

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1. Pembuatan *Design Merk* pada Produk Berkah Klanting Guna Pengembangan Produk

NAMA : ANDIKA
NPM : 1511010070
JURUSAN : TEKNIK INFORMATIKA

Dari hasil survey lapangan atau observasi yang telah dilakukan oleh Mahasiswa PKPM IIB Darmajaya, diketahui Desa Lumbirejo pada UMKM Berkah Klanting terdapat temuan permasalahan dalam bidang teknologi informasi di bidang pembuatan identitas ataupun *merk*.

Merk merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen dengan bertujuan untuk mengembangkan produk dari Klanting itu sendiri. *Merk* 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.

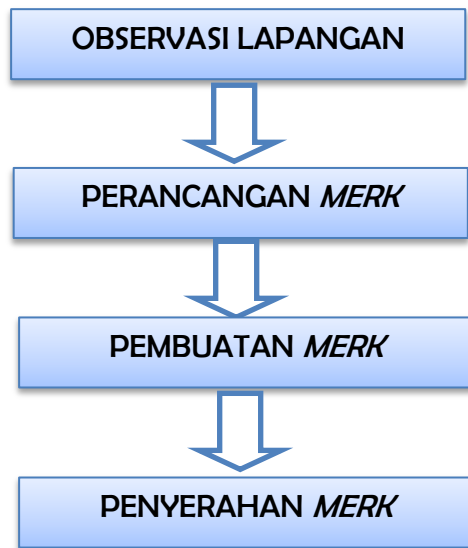
Alasan inilah yang kemudian menjadikan Mahasiswa IIB Darmajaya melalui program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) membantu UMKM Berkah Klanting memperkenalkan Klanting yang dijual agar dapat diketahui khalayak ramai melalui media sosial. Sehingga diharapkan UMKM berkah klanting ini mendapatkan keuntungan dalam penjualan Klanting.

Dengan adanya *design merk* bisa dijadikan sebagai sarana untuk mengembangkan produk salah satunya adalah promosi. Sehingga dapat mempromosikan hasil produksi cukup dengan menyebut *merk*-nya, dan juga sebagai jaminan atas mutu barang yang diperdagangkan serta *merk* juga menunjukkan asal barang tersebut dihasilkan.

Design merk yang baik dapat mensinergikan dan mengintegrasikan dari beberapa elemen desain dan fungsi kemasan, sehingga dihasilkan kemasan yang memiliki tingkat efektifitas, efisiensi dan fungsi yang sesuai baik dalam produk kemasan sampai kegunaan kemasan. Dengan itu, perlu dibuatkan *merk* dagang yang mencantumkan nama UMKM dan *Contact Person* untuk UMKM yang berada di Kampung Lumbirejo, karena UMKM Berkah Klanting yang ada pada Kampung Lumbirejo belum memiliki *merk* dagang dengan tujuan agar hasil penjualan UMKM tersebut dapat meningkat, UMKM tersebut lebih mudah di ingat dan mudah untuk dihubungi apabila ingin memesan Klanting baik dalam jumlah sedikit ataupun dalam jumlah banyak.

Sasaran objek dalam program kegiatan ini ditujukan pada UMKM Berkah Klanting pak Nuraffan di Kampung Lumbirejo Kecamatan Negri Katon Kabupaten Pesawaran ini untuk membentuk inovasi atau pengembangan yang mencakup aspek pemasaran melalui *media social*, pembinaan laporan keuangan, dan *design merk* untuk peningkatan laba UMKM tersebut.

Dalam pelaksanaannya, tahapan dalam pembuatan *merk* pada UMKM Berkah Klanting ini antara lain :



Gambar 3.1. Tahapan Pembuatan Design merk



Gambar 3.2. Design Merk untuk UMKM Berkah Klanting

3.2. Pembuatan *Design Papan Informasi* pada Produk Berkah Klanting Guna

Pengembangan Produk

NAMA : TIO ADITYA PUTRA
NPM : 1511010077
JURUSAN : TEKNIK INFORMATIKA

Media atau biasa juga disebut dengan medium, merupakan alat komunikasi atau perantara dengan tujuan untuk menyampaikan sebuah pesan. Dalam perkembangannya, media benar-benar menunjukkan kemajuan yang sangat luar biasa, dimana banyak ditemukan beragam bentuk media komunikasi yang ada untuk digunakan, baik dari media periklanan, media pembelajaran, media permainan dan lain sebagainya yang dapat dikemas kedalam sebuah media. Dengan demikian, penggunaan sebuah media perlu dipertimbangkan sesuai dengan fungsi dan kebutuhan yang jelas, demi terciptanya komunikasi yang baik dan tepat pada sasaran yang dituju. Sebuah komunikasi yang baik, merupakan tanda dimana keberhasilan pesan telah tersampaikan kepada sasaran. Salah satunya komunikasi yang terdapat didalam media iklan. Media iklan sendiri merupakan sebuah alat komunikasi yang dikemas dan didesain secara komunikatif, didalamnya memuat pesan verbal dan pesan visual. Hal tersebut, disebabkan oleh fungsi media iklan yang mempunyai tujuan menyampaikan pesan untuk membujuk. Media iklan memiliki jenis yang berbeda, jenis-jenis tersebut dikemas sesuai dengan pesan apa yang akan disampaikan dan kepada siapa pesan disampaikan. Salah satunya iklan media luar ruang yang memiliki target utama yaitu pengguna jalan.

Banner adalah salah satu media yang sering dipakai untuk keperluan promosi, menunjukkan sebuah acara dan kegiatan, penanda suatu peringatan dan lain-lain yang dicetak menggunakan print digital, *Banner* adalah versi kecil dari baliho.



Gambar 3.3. Tahapan Pembuatan Papan Informasi UMKM Berkah Klanting



Gambar 3.4. Hasil Papan Informasi UMKM Berkah Klanting

3.3. Pembuatan Perhitungan Harga Pokok Produksi

NAMA : FORESTY ADE WITIRA
NPM : 1512120137
JURUSAN : AKUNTANSI

3.3.1. 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.

3.3.2. Komponen Biaya Harga Pokok Produksi

Biaya produksi terdiri dari dua yakni biaya komersial dan biaya manufaktur. Biaya manufaktur adalah biaya pabrik yakni jumlah dari elemen-elemen biaya diantaranya Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Dari penjelasan disamping ‘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 pink’ :

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 terlibat dalam pengolahan bahan menjadi 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 terdiri dari biaya diluar dari biaya bahan baku.

Tabel 3.1 Perhitungan Besaran Biaya Bahan Baku

bahan keripik tempe	unit	satuan	harga perunit	total harga
singkong	440	Kg	Rp 1.600	Rp 710.000
minyak	20	Kg	Rp 25.000	Rp 500.000
bumbu	1	bungkus	Rp 40.000	Rp 40.000
TOTAL BIAYA BAHAN BAKU				Rp1.250.000

Tabel 3.2. Perhitungan Biaya Penolong

Nama peralatan	Jumlah	Satuan	Harga peralat	Total harga
Kayu	1	mobil	Rp 50.000	Rp 50.000
bensin	3	liter	Rp 10.000	Rp 30.000
plastik	6	pak	Rp 5.000	Rp 30.000

Tabel 3.3. Total Biaya Operasional

No	Jenis Biaya Operasional	Biaya
1	biaya bahan baku	Rp 1.250.000
2	biaya penolong	Rp 110.000
JUMLAH		Rp 1.360.000

Jadi, untuk setiap 440 kg singkong di olah menjadi klaning menghasilkan 160 kg klaning goreng dikemas dengan plastik ukuran 5 kg mendapatkan 32 kantong plastik klaning. harga pokok produksi yang dibutuhkan Rp 1.360.000.

Harga pokok produksi :

□ klaning kemasan 5 kg

$$\text{Rp } 1.360.000 : 32 \text{ bungkus} = \text{Rp } 42.500 = \text{Rp. } 42.500$$

Laba (50% rincian harga jual dibawah ini: dari HPP)

□ klaning kemasan 5 kg

$$\text{Rp } 42.500 \times 50\% = \text{Rp } 21.250 = \text{Rp. } 21.500$$

Harga Jual

□ klaning kemasan 5 kg

$$\text{Rp } 42.500 + \text{Rp } 21.500 = \text{Rp } 64.000$$

Berdasarkan perhitungan di atas dapat dilihat

Tabel 3.4 Rincian Harga Jual Setiap Kemasan

BERAT	HARGA POKOK PRODUKSI	LABA	HARGA JUAL
5 KG	Rp. 42500	Rp.21500	Rp.64000

Berdasarkan penjualan setiap kali produksi pendapatan yang diperoleh Rp. 64.000

$$\times 32 \text{ bungkus} = \text{Rp. } 2.048.000 .$$

jadi, total laba yang diperoleh Rp. 2.048.000

3.4. Pembuatan Perhitungan Laba Rugi pada Produksi

NAMA : EVI RATNASARI
NPM : 1412120144
JURUSAN : AKUNTANSI

Laba Rugi adalah suatu laporan keuangan yang di dalamnya menjelaskan tentang kinerja keuangan suatu entitas bisnis dalam satu periode akuntansi.

Di dalam laporan ini terdapat informasi ringkas mengenai jumlah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk operasional suatu perusahaan serta laba yang didapatkan selama perusahaan tersebut beroperasi.

Laporan laba rugi (income statement) suatu entitas bisnis sangat diperlukan untuk mengetahui kondisi dan perkembangan perusahaan, apakah memperoleh laba selama menjalankan usaha atau justru merugi.

3.4.1 Fungsi Laporan Laba Rugi

Berikut adalah fungsi dari laporan laba rugi perusahaan :

Menyajikan informasi kepada pengguna informasi keuangan perusahaan mengenai keuntungan atau kerugian yang dihasilkan perusahaan saat beroperasi dalam periode waktu tertentu (periode sesuai dengan pelaporan)

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

Membantu pengusaha menganalisis darimana keuntungan paling besar dihasilkan dan pengeluaran dari segi apa yang paling banyak memakan biaya sebab laporan laba rugi perusahaan berisi beberapa subtotal revenues maupun expenses perusahaan selama menjalankan usahanya

Menjadi alat bantu untuk mengukur dan menganalisa perkembangan perusahaan

Menjadi patokan bagi perusahaan untuk mengembangkan usahanya apabila ingin meningkatkan keuntungan yang didapat

Menjadi alat bantu dalam menganalisa strategi perusahaan, apakah strategi yang selama ini telah diterapkan perusahaan sudah sesuai dan menghasilkan pendapatan sesuai yang diharapkan atau tidak sesuai dan perlu penggantian strategi demi terpenuhinya tujuan perusahaan

Menjadi alat bantu untuk evaluasi kinerja perusahaan

3.4.2 UNSUR-UNSUR LAPORAN LABA RUGI

berikut ini adalah ke empat elemen tersebut lengkap dengan penjelasannya :

a. Pendapatan

Pertama adalah unsur pendapatan, pendapatan atau revenues adalah arus kas masuk atau peningkatan aktiva lainnya dari perusahaan, atau ada penyelesaian liabilitas dalam periode tertentu. Hal ini terjadi karena adanya pengiriman barang atau produksi barang dan menyelesaikan jasa.

b. Beban-beban

Elemen beban-beban, merupakan sebuah catatan yang terjadi pada arus keluar atau adanya penggunaan aktiva yang kemudia menimbulkan

liabilitas selama periode tertentu. Misalnya karena adanya pengiriman atau produksi barang. (Pengertian dan Cara Mudah Menghitung Harga Pokok Penjualan)

c. Keuntungan

Profit atau keuntungan merupakan salah satu elemen yang ada pada laporan laba rugi. Elemen ini menunjukkan pada adanya peningkatan ekuitas yang terjadi karena adanya transaksi pada perusahaan yang bersifat periferal atau secara kebetulan dihasilkan dari pendapatan atau investasi dari pemilik perusahaan.

d. Kerugian

Terakhir adalah elemen loss atau kerugian, merupakan elemen yang menggambarkan adanya penurunan ekuitas, hal ini terjadi biasanya karena adanya transaksi perusahaan yang sifatnya periferal atau secara kebetulan dihasilkan dari beban atau pendistribusian ke pemilik perusahaan.

Tabel 3.5 Perhitungan Besaran Biaya Bahan Baku

bahan klanting	unit	satuan	harga perunit	total harga
singkong	440	Kg	Rp 1.600	Rp 710.000
minyak	20	Kg	Rp 25.000	Rp 500.000
bumbu	1	bungkus	Rp 40.000	Rp 40.000
TOTAL BIAYA BAHAN BAKU				Rp1.250.000

Tabel 3.6. Perhitungan Biaya Penolong

Nama peralatan	Jumlah	Satuan	Harga peralat	Total harga
Kayu	1	mobil	Rp 50.000	Rp 50.000
bensin	3	liter	Rp 10.000	Rp 30.000
plastik	6	pak	Rp 5.000	Rp 30.000

Tabel 3.7. Total Biaya Operasional

No	Jenis Biaya Operasional	Biaya
1	biaya bahan baku	Rp 1.250.000
2	biaya penolong	Rp 110.000
JUMLAH		Rp 1.360.000

LAPORAN LABA RUGI
UMKM BERKAH KLANTING
PER FEBRUARI 2019

Penjualan		Rp 2.048.000
biaya-biaya		
singkong	Rp 710.000	
minyak	Rp 500.000	
bumbu	Rp 40.000	
kayu	Rp 50.000	
bensin	Rp 30.000	
plastik	Rp 30.000	
gaji	Rp 310.000	
penyusutan	Rp 100.000	
Total Beban		Rp 1.770.000
Laba Bersih		Rp 278.000

Berdasarkan tabel di atas penjualan setiap satu kali produksi pendapatan yang diperoleh Rp. 64.000 X 32 bungkus = Rp. 2.048.000 .

jadi, total laba kotor yang diperoleh Rp. 2.048.000

Laba bersih yang diperoleh Rp. 278.000

3.5. Pembuatan Media Promosi dengan Menggunakan *Media Sosial*

NAMA : RIAN FEBRIANTO

NPM : 1512110098

JURUSAN : MANAJEMEN

3.5.1. Media Sosial

Media Sosial adalah media online (daring) yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Di media sosial, para penggunanya dapat saling komunikasi, berinteraksi, berbagi, networking, dan berbagai kegiatan lainnya.

Media sosial menggunakan teknologi berbasis website atau aplikasi yang dapat mengubah suatu komunikasi ke dalam bentuk dialog interaktif. Beberapa contoh media sosial yang banyak digunakan adalah YouTube, Facebook, Blog, Twitter, Instagram dan lain-lain.

3.5.2. Manfaat Media Sosial

Setelah memahami pengertian media sosial dan karakteristiknya, tentunya kita juga perlu tahu apa saja fungsinya. Berikut ini adalah beberapa fungsi media sosial secara umum :

1. Memperluas interaksi sosial manusia dengan memanfaatkan teknologi internet dan website.
2. Menciptakan komunikasi dialogis antara banyak audiens.
3. Melakukan transformasi manusia yang dulunya pemakai isi pesan berubah menjadi pesan itu sendiri.

4. Membangun personal branding bagi para pengusaha ataupun tokoh masyarakat.
5. Sebagai media komunikasi antara pengusaha ataupun tokoh masyarakat dengan para pengguna media sosial lainnya.

3.5.3. Manfaat Media Sosial

Seperti yang disebutkan pada definisi media sosial di atas, salah satu tujuannya adalah sebagai media komunikasi alternatif bagi masyarakat. Berikut ini adalah beberapa tujuan menggunakan media sosial secara umum:

1. Aktualisasi Diri

Bagi sebagian besar orang, media sosial merupakan tempat untuk aktualisasi diri. Mereka menunjukkan bakat dan keunikan di media sosial sehingga dapat dilihat banyak orang. Tidak heran kenapa saat ini banyak artis berlomba-lomba untuk terkenal di media sosial mereka.

2. Membentuk Komunitas

Komunitas online sangat mudah ditemukan saat ini, baik itu di situs forum maupun di situs social network lainnya. Media sosial menjadi wadah tempat berkumpulnya masyarakat online yang memiliki minat yang sama untuk saling berkomunikasi dan bertukar informasi atau pendapat.

3. Menjalinkan Hubungan Pribadi

Media sosial juga berperan penting dalam aktivitas menjalin hubungan personal dengan orang lain secara pribadi. Ada banyak sekali

pengguna media sosial yang menemukan pasangan hidup, sahabat, rekan bisnis, di media sosial.

4. Media Pemasaran

Pengguna media sosial yang jumlahnya sangat banyak tentu saja menjadi tempat yang sangat potensial untuk memasarkan sesuatu. Bisnis online yang banyak berkembang sekarang ini banyak dipengaruhi oleh media sosial sebagai tempat promosi.



Gambar 3.5. Media sosial yang berhasil dibuat yang diberi username @berkahklanting_nuraffan

3.6. Melakukan Inovasi Kemasan Produk UMKM Berkah Klanting

NAMA : KOMANG DWI PURNOMO
NPM : 1511010056
JURUSAN : TEKNIK INFORMATIKA

Kemasan adalah salah satu kelemahan produk UMKM atau bertarung dengan produk-produk perusahaan pabrikan besar. Beberapa masalah seperti keterbatasan modal, akses pasar, dan volume produksi membuat sebagian pelaku UMKM tidak menganggap kemasan alias packaging menjadi unsur penting dari usaha mereka. Salah satu daya tarik dari suatu produk adalah dilihat dari segi cara pengemasan (*packing*). Kemasan pada suatu produk mencitrakan dirinya sendiri dipasaran dan berusaha menawarkan dirinya sendiri ditengah-tengah himpitan produk lain. Jika melihat hal tersebut dapatlah kita menyebutkan sebagai upaya komunikasi atas produk diperlukan suatu ciri khas pada produk sebagai identitas, dengan sederhana kita membutuhkan suatu rancangan atas kemasan produk atau membutuhkan desain kemasan pada produk. Ini bertujuan selain untuk penggunaan jangka pendek yakni mengemas produk itu sendiri juga sebagai tujuan jangka panjang yakni *branding* sehingga dibutuhkan konsep yang matang dalam perancangannya.

Ada beberapa pendapat tentang pengertian kemasan: menurut **Kotler** (1995:200) pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. **Swatha** mengartikan (1980:139) pembungkusan (*packaging*) adalah kegiatan-kegiatan umum dan perencanaan barang yang melibatkan penentuan desain pembuatan bungkus atau kemasan suatu barang. Sedangkan menurut **Saladin** (1996:28) kemasan adalah wadah atau bungkus. Jadi

beberapa pendapat para ahli tersebut dapat di simpulkan kemasan adalah suatu kegiatan merancang dan memproduksi bungkus suatu barang yang meliputi desain bungkus dan pembuatan bungkus produk tersebut.

Inovasi dalam kemasan diperlukan agar penjualan Klanting menjadi lebih mudah, karena selama ini kemasan yang digunakan adalah bungkus besar dengan kapasitas 5 kg. dengan inovasi ini diharapkan dapat membantu pemilik UMKM Berkah Klanting lebih mudah memasarkan produknya.



Gambar 3.6. Inovasi Baru Kemasan Berkah Klanting