

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Laporan Kegiatan 1

Nama : Thesa Miranda
NPM : 1611010109
Jurusan : Teknik Informatika

3.1.1 Judul Kegiatan

Penggunaan Sosial Media Untuk UKM Tempe

a. Definisi Sosial Media

Sosial media adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Sosial media memiliki dampak besar pada kehidupan kita saat ini. Seseorang yang awalnya “kecil” bisa seketika menjadi besar dengan Media sosial, begitupun sebaliknya orang “besar” dalam sedetik bisa menjadi “kecil” dengan Media sosial. Media sosial dalam perannya saat ini telah membangun sebuah karakter besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan manusia. Salah satunya adalah berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak *audience (one to many)* ke dalam praktik komunikasi dialogis antara *audience (many to many)*.

Oleh karena itu, dengan menggunakan media sosial sebagai strategi pemasaran, hal tersebut akan memungkinkan untuk memperluas jaringan *kepada pelanggan*. Sehingga, akan memungkinkan lebih banyak orang banyak untuk melihat produk-produk yang tidak bisa terjangkau dengan media iklan lainnya. Intinya, dengan menggunakan media sosial, dapat

memiliki kesempatan untuk terus tumbuh dan menjalin hubungan dengan pelanggan potensial hanya dengan terus aktif dalam media tersebut.

b. Pembuatan Media Pemasaran untuk UKM Tempe

Produk tersebut harus bisa dikenal oleh masyarakat luas, sehingga membutuhkan sistem pemasaran yang memanfaatkan teknologi masa kini. Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum.

Mulai dari pemenuhan produk, penetapan harga, pengiriman barang, dan mempromosikan barang. Pemasaran Media Sosial (*Social Media Marketing*) adalah strategi, atau proses mendapatkan perhatian melalui situs media sosial seperti Instagram, Facebook, YouTube, WhatsApp, E-mail dan lain-lain.

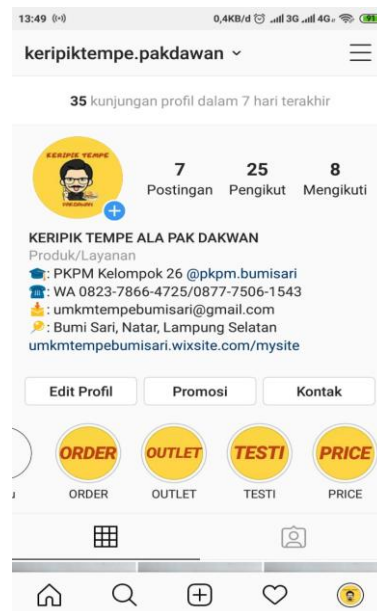
Pemasaran Media Sosial biasanya diperuntukkan pada usaha yang menciptakan konten postingan *caption*, gambar, audio dan video yang menarik perhatian pengguna sosial media dan mendorong pengguna sosial media untuk membagi konten tersebut melalui jaringan sosial guna untuk mempromosikan produk ini.

Dengan menggunakan media sosial untuk pemasaran ini maka produk yang di hasilkan oleh UKM yang ada di Kelurahan Bumisari dapat di kenal luas oleh semua kalangan yang menggunakan media sosial.

Berikut adalah Sosial Media Keripik Tempe :

a. Instagram Keripik Tempe

Saat ini penggunaan social media bukan sekedar untuk memposting foto atau video saja. Social media juga digunakan untuk melakukan penjualan produk bisnis yang kita miliki. Salah satu social media yang paling berpengaruh terhadap penjualan produk suatu bisnis adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu social media yang memiliki pengaruh besar dan penting dalam suatu bisnis.



Gambar 3.1 Instagram Keripik Tempe Pak Dawan

b. **Whatsapp Keripik**

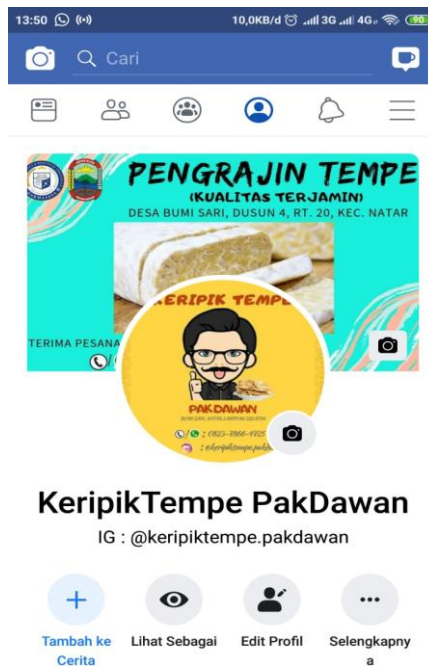
Menggunakan WhatsApp untuk bisnis adalah bahwa banyak pelanggan Anda mungkin sudah menggunakannya. Lebih dari 50 miliar pesan dikirim melalui WhatsApp setiap hari. Anehnya, pengguna WhatsApp dan layanan serupa bersedia terlibat dengan bisnis. Menurut *Nielsen's Facebook Messaging Survey*, 67 persen pengguna aplikasi pesan *mobile* mengatakan bahwa mereka berharap bisa mengobrol lebih banyak untuk berkomunikasi dengan bisnis selama dua tahun ke depan.



Gambar 3.2 Whatsapp Keripik Tempe Pak Dawan

c. Facebook Kripik Tempe

Melalui facebook perusahaan bisa membangun relationship antara brand, perusahaan dan juga target audien. Perusahaan-perusahaan semakin menyadari bahwa mereka bisa dengan mudah melakukan interaksi aktif dengan pelanggan melalui facebook. Perusahaan bisa mengobservasi apa saja yang menjadi keinginan dan kebutuhan pasar, untuk kemudian menjawabnya dengan produk/layanan yang sesuai. Dapat di ketahui seberapa banyak biaya yang harus dikeluarkan oleh sebuah perusahaan jika harus melakukan riset tanpa bantuan facebook.



Gambar 3.3 Facebook Keripik Tempe Pak Dawan

3.1.2 Judul Kegiatan

Film Edukasi

Pada dasarnya setiap materi pelajaran memiliki tingkat kesukaran yang bervariasi sehingga terdapat pelajaran yang tidak memerlukan alat bantu tetapi ada pula yang memerlukan alat bantu dalam penyampainnya.

Sasaran dari kegiatan Film Edukasi ini yaitu anak-anak PAUD, TK dan SD yang bertujuan untuk memotivasi dalam menjalankan kegiatan sehari-hari anak dengan hal yang positif. Film yang ditayangkan terdiri dari 7 film yaitu *Putri Kemarau, Asal Mula Surabaya, Cinderelas, Kancil Mencuri Timun, Lutung Kasarung, Batu Menangis, Angsa dan Telur Emas.*

Kegiatan ini dilaksanakan oleh Thesa Miranda, teman-teman PKPM kelompok 26 dan 27 dan karang taruna desa Bumisari Natar, dalam kurun waktu 1 hari (1 malam) pada tanggal 14 September 2019 di Lapangan Voli Dusun II desa Bumisari Natar.

Hasil yang dicapai pada kegiatan Film Edukasi ini adalah antusias dan memberi respon positif pada anak-anak beegitupun para orangtua yang mendampingi saat menonton film edukasi tersebut dengan harapan anak-anak yang menonton film edukasi tersebut dapat mencontoh dari makna film yang ditayangkan.



Gambar 3.4 Menonton film edukasi

3.2. Laporan Kegiatan 2

Nama : Eka Riani
NPM : 1612120044
Jurusan : Akuntansi

3.2.1. Judul Kegiatan

Perhitungan Harga Pokok Produksi Tempe.

3.2.1.1. Latar Belakang Kegiatan

Pada dasarnya dalam menjalankan suatu kegiatan usaha kita memerlukan pembukuan yang baik guna untuk mengetahui berapa besar dana yang kita keluarkan untuk menjalankan usaha tersebut, dan juga seberapa besar keuntungan yang kita peroleh. Selain itu dengan adanya pembukuan kita akan lebih mudah menjalankan aktivitas usaha kita. Dalam usaha tempe ini yang ada di desa bumi sari kecamatan Natar belum menggunakan pembukuan yang baik sehingga kami melalui kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini membantu usaha tempe Pak Dawan dalam membentuk pembukuan sederhana yaitu perhitungan harga produksi dan laba/rugi.

3.2.1.2. Tujuan Kegiatan

Tujuan diadakanya kegiatan ini adalah :

- a. Untuk membantu usaha tempe Pak Dawan dalam pembukuan usaha tempe.
- b. Mengetahui kemajuan dan kemunduran yang dialami Pak Dawan.
- c. Menumbuhkan minat kepada pak Dawan dan usaha – usaha lainnya untuk mempelajari ilmu akuntansi.

3.2.1.3. Gambaran Umum dan Sasaran

Produk tempe ini belum dikelola secara maksimal masih banyak adanya kekurangan dalam menjalankan usaha tempe ini selain membutuhkan pembukuan yang baik diperlukan juga pengemasan yang rapi dan pemasaran. Dengan kemajuan suatu produksi usaha maka semakin rumit dalam hal pembukuan, usaha yang digunakan maka sasaran mula mula ini adalah agar usaha tempe ini menggunakan pembukuan sederhana untuk memudahkan usaha tempe.

3.2.1.4. Metode Pelaksanaan

Tabel 3.1 Peralatan

No	Peralatan	Unit	Harga per Unit	Jumlah
1.	Bak Air	1	Rp. 25.000	Rp. 25.000
2.	Dandang Besar	1	Rp. 500.000	Rp. 500.000
3.	Keranjang Plastik	5	Rp. 20.000	Rp. 100.000
4.	Mesin Giling	1	Rp. 2.500.000	Rp. 2.500.000
5.	Tabung Gas	1	Rp. 100.000	Rp. 100.000
6.	Selang gas	1	Rp. 60.000	Rp. 60.000
7.	Tampah/Angkringan panjang	8	Rp. 30.000	Rp. 240.000
8.	Drum	1	Rp. 250.000	Rp. 250.000
Jumlah Peralatan				Rp. 3.775.000

Tabel 3.2 Biaya Bahan Baku

No	Bahan	Satuan	Harga/satuan	Jumlah
1.	Kacang kedelai	50 Kg	Rp. 7.000	Rp. 350.000
2.	Ragi	½ bungkus	Rp. 13.000.	Rp. 6.500
Jumlah biaya Bahan Baku				Rp. 356.500

Tabel 3.3 Biaya Overhead Pabrik

No	Bahan	Satuan	Harga / satuan	Jumlah
1.	Plastik	1 ½ kg	Rp. 30.000	Rp. 45.000
2.	Gas	½ kg	Rp. 22.000	Rp. 11.000
3.	Biaya Air	-	-	Rp. 10.000
4.	Biaya listrik	-	-	Rp. 1.000
5.	Biaya transportasi	-	-	Rp. 15.000
Jumlah Biaya Overhead Pabrik				Rp. 82.000

Tabel 3.4 Biaya Tenaga Kerja Langsung

No	Keterangan	Jumlah
1	Upah karyawan 2 orang	Rp. 50.000

a. Biaya produksi

Tabel 3.5 Biaya Produksi

No.	Nama biaya	Jumlah
1	Biaya Bahan Baku	Rp. 356.500

2	Biaya Overhead Pabrik	Rp. 82.000
3	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 50.000
Jumlah Biaya produksi		Rp. 497.500

b. Hasil Produksi dan Harga Jual

Dalam produksi ini (Tempe Pak Dawan) dengan menggunakan bahan baku kacang kedelai sebanyak 50 Kg bisa menghasilkan 800 bungkus dengan rincian :

- Bungkus Kecil 200 bungkus
- Bungkus Besar 600 bungkus

Dengan harga jual yang sudah di tentukan yaitu untuk ukuran besar Rp. 1.000 per bungkus sedangkan untuk ukuran kecil Rp. 834 per bungkus. Tempe tersebut biasa disetor di pabrik, kantin sekolah dan di jual keliling.

c. Beban pokok produksi

Untuk memperhitungkan beban pokok produksi perpotong tempe dalam usaha ini yaitu dengan cara :

$$\frac{\text{totalseluruhbiaya}}{\text{jumlahproduksi}} = \frac{\text{Rp.497.500}}{800\text{bungkus}}$$

= Rp. 623 per potong

d. Prediksi Pendapatan

Untuk pendapatan setiap harinya berdasarkan harga yang telah ditentukan maka:

Tabel 3.6 Pendapatan

No	Hasil Produksi	Harga per pack	Total penjualan
----	----------------	----------------	-----------------

1.	200 bungkus	Rp. 834	Rp. 166.800
2.	600 bungkus	Rp. 1.000	Rp. 600.000
Total pendapatan			Rp. 766.800

Berdasarkan perhitungan diatas kegiatan produksi tempe ini, dalam sekali produksi memperoleh sebanyak 800 bungkus, setiap kali produksi tempe pendapatan yang diperoleh adalah sebesar Rp.766.800 per hari, untuk pendapatan satu bulannya yaitu 26 Hari x Rp.766.800= Rp.19.936.800. Produk dihitung habis karena memang pada kenyataannya produk yang terbungkus selalu habis jika ada yang tersisa tidak mencapai 5%. Berikut ini perhitungan laporan laba/Rugi produksi Tempe.

LAPORAN LABA RUGI

Tempe Pak Dawan

Desa Bumi Sari Kec. Natar

Tabel 3.7 Laporan Laba Rugi

Penjualan		Rp. 766.800
Biaya-biaya :		
Kacang Kedelai	Rp.350.000	
Ragi	Rp 6.500	
Biaya gaji	Rp. 50.000	
Biaya listrik	Rp. 1.000	
Biaya Air	Rp. 10.000	
Biaya transportasi	Rp 15.000	
Plastik	Rp. 45.000	
Gas	<u>Rp. 11.000</u>	
Total biaya		<u>Rp. 488.500</u>
Laba usaha		Rp. 278.300

3.2.1.5. Kesimpulan dan Saran

Dengan adanya Praktek kerja pengabdian masyarakat ini diharapkan USAHA TEMPE Pak Dawan mendapat gambaran bagaimana dalam mengelola keuangan dalam memproduksi suatu produk sehingga produk tempe ini dapat bersaing dengan produk lain.

3.2.2. Judul Kegiatan

Sosialisasi Pentingnya Menabung Sejak Usia Dini

Kegiatan ini merupakan salah satu cara untuk menanamkan rasa gemar menabung atau cara mengatur keuangan pada anak usia dini. Seperti pribahasa “Hemat Pangkal Kaya”. Ungkapan pribahasa diatas harus ditanamkan kepada anak-anak sejak dini karena hal tersebut mengajarkan untuk hidup hemat dengan cara menabung agar tidak hidup dengan boros. Tujuan menabung adalah untuk menjalankan pola hidup hemat dan juga membangun karakteristik untuk tidak menghamburkan uang untuk hal yang tidak bermanfaat. Mengenalkan anak sejak dini pada uang justru mengajak mereka untuk lebih menghargai uang. Selain itu mereka bisa belajar menghitung dari uang tersebut.

Maksud dari kegiatan sosialisasi pentingnya menabung sejak usia dini adalah untuk memberikan pemahaman kepada anak-anak Sekolah Dasar Desa Bumisari Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. Bahwa menabung sejak dini sangat bermanfaat untuk masa depan dan melatih menabung bagi anak-anak akan memberikan dampak positif untuk dimasa depan.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mensosialisasikan tentang pentingnya menabung sejak usia dini kepada anak-anak sehingga dapat memotivasi anak-anak dalam menabung dan memberikan arahan kepada anak-anak Sekolah Dasar agar mereka lebih hemat dan dapat membelanjakan uang saku mereka dengan bijak.

Sasaran yang ingin dicapai adalah timbulnya kesadaran anak-anak untuk dapat menyisihkan sebagian dari uang yang mereka punya agar dapat ditabung ke celengan

dan juga adanya dorongan dari orang tua mereka untuk membiasakan menabung dengan memasukkan uang ke dalam celengan.

Sosialisasi menabung sejak usia dini untuk anak-anak Sekolah Dasar Swasta (SDS) Swadipa Natar Kabupaten Lampung Selatan ini dilaksanakan oleh Eka Riani dan dibantu oleh teman-teman PKPM kelompok 26 lainnya. Program ini dilaksanakan pada tanggal 9 September 2019 di SD Swasta Swadipa Natar. Anak-anak di sekolah Dasar tersebut diajarkan tentang pentingnya menabung sejak usia dini dan dijelaskan apa manfaat dari menabung sejak usia dini. Hasil yang dicapai dari sosialisasi pentingnya menabung sejak usia dini adalah anak-anak Desa Bumisari begitu antusias dan memberikan respon positif untuk kegiatan sosialisasi Pentingnya menabung sejak usia dini.

Tindak lanjut dari kegiatan sosialisasi pentingnya menabung sejak usia dini adalah orang tua sebaiknya menekankan kembali pemahaman tentang pentingnya menabung untuk membuat anak-anak mereka hidup dengan hemat.



Gambar 3.5 Sosialisai kepada siswa SD untuk menabung sejak dini

3.3. Laporan Kegiatan 3

Nama : I Made Wartika

NPM : 1612110329

Jurusan : Manajemen

3.3.1 Bisnis Planning (Inovasi UKM Tempe)”

a. Perencanaan Bisnis

Perencanaan Bisnis yang direncanakan adalah usaha dalam bidang ini produksi makan. Adapun produk yang dibuat ialah makanan cemilan berupa “keripik tempe”. Alasannya memilih inovasi memproduksi cemilan keripik tempe ini karena sekarang ini banyak permintaan konsumen atau masyarakat setempat menyukai dari olahan keripik tempe ini.

b. Pembuatan Inovasi Keripik dari Tempe

Inovasi merupakan pembaharuan dari suatu sumber daya yang telah ada sebelumnya. Atau inovasi yaitu suatu pembaharuan dari sumber daya yang sudah ada sebelumnya, sumber daya tersebut bisa mengenai alam, energi, ekonomi, tenaga kerja, penggunaan teknologi dll. Inovasi merupakan suatu proses pembaharuan dari berbagai sumber daya, sehingga sumber daya tersebut bisa memiliki manfaat yang lebih bagi manusia.

Keripik Tempe adalah inovasi mahasiswa ibi darmajaya yang bahan baku utamanya adalah tempe. Karena tempe adalah potensi utama yang ada di desa Bumi Sari dan belum memiliki nilai jual yang cukup tinggi. Awal mulanya tempe diproduksi untuk langsung dijual kepada konsumen atau masyarakat sekitar tetapi dengan adanya pembuatan inovasi ini pengelola

tempe dan warga bisa menjadikannya sebagai peluang usaha terutama untuk ibu-ibu dari produk tempe tersebut.

Tujuannya adalah agar konsumen/masyarakat tidak merasa bosan dengan olahan tempe yang itu-itu saja, juga untuk meningkatkan keuntungan pada olahan tempe yang sebelumnya hanya dijual secara mentah, selain itu agar dapat memperluas jangkauan produksi serta meningkatkan kualitas cita rasa baru pada produk tempe. Inovasi yang dimaksud adalah menjadikan tempe sebagai olahan cemilan yang praktis dan sehat.

Setelah dilakukan inovasi terhadap produk olahan dari tempe keripik tempe hasil survie menunjukkan bahwa banyak yang menyukai olahan inovasi dari produk tempe menjadi keripik tempe dengan rasa yang gurih sehingga mampu meningkatkan kualitas serta meningkatkan minat pelanggan untuk membeli olahan dari tempe menjadi keripik tempe tersebut.

c. Pembuatan Produk Keripik Tempe

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Dalam melakukan proses pembuatan produk yang harus dilakukan pertama kali adalah untuk pemilihan bahan yang akan digunakan untuk pembuatan produk tempe. Pemilihan produk yang baik menjadi hal yang paling penting dilakukan dalam proses pembuatan dari produk tempe ini, Karena bahan baku sangat berperan dalam menciptakan cita rasa yang sesuai yang akan diharapkan.



Gambar 3.6 Bahan

Bahan yang digunakan :

1. Kedelai 1,5kg
2. Ragi 2 sendok makan
3. Plastik 1pack
4. Sagu 2kg
5. Minyak 2 liter
6. Royko 1 renteng

Cara Membuat :

1. Cuci kedelai sampai bersih.
2. Rebus kedelai di dalam air mendidih selama 30 menit.
3. Rendam kedelai selama 12 jam.
4. Setelah 12 jam, cuci kembali sambil diremas-remas untuk membuang kulit kedelai yang masih menempel.

5. Masukkan ragi tempe dan tepung sagu, aduk-aduk hingga rata



Gambar 3.7 Proses ragi tempe dan tepung sagu

6. Buat lubang udara dengan cara menusuk-nusuk plastik menggunakan tusuk gigi atau garpu
7. Masukkan kedelai ke dalam plastik $\frac{1}{4}$ dalam keadaan padat untuk menghasilkan keripik tempe yang tidak mudah hancur dan lebih mudah diiris



Gambar 3.8 Setelah didiamkan selama 3 hari

8. Kemudian, letakkan kemasan kedelai di dalam kardus. Selanjutnya, tutup permukaan kardus menggunakan kain bersih agar proses peragian berjalan dengan sempurna, didiamkan selama 3 hari
9. Setelah tiga hari, keripik tempe siap diiris
10. Iris sangat tipis-tipis agar renyah



Gambar 3.9 Proses irisan tipis-tipis

11. Goreng dengan api kecil dan ditambahkan royko yang sudah dicampur dengan air



Gambar 3.10 Setelah selesai digoreng

3.4 Laporan Kegiatan 4

Nama : M. Bagus Sandika

NPM : 1612110226

Jurusan : Manajemen

3.4.1 Judul Kegiatan

Pembuatan Logo Inovasi UKM Tempe

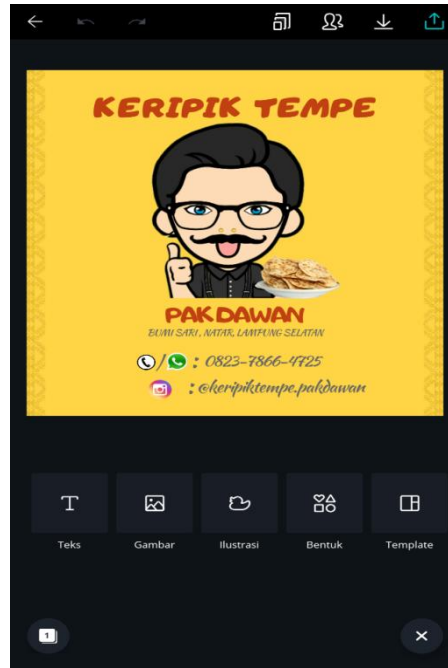
a. Desain *Merek*

Brand atau merek memiliki pengertian sebagai sebuah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain atau sebuah kombinasi di antaranya, yang bertujuan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen. Menurutnya merk akan memudahkan konsumen dalam mengidentifikasi produk-produk yang ada di pasar, mengidentifikasi produk-produk mana yang memiliki manfaat lebih, atau produk-produk mana yang sesuai dengan selera konsumen. (Kotler dan Amstrong,2011).

Dengan inovasi membuat sebuah produk baru dalam UKM, dibutuhkan sebuah label merk sebagai salah satu identitas produk tersebut. Merek merupakan sesuatu yang tentunya tidak asing di telinga kita, karena merek menjadi salah satu pertimbangan penting ketika kita akan membeli suatu produk. Kemasan makanan punya peran penting untuk menyampaikan pesan dari perusahaan, termasuk label makanan di dalamnya. Peran keduanya sedikit beda, dimana kemasan makanan berfungsi menarik perhatian konsumen, sedang label / merk makanan berfungsi meyakinkan konsumen.

Merek merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen. Merek dipandang dapat menaikkan gengsi atau status seorang pembeli. Dalam pembuatan merk pun harus memperhatikan hal-hal seperti sederhana dan ringkas, mengandung keaslian, mudah dibaca

atau di ucapkan, mudah diingat, tidak sulit digambarkan, dan tidak mengandung konotasi yang negatif.



Gambar 3.11 Proses Pembuatan Desain *Merek*

Dengan adanya merk bisa dijadikan sebagai alat promosi, sehingga dapat mempromosikan hasil produksi cukup dengan menyebut merknya, dan juga sebagai jaminan atas mutu barang yang diperdagangkan serta merk juga menunjukkan asal barang tersebut dihasilkan.

Design kemasan yang baik dapat mensinergikan dan mengintegrasikan dari beberapa elemen kampung dan fungsi kemasan, sehingga dihasilkan kemasan yang memiliki tingkat efektifitas, efesiensi dan fungsi yang sesuai baik dalam produksi kemasan sampai kegunaan kemasan. Dengan itu, perlu dibuatkan merk dagang yang mencantumkan nama UKM dan contact person untuk UKM yang berada di Kelurahan Bumi Sari, karena UKM Keripik Tempe yang berada di Kelurahan Bumi Sari belum memiliki merk dagang dengan tujuan agar hasil penjualan UKM tersebut

dapat meningkat, UKM tersebut lebih mudah di ingat dan mudah untuk dihubungi apabila ingin memesan Keripik Tempe baik dalam jumlah sedikit ataupun dalam jumlah banyak.



Gambar 3.12 Design Merk untuk UKM Keripik Tempe

b. Design Spanduk / Banner

Spanduk / Banner merupakan suatu media informasi, spanduk / banner ialah kain membentang dan biasanya berada ditepi-tepi jalan yang berisi tulisan, warna dan gambar. Spanduk / Banner dapat kita buat sendiri bisa dengan menggunakan car, sablon “screen printing” ataupun dengan cara print digital.

Spanduk / Banner berfungsi sebagai media promosi baik itu berupa produk/jasa, acara, sekolah dan sebagainya. Selain itu spanduk / banner merupakan media promosi yang murah dan sangat efektif. Dengan melihat spnduk yang menarik, konsumen pun akan tertarik untuk membeli produk atau jasa kita. Setidaknya itu sudah terbukti dengan banyaknya spanduk yang terpasang di pinggir-pinggir jalan raya. Spanduk / Banner memang menjadi media promosi yang murah dan efektif untuk saat ini.

Desain spanduk yang menarik tentu akan menarik perhatian orang untuk melihatnya, awalnya dari melihat desain spanduk maka orang lantas akan membaca apa isi atau informasi yang ada di dalam spanduk tersebut.

Dengan adanya spanduk / banner pada tempat penjualan dapat mencirikan produk tersebut dan berusaha menawarkannya di tengah-tengah banyaknya pesaing, tak hanya itu kemasan pun dapat dijadikan sebagai alat promosi untuk daya tarik pembeli sehingga bentuk, kerapihan, dan dekorasi dari kemasan perlu diperhatikan dalam proses perancangannya.



Gambar 3.13 Desain Spanduk / Banner untuk UKM Tempe

3.4.2. Judul Kegiatan

Inovasi dan Komposisi Produk

a. Biaya Bahan Baku

Tabel 3.8 Biaya Bahan Baku Keripik Tempe

No	Nama Bahan	Harga
1	Kedelai 2 kg	Rp. 14.000
2	Tepung Sagu 1 kg	Rp. 9.000
3	Ragi	Rp. 500
Total Biaya Bahan Baku		Rp. 23.500

b. Biaya Bahan Penolong

Tabel 3.9 Biaya Bahan Penolong

No	Nama Bahan	Harga
1	Plastik	Rp. 1.000
2	Royco Ayam	Rp. 2.000
3	Minyak Goreng	Rp. 22.000
4	Gas	Rp. 1.500
5	Stiker	Rp. 800
6	Air	Rp. 500
7	Lilin	Rp. 1.000
8	Biaya Pemasaran	Rp. 5.000
Total Biaya Bahan Penolong		Rp. 28.800
Jumlah		Rp. 33.800

c. Jumlah Biaya Produksi

Tabel 3.10 Jumlah Biaya Produksi

No	Nama Biaya	Jumlah
1	Biaya Bahan Baku	Rp. 23.500
2	Biaya Bahan Penolong	Rp. 33.800
3	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 10.000
		Rp. 67.300

Hasil penjualan dan produksi keripik tempe ini dapat menghasilkan 15 bungkus keripik tempe dengan berat 250 gram dengan biaya per bungkus sebesar :

$$\text{Rp. 67.300} : 15 \text{ pcs} = 5.000$$

3.5 Laporan Kegiatan 5

Nama : M. Ari Wijaya

NPM : 1612110258

Jurusan : Manajemen

3.5.1. Judul Kegiatan

Pembuatan Video Editing UKM Tempe

a. Pengertian Video Dokumentasi Desa dan UKM

Video Dokumentasi merupakan satu bentuk audio visual yang menceritakan suatu fenomena keseharian. Fenomena tersebut dapat berupa cerita tentang sosial, pengalaman dan pergaulatan hidup yang memberikan inspirasi dan semangat hidup.

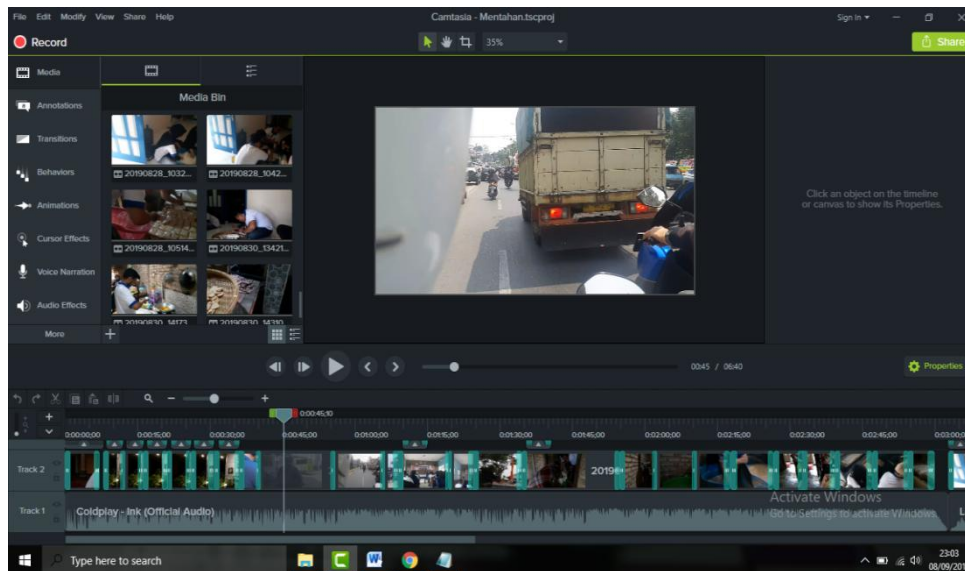
Video ini sendiri berisi memperkenalkan dan mengetahui proses kegiatan UMKM Tempe dan Desa Bumi Sari Kecamatan Natar, Lampung Selatan kepada masyarakat luas melalui media sosial seperti Youtube dan Instagram. Mahasiswa PKPM mengikuti kegiatan dari proses awal pembuatan tempe hingga menjadi tempe yang sudah siap untuk di jual. Selain itu membuat inovasi dari produk tempe tersebut menjadi keripik tempe dan mendokumentasikannya dalam bentuk video maupun gambar (foto).

b. Alat dan Software

- Alat
 - Laptop Acer Aspire V 13
 - Kamera Handphone
 - Samsung A8 2018
 - Samsung J2 Prime
 - Xiaomi Mi A1

- Software
 - Windows 10 Pro 64-bit
 - Canva
 - Camtasia Studio version 9
 - KineMaster

c. Proses pembuatan video desa dan UMKM



Gambar 3.14 Proses pengeditan video dengan Camtasia version 9

d. Faktor Pendukung dan Penghambat

a. Faktor Pendukung

Faktor pendukung dari Kegiatan ini adalah adanya bantuan dari teman-teman sekelompok yang sudah membantu dalam hal pengambilan video, fikiran, dan tenaga serta antusias masyarakat desa dan aparat-aparat desa Bumisari Natar.

b. Faktor Penghambat

Susahnya jaringan yang menghambat proses pengupload-an video ke media sosial (Youtube dan Instagram) dan kurangnya ketersediaan alat-alat seperti Kamera SLR, camrecord dan alat pendukung lainnya.

e. Link Video Profil UKM dan Desa

URL video Youtube :

<https://youtu.be/561P3ykTXdc>

3.5.2 Judul Kegiatan

Sosialisasi dan Pelatihan Ms.Office Word

3.5.2.1. Pengertian Microsoft Word Atau Microsoft Office Word

Microsoft Word adalah perangkat lunak pengolah kata (*word processor*) andalan microsoft. Pertama diterbitkan pada 1983 dengan nama Multi-Tool Word untuk, versi-versi lain kemudian dikembangkan untuk berbagai sistem operasi, misalnya DOS (1983), Apple Macintosh (1984), SCO UNIX, OS/2, dan Microsoft Windows (1989). Setelah menjadi bagian dari Microsoft Office System 2003 dan 2007 diberi nama microsoft. Di office 1013 Namanya cukup dinamakan Word. (MacWrite, tahun 2010).

3.5.2.2. Pengenalan Komputer Melalui Microsoft Office dan excel

Dalam kegiatan PKPM ini saya ingin memberikan sedikit ilmu yang diperlukan oleh para siswa & siswi di SDS SWADIPHA Natar sehingga mereka bisa memahami teknologi komputer. Salah satu hal yang harus dimengerti oleh para guru adalah penggunaan Aplikasi Microsoft Office dan yang menjadi fokus adalah Microsoft word.



Gambar 3.15 Pelatihan Ms.Office Kepada Murid Sekolah Dasar



Gambar 3.16 Pelatihan Ms.Office Kepada Murid Sekolah Dasar

3.5.2.3. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- a. Kami memberikan materi dasar Ms Office Word dan Excel.
- b. Siswa-siswi mempraktikan membuat surat mengikuti penjelasan kami.

3.6 Laporan Kegiatan 6

Nama : Alisia
NPM : 1611050024
Jurusan : Sistem Informasi

3.1.1 Pembuatan WEB UKM Tempe

a. Pengertian *Website*

Website adalah fasilitas internet penghubung dokumen dalam lingkup lokal maupun jarak jauh. Dokumen pada website disebut dengan *web page* sementara link dalam website memungkinkan pengguna bisa berpindah dari satu page ke page lain (*hyper text*), baik diantara page yang disimpan dalam server yang sama maupun *server* diseluruh dunia. Pages diakses dan dibaca lewat *browser* seperti *Netscape Navigator*, *Internet Explorer*, *Mozilla Firefox*, *Google Chrome* dan aplikasi *browser* lainnya (pengertian *website* dari Hakim Lukmanul, 2004)

b. Fungsi *Website*

Website ini pastinya punya banyak manfaat. Jadi, jika kita ingin mengetahui fungsi *website*, dapat dibagi sesuai kategori jenisnya. Jenis *website* yang berbeda tentunya punya fungsi yang cukup berbeda juga. Apa saja? Mari ketahui lebih lanjut.

- ***Website Sebagai Sarana Informasi***

Ini adalah fungsi utama dari website umumnya yaitu sebagai sarana informasi. Website bisa jadi suatu media untuk menyebarkan informasi-informasi ke publik. Idealnya, memang website dijadikan sarana edukasi akan berbagai topik yang ada. Contohnya, anda menemukan *website* berisi berita, tips, tutorial, pengumuman penting dan lain sebagainya.

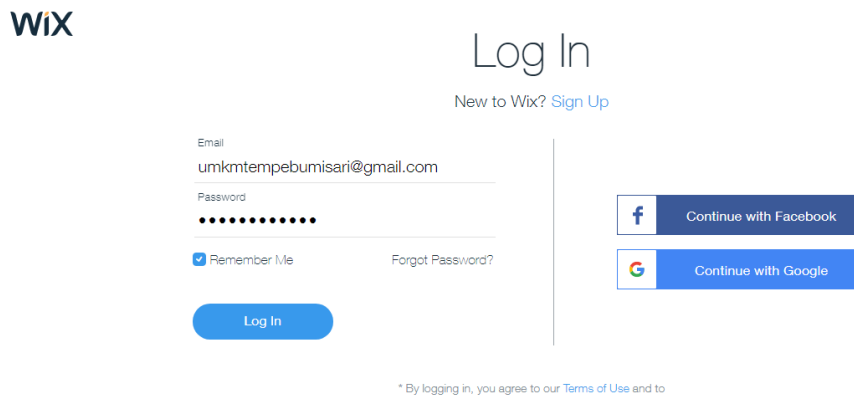
- ***Website Sebagai Sarana Jual Beli/eCommerce (Toko Online)***

Apakah Anda pernah mendengar nama-nama situs belanja besar semacam Tokopedia, Bukalapak, atau *website* beli tiket transportasi Traveloka? Ini termasuk dalam aktivasi fungsi *website* sebagai *ecommerce*. Tujuan dari *website* seperti ini adalah mendapat customer yang bertransaksi, meningkatkan penjualan dan loyalitas customer terhadap brand perusahaan. *Website*-nya juga tidak hanya berisi konten-konten informatif saja tetapi juga dukungan fitur tertentu semacam *payment gateway*. Ada banyak sekali elemen *website* yang harus dioptimasi untuk mensukseskan sebuah *ecommerce* yaitu proses transaksi yang mudah dilakukan web visitor/pengunjung, tampilan atraktif *website*, produk yang populer, penawaran menarik, metode pembayaran produk yang bervariasi, dan desain yang *mobile-friendly* (mengingat orang lebih banyak mengakses dari handphone).

- **Website Sebagai Blog**

Pernah dengar istilah profesi *blogger*? Fungsi blog sebagai *website* adalah untuk update konten-konten terbaru yang banyak diminati/dibaca orang atau sekadar menjadi catatan pribadi seseorang (opini dan sebagainya).

Gambar dalam pembuatan *website* UMKM Tempe ini antara lain :



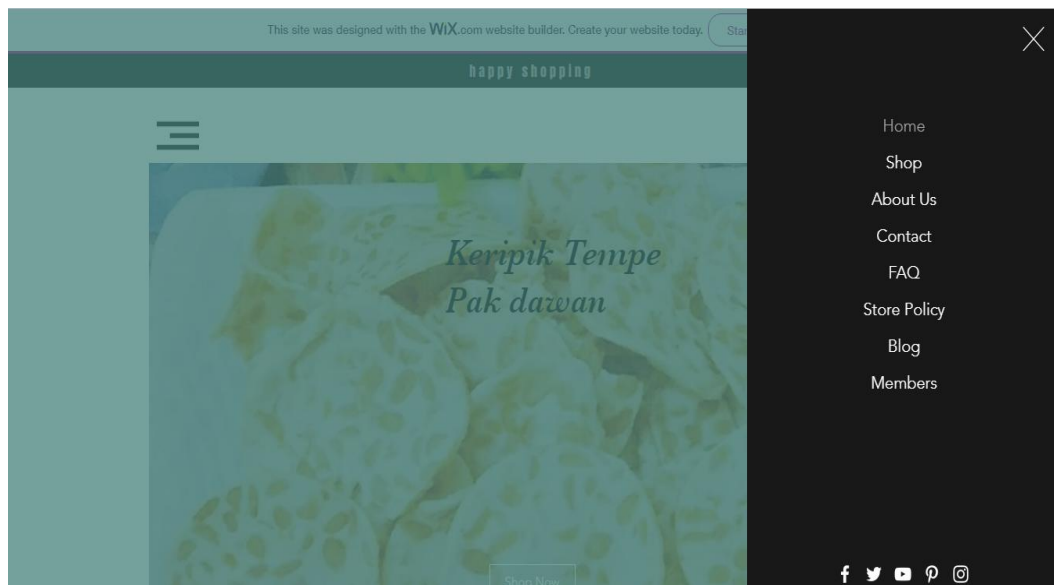
Gambar 3.17 tampilan untuk login

Menu Site

Menu adalah bagian dari website yang berisi link-link utama yang mengarah pada halaman tertentu di sebuah website.

Pada site menu terdapat beberapa sub menu, antara lain :

- Home
- Shop
- About Us
- Contact
- FAQ
- Store Policy
- Blog
- Members



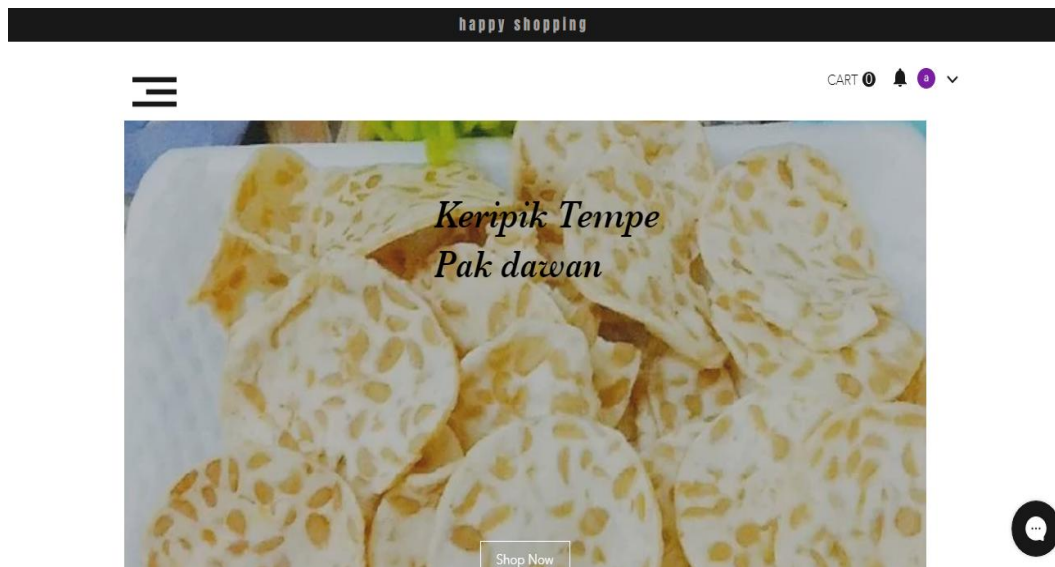
Gambar 3.18 Menu site home *Website* keripik tempe

Home

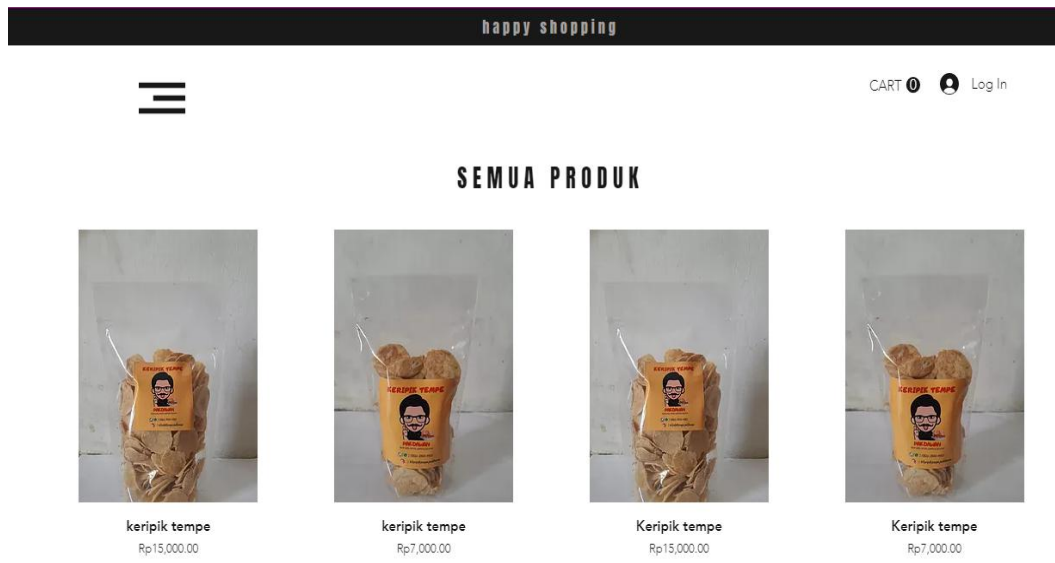
Menu Home atau homepage adalah halaman muka dari sesuatu situs web (web site), atau lokasi dari situs web di mana dokumen web dapat diakses. Definisi yang lainnya yaitu halaman default yang telah diset

untuk sebuah browser, dimana halaman ini ditayangkan di Internet melalui media World Wide Web (WWW). Biasanya digunakan orang untuk mempromosikan berbagai informasi, jasa, produk, dan yang lainnya. Atau lebih singkatnya homepage ialah halaman utama atau bagian depan dari web yang berisi daftar isi ataupun menu-menu dari situs Web tersebut

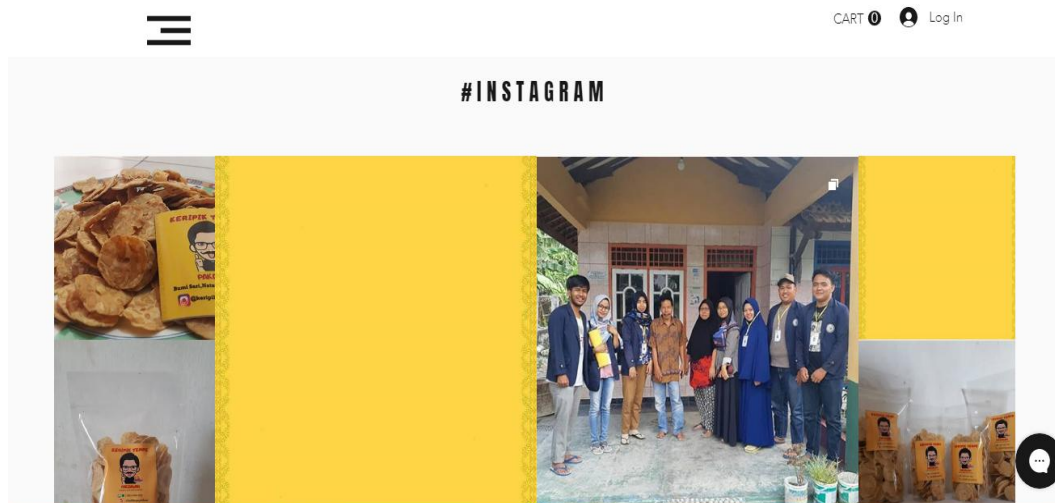
Tampilan isi dari menu Home:



Gambar 3.19 Menu Home Website Keripik Tempe



Gambar 3.20 Menu Home *Website* Keripik Tempe

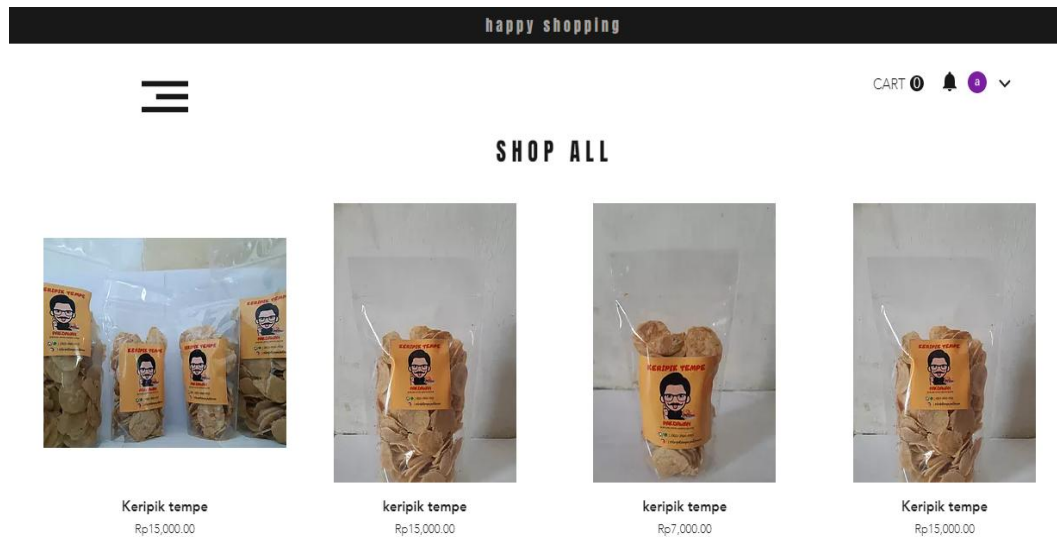


Gambar 3.21 Menu Home *Website* Keripik Tempe

Shop

Pada menu Shop ini kami menampilkan produk produk yang dijual, dimana kami sudah terakan harga dan serta ukuran.

Tampilan isi dari menu Shop:



Gambar 3.22 Menu Shop Website Keripik Tempe

About Us

Pada menu About Us ini berisikan sejarah usaha tempe pak dawan selaku pemilik UMKM tempe.

Tampilan isi menu dari About Us:

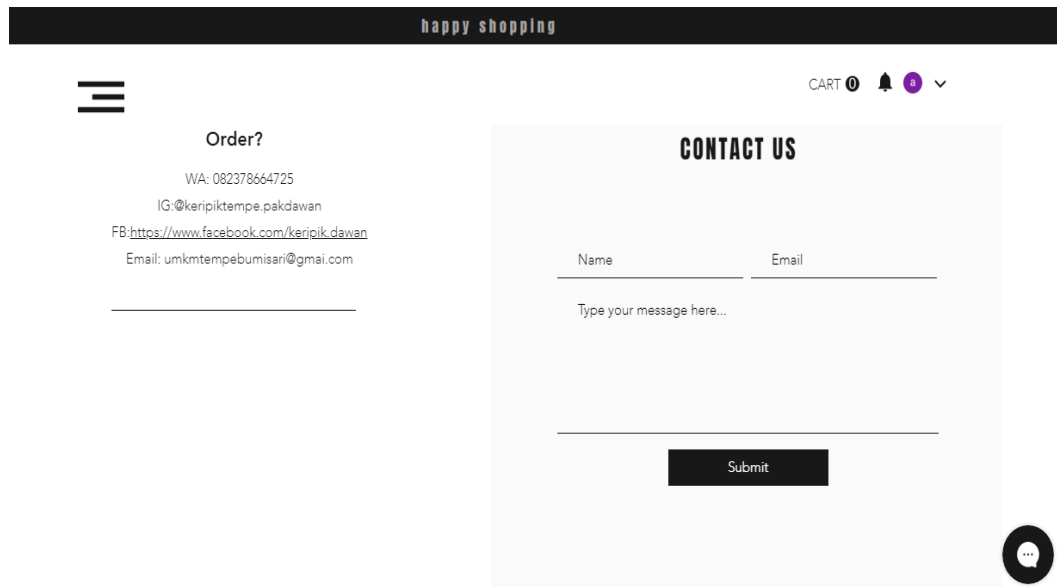


Gambar 3.23 Menu About Us pada Website Keripik Tempe

Contact

Pada menu Contact ini berisikan kontak atau alamat yang bisa dihubungi bila pelanggan ingin melakukan pemesanan.

Tampilan isi menu dari Contact:

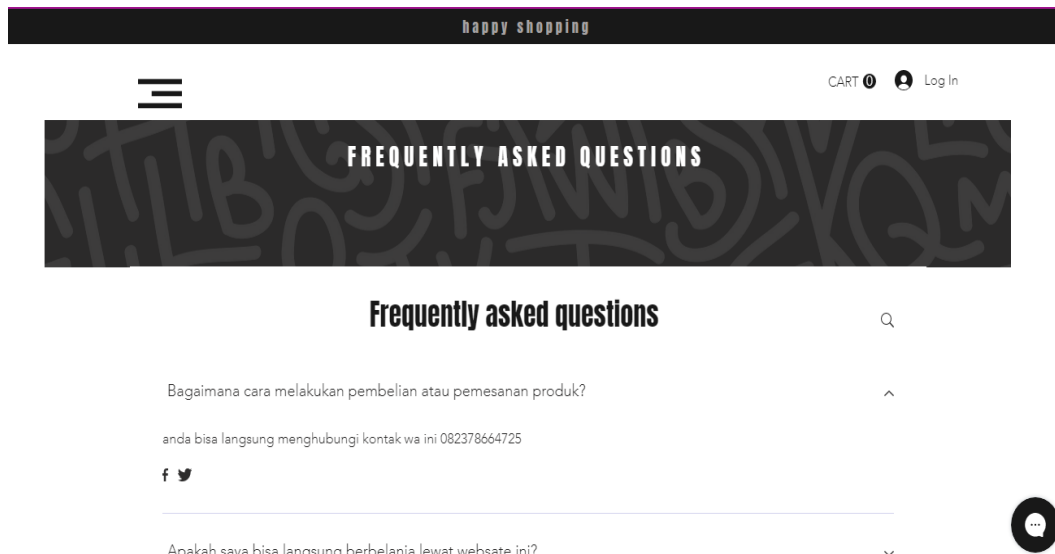


Gambar 3.24 Menu Contact Website Pada Keripik Tempe

FAQ

FAQ singkatan dari Frequently Asked Question adalah format daftar informasi online berisi pertanyaan yang sering diajukan orang dan jawabannya sudah disediakan. Tujuannya adalah membantu pengguna baru menghindari pertanyaan berulang secara offline.

Tampilan isi menu dari FAQ:

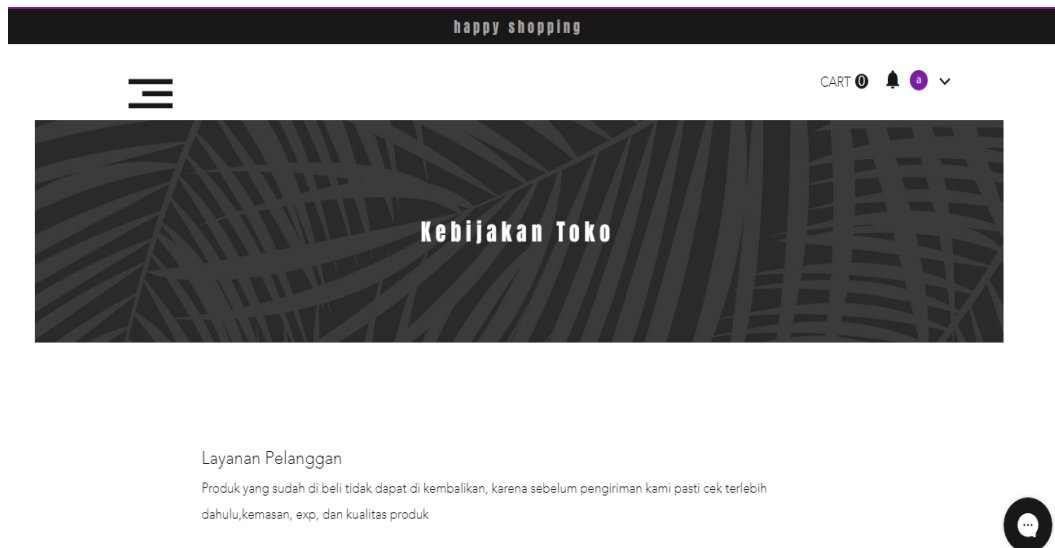


Gambar 3.25 Menu FAQ *Website* Keripik Tempe

Store Policy

Store Policy atau kebijakan toko ini menjadi acuan yang mengatur customer dalam melakukan transaksi pembelian.

Tampilan isi menu dari Store Policy:

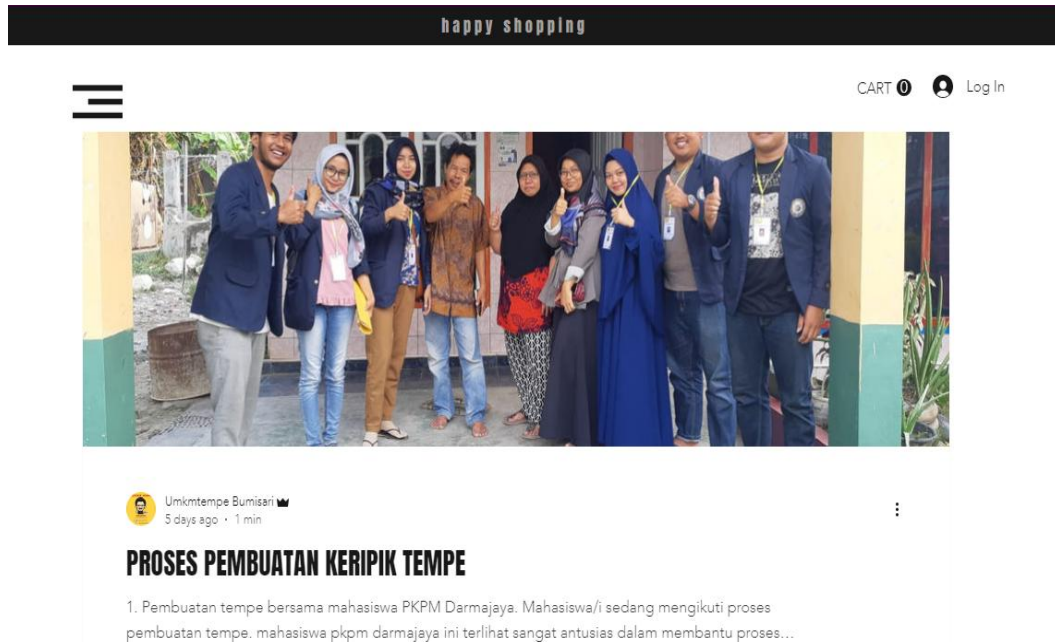


Gambar 3.26 Menu Store Policy *Website* Keripik Tempe

Blog

Blog adalah halaman web online yang berisikan catatan, tulisan, ataupun rangkaian artikel yang dapat diperbaharui dan dapat diakses untuk pribadi maupun untuk umum.

Tampilan isi menu dari Blog:

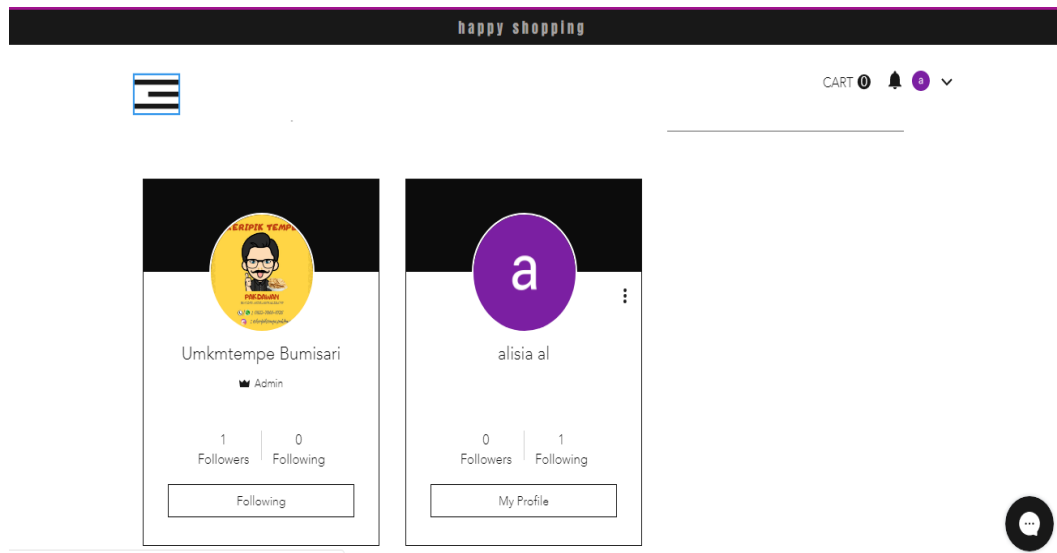


Gambar 3.27 Menu Blog *Website Keripik Tempe*

Members

Pada menu site kami juga menyediakan menu members untuk para pelanggan yang ingin bergabung menjadi anggota.

Tampilan isi menu dari Members:



Gambar 3.28 Menu Members Website Keripik Tempe

Alamat website : <https://umktempebumisari.wixsite.com/mysite>

3.1.2 Sosialisasi Bahaya Gadget

3.6.2.1 Pengertian Gadge

Gadget adalah alat komunikasi modern yang memiliki berbagai fungsi canggih. Alat ini juga didefinisikan sebagai alat elektronik kecil yang memiliki fungsi khusus dengan unit kerja yang tinggi. Hal yang membedakan gadget dengan teknologi yang lainnya adalah unsur kekinian. Artinya, gadget selalu muncul dengan aplikasi-aplikasi terbaru yang mengikuti perkembangan zaman. Inilah yang menjadi factor tertarik dengan gadget, di samping fungsinya sebagai alat untuk berkomunikasi.

Di zaman yang serba modern ini, teknologi gadget mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dari awal kemunculannya yang hanya sebatas alat untuk telepon, kini gadget berubah menjadi seakan-akan kebutuhan primer bagi setiap manusia. Alat ini terus berkembang untuk memudahkan manusia dalam beraktivitas sehari-hari.

Walaupun demikian, terdapat dampak-dampak negatif yang bisa ditimbulkan oleh gadget bagi anak usia dini. Berikut adalah dampak negatif penggunaan gadge bagi anak anak:

a. Risiko terkena radiasi

Menurut beberapa penelitian, menggunakan gadget terlalu sering akan rentan terkena radiasi, terutama pada anak kecil. Pancaran sinar dari layar sangat membahayakan kesehatan perkembangan sistem saraf.

b. Kecanduan

Seperti sudah dibahas di atas, saat ini gadget bagi sebagian orang merupakan kebutuhan primer. Mereka tidak bisa dipisahkan. Hal ini membuat mereka kecanduan, terutama bagi yang hobi bermain game. Kecanduan seperti ini menyebabkan mereka kurang berinteraksi dengan orang lain.

c. Lambat memahami pelajaran

Kebiasaan kita yang asyik dengan gadget akan berpengaruh terhadap kemampuan otak untuk mendapat informasi. Salah satunya ketika mendapatkan pelajaran di sekolah, mereka akan sulit memahami apa yang disampaikan guru. Selain itu, gadget juga membuat kita cenderung malas belajar serta membaca buku, sehingga berujung pada menurunnya prestasi.

d. Risiko penyalahgunaan

Kali ini adalah bahaya laten gadget bagi anak-anak terhadap penggunaan gadget apabila kita tidak mengawasinya. Di balik kemudahan kita mengakses informasi melalui gadget, akan menjadi riskan bagi anak-anak. Sudah banyak kasus pelajar yang berbuat cabul akibat kecanduan pornografi melalui gadget. Ini bisa membuat anak salah jalan, hingga membuat mereka melakukan hal-hal yang menyimpang.



Gambar 3.29 Sosialisasi bahaya gadget