

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

1.1 Pelatihan Pemanfaatan Android Kepada pemilik UMKM Desa Negeri Ulangan Jaya

Nama : Gerry Chairly
NPM : 1511060029
Jurusan : Sistem Komputer

1.1.1 Latar Belakang Masalah

Berdasarkan hasil survey sebelumnya, di dapatkan informasi mengenai minimnya pengetahuan tentang manfaat Android di Desa Negeri Ulangan Jaya. Oleh karena itu, perlu diadakannya Sosialisasi dan Pelatihan Pemanfaatan Android di Desa Negeri Ulangan Jaya kepada pemilik UMKM untuk mempermudah proses usaha masing-masing pemilik UMKM dilaksanakan oleh Anggota PKPM IIB Darmajaya.

1.1.2 Perumusan Masalah

Terdapat beberapa rumusan masalah yang ada pada kegiatan Pelatihan pemanfaatan Android kepada pemilik UMKM di Desa Negeri Ulangan Jaya, antara lain: “Pemilik UMKM seharusnya sudah mengenal manfaat android karena perkembangan zaman yang semakin pesat dan modern”.

1.1.3 Tujuan Kegiatan

Tujuan diadakannya Pelatihan pemanfaatan android ini adalah:

1. Pemilik UMKM lebih mengenal dan mengetahui manfaat android.
2. Pemilik UMKM dapat menggunakan aplikasi android seperti instagram dan facebook.
3. Pemilik UMKM dapat lebih mengenal dengan memperkenalkan perangkat perangkat yang ada pada android dan fungsinya.

1.1.4 Gambaran Umum Sasaran

Saat ini minimnya pengetahuan tentang manfaat android untuk pengembangan UMKM di desa Negeri Ulangan Jaya. Dengan adanya permasalahan tersebut sasaran anggota PKPM IIB Darmajaya tentang pelatihan Pemanfaatan penggunaan android sebagai sarana pengembangan UMKM di Desa Negeri Ulangan Jaya.

1.1.5 Metode Pelaksanaan

Tahapan kegiatan untuk melaksanakan program Pelatihan Pemanfaatan Android ini agar berjalan dengan baik dan lancar adalah sebagai berikut:

1. Survey Lapangan

Sebelum melaksanakan program Pelatihan Pemanfaatan Android, perlu dilakukan survey lapangan agar materi yang disampaikan tepat sasaran dan bermanfaat. Metode survey yang digunakan adalah metode Observasi yang kami laksanakan sebelum berjalan kegiatan PKPM IIB Darmajaya. Didapatkan informasi mengenai pengetahuan Manfaat dari Penggunaan Android yang sangat minim yang dimiliki oleh pemilik UMKM.

2. Mempersiapkan Materi

Sebelum proses Pelatihan, terlebih dahulu melakukan penyusunan materi yang akan disampaikan agar proses Pelatihan berjalan dengan baik dan sesuai rencana. Materi yang disampaikan untuk Pemanfaatan Android antara lain:

- a. Pelatihan Penggunaan android untuk bidang usaha
- b. Pelatihan media promosi dengan Android
- c. Pelatihan Media perdagangan dengan Android

3. Melaksanakan Pelatihan Pemanfaatan Android

Setelah semuanya selesai di konsep, perlu dilakukan pemberian informasi kepada responden tempat dan waktunya agar tidak adanya salah informasi. Setelah itu dapat dilakukan Sosialisasi dan Pelatihan Pemanfaatan Android di UMKM. Terdapat beberapa hal yang menjadi bahan ajar acara tersebut, antara lain:

- a. Pengenalan Android,
- b. Pengenalan Media Promosi,
- c. Pengenalan Aplikasi Jual Beli untuk usaha,

1.1.6 Kesimpulan Dan Saran

Kegiatan pelatihan pemanfaatan Android di UMKM desa Negeri Ulangan Jaya berjalan dengan lancar sesuai rencana. Dari kegiatan pelatihan pemanfaatan Android ini diharapkan agar pemilik UMKM lebih mengenal teknologi informasi, karena perkembangan jaman yang semakin pesat ini menuntut kita semua untuk harus terus mengupdate diri agar tidak tertinggal oleh perkembangan jaman. Kepada pemilik UMKM yang ada di Desa Negeri Ulangan Jaya diharapkan untuk terus mengasah kemampuannya di bidang ilmu Teknologi karena sekarang dan seterusnya kita tidak dapat menjauhkan diri dari teknologi informasi.

1.2 Pembuatan Media Sosial untuk pemilik UMKM berupa Facebook dan Instagram di Desa Negeri Ulangan Jaya

Nama : Indra Yudi Tama

NPM : 1311050017

Jurusan : Sistem Informasi

1.2.1 Latar Belakang Kegiatan

Dari hasil survey lapangan atau observasi yang telah dilakukan oleh Mahasiswa PKPM IIB Darmajaya, diketahui masih banyak UMKM di Desa Negeri Ulangan Jaya yang belum memiliki sosial untuk mempermudah memasarkan prodaknya. Belum adanya penjualan secara online membuat penjualan produk kampung Negeri Katon terbatas hanya di sekitar kampung saja, maka itu di buatkan penjualan secara *online* melalui *instagram*, *facebook* agar memperluas dan mempermudah akses penjualannya untuk menunjang penjualan.

1.2.2 Perumusan Masalah

Dari hasil observasi yang telah kami laksanakan mahasiswa PKPM IIB Darmajaya di Desa Negeri Ulangan Jaya, dapat dirumuskan masalah antara lain:

1. Keterlambatan desa dalam menyerap informasi.
2. Kurangnya pemanfaatan teknologi informasi dengan baik.
3. Tidak adanya media yang dimiliki setiap UMKM untuk mempublikasikan informasi, memasarkan produk yang di jual.

1.2.3 Tujuan Kegiatan

Tujuan diadakan kegiatan ini antara lain:

1. Untuk memberikan sosialisasi mengenai sistem infomasi desa.
2. Memberikan pelatihan penggunaan teknologi informasi dalam hal penggunaan internet dengan baik dan positif.

3. Membangun sistem informasi desa berupa Website Desa, sehingga masyarakat akan lebih mudah mendapatkan informasi mengenai Desa Negeri ulangan Jaya.

1.2.4 Gambaran Umum dan Sasaran

Mayoritas pekerjaan masyarakat di Desa Negeri Ulangan Jaya adalah petani dan buruh dan juga perekonomian di desa mayoritas dari kalangan menengah ke bawah sehingga sarana untuk mengetahui tentang perkembangan teknologi sangat minim, hal ini menyebabkan masyarakat desa kurang mampu untuk mengikuti perkembangan di dunia teknologi. Mahasiswa IIB Darmajaya melalui Program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yang dilaksanakan di desa-desa ikut serta membantu kerjasama antara pemerintah Kabupaten Pesawaran dengan kampus IIB Darmajaya dalam merealisasikan program sikam.id tersebut. Pada kesempatan ini salah satu desa yang menjadi sasaran Mahasiswa PKPM IIB Darmajaya adalah Desa Negeri Ulangan Jaya yang terletak di kecamatan Negeri Katon Kabupaten Pesawaran.

1.2.5 Metode Pelaksanaan

Tahapan Pembuatan Media *Marketing Home Industry*

1. Mencari Informasi Tentang *Home Industry* Kegiatan ini kami mulai dari mencari informasi mengenai tapis . Awalnya kami mendatangi rumah Ibu Reda , yang merupakan tempat pembuatan Kerajinan kain tapis tersebut. Kemudian kami mulai mengumpulkan informasi mencari apa yang menjadi kendala pada UMKM tersebut. Pengumpulan informasi tersebut kami lakukan dengan mewawancarai Ibu Reda, pemilik UMKM Tapis Jejama. Dari hasil wawancara kami mengetahui bahwa Kerajinan tapis tersebut mengalami kendala pada sistem marketing dan pengembangan usaha kerajinan tapis itu sendiri.
2. Merencanakan Pembuatan Sistem *Marketing* Dari Informasi yang telah didapat pada UMKM kerajinan tapis. Kami melakukan perencanaan bersama untuk membuat sistem marketing onlineseperti sosial media yaitu *facebook* dan *instagram*. Menurut kami, sosial media merupakan media bisnis *online* yang paling cocok di zaman

sekarang untuk mengoptimisasi *marketing* UMKM karena dengan menggunakan media tersebut kerajinan tapis yang sudah lama dirintis ini.

3. Melakukan Persetujuan Pembuatan Sistem Marketing Kami kembali mendatangi rumah Ibu Reda pemilik UMKM kerajinan tapis jejama untuk melakukan persetujuan perencanaan yang akan kami lakukan terhadap UMKM kerajinan tapis jejama tersebut.

4. Mengumpulkan data UMKM Kami mulai mengumpulkan data-data yang dibutuhkan untuk pembuatan media *marketing* kerajinan tapis jejama seperti gambar dari produk, nama Tapis Jejama dan profil mengenai *Home Industry* tersebut.

5. Pembuatan Media Sosial seperti Facebook dan Instagram Data-data yang dibutuhkan dan UMKM sudah memiliki Merk kemudian kami mulai membuat *instagram* dan *facebook* untuk mengoptimisasi marketing pada UMKM Kami mulai memasukkan data-data kerajinan tapis jejama meliputi gambar, harga, lokasi, dan penjelasan mengenai kerajinan tapis jejama.

6. Menjelaskan Penggunaan Instagram dan Facebook Setelah media sosial selesai dibuat, kami memberikan penjelasan cara penggunaan media sosial *instagram* dan *facebook* kepada Ibu Mulyani. Diharapkan Ibu Mulyani dapat menjalankan sendiri dalam memasarkan Kerajinan tapis jejama dan menyalurkan pengetahuan yang dia miliki kepada beberapa anggota lainnya yang membantu dalam pembuatan produk tahu rasa.

1.3 Membuat Inovasi Kemasan Produk Tahu Rasa pada usaha mandiri Ibu Mulyani

Nama : Rikya Alkifari
NPM : 1512110456
Jurusan : Manajemen SDM

1.3.1 Latar Belakang Masalah

Usaha mandiri tahu rasa yang ada di desa Negeri Ulangan Jaya merupakan usaha yang awalnya dikelola ibu Mulyani pada tahun 2012 sampai sekarang. Usaha ini dikelola sendiri oleh karena itu, tidak terlalu banyak inovasi didalamnya baik dari segi pemasaran, produk, bahkan pemasarannya pun masih menjual dengan kiloan sehingga kurang efektif dan belum beredar dipasaran karena susahnya transportasi dan tempat mensuplai produk tersebut. Dengan adanya kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM), kami memberikan solusi untuk usaha tahu rasa ibu Mulyani dengan memberi inovasi baru pada kemasan produk tahu rasa sehingga dapat terlihat lebih rapi dan lebih praktis jika di jadikan sebagai oleh-oleh khas dari desa Negeri Ulangan Jaya dusun Way Rate.

1.3.2 Rumusan Masalah

Penambahan inovasi kemasan pada produk tahu rasa seperti ditambahkan nama produk dan di press agar tertutup rapat dan rapih dapat lebih menarik minat beli konsumen dan meningkatkan penjualan produk tahu rasa Ibu Mulyani.

1.3.3 Sasaran Objek

Sasaran objek dan program kegiatan ini ditujukan pada usaha mandiri Tahu Rasa ibu Mulyani di Dusun Way Rate desa Negeri Ulangan Jaya kecamatan Negeri Katon dalam bentuk perbaikan kemasan produk.

1.3.4 Metode Pelaksanaan

Salah satu daya tarik dari suatu produk adalah dilihat dari segi cara pengemasan (packing). Pengemasan merupakan suatu cara atau perlakuan pengamanan terhadap makanan atau bahan pangan, agar makanan atau bahan pangan baik yang belum

diolah maupun yang telah mengalami pengolahan, dapat sampai ke tangan konsumen dengan selamat, secara kuantitas maupun kualitas untuk melindungi produk dari goresan atau cacat produk yang membuat produk menjadi rusak. Selain itu juga kemasan produk tidak hanya difungsikan pada saat proses pendistribusian barang ke beberapa distributor, tapi kemasan produk juga bisa melindungi produk ketika berada di toko-toko retail. Dengan adanya kemasan pada produk dapat mencirikan produk tersebut dan berusaha menawarkan dirinya di tengah-tengah banyaknya pesaing tak hanya itu kemasan pun dapat dijadikan sebagai alat promosi untuk daya tarik pembeli sehingga bentuk, warna dan dekorasi dari kemasan perlu diperhatikan dalam proses perancangannya.

Ada beberapa pendapat tentang pengertian kemasan: menurut (Titik Wijayanti 2012) Pengertian kemasan adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan informasi kepada setiap konsumennya tentang produk yang ada di dalamnya. menurut (Rodriguez 2008) adalah Kemasan atau pengemasan aktif adalah kemasan yang merubah kondisi dari bahan pangan dengan penambahan senyawa aktif sehingga mampu memperpanjang umur simpan dari bahan pangan yang dikemas dan juga meningkatkan keamanan serta tetap mempertahankan kualitas. Klimchuk dan (Krasovec 2006: 33) Pengertian kemasan menurut Klimchuk dan Krasovec adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citar, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. (Danger 1992: 49) Pengertian kemasan menurut Danger adalah wadah atau pembungkus untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk ditransportasikan, didistribusikan, disimpan, dijual, dan dipakai. Adanya wadah atau pembungkus dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan, melindungi produk yang ada didalamnya, melindungi dari bahaya pencemaran serta gangguan fisik (gesekan, benturan dan getaran).

Inovasi dalam kemasan produk diperlukan agar penjualan Tahu Rasa lebih menarik konsumen karena selama ini kemasan yang digunakan adalah kantong plastik dengan Rp.200 per buah. Dengan inovasi sekarang ini kemasan Tahu Rasa dapat lebih menarik konsumen sehingga diharapkan dapat membantu usaha mandiri Tahu Rasa ibu Mulyani lebih mudah memasarkan produknya.



Gambar 3.3 Kemasan tahu rsa

proses pengemasan dan pebelan tahu rasa isi yang diinovasikan untuk UKMK Tahu Rasa milik ibu Mulyani yang ada di dusun Way rate desa Negeri Ulangan Jaya.

1.4 Pembuatan Desain Merk Produk Tahu Rasa pada usaha mandiri Ibu Mulyani.

Nama : Miswono Subagio
NPM : 1511010049
Jurusan : Teknik Informatika

1.4.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Usaha mandiri Tahu milik ibu Mulyani yang ada di Desa Negeri Ulangan Jaya ini belum memiliki merk dalam produknya sehingga banyak masyarakat kurang mengenal produk tersebut hanya beberapa masyarakat disekitar yang mengenalnya, dengan adanya kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM), kami memberikan solusi untuk usaha tahu yang dikelola oleh ibu Mulyani dengan pembuatan desain merk pada produk tersebut sehingga dengan diberikan nama merk masyarakat dapat lebih mengetahui produk tersebut dan membantu dalam proses pemasarannya karena dengan adanya sebuah merk dapat menunjukan asal produk tersebut.

1.4.2 Rumusan Masalah

Dengan pembuatan desain merk pada produk tahu rasa ini dapat membuat produk tersebut dikenal dimasyarakat dan sebagai salah satu alat promosi.

1.4.3 Sasaran Objek

Sasaran objek dan program kegiatan ini ditujukan pada usaha mandiri Tahu rasa ibu mulyani dusun Way Rate desa Negeri Ulangan jaya kecamatan Negeri Katon kabupaten Pesawaran dalam pembuatan desain merk pada produk tersebut.`

1.4.4 Metode Pelaksanaan

Merk (brand) merupakan salah satu faktor penting dalam kegiatan pemasaran, karena kegiatan memperkenalkan dan menawarkan produk barang dan atau jasa tidak terlepas dari merk yang dapat diandalkan. Merk juga merupakan pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan oleh konsumen sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Merk merupakan strategi jangka panjang yang memiliki nilai

ekonomis bagi konsumen maupun bagi si pemilik merk. Dalam pemuatan merk harus memperhatikan hal-hal berikut ini: sederhana dan ringkas, mengandung keaslian, mudah dibaca atau di ucapkan, mudah diingat, tidak sulit digambarkan, dan tidak mengandung konotasi yang negatif.

Dengan adanya merk bisa dijadikan sebagai alat promosi, dengan hanya menyebut nama merk konsumen sudah mengetahui produk tersebut serta merk juga menunjukkan asal barang tersebut dihasilkan Design merk yang baik dapat menarik konsumen untuk membeli sebuah produk dan menghasilkan kemasan yang memiliki tingkat efektifitas, efisiensi dan fungsi yang sesuai baik dalam produksi kemasan sampai kegunaan kemasan. Dengan itu, perlu diberikan merk dagang pada usaha mandiri tahu ras yang berada di Desa Negeri Uangan Jaya dengan mencantumkan nama usaha tersebut, dan contact person yang bisa dihubungi. Usaha mandiri Tahu Rasa yang berada di Desa Negeri Uangan Jaya belum memiliki merk dagang dengan diberikannya merk dagang harapannya agar hasil penjualan dapat lebih meningkat, dengan merk tersebut masyarakat mudah mengingatnya dan mudah untuk dihubungi apabila ingin memesan Tahu Rasa dalam jumlah sedikit ataupun dalam jumlah banyak.

Berikut gambar hasil desain produk tahu rasa :

Gambar 3.4 Hasil Desain Kemasan Tahu Rasa



1.5 Pemasaran Produk Usaha Mandiri Tahu Rasa Ibu Mulyani melalui Media Sosial.

Nama : Andhika Saputra
NPM : 1512110255
Jurusan : Manajemen Pemasaran

1.5.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Produksi tahu rasa ibu Mulyani sebelumnya hanyalah mengandalkan pelanggan pasar Natar, Tahu Rasa terkadang lama disimpan karena berdagang di pasar hanya sampai jam 10 pagi sehingga banyak produk yang tidak habis, karena tahu rasa dijual perbungkusnya kepada masyarakat di daerah Desa Negeri Ulangan Jaya, sehingga perhitungan penjualannya kurang maksimal. Dengan adanya kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM), kami memberikan solusi dengan cara pengembangan bisnis produk dengan media online, karena perkembangan jaman saat ini sangatlah pesat dan penggunaan internet semakin meluas. Dengan memasarkan produk Tahu Rasa milik Ibu Mulyani ke media sosial seperti, Instagram, facebook, membuat pemasaran produk Tahu Rasa ini semakin luas bukan hanya tingkat kecamatan namun dapat meluas ke tingkat daerah.

1.5.2 Rumusan Masalah

Pemasaran produk melalui media sosial sangatlah membantu dalam proses pemasaran karena tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial mempunyai mempengaruhi besar sebagai tempat pengumpulan informasi dan salah satu strategi pemasaran yang efektif.

1.5.3 Sasaran Objek

Sasaran objek dalam program kegiatan ini ditujukan pada usaha mandiri Tahu Rasa ibu Mulyani Dusun Way Rate Negeri Ulangan Jaya kecamatan Negeri Katon Pesawaran dalam pemasaran produk tahu rasa tersebut.

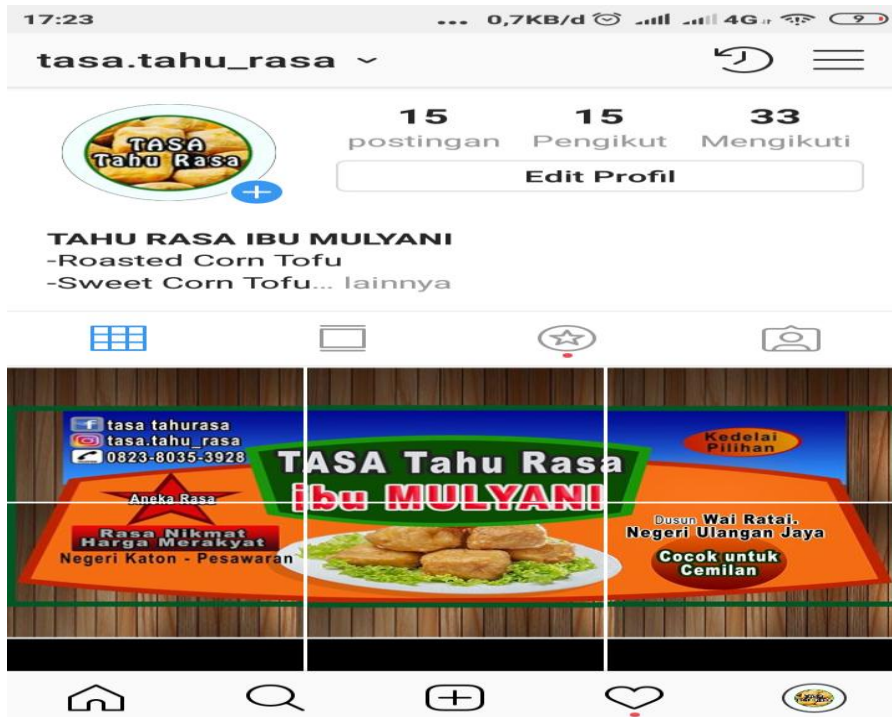
1.5.4 Metode Pelaksanaa

Tak dapat dipungkiri bahwa media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, Twitter dan aplikasi messenger seperti line, BBM, whatsapp dan sebagainya bukanlah hal yang tabu di kalangan masyarakat. Tidak heran bahwa media sosial saat ini digunakan sebagai alternative bagi setiap pemilik bisnis untuk memasarkan produk atau memperkenalkan bisnisnya dengan cepat. Memasarkan produk yang kita miliki melalui jasa media sosial adalah salah satu strategi pemasaran (*Marketing Strategy*) yang efektif, mengingat besarnya pengaruh media sosial ini sebagai tempat pengumpulan informasi bagi aspek dan lapisan masyarakat modern saat zaman sekarang. Dengan memasarkan produk Tahu Rasa ibu Mulyani ke media sosial seperti website, Instagram, facebook, membuat pemasaran produk ini semakin luas bukan hanya tingkat kecamatan namun dapat meluas ke tingkat daerah. Berikut contoh pemasaran melalui media sosial facebook dan instagram:

Gambar 3.5 Media Sosial Facebook



Gambar 3.6 Media Sosial Instagram



1.6 Membuat Laporan Keuangan Sederhana Usaha Mandiri Ibu Mulyani.

Nama : Padjerie Yudha Prabowo
NPM : 1512128004
Jurusan : Akuntansi

1.6.1 Latar Belakang Masalah

Keberhasilan sebuah usaha dapat diukur dari keuangan yang diperoleh pada akhir periode, untuk itu dibutuhkan pembukuan yang dapat mengetahui posisi keuangan suatu usaha sehingga diperlukan sistem akuntansi yang dapat membantu pemilik usaha dalam mengambil keputusan lebih lanjut. Kegiatan ini saya mulai dengan mendatangi pemilik Tahu Rasa di desa Negeri Ulangan Jaya tepatnya didusun Way rate yaitu bersama ibu Mulyani dan melihat bagaimana penyusunan laporan keuangan yang digunakan untuk UMKM Tahu.

Dari hasil survey yang dilakukan, ibu Mulyani tidak melakukan pembukuan terhadap pendapatan dan pengeluaran untuk usaha tahu rasa ini sehingga keuangan UMKM tidak pernah tercatat dengan baik, bahkan usaha yang dirintis tidak mengetahui harga pokok penjualan, keuntungan, dll. Padahal jika ibu Mulyani menggunakan pencatatan dengan baik maka ibu Mulyani akan lebih mengetahui posisi laporan keuangan dengan baik karena usaha home industri ini sudah sangat pesat sehingga banyak orang-orang luar desa yang sudah mengetahui usaha ini dan bersedia datang ke tempat usaha ibu Mulyani ini.

Perencanaan yang sudah saya buat sebelum dilaksanakannya Praktek Kerja Pengabdian masyarakat, saya mengimplementasikan di kampung Negeri Ulangan Jaya Kec Negeri katon yaitu membantu pemilik UMKM dalam Penyusunan Anggaran Secara Sederhana.

1.6.2 Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi adalah penjumlahan seluruh pengorbanan sumber ekonomi yang digunakan untuk mengubah bahan baku menjadi produk. Perhitungan Harga Pokok Produk dapat digunakan untuk menentukan harga jual yang akan diberikan

kepada pelanggan sesuai dengan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi.

1.6.3 Komponen Biaya Harga Pokok Produksi

Biaya produksi terdiri dari dua yaitu biaya komersial dan biaya manufaktur, biaya manufaktur adalah biaya pabrik yakni jumlah elemen-elemen biaya diantaranya Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Dari penjelasan diatas “biaya bahan baku” disebut juga biaya utama sedangkan “biaya tenaga kerja” dan “biaya overhead pabrik” disebut juga biaya konversi. Sedangkan biaya komersial adalah biaya yang timbul atau yang terjadi dikarenakan kegiatan diluar dari proses produksi seperti biaya pemasaran dan biaya administrasi umum.

Penjelasan mengenai biaya “bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik”.

a) Biaya Bahan Baku

Terjadi karena adanya pemakaian bahan baku. Biaya bahan baku merupakan harga pokok bahan baku yang dipakai dalam produksi untuk membuat barang atau produk, biasanya 100% bahan baku merupakan masuk dalam produk yang telah jadi

b) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya ini timbul ketika pemakaian biaya berupa tenaga kerja yang dilakukan untuk mengolah bahan menjadi barang jadi , biaya tenaga kerja langsung merupakan gaji dan upah yang diberikan kepada tenaga kerja yang langsung terlihat dalam pengolahan bahan produk.

c) Biaya Overhead Pabrik

Dan biaya overhead pabrik timbul akibat pemakaian fasilitas-fasilitas yang digunakan untuk mengolah bahan seperti mesin,alat-alat,tempat kerja dan sebagainya. Dan yang lebih jelas lagi adalah biaya overhead pabrik sendiri dari biaya di luar bahan baku.

Berikut tentang perhitungan Biaya Bahan Baku Tahu Rasa :

Perhitungan Besaran Biaya Bahan Baku

No	Bahan-Bahan Tapis	Jumlah	Satuan	Harga Per jumlah	Total Harga
1	Kedelai	800	Kg	Rp. 7.500	Rp. 6.000.000
2	Cuka	200	Botol	Rp. 4.500	Rp. 900.000
3	Lain-Lain			Rp. 400.000	Rp. 400.000
Total Biaya Bahan Baku					Rp. 7.300.000

Biaya Penolong

No	Nama Barang	Unit	Harga	Total Harga
1	Mesin Giling	1 Unit	Rp.2.000.000	Rp. 2.000.000
2	Drum	2 Unit	Rp.1.000.000	Rp. 2.000.000
3	Panci	1 Unit	Rp. 500.000	Rp. 500.000
4	Kompore	1 Unit	Rp. 500.000	Rp. 500.000
5	Cetakan	4 Unit	Rp.5.200.000	Rp. 5.200.000
6	Peralatan Lain	-	-	Rp. 500.000
Total Biaya Penolong				Rp. 10.700.000

Biaya Operasional

No	Jenis Biaya	Biaya (Rp)
1	Biaya Listrik	Rp. 30.000
2	Biaya Air	Rp. 41.000
3	Biaya Sewa tempat	Rp. 500.000
4	Biaya Tenaga Kerja	Rp. 500.000
5	Biaya Lain-lainnya	Rp. 500.000
	Total Biaya Operasional	Rp. 1.571.000

Harga Pokok Produksi

No	Jenis Biaya	Biaya (Rp)
1	Biaya Bahan Baku	Rp. 7.300.000
2	Biaya Tenaga Kerja	Rp. 500.000
3	BOP	Rp. 571.000
	Total Biaya Produksi	Rp. 8.371.000

Pendapatan Perbulan :

Jika tahu diproduksi sehari mencapai 500 biji tahu, maka harga pokok produksi yang dibutuhkan sebesar Rp.8.371.000.

$$500 \text{ biji tahu} \times \text{Rp. } 750 = \text{Rp. } 375.000$$

$$\text{Rp. } 375.000 \times 30 \text{ Hari} = \text{Rp. } 11.250.000$$

Keuntungan Perbulan :

Laba kotor = penjualan bersih – HPP

$$= \text{Rp. } 11.250.000 - 8.371.000 = 2.879.000$$

Laba Bersih = Laba kotor – Biaya Usaha

$$= \text{Rp. } 2.879.000 - 1.571.000 = 1.308.000$$

Laporan Perubahan Modal :

Modal Awal = Rp. 19.571.000

Laba Bersih = Rp. 1.308.000

Modal Sekarang = Rp. 20.879.000

Jadi dapat disimpulkan pendapatan dari UMKM Tahu Rasa milik Ibu Mulyani dengan modal awal sebesar Rp. 19.571.000 adalah Rp.20.879.000 dan total Laba Bersih pendapatan perbulan sebesar Rp. 1.308.000.