

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Melakukan Inovasi Produk dan Kemasan pada Produk Tahu

NAMA : Endang Puspitasari

NPM : 1612110341

JURUSAN : Manajemen

Inovasi adalah proses atau hasil pengembangan pemanfaatan mobilisasi pengetahuan, keterampilan untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang/jasa), dan proses atau sistem baru yang memberikan nilai berarti atau secara signifikan. Melakukan inovasi pada bisnis juga merupakan salah satu strategi untuk menaikkan omzet penjualan. Saat ini saya melakukan Inovasi produk tahu dan inovasi kemasan pada Produk tahu. Inovasi pada Produk yang kami lakukan yaitu pengembangan produk tahu menjadi produk olahan cemilan yaitu Kripik tahu. Kripik tahu adalah cemilan yang berbahan dasar tahu yang saya kembangkan lagi dengan beberapa pilihan varian rasa yaitu original, balado, dan jagung bakar. Saya melakukan inovasi keripik tahu karena sebelumnya produk tahu hanya diolah menjadi makanan pokok dikalangan masyarakat. Sehingga saya memiliki inovasi untuk menjadikan tahu sebagai cemil, dengan adanya varian rasa agar konsumen tertarik dan membeli sesuai selera hanya dengan memilih varian rasa yang diinginkan.

Selain inovasi yang kami kembangkan pada produk tahu menjadi kripik tahu, kami juga membuat inovasi pada kemasan produk karena salah satu daya tarik dari suatu produk adalah dilihat dari segi cara pengemasan (*packing*). Menurut **Kotler** (1995:200) pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. 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. Inovasi dalam kemasan produk tahu dengan isi 50 gr yang kami kemas agar penjualan Keripik Tahu menjadi lebih mudah saat dipasarkan.



Gambar 3.1 Inovasi Produk dan Kemasan Produk

3.2 Pembuatan Perhitungan Laba Rugi pada Produksi

NAMA : Gusti Ayu Putu Messa Larasati

NPM : 1612120030

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.

3.2.1 Fungsi Laporan Laba Rugi

Berikut adalah fungsi dari laporan laba rugi perusahaan :

- a. Menyajikan informasi kepada pengguna informasi keuangan perusahaan mengenai keuntungan atau kerugian yang dihasilkan perusahaan saat beroperasi dalam periode waktu tertentu (periode sesuai dengan pelaporan)
- b. 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
- c. 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
- d. Menjadi alat bantu untuk mengukur dan menganalisa perkembangan perusahaan
- e. Menjadi patokan bagi perusahaan untuk mengembangkan usahanya apabila ingin meningkatkan keuntungan yang didapat
- f. 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

3.2.2. 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 kemudian menimbulkan liabilitas selama periode tertentu. Misalnya karena adanya pengiriman atau produksi barang

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 perifer 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 perifer atau secara kebetulan dihasilkan dari beban atau pendistribusian ke pemilik perusahaan.

Tabel 2.7 Perhitungan Besaran Biaya Bahan Baku

Bahan Tahu	Unit	Satuan	Harga Perunit	Total Harga
Kedelai	4.500	Kg	Rp 7.000	Rp 31.500.000
Minyak	135	Kg	Rp12.000	Rp 1.620.000
Kunyit	54	Kg	Rp 3.000	Rp 162.000
Garam	54	Kg	Rp 10.000	Rp 540.000
TOTAL BIAYA BAHAN BAKU				Rp33.822.000

Tabel 2.8. Perhitungan Biaya Penolong

Nama Peralatan	Jumlah	Satuan	Harga Peralat	Total Harga
SerbukKayu	27	Mobil	Rp 700.000	Rp 18.900.000
Solar	216	Liter	Rp6.250	Rp 1.350.000
Plastik	162	Pak	Rp 5.000	Rp 810.000

TOTAL BIAYA BAHAN PENOLONG	Rp 21.060.000
-----------------------------------	---------------

Tabel 2.9 Total Biaya Operasional

No	Jenis Biaya Operasional	Biaya
1	biaya bahan baku	Rp33.900.000
2	biaya penolong	Rp21.060.000
JUMLAH		Rp54.882.000

Tabel 3.0 Laporan Laba Rugi

LAPORAN LABA RUGI UKM TAHU PER AGUSTUS 2019

Penjualan	Rp	128.412.000
biaya-biaya		
Kedelai	Rp 31.500.000	
Minyak	Rp 1.620.000	
Garam	Rp 540.000	
Kunyit	Rp 162.000	
Serbukkayu	Rp 18.900.000	
Solar	Rp 1.350.000	
Plastik	Rp 810.000	
Gaji	Rp 9.180.000	
Sewalapak	Rp 162.000	
BiayaTransportasi	Rp5.400.000	
Total Beban	Rp	69.624.000
Laba Bersih	Rp	58.788.000

Berdasarkan tabel di atas penjualan setiap satu kali produksi pendapatan yang diperoleh selama 1 bulan (27 hari):

Harga tahu Rp 2.000 x 55.296 bungkus = Rp 110.592.000

Harga tahu Rp 2.500 x 2.808 bungkus = Rp 7.020.000

Harga tahu Rp 4.000 x 2.700 bungkus = Rp 10.800.000

Sehingga pendapatan yang diperoleh Rp 128.412.000 dan laba bersih yang di dapat Rp 58.788.000 selama satu bulan.

3.3. Pembuatan Media Promosi dengan Menggunakan *Media Sosial*

NAMA : Lucia Fitri Handayani

NPM : 1612110102

JURUSAN : MANAJEMEN

3.3.1 Media Sosial

Media Sosial adalah sebuah media online, dimana para penggunanya bias dengan mudah berpartisipasi dan saling berbagi informasi. Saat ini tidak ada satu pun social media yang sama sekali tidak terhubung satu sama lain.

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.

3.3.2 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 :

- a. Memperluas interaksi sosial manusia dengan memanfaatkan teknologi internet dan website.
- b. Menciptakan komunikasi dialogis antara banyak audiens.
- c. Melakukan transformasi manusia yang dulunya pemakai isi pesan berubah menjadi pesan itu sendiri.
- d. Membangun personal branding bagi para pengusaha ataupun tokoh masyarakat.
- e. Sebagai media komunikasi antara pengusaha ataupun tokoh masyarakat dengan para pengguna media sosial lainnya.

3.3.3 Tujuan 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:

a. 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.

b. 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.

c. 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.

d. 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 3.2 Media sosial @Tahu_mbarahayu

3.4 Membuat Website Desa di Desa Banjar Negeri dan Website UKM Tahu dan Memberikan Pelatihan IT Kepada pemilik UKM

NAMA : Mita Oktaviana

NPM : 1611050110

JURUSAN : Sistem Informasi

Pembuatan Website UMKM Tahu Desa Banjar Negeri Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. Dari hasil survey lapangan atau observasi yang telah dilakukan oleh Mahasiswa PKPM IBI Darmajaya, diketahui Desa Banjar Negeri terdapat temuan permasalahan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi.

Sebagian masyarakat disini memang sudah menggunakan fasilitas teknologi yang sudah memadai tetapi belum bisa memiliki akses internet yang baik. Hal tersebut dikarenakan letak geografis Desa Banjar Negeri sehingga menyebabkan keterlambatan dalam menyesuaikan diri terhadap kemajuan-kemajuan teknologi.

Alasan inilah yang kemudian menjadikan Mahasiswa IBI Darmajaya melalui program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) membantu pemerintahan desa memperkenalkan Desa Banjar Negeri kepada masyarakat luas melalui sebuah media elektronik, yaitu akan dibuatnya sebuah website UMKM Tahu Desa Banjar

Negeri. Sehingga diharapkan masyarakat akan mudah mendapatkan informasi mengenai UMKM Tahu Desa Banjar Negeri.

Tahapan Pembuatan Web <https://mbarahayuukm.wixsite.com/web>

3.4.1 Tahap pengumpulan data untuk Web

Awalnya kami melakukan pelatihan yang sudah dikoordinasikan oleh pihak Darmajaya. Pelatihan yang dilakukan tersebut memberikan kami pengetahuan tentang cara membangun web melalui pelatihan tersebut kami pun mendapat intruksi untuk segera mengumpulkan data-data proses pembuatan Tahu, dan kegiatan-kegiatan membuat keripik tahu didesa Banjar Negeri Kecamatan Natar.

3.4.2 Mengimplementasikan pembangunan web

Dalam mengimplementasikan web melalui data-data UKM dan proses pembuatan kripik Tahu yang telah kami kumpulkan kami pun mulai membangun dan mengisi data-data tersebut di web

3.4.3 Tahap pelatihan IT kepada pemilik UKM

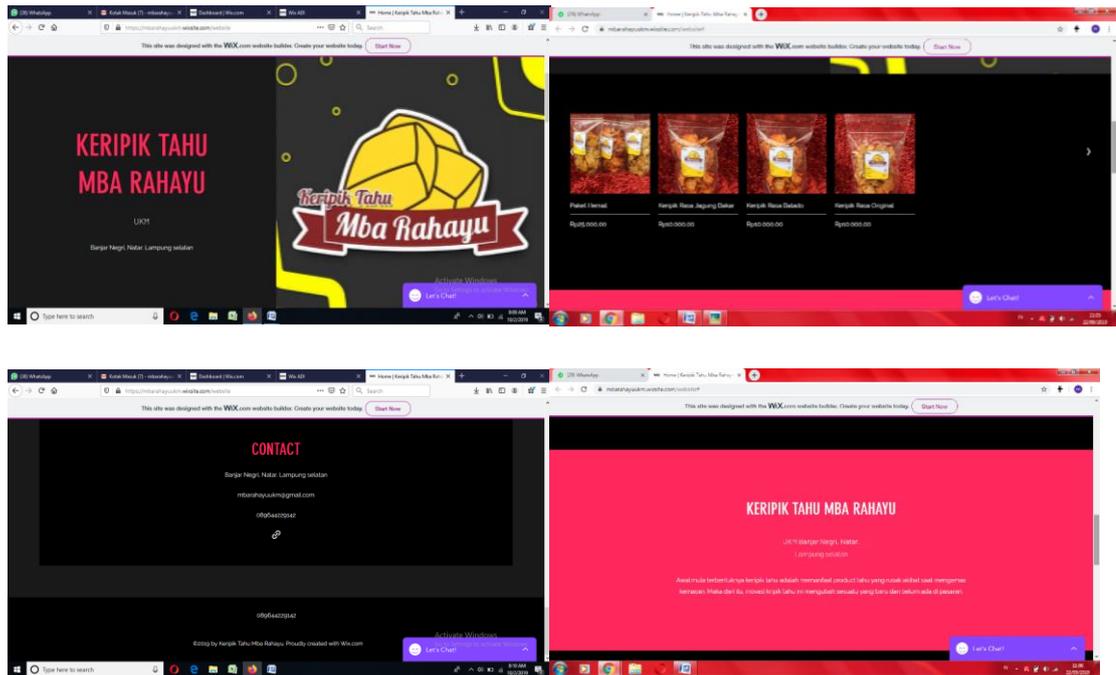
Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang begitu pesatnya telah memberikan berbagai perubahan dalam bidang kehidupan termasuk dalam dunia bisnis. Salah satu contoh nyata yang dapat kita rasakan adalah kemudahan dalam berkomunikasi di dunia bisnis. Dalam mengimplementasikan web, dilakukan pelatihan kepada pemilik UKM. Agar pemilik UKM Tahu mengetahui tata cara menggunakan IT dalam berbisnis.

3.4.4 Tahap Pembuatan Penjualan Melalui Tokopedia

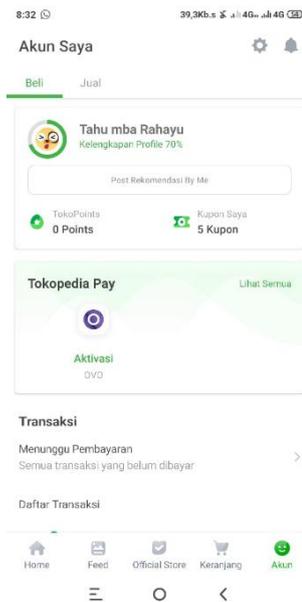
Seiring dengan pesatnya teknologi, salah satu market place yang digunakan yaitu Tokopedia. Dengan menggunakan tokopedia, pemilik UKM lebih mudah dalam memasarkan barang dalam berbisnis. Tokopedia dengan nama Tahu Mba Rahayu.



Gambar 3.3 Tahap Pembelajaran Web



Gambar 3.4 Tentang Web UKM



Gambar 3.5 Tentang Penjualan Melalui Tokopedia

3.5 Melakukan Jumat Bersih di Desa Banjar Negeri dan Sosialisasi mengenai IT di SDN 2 Banjar Negeri

NAMA : Mula Sahat Wijaya Purba

NPM : 1412110219

JURUSAN : Manajemen

3.5.1 Melakukan Jumat Bersih di Desa Banjar Negeri

Jum'at Bersih merupakan kegiatan kerja bakti yang dilaksanakan pada hari jumat di lingkungan dan masjid masjid di desa Banjar Negeri yang dilakukan oleh mahasiswa PKPM Darmajaya 2019.

3.5.2 Sosialisasi di SDN 17 Kedondong

Sekolah dasar merupakan jenjang pendidikan paling mendasar yang dapat dilaksanakan sebaik-baiknya karena menjadi landasan bagi pendidikan di-tingkat selanjutnya. Pendidikan ditingkat sekolah dasar mampu membekali siswa nya dengan nilai-nilai, sikap dan kemampuan dasar agar mereka bisa berkembang menjadi pribadi mandiri. Sekolah sebagai tempat mencari ilmu harus mampu melaksanakan proses belajarnya dengan baik dan dapat mendorong perkembangan kreativitas siswa dengan berupaya mendorong

atau menciptakan lingkungan belajar yang kondusif. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang begitu pesatnya telah memberikan berbagai perubahan dalam bidang kehidupan termasuk dalam dunia pendidikan. Salah satu contohnya yang dapat kita rasakan adalah kemudahan dalam berkomunikasi. PKPM adalah salah satu cara dimana kita pelaku dunia pendidikan saling membagi ilmu dan pengalaman yang kita dapatkan di bangku perkuliahan. Terdapat satu sekolah dasar yang kami jadikan tempat belajar mengajar yaitu SDN 17 Kedondong. Terdapat 35 anak didik mulai dari kelas 5 dan 6 yang kita ajarkan mengenai dasar-dasar ilmu komputer serta manfaatnya kita menguasai komputer di masa yang akan datang.

Dari hal kecil ini kita mulai sadar betapa pentingnya dunia pendidikan saat ini dengan adanya ilmu komputer yang mempermudah pekerjaan manusia pada umumnya. Semoga kedepannya anak-anak bisa menguasai ilmu yang kami berikan bahkan bisa sampai menginjak bangku perkuliahan.

3.6 Pembuatan *Design Merk* pada UKM Tahu Guna Pengembangan Produk dan Pembuatan *Design Papan Informasi* pada Produk Berkah Klanting Guna Pengembangan Produk

NAMA : Wayan Rida Arista

NPM : 1611010083

JURUSAN : Teknik Informatika

3.6.1 Pembuatan Design Merk pada UKM Tahu Guna Pengembangan Produk

Merk adalah suatu nama, symbol, tanda, desain atau gabungan di antaranya untuk dipakai sebagai identitas suatu perorangan, organisasi atau perusahaan pada barang dan jasa yang dimiliki untuk membedakan dengan produk jasalainya. *Merk* juga merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen dengan bertujuan untuk mengembangkan produk dari keripik Tahu 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 diucapkan, mudah diingat, tidak sulit digambarkan, dan tidak mengandung konotasi yang negatif.

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 produksi kemasan sampai kegunaan kemasan. Dengan itu, perlu dibuatkan *merk* dagang yang mencantumkan nama UKM dan *contact person* untuk UKM yang berada di Desa Banjar Negeri, karena UKM Tahu yang berada di Desa Banjar Negeri belum memiliki *merk* dagang dengan tujuan agar hasil penjualan UKM tersebut dapat meningkat, UKM tersebut lebih mudah diingat dan mudah untuk dihubungi apabila ingin memesan Tahu baik dalam jumlah sedikit ataupun dalam jumlah banyak.



Gambar 3.6 *Design Merk* untuk UKM Tahu

3.6.2 Pembuatan *Design Papan Informasi* pada UKM Tahu Pengembangan Produk

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 3.7 Hasil Papan Informasi UKM Tahu