

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Laporan Kegiatan Mujahidah Al Mukaromah

3.1.1 Pengenalan Website UMKM Oncom di Desa Tanjung Agung

Berdasarkan penemuan masalah dan pemecahannya, kami telah menemukan kendala dari UMKM oncom pada bidang teknologi informasi dan komunikasi. Dalam hal ini masyarakat juga selaku pemilik UMKM Oncom kurang dalam pengetahuan teknologi informasi dan komunikasi yang memadai. Sehingga menyebabkan keterlambatan UMKM tahu tentang informasi terbaru dalam menyesuaikan diri terhadap kemajuan-kemajuan teknologi. Alasan inilah yang kemudian menjadikan Mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya melalui program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) membantu pemilik UMKM Oncom yang ada di Desa Tanjung Agung kepada masyarakat luas melalui media elektronik, yaitu dengan dibuatnya sebuah website. Sehingga di harapkan masyarakat akan mudah mendapatkan informasi mengenai UMKM Oncom di Desa Tanjung Agung dan mengetahui bagaimana proses pembuatannya. UMKM Oncom pun akan dapat dilihat oleh masyarakat Indonesia bahkan dunia luar.

3.1.2 Rumusan Masalah

Dari hasil observasi yang telah kami laksanakan mahasiswa PKPM Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya di UMKM Oncom di Desa Tanjung Agung, dapat dirumuskan masalah antara lain:

1. Keterlambatan UMKM Oncom dalam menyerap informasi.
2. Kurangnya pemanfaatan teknologi informasi dengan baik, seperti memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan serta memasarkan produk.
3. Tidak adanya media yang dimiliki UMKM Oncom di Desa Tanjung Agung untuk mempublikasikan informasi, potensi, dan kegiatan yang ada di UMKM Oncom itu sendiri.

3.1.3 Tujuan Kegiatan

Tujuan kegiatan ini antara lain:

1. Untuk memberikan sosialisasi mengenai sistem Informasi UMKM Oncom
2. Membantu mempromosikan serta memasarkan produk inovasi yang kami buat dari UMKM Oncom
3. Membangun sistem informasi UMKM Oncom berupa Website, sehingga masyarakat akan lebih mudah mendapatkan informasi mengenai UMKM Oncom yang ada di Desa Tanjung Agung.

3.1.4 Gambaran Umum dan Sasaran

Mayoritas pekerjaan masyarakat di Desa Tanjung Agung adalah petani sehingga sarana untuk mengetahui tentang perkembangan teknologi sangat minim, hal ini menyebabkan masyarakat dan pemilik UMKM Oncom di desa kurang mampu untuk mengikuti perkembangan di dunia teknologi. Mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya melalui Program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yang dilaksanakan di desa, ikut serta dalam membantu mengembangkan dengan cara membuat suatu inovasi yang baru bertujuan untuk membantu memberikan harga jual oncom yang sebelumnya sangat murah menjadi memiliki nilai tersendiri. Pada pengembangan inovasi oncom Mahasiswa PKPM bekerjasama dengan aparatur desa dan karang taruna Desa Tanjung Agung. Pada kesempatan ini salah satu desa yang menjadi sasaran Mahasiswa PKPM Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya adalah UMKM Oncom di Desa Tanjung Agung yang terletak di Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran.

3.1.5 Metode Pelaksanaan

Dalam pelaksanaannya, pengenalan sistem informasi desa dalam hal ini adalah pembuatan website UMKM Oncom, Mahasiswa PKPM Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya bekerjasama dengan aparatur desa, karang taruna dan pemilik UMKM Oncom dalam proses pembuatan dan

pengumpulan berkas-berkas guna melengkapi persyaratan. Setelah Website UMKM Oncom selesai selanjutnya yaitu penyerahan kepada aparaturnya selaku pihak pengelola dan bertanggung jawab terhadap website tersebut ketika sudah diserahkan.

Website UMKM Oncom dibuat secara bertahap dengan metode pengumpulan data. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data dengan cara observasi terhadap objek. Setelah data terkumpul selanjutnya adalah merancang dan membangun website UMKM Oncom. Tahap merancang dan membangun website menggunakan aplikasi wix. Data dan informasi yang diperoleh dari tahap pengumpulan data digunakan sebagai acuan konten atau muatan yang ada di website. Dengan alamat website <https://abononcomtanjungag.wixsite.com/mysite> dan desain website.



Gambar 3.1

3.2 Laporan Kegiatan Family Eka Winanda

3.2.1 Inovasi Produk Dalam Upaya Pembentukan Home Industri

Manusia membutuhkan pangan yang beragam untuk kebutuhan hidupnya. Kebutuhan pangan bukan hanya pada kebutuhan bahan pangan pokok, melainkan pada pangan jajanan. Dari tahun ke tahun kebutuhan akan pangan terus meningkat, seiring kebutuhan hidup manusia yang terus

meningkat. Masalah ketahanan pangan bukan hanya menyangkut ketersediaan namun juga keterjangkauan oleh masyarakat. Oleh karena itu perlu adanya suatu usaha pemberdayaan ekonomi rakyat dalam program keahanan pangan dan keanekaragaman pangan.

Oncom merupakan jenis makanan yang disukai oleh masyarakat. Pada pengolahan pembuatan oncom ini disini tim memanfaatkan sumber pangan lokal masyarakat desa Tanjung Agung seperti oncom. Sebagai hasil olahan bungkil tahu, yaitu kedelai yang telah diambil proteinnya dalam pembuatan tahu, oncom merupakan makanan andalan untuk asupan gizi yang baik karena oncom mempunyai Kandungan karbohidrat dan protein tercerna cukup tinggi karena mempunyai aflatoksin yang membuat oncom terjamin aman dari kuman-kuman yang membahayakan kesehatan diyakini memiliki jumlah aflatoksin pada oncom pada saat fermentasi bisa berkurang (50%- 60%). Oncom menjadi salah satu jenis makanan khas orang Indonesia yang bisa dibuat dengan beragam makanan. Tidak hanya sekedar digoreng atau digunakan sebagai campuran masakan, namun oncom juga bisa dibuat menjadi berbagai jenis makanan. Menggunakan oncom untuk dijadikan makanan abon oncom, ini tentunya akan mampu menciptakan sebuah rasa pedas gurih dan enak. Abon oncom merupakan salah satu bentuk produk makanan siap saji yang mengalami proses awal yaitu penyangraian sampai dengan tahap pengemasan produk inovasi. Pembuatan abon oncom ini merupakan salah satu inovasi sekaligus membuka peluang usaha kepada masyarakat Desa Tanjung Agung. Untuk itu kelompok kami memulai inovasi pembuatan oncom menjadi sebuah abon supaya terlihat lebih menarik dan mengundang selera. Menggunakan oncom untuk dijadikan abon, ini tentunya akan mampu menciptakan sebuah rasa pedas gurih dan enak sekaligus dapat dikonsumsi oleh orangtua maupun anak-anak.

3.2.2 Rumusan Masalah

1. Apa manfaat pembuat abon oncom?
2. Apa kandungan yang terdapat dalam abon oncom ?

3. Bagaimana cara mengolah abon oncom ?

3.2.3 Tujuan Kegiatan

Tujuan dari kegiatan ini adalah sebagai berikut :

1. Menambah pengetahuan kepada masyarakat sekaligus membuka peluang usaha.
2. Memberikan informasi tentang kandungan gizi yang ada di dalam produk olahan oncom
3. Memberikan informasi tentang cara pengolahan abon oncom.

3.2.4 Gambaran Umum dan Sasaran

Desa Tanjung Agung memiliki banyak potensi dan bisnis rumahan seperti pembuatan tahu, keripik pisang, gula merah, oncom, dan kopi mentega. Namun, dalam UMKM yang berkembang ada kekurangan dalam pengolahan inovasi produksi tersebut. Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat IIB Darmajaya di Desa Tanjung Agung memberikan inovasi baru kepada masyarakat dari olahan oncom yang dijadikan sebuah makanan siap saji yaitu abon oncom.

3.2.5 Metode Pelaksanaan

Dalam pelaksanaannya, pembuatan inovasi abon oncom hal ini adalah peserta PKPM Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya bekerjasama dengan pemilik UMKM Oncom dalam proses pembuatan onco. Mahasiswa PKPM Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya melakukan observasi ke rumah produksi oncom yang berada di Dusun Tanjung Rahayu 2 Desa Tanjung Agung selama beberapa hari yang dilaksanakan tanggal 24-28 Agustus 2019.

1. Kunjungan ke UKM Oncom

Tahap ini adalah tahap awal yang dilakukan oleh kelompok PKPM Desa Tanjung Agung yakni melakukan kunjungan ketempat pembuatan oncom yang berada di Dusun Tanjung Rahayu 2. melihat langsung bagaimana cara mengolah oncom dari bahan mentah hingga menjadi olahan oncom yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat.

2. Pembuatan Inovasi

Tahap ini merupakan tahap kedua yang dilakukan oleh kelompok PKPM IIB Darmajaya. Kami mencoba mengolah oncom menjadi sebuah abon oncom agar terlihat lebih menarik dan mengundang selera. Bahan-bahan pembuatan abon oncom :

Bahan Baku	Jumlah
Oncom	20 buah
Bawang Merah	5 siung
Bawang Putih	5 siung
Kencur	Secukupnya
Penyedap Rasa	4 <i>sachet</i>
Cabai Merah	5 buah
Minyak Goreng	Secukupnya
Daun Jeruk	Secukupnya

Tabel 3.1

Bahan Penolong	Jumlah
Gas	-
Botol uk. 250ml	5 pcs
Logo	4 lembar

3. Langkah- langkah membuat abon oncom

- a. Haluskan oncom
- b. Sangrai Oncom dengan api kecil hingga kering dan berwarna kecoklatan
- c. Bawang merah, bawang putih, kencur, garam, cabai rawit dan cabai dihaluskan
- d. Iris tipis daun jeruk

- e. Masukkan minyak secukupnya tumis bumbu yang telah dihaluskan hingga harum
- f. masukkan oncom yang telah di sangrai, aduk hingga merata dengan bumbu
- g. Masukkan penyedap rasa dan daun jeruk
- h. Angkat dan siap disajikan

4. Pengenalan Produk Inovasi Oncom.

Tahap ini merupakan tahap akhir yang dilakukan oleh kelompok PKPM IIB Darmajaya yaitu pengenalan produk inovasi oncom dengan cara melakukan demo penyuluhan dan sampel produk abon oncom di Balai Desa kepada masyarakat Desa Tanjung Agung bersama aparat desa, pemuda- pemuda karang taruna serta ibu- ibu PKK.

3.3 Laporan kegiatan Dede Setia Budi

3.3.1 Pembuatan Merek dan Kemasan Pada Inovasi Abon Oncom

Pembuatan merek dan kemasan merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan inovasi sebuah produk. Mahasiswa PKPM IIB DARMAJAYA akan melakukan kegiatan dalam melakukan pembuatan merek dan kemasan bagi inovasi yang kami buat di desa Tanjung Agung. Merek sangat dibutuhkan oleh suatu produk karena selain merk memiliki nilai yang kuat, merk juga memiliki manfaat bagi produsen, konsumen dan publik seperti yang dikemukakan Bilson Simamora (2010), yaitu:

A. Bagi konsumen manfaat merek yaitu:

1. Merek dapat menceritakan sesuatu kepada pembeli tentang suatu mutu produk maupun jasa.
2. Merek mampu menarik perhatian pembeli terhadap produk-produk baru yang mungkin akan bermanfaat bagi mereka.

B. Manfaat merek bagi perusahaan yaitu :

1. Merek memudahkan penjual dalam mengolah pesanan dan menelusuri masalah yang timbul.

2. Merek dapat memberikan perlindungan hukum atas keistimewaan yang dimiliki oleh suatu produk.
3. Merek memungkinkan untuk menarik sekelompok pembeli yang setia dan menguntungkan.
4. Merek membantu penjual dalam melakukan segmentasi pasar.

C. Manfaat Merek Bagi Publik

1. Pemberian merek memungkinkan mutu produk lebih terjamin dan lebih konsisten.
2. Merek dapat meningkatkan efisiensi pembeli karena merk dapat menyediakan informasi tentang produk dan dimana dapat membeli produk tersebut.
3. Merek dapat meningkatkan inovasi produk baru, karena produsen terdorong untuk menciptakan keunikan baru guna mencegah peniruan dari para pesaing.

Tujuan merek atas produk tertentu menjadikan jenis usaha yang dilakoni oleh masyarakat itu banyak sekali dikarenakan daya kreativitas dan juga kekayaan alam yang mendukung untuk menciptakan suatu usaha. Memanfaatkan kekayaan alam Indonesia ini tentu saja masyarakat Indonesia ada yang berprofesi sebagai seorang pedagang yang menjual produk Indonesia dimana bahan utamanya adalah hasil kekayaan alam Indonesia. Misalkan ada yang berjualan garam, ada yang berjualan terasi dan ada beberapa produk olahan lain yang merupakan bahan utamanya dapat dengan mudah ditemukan. Untuk pembuatan logo kami membuat desain dengan kesepakatan bersama dan kami membuatnya dengan menggunakan aplikasi coreldraw.

Logo harus mampu secara mencolok menarik lebih banyak konsumen dibandingkan dengan bentuk unsure desain logo kompetitor. Mendesain logo yang memiliki nilai dan menarik sangatlah susah. Ada beberapa yang harus dipikirkan dalam membuat desain logo untuk UMKM seperti: target market dan karakter dari pasar yang disasar.

Keahlian dan pengetahuan sangatlah diperlukan untuk membuat desain logo yang memiliki bentuk unik dan mampu menarik perhatian pelanggan dari merek kompetitor UMKM. Banyak sekali jenis dari lambang yang bisa dipakai dalam menafsirkan dan mempresepsikan sebuah lambang akan tetapi apabila diberi beberapa pilihan alternatif maka akan terdapat satu atau dua yang akan menarik perhatian konsumen lebih dari yang lain. Desain logo yang unik, mudah diingat dan sesuai dengan konsep bisnis akan memberikan dampak yang baik terhadap pengembangan usaha. Peralannya, rancangan logo berperan untuk memperkenalkan identitas suatu usaha atau perusahaan kepada masyarakat dengan mengombinasikan antara ciri khas perusahaan dengan ketertarikan masyarakat sehingga mampu menarik konsumen.

Kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar (Klimchuk dan Krasovec, 2006).

Menurut Kotler & Keller (2009), pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. Biasanya fungsi utama dari kemasan adalah untuk menjaga produk. Namun, sekarang kemasan menjadi faktor yang cukup penting sebagai alat pemasaran (Rangkuti, 2010).

Kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Kemasan adalah bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli. Pengemasan suatu produk biasanya dilakukan oleh produsen untuk dapat merebut minat konsumen terhadap pembelian barang. Produsen berusaha memberikan kesan yang baik pada kemasan produknya dan menciptakan

model kemasan baru yang berbeda dengan produsen lain yang memproduksi produk-produk sejenis dalam pasar yang sama.

3.3.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pengaruh merek dan logo dalam sebuah produk?.
2. Bagaimana cara supaya merek dan logo terlihat menarik pada konsumen di dalam sebuah produk?

3.3.3 Tujuan Kegiatan

Tujuan diadakannya kegiatan ini di antara lain :

1. Supaya produk memiliki daya tarik terhadap konsumen
2. Supaya inovasi yang dibuat dapat berkembang dan terkenal
3. Supaya produk yang kami buat memiliki nama dan mempercantik sebuah kemasan.

3.3.4 Metode Pelaksanaan

Sebelum melakukan kegiatan pembuatan merek dan kemasan, kami melakukan wawancara terlebih dahulu kepada pemilik UMKM Oncom. Kami menanyakan kepada pemilik oncom mengenai produksi oncom dan seluruh penjualan oncom yang mereka jual. Sesudah kami mendapatkan informasi tentang produksi oncom, kami berinisiatif untuk menciptakan inovasi oncom dan kami memberikan inovasi oncom tersebut merek dan kemasan agar penjualan inovasi oncom tersebut dapat memberikan daya Tarik kepada konsumen. kami meminta izin kepada pemilik oncom untuk memberikan merek dan kemasan pada inovasi yang kami ciptakan di desa Tanjung Agung tepatnya di dusun Tanjung Rahayu 2. Merek dan kemasan yang kami buat ini merupakan hasil musyawarah kami. Inovasi yang kami buat yaitu Abon Oncom dan kemasan yang kami tentukan yaitu dari botol kecil yang kami kreasikan dengan logo, yang kami buat yaitu abon oncom daun jeruk.

3.4 Laporan Kegiatan Licya Fransisca

3.4.3 Pembuatan Laporan Keuangan dan Perhitungan HPP Inovasi Oncom

Kegiatan ini dimulai sesudah dilakukannya pelatihan pembuatan inovasi produk olahan oncom kepada aparatur desa, pemuda- pemudi Karang Taruna dan ibu-ibu rumah tangga dan warga masyarakat di Desa Tanjung Agung Kecamatan Way Lima. Dalam upaya membentuk Home Industri di Desa Tanjung Agung ini, tentu saja bukan hanya produk yang kami ciptakan, tetapi teknik pembukuan untuk menentukan harga jual. Hal ini dimaksudkan agar pengelolaan home industri terstruktur dengan baik dan benar sehingga terlihat apakah penjualan olahan oncom ini menghasilkan keuntungan ataukah tidak. Langkah yang kami lakukan adalah mengadakan sosialisasi di Balai Desa bersama aparatur desa, pemuda-pemudi Karang Taruna, ibu-ibu posyandu dan ibu-ibu PKK yang mewakili dari warga Desa Tanjung Agung tentang bagaimana cara menentukan harga jual untuk tiap kemasan inovasi olahan oncom, berdasarkan pengeluaran untuk mendapatkan bahan baku, biaya tenaga kerja, serta biaya overheadnya. Hal ini dimaksudkan agar harga jual inovasi olahan oncom tidak terlalu tinggi atau terlalu murah yang akan menimbulkan kerugian. Kemudian, setelah menentukan harga pokok penjualan. Kami memberikan metode perhitungan yang paling sederhana sehingga warga desa dapat memahami dan melakukan perhitungan dengan mudah.

3.4.1 Rumusan Masalah

Dari hasil observasi yang telah dilakukan oleh Mahasiswa PKPM IIB Darmajaya di Desa Tanjung Agung, dapat dirumuskan masalah antara lain:

1. Kurangnya pemahaman tentang perhitungan laporan keuangan.
2. Banyaknya masyarakat yang belum paham terhadap penyusunan laporan keuangan.

3. Belum adanya pemahaman tentang perhitungan tentang harga pokok penjualan.

3.4.2 Tujuan Kegiatan

Tujuan diadakannya kegiatan ini antara lain :

1. Memberikan pengetahuan dasar-dasar perhitungan laporan keuangan.
2. Memberikan informasi penentuan harga pokok penjualan (HPP)
3. Memberikan pelatihan penyusunan laporan keuangan.

3.4.3 Gambaran Umum dan Sasaran

Dengan kurangnya pemahaman tentang penyusunan laporan keuangan dan perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP), kami melakukan sosialisasi pada UMKM Oncom dan juga kepada warga Desa Tanjung Agung. Diharapkan dengan adanya sosialisasi, warga dapat memahami secara sederhana tentang penyusunan laporan keuangan dan perhitungan Harga Pokok Penjualan dari produk inovasi oncom yang kami lakukan.

3.4.4 Metode Pelaksanaan

Dalam pelaksanaannya, kami mengadakan penyuluhan di Balai Desa Tanjung Agung dengan mengundang pemilik UMKM Oncom, aparatur desa, pemuda- pemudi karang taruna, ibu- ibu posyandu serta ibu- ibu PKK dalam menjelaskan perhitungan Harga Pokok Penjualan dan penyusunan laporan keuangan produk inovasi olahan oncom. Selain itu, kami mengunjungi tempat produksi oncom dengan tujuan membantu dalam penyusunan laporan keuangan di UMKM Oncom.

1. Perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) Abon Oncom

Bahan Baku	Jumlah	Biaya
Oncom	Per Buah	Rp.XXX,- (per buah: Rp. XXX,-)
Bawang Merah	Per Siung	Rp. XXX,-
Bawang Putih	Per Siung	Rp. XXX,-
Minyak Sayur	Per Liter	Rp. XXX,-
Penyedap Rasa	Per <i>Sachet</i>	Rp. XXX,-
Cabai Merah	Per Buah	Rp.XXX,-
Kencur	Per Buah	Rp. XXX,-
Daun Jeruk	Per Lembar	Rp. XXX,-
Total Biaya Bahan Baku :		Rp. XXX,-

Biaya Overhead	Jumlah	Biaya
Gas	-	Rp. XXX,- (1 kali dalam pengolahan)
Botol Plastik (uk. 250 ml)	XXX	Rp. XXX,- (Per Pcs : Rp. XXX)
Logo	XXX	Rp. XXX,- (Per Pcs : Rp. XXX)
Total biaya overhead :		Rp. XXX,-

Biaya Tenaga Kerja	Jumlah	Biaya
Upah karyawan	1	$\left[\frac{\text{Rp. XXX,-}}{17 \text{ mika}} \right]$
Total Biaya Tenaga Kerja :		Rp XXX,- Per botol

Berdasarkan perhitungan harga pokok penjualan tersebut, maka untuk 1 botol abon oncom yang dikemas dengan ukuran botol 250ml, harga pokok produksi yang dibutuhkan adalah sebesar Rp.XXX,- dengan total harga pokok produksi yaitu Rp. XXX,-

2. Perhitungan Laba/Rugi Abon Oncom

Unsur Biaya Produksi	Total Biaya	Unit Ekuivalensi	Biaya Per Unit
Biaya Bahan Baku	Rp. XXX	X	Rp. XXX
Biaya Overhead Pabrik	Rp. XXX	X	Rp. XXX
Biaya Tenaga Kerja	-	-	-
Total HPP	Rp. XXX	Total Harga Per unit	Rp. XXX

Keuntungan Per Unit = Harga Jual – Harga Pokok Penjualan

Penjualan = Harga Jual Per Unit X Jumlah Unit Produksi

Laba Bersih = Penjualan – Total Harga Pokok Produksi

3.5 Laporan Kegiatan Siti Nurhidayanti

3.5.1 Pembuatan Model Bisnis Canvas Pada Inovasi Oncom

Perencanaan usaha merupakan proses penentuan visi, misi dan tujuan, strategi, kebijakan, prosedur, aturan, program dan anggaran yang diperlukan untuk menjalankan suatu usaha atau bisnis tertentu. Perencanaan usaha (Business Plan) adalah langkah yang sangat penting karena hal yang harus pikirkan adalah kemana arah usaha kita, berapa anggaran dan modal awal, laba yang akan di dapat, tempat usaha, proses produksi, pemasaran dan kebutuhan lain yang diperlukan. Sebuah usaha yang direncanakan dengan baik dan benar akan lebih mempermudah berjalannya usaha bisnis yang dilakukan. Dalam hal ini, rencana bisnis yang tim buat menggunakan model canvas.

3.5.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana menjalankan perencanaan usaha menggunakan model bisnis canvas ?
2. Bagaimana perkembangan penjualan dengan menggunakan model bisnis canvas ?

3.5.3 Tujuan Kegiatan

Pembuatan Model Bisnis Canvas ini memiliki tujuan memetakan strategi untuk membangun bisnis yang kuat, bisa memenangkan persaingan dan sukses dalam jangka panjang.

3.5.4 Keuntungan Bisnis Model Canvas

1. Dapat digunakan untuk semua jenis model bisnis
2. Mempercepat mengetahui keseluruhan kekuatan dan kekurangan bisnis

3.5.5 Hasil Dicapai dan Tindak Lanjut

Hasil yang dicapai dari program pembuatan model bisnis canvas pada inovasi abon oncom ini adalah memungkinkan produsen untuk secara

visual menggambarkan kaitan dari masing-masing komponen bisnis. Dan juga produsen dapat menemukan hubungan dari peluang pasar dan proposisi nilai yang unik dari bisnis yang dijalankan.

Tindak lanjut dari pembuatan Model Bisnis Canvas tersebut diharapkan dapat memudahkan produsen untuk menjalankan bisnis dan dapat melihat peluang bisnis dengan baik.

3.5.6 Metode Pelaksanaan

Program kerja ini dilaksanakan sebagai acuan dalam perwujudan produk inovasi olahan dari abon oncom. Oleh karena itu, kami telah mengetahui pembagian tugas dari masing-masing individu di kelompok 76 sehingga terwujudlah sembilan kanvas pengolahan produk inovasi abon oncom. Kanvas bisnis model ini terdiri dari sembilan blok yang membantu dalam merumuskan ide bisnis menjadi sebuah model bisnis. Berikut ini penjelasan dari kanvas model bisnis :

1. Key Partners

Elemen bisnis model ini berfungsi untuk pengorganisasian aliran suatu barang atau layanan lainnya. Posisi-posisi partner kunci tersebut bermanfaat untuk efisiensi dan efektifitas dari key activities yang telah dibuat.

2. Key activities

Merupakan kolom semua aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas sebuah prosuk kegiatan utama organisasi untuk bisa menghasilkan proposisi nilai.

3. Key Resource

Sekat dalam bisnis model kanvas yang berisikan daftar sumber daya, dan sebaiknya direncanakan serta dimiliki perusahaan untuk mewujudkan value proposition mereka.

4. Value Proposition

Sekat yang merupakan keunggulan produk. Didalamnya merupakan apa saja poin-poin yang dapat mendatangkan manfaat yang ditawarkan perusahaan bagi customer segmentnya.

5. **Customer relationship**

Elemen bisnis yang berisi cara sebuah perusahaan mengikat pelanggannya.

6. **Channels**

Sekat yang berfungsi menuliskan tentang cara-cara sebuah brand (merk) mengkomunikasikan produknya. Sarana untuk organisasi dalam menyampaikan posisi nilai kepada customer segment.

7. **Customer Segment**

merupakan blok atau sekat yang berfungsi mengidentifikasi pelanggan atau pengguna produk kita yang dibangun. Hal-hal yang diidentifikasi bisa mengenai demografi, psikografi, karakter-karakter khusus dari pelanggan.

8. **Cost Structure**

Merupakan komposisi biaya untuk mengoperasikan bisnis model serta menciptakan proposisi nilai yang diberikan kepada pelanggan.

9. **Revenue Streams**

Bagian yang paling penting, pasalnya di sinilah diungkapkan tentang bagaimana cara sebuah perusahaan memperoleh income.

3.6 Laporan Kegiatan Muhammad Renol Iqbal

3.6.1 Menyediakan Jalur Distribusi Pada Inovasi Oncom

Kami mendapatkan informasi dari kampus bahwa di desa Tanjung Agung Kecamatan Way Lima terdapat UMKM oncom, setelah kami lakukan observasi, kami mendapatkan informasi dari aparat desa bahwa memang benar terdapat UMKM oncom. UMKM ini baru berdiri beberapa bulan yang lalu tepatnya pada bulan Juni 2019. Oleh karena itu kami mahasiswa/i PKPM IIB Darmajaya melakukan observasi kembali di desa Tanjung Agung untuk menyediakan jalur distribusi untuk inovasi abon oncom. Agar masyarakat bisa mendapatkan penghasilan lebih dari inovasi abon oncom.

3.6.2 Rumusan Masalah

Tidak tersedianya akses untuk pemasaran dan penjualan produk tersebut. Kurangnya pemanfaatan Media social untuk memasarkan produk

3.6.3 Tujuan Kegiatan

Tujuan dari kegiatan ini adalah sebagai berikut : Meningkatkan pemasaran dan penjualan produk Abon oncom di desa Tanjung agung. Dan menggerakkan roda perekonomian desa dan juga memberikan penghasilan tambahan kepada masyarakat.

3.6.4 Gambaran Umum dan Sasaran

Mayoritas pekerjaan masyarakat di Desa Tanjung agung adalah petani, di desa Tanjung agung mayoritas dari kalangan menengah ke bawah sehingga sarana untuk mengetahui tentang perkembangan teknologi sangat minim dan sulit untuk diakses, hal ini menyebabkan masyarakat dan juga aparatur desa kurang mampu untuk mengikuti perkembangan di dunia teknologi. Di era digital seperti sekarang ini media sosial sangat berpengaruh untuk memasarkan suatu produk karena kita tidak perlu mengeluarkan modal/biaya. Mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya melalui program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yang dilaksanakan di desa-desa ikut serta membantu kerjasama antara pemerintah Kabupaten Pesawaran dengan kampus Institut Bisnis dan Informatika Darmajaya dalam merealisasikan potensi-potensi yang ada di desa salah satunya adalah oncom yang bisa meningkatkan harga jual jika di inovasikan menjadi abon oncom.

3.6.5 Metode Pelaksanaan

Dalam pelaksanaannya, pemasaran dan penjualan produk abon oncom di desa kami melakukan pengenalan produk kami secara langsung dengan cara melakukan penyuluhan dan demo cara membuat abon oncom di Balai Desa Tanjung Agung warga sekitar dengan cukup antusias dengan hasil inovasi kelompok kami, sekaligus untuk mempromosikan produk kami,

Dalam hal ini produk abon oncom dijual secara online yang melalui facebook dan instagram, karena kedua media social tersebut yang paling banyak di gunakan, peserta PKPM Institut Bisnis dan Informatika Darmajaya bekerjasama dengan warga desa. Dalam proses pemasaran dan penjualan produk abon oncom di desa Tanjung agung. Mahasiswa PKPM Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya ikut membantu aparaturnya desa guna menyediakan jalur distribusi untuk inovasi abon oncom agar dapat dipasarkan secara luas dan diketahui banyak orang bahwa di desa Tanjung Agung terdapat suatu produk inovasi yaitu abon oncom.

1. Pembuatan Facebook

Tahap ini merupakan tahap keenam dari mulai membuat produk abon oncom, kemasan, merek, logo sampai dengan inovasi. Tahap media sosial adalah tahap yang saya alami karena saya telah di berikan pelatihan oleh kampus. Facebook juga sangat populer dan juga memiliki user yang banyak sekali hal ini dapat membantu pemasaran produk kami, maka kami memanfaatkannya untuk keperluan bisnis dalam proses pemasaran dan penjualan abon oncom.

2. Pembuatan Instagram.

Tahap ini merupakan tahap ketujuh sama seperti tahap pembuatan facebook, dari mulai membuat produk abon oncom, kemasan, merek, logo sampai dengan inovasi. Tahap ini merupakan aplikasi yang berguna untuk mengambil suatu foto, mengelola foto, mengedit foto, memberi efek filter pada foto sehingga membuat abon oncom lebih menarik dan dapat lebih menggugah, jika sudah seperti itu maka calon customer akan membeli, karena di Instagram memiliki banyak filter. Dan setelah di edit maka Abon oncom siap di pasarkan melalui instagram.