dalam pelaksanaan pekerjaan.
4. Memberikan ukuran atau parameter dalam penilaian mutu kerja atau pelayanan.
5. Memberikan jaminan penggunaan semua sumber daya secara efektif dan efisien.
6. Menjelaskan urutan dan alur kerja, wewenang dan tanggungjawab para petugas yang terkait.
7. Sebagai dokumen yang memberikan penjelasan dan penilaian proses pelaksanaan kerja bila terjadi mal praktek atau kesalahan administrative.
8. Sebagai dokumen yang dapat digunakan padaa kegiatan pelatihan pekerja.
9. Menjadi dokumen sejarah jika dilakukan revisi SOP dan menggantinya dengan SOP baru.

3.5.4 Fungsi SOP (Standar Operasional Prosedur)

Setelah memahami pengertian SOP dan tujuannya, tentu kita juga perlu mengetauhi apa saja fungsi Standar Operasional Prosedur ini. Berikut adalah beberapa fungsi SOP:

1. Membantu untuk memudahkan pekerjaan para pegawai atau tim/ unit kerja.
2. SOP dapat berfungsi sebagai dasar hukum yang kuat bila terjadi penyimpangan.
3. SOP dapat berfungsi untuk memberikan pengetahuan mengenai hambatan-hambatan yang akan dan sedang dialami oleh pegawai.
4. SOP dapat memberikan arahan kepada para pegawai agar saling menjaga kedisiplinan dalam bekerja.
5. Berfungsi sebagai pedoman dalam pelaksanaan kerja atau tugas.

3.5.5 Manfaat SOP (Standar Operasional Prosedur)

Sebagai pedoman kerja, tentu saja SOP memiliki peran penting dalam perusahaan, terutama untuk dijadikan dasar bagaimana anggota perusahaan harus melakukan pekerjaannya.

Berikut ini adalah beberapa manfaat SOP diantaranya:

1. Mengurangi dan meminimalisir kesalahan atau kelalaian pegawai dalam menyelesaikan pekerjaan karena SOP berperan sebagai standarisasi perusahaan.
2. Dokumen SOP mengandung pedoman kerja pegawai sehingga dapat membantu karyawan agar lebih mandiri dan tidak tergantung dari intervensi manajemen.
3. Membantu meningkatkan akuntabilitas.
4. Menciptakan ukuran standar kerja dan menjadi acuan untuk evaluasi kinerja pegawai.
5. Membantu pegawai baru lebih cepat beradaptasi dengan pekerjaannya.
6. Menghindari adanya tumpang tindih pelaksanaan tugas.
7. Membantu pekerjaan dapat diselesaikan dengan konsisten.

3.6 SOP UMKM IKAN ASIN REBUS NT BERKAH

3.6.1 Rencana Alur Proses

1 Mencuci ikan-ikan teri segar hingga bersih.

2 Memasukkan ikan teri yang telah dicuci kedalam bakul sesuai standar takarannya.

3 Kemudian direbus dengan air garam yang telah dididihkan hingga setengah matang.

4 Lalu ditiriskan, setelah dingin ikan asin rebus ditabur diatas laha.

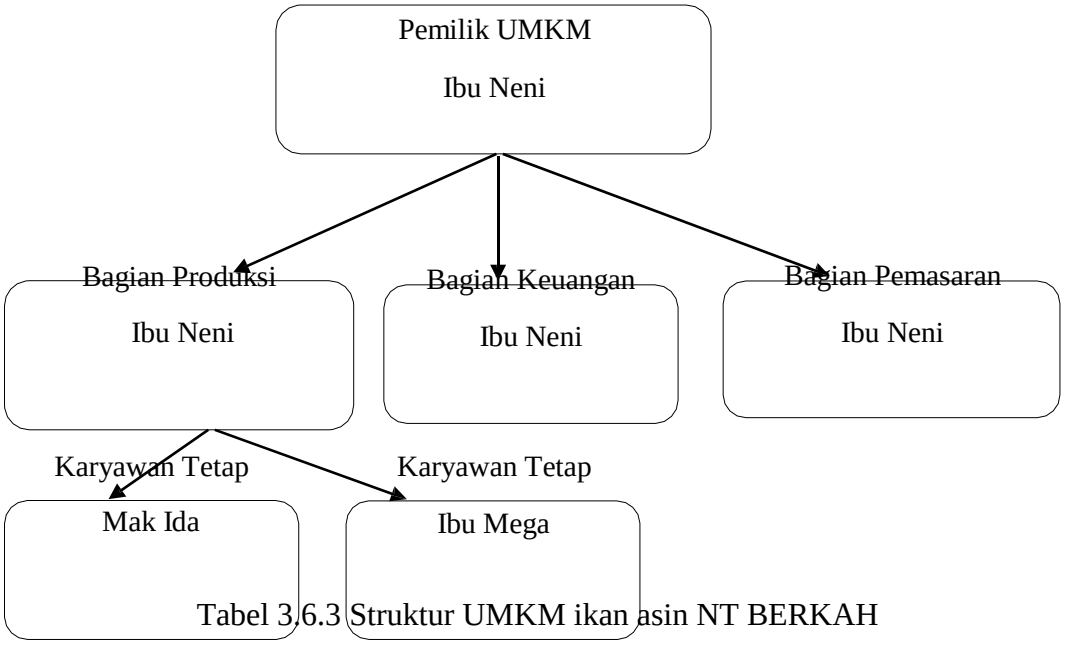
5 Selanjutnya ikan asin rebus di jemur.

6. Setelah kering lalu dibalik menggunakan spatula.
7. Jika telah kering ikan asin rebus diangkat.
8. Lalu dilakukan proses pensortiran ikan.
9. Setelah itu dilakukan penimbangan serta pengemasan (packaging).

3.6.2 Susunan Kerja Karyawan UMKM Ikan Asin Rebus NT BERKAH

1. Masuk nya para pekerja umkm ikan asin rebus NT berkah dimulai pukul 06:30 – 16:00 /sampai selesai.
2. Begitu sampai pekerja langsung memproduksi ikan asin rebus tersebut.
3. Waktu lembur pekerja tergantung banyak atau tidaknya pesanan.
4. Ketika waktu sholat dzuhur tiba pekerja istirahat sejenak dan dimulai kembali setelah jam 13:00
5. Dalam bekerja, pekerja diburu oleh waktu karena mementingkan kualitas dan produksi ikan asin rebus tersebut, karena apabila pekerja tidak buru-buru dalam mengerjakan maka hasil produksi tidak maksimal dan akan mengurangi mutu dari ikan asin rebus dikarekan ikan asin rebus bergantung pada terik matahari.
6. Dalam produksi ikan asin rebus ada 2 pekerja tetap dan dibantu oleh keluarga Ibu Neni pemilik umkm dalam produksi ikan asin rebus, tergantung banyak nya ikan dan pesanan yang didapat.

3.6.3 Struktur UMKM Ikan Asin NT BERKAH



Tabel 3.6.3 Struktur UMKM ikan asin NT BERKAH

3.7 Pembuatan Website Desa Maja

Nama : Rini Septiani

Npm : 1611010244

Jurusan : Teknik Informatika

3.7.1 Pengertian Website

Pembangunan desa tidak bisa dipisahkan dari perkembangan teknologi informasi. Pesatnya perkembangan teknologi informasi yang ada sekarang ini membuat pemanfaatan teknologi informasi semakin berkembang pula. Hal ini membuat website yang merupakan salah satu dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadi sarana pendukung yang penting dalam segala bidang.

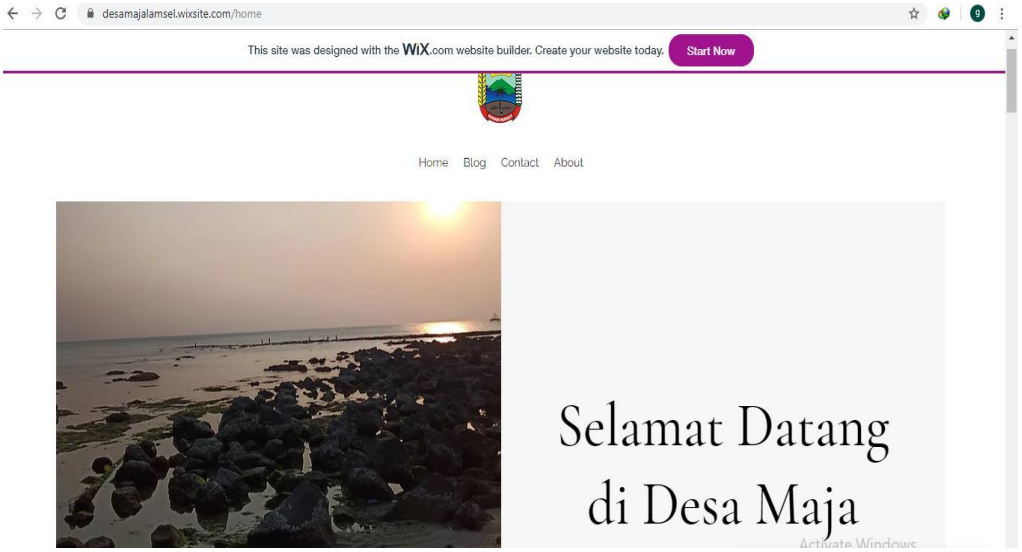
Website adalah sebuah tempat yang memungkinkan seseorang memperlihatkan informasi, potensi, dan pengetahuan. website juga dapat di akomodasikan oleh teks, tulisan, gambar, video, animasi dan file multimedia lainnya.

Pemanfaatan Website Desa untuk Pelayanan Publik dan Manajemen Informasi Desa. Website desa dapat digunakan diantaranya untuk media pelayanan publik dan manajemen informasi desa. Karena bersifat online masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi seperti berita desa, transparasi dana desa, dan lain-lain.

Website desa dibangun dengan tujuan sebagai media pelayanan publik resmi desa. Dengan memanfaatkan website penyelenggaraan pelayanan publik dapat dilakukan secara cepat dan mudah.

Dalam membantu pembangunan dan pengembangan desa dibutuhkan sebuah alat yang dapat mengelola informasi yang ada di desa tersebut sehingga menghasilkan data yang tertentu dan mudah untuk didapatkan atau digunakan.dengan demikian dapat membantu desa untuk mengembangkan dan

memberikan informasi yang berada di desa.website yang dibuat oleh mahasiswa PKPM IIB Darmajaya adalah *desamajalamsel.wixsite.com/home.*



Gambar 3.7 Profil website desa maja

3.7.2 Fungsi, Maksud dan Tujuan Website Desa

a. Fungsi

Salah satu fungsi website desa adalah sebagai media pelayanan publik. Pelayanan publik yang dapat dilakukan dengan media website adalah:

- Pelayanan Administrasi.
- Pengelolaan Pengaduan Masyarakat.
- Pengelolaan Informasi.
- Penyuluhan kepada masyarakat.

b. Maksud

Maksud dari kegiatan pelatihan dan demo Web SIDESA adalah untuk memberi arahan kepada admin web sidesa sebelum aktivasi dan menjalankan website desa.

c. Tujuan

Tujuan dari pelatihan Web SIDESA adalah untuk memudahkan operator/admin website desa setelah aktivasi.

3.7.3 Faktor Pendukung dan Penghambat

a. Faktor Pendukung

Faktor pendukung dari program ini adalah adanya dukungan penuh dari teman - teman kelompok, antusias perangkat desa yang ingin menjadi operator/admin website desa, tersedianya laptop dan bantuan dari teman-teman sekelompok.

b. Faktor Penghambat

Tidak terlalu lancar koneksi internet pada saat pembuatan.

3.8 Video Profile Kampung

Nama : Caesar TuahDjazuli

Npm : 1612110238

Jurusan : Manajemen

3.8.1 Pembuatan Video Profile Kampung

Video adalah suatu informasi yang ditampilkan dalam sebuah gambar bergerak sehingga lebih mudah untuk dapat dimengerti secara cepat dan memperlihatkan informasi seperti fasilitas fasilitas desa (perekonomian, pendidikan, Kesehatan, keamanan, potensi alam, wisata, dll).Video sendiri didasari oleh adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Sebab karena itu di jaman perkembangan teknologi informasi komunikasi yang begitu cepat ini sangat di perlukan suatu Video profildesa untuk mempermudah dalam menyebarkan informasi dari suatu desa kepada masyarakat luas. Sehingga banyak dari masyarakat luar desa tersebut yang ingin berkunjung ke desa tersebut.

Profil Daerah dalam bentuk video sangat efektif dalam penyampaian informasi daerah. Karena video Profil dalam kemasan DAT dapat diakses di komputer maupun VCD Player, video dapat juga di upload ke youtube yang selanjutnya dipasang pada website. Pembuatan video profil sangat bervariasi, tergantung kepada alat yang tersedia, media editing maupun faktor lainnya. Kualitas suatu video tentunya dipengaruhi oleh hal-hal tersebut.

3.8.2 Maksud Pembuatan Video

Maksud dari pembuatan video profil ini sendiri adalah untuk memperkenalkan Desa Maja dan UMKM yang ada di desa maja kepada netizen di sosial media seperti YouTube, dan mengutamakan wisata sebagai nilai jual Desa Maja kepada masyarakat luas.

3.8.3 Tujuan dan Sasaran

Tujuan dari Video Profil ini sendiri adalah untuk menarik minat para wisatawan, serta para wirausahawan untuk berkunjung dan membangun perekonomian yang lebih maju dengan memperlihatkan potensi strategis daerah untuk membangun sebuah usaha. Sasaran yang ingin dicapai yaitu para pengguna sosial media seperti Youtube, Instagram, Facebook Dll.

3.8.4 Alat dan Software

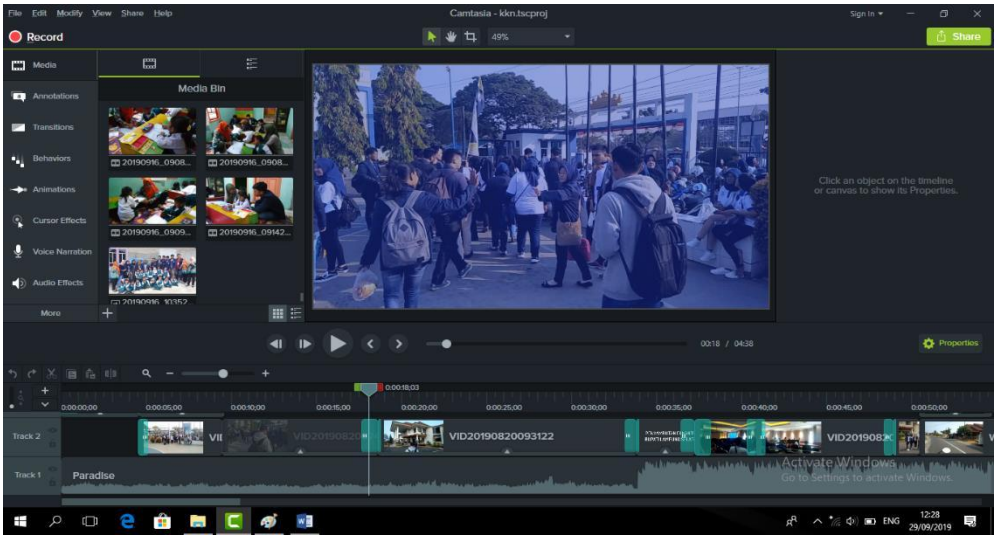
a. Alat

- Laptop ASUS A455l
- Camera HandPhone
- Samsung Galaxy S9
- OPPO A57

b. Software

- Windows 10 Premium 64Bit
- Camtasia 9

3.8.5 Proses Pembuatan Video Profile Desa



Gambar 3.8 Proses pembuatan video

Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan Kegiatan ini dilaksanakan selama 1 (satu) Minggu, dengan rincian tanggal sebagai berikut:

Pengambilan data dimulai dari tanggal 19 Agustus 2019 – 20 September 2019

Tahap pengerjaan Video dimulai dari tanggal 10 September 2019 – 20 September 2019

3.8.6 Faktor Pendukung dan Penghambat

a. Faktor Pendukung

Faktor pendukung dari program ini adalah adanya Bantuan dari teman -teman kelompok yang telah membantu dalam hal fikiran dan tenaga, dan banyak nya spot yang bagus dalam pembuatan video.

b. Faktor Penghambat

Faktor penghambat dari pembuatan video ini adalah kurangnya atau rendah nya spesifikasi laptop yang digunakan tidak terlalu tinggi jadi adanya sedikit kendala dalam editing video.