

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KEGIATAN**

#### **3.1 Membuat Inovasi Peletekan dengan Varian Rasa pada UKM Peletekan**

##### **Sehati Hj.Eli**

**Nama : Ella Karmila**

**NPM : 1612110304**

**Jurusan : Manajemen**

Dengan melihat potensi di desa Beringin Jaya, Bumi Agung yang terdapat beberapa ukm peletekan. Diantara beberapa ukm peletekan yang ada ukm peletekan sehati yang menjadi fokus utama kami dalam mengembangkan UKM Peletekan memiliki rasa seperti rasa original, balado, dan pedas. Peletekan Sehati dengan rasa yang hanya satu rasa dan tidak memproduksi peletekan secara rutin melainkan hanya hari-hari tertentu dan ketika terdapat pesanan dari pelanggan. Dengan varian rasa peletekan yang sederhana dan satu rasa kami mencoba membuat inovasi baru dengan memberikan warna dan rasa pada peletekan yang berbeda yaitudengan varian rasa balado, dan pedas. Tidak hanya rasa peletekan yang awalnya dibuat dalam ukuran sedang kami ubah ukurannya lebih diperkecil lagi agar dapat dikemas dengan baik.

Bahan-bahan membuat peletekan :

- Ikan Parang/ Belida
- Telur
- Minyak
- Merica
- Bawang Putih
- Garam
- Penyedap rasa
- Sagu
- Bumbu Balado/ Pedas

Adapun cara pembuatan peletakan :

1. Ikan terlebih dahulu digiling dan daging dan tulangnya dipisahkan.
2. Setelah itu daging yang telah dipisahkan dimasukan kedalam mesin pendingin
3. Kemudian haluskan bumbu seperti bawang putih, merica, garam,dan tambahkan penyedap rasa
4. Kemudian daging ikan dicampur dengan bumbu yang telah dihaluskan .
5. Setelah itu aduk olahan ikan dengan sagu secukupnya sampai olahan tidak lengket lagi.
6. Setelah itu adonan digulung dan dipotong potong
7. Setelah itu bentuk adonan menjadi bulatan-bulatan kecil.
8. Kemudian selanjutnya adonan digoreng dan diaduk sampai mengembang kurang lebih 30 menit



Gambar 3.1 Proses Penggilingan ikan

### **3.2 Memperkenalkan BMC(Bisnis Model Canvas) Kepada Pemilik Pemilik UKM**

**Nama : Ella Karmila**  
**NPM : 1612110304**  
**Jurusan : Manajemen**

Tidak hanya membuat inovasi rasa, kemasan dan laporan keuangan, sebuah bisnis juga harus memiliki metode dalam menentukan konsep bisnisnya. Disini kami menggunakan metode BMC (Bisnis Model Canvas), yaitu sebuah rancangan konsep abstrak sebuah model bisnis yang mempresentasikan proses bisnis dan elemen-elemen penting dalam sebuah bisnis secara sederhana. Dalam BMC ini terdapat 9 area dari model bisnis yaitu,

- a) Customer segment adalah blok atau sekat yang berfungsi mengidentifikasi pelanggan atau pengguna produk yang dibangun. Hal-hal yang diidentifikasi bisa mengenai demografi, psikografi, karakter-karakter khusus dari pelanggan.
- b) Value proposition adalah sekat yang merupakan keunggulan produk, apa saja sesungguhnya poin-poin yang dapat mendatangkan manfaat yang ditawarkan perusahaan bagi customer segmentnya.
- c) Channels adalah sekat yang berfungsi menuliskan tentang cara-cara sebuah brand mengkomunikasikan produknya. Di sannalah channel muncul. sarana untuk organisasi dalam menyampaikan posisi nilai kepada customer segment.
- d) Customer relationship adalah elemen bisnis model kanvas yang berisi cara sebuah perusahaan mengikat pelanggannya.
- e) Revenue Streams, Elemen Revenue stream adalah bagian yang paling penting, psalnya, di sinilah diungkapkan tentang bagaimana cara sebuah perusahaan memperoleh income.
- f) Key resource adalah sekat dalam business model canvass yang berisikan daftar sumber daya yang sebaiknya direncanakan dan dimiliki perusahaan untuk mewujudkan value proposition mereka.

- g) Key partners, elemen bisnis model yang satu berfungsi untuk pengorganisasian aliran suatu barang atau layanan lainnya. Posisi-posisi partner kunci tersebut bermanfaat untuk efisiensi dan efektifitas dari key activities yang telah dibuat.
- h) Key activities merupakan kolom semua aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas sebuah produk kegiatan utama organisasi untuk bisa menghasilkan proposisi nilai.
- i) cost structure merupakan komposisi biaya untuk mengoperasikan bisnis model serta menciptakan proposisi nilai yang diberikan kepada pelanggan

#### Bisnis Model Canvas Peletekan Sehati Hj Eli

- a. Key partners
  - Penjual bumbu
  - Penjual plastik
  - Penjual sagu
- b. Key activities
  - Membeli bahan baku
  - Membuat adonan
  - Mencetak adonan
  - Menggoreng adonan
  - Melakukan pengemasan
- c. Key resource
  - Supplier bahan-bahan
  - Lemari es untuk menyimpan ikan dan bumbu
  - Tenaga kerja
- d. Value propositions
  - Terbuat dari bahan baku pilihan
  - Tercantum logo halal
  - Makanan ciri khas dari kalianda
  - Rasa yang lezat
  - Bebas dari bahan pengawet
  - Harga terjangkau

- e. Channels
  - Whatsapp (0895389620694)
  - Instagram (peletekan.bumiagung)
  - Facebook (peletekan sehat HJ.eli)
  - Telepon (0727) 321084
  - HP (085384406516)
- f. Customer relationship
  - Menerima pesanan lewat sosial media dan via telpon
  - Bisa datang langsung ke rumah pembuatan peletekan
  - (mendatangi toko-toko yang menjual oleh-oleh kalianda)
- g. Customer segments
  - Semua kalangan masyarakat
  - Pengunjung yang sedang mencari oleh-oleh khas kalianda
- h. Cost structure
  - Pembelian bahan baku
  - Biaya produksi
  - Air
  - Gaji karyawan
  - Listrik
  - Biaya peralatan dan perlengkapan
- i. Revenue streams
  - Bakso ikan
  - Peletekan
  - Sate ikan



Gambar 3.2 sosialisasi BMC pada pemilik UKM

### **3.3 Pembuatan Kemasan dan Media Pemasaran UKM Peletekan SEHATI**

**Hj. Eli**

**Nama : Surya Lestari**

**NPM : 1612110280**

**Jurusan : Manajemen**

#### **3.3.1 Definisi Media Sosial**

Media sosial saat ini masih merupakan istilah yang mengandung banyak makna dan definisi tidak persis sama. Safko misalnya menjelaskan bahwa media sosial mereferensikan pada serangkaian aktivitas, praktik, dan perilaku diantara komunitas orang yang berkumpul secara online untuk berbagi informasi, pengetahuan dan opini dengan menggunakan media percakapan (*conversational media*). Media percakapan sendiri merupakan aplikasi berbasis web yang membuat produksi dan transmisi konten berbentuk kata-kata, gambar, video dan audio menjadi mungkin dan mudah (Safko & Brake, 2009 ;p.6)

Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

### **3.3.2 Efektifitas Social Media**

Sosial media marketing memungkinkan membangun hubungan sosial yang lebih personal dan dinamis dibandingkan dengan strategi marketing tradisional. Kegiatan social media marketing berpusat pada usaha membuat konten-konten yang menarik perhatian dan mendorong pembaca untuk berinteraksi serta membagikannya dalam lingkungan jejaring sosial pertemanan mereka. Pengaruh social media berbeda-beda, akan tetapi yang umum terjadi adalah informasi yang berasal dari social media akan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian yang akan diambil konsumen.

### **3.3.3 Pemasaran Produk Secara Online**

Pembuatan social media disini bertujuan untuk memasarkan ke masyarakat luar agar produk peletakan inovasi atau produk peletakan yang ada didesa bumi agung ini dapat di ketahui, dalam cara memasarkan nya kami membuat beberapa social media yaitu Facebook dan instagram

#### **a. Facebook**

Pembuatan akun facebook dapat membantu dalam memasarkan Umkm peletakan secara luas agar dapat mempermudah memasarkan Produk peletakan .Dengan dibuatnya facebook khusus untuk peletakan diharapkan dapat mempermudah pembeli mendapatkan info tentang produk peletakan yang ada di desa bumi agung.

Berikut adalah pembuatan akun facebook:

1. download aplikasi facebook
2. isi kolom yang sudah disediakan oleh akun seperti memasukan email atau no telpon

3. lalu masukan nama,kata sandi,tanggal lahir,dll
4. jika akun facebook sudah berhasil terdaftar maka kalian bisa memasukan foto profil
5. jika facebook tersebut digunakan sebagai akun bisnis maka bisa masuk ke pengaturan,lalu bisa diatur untuk akun bisnis.



Gambar 3.3.3.1 Media Pemasaran Melalui Facebook

#### b. Instagram

Pembuatan akun instagram dapat membantu dalam memasarkan produk peletekan secara luas agar dapat mempermudah Pembuatan memasarkan produk peletekan khususnya milenial yang aktif dalam instagram.

Berikut adalah langka-langkah pembuatan akun instagram:

#### A. Melalui *smartphone* dengan alamat *email* atau nomor telepon

1. Cara daftar Instagram yang pertama adalah mengunduh aplikasinya. Kamu bisa mendapatkannya secara gratis dari App Store untuk pengguna iPhone dan Google Play Store bagi pengguna Android.
2. Setelah berhasil mengunduh aplikasi Instagram pada *smartphone*-mu ketuk gambar aplikasi untuk melakukan pemasangan.



3. Langkah selanjutnya, klik pilihan Daftar dengan Email atau Nomor Telepon. Kemudian masukkan alamat *email* atau nomor teleponmu pada kolom isian yang tersedia. Bagi pengguna iPhone, menu pilihan pembuatan akun Instagram baru ada pada Buat Akun Baru.
4. Setelah memasukkan alamat *email* atau nomor telepon, klik Berikutnya/Next. Pilihan lain untuk mendaftar di Instagram selain menggunakan alamat *email* atau nomor telepon, adalah dengan pilihan Masuk dengan Facebook. Dengan pilihan ini, kamu bisa langsung otomatis terdaftar di Instagram dengan akun Facebookmu. Tetapi jika kamu tidak memiliki akun Facebook atau sudah lupa nama akun serta kata sandinya, lebih baik menggunakan *email* atau nomor telepon saja.

### **Buat nama pengguna dan kata sandi**

1. Langkah berikutnya dalam cara daftar Instagram adalah membuat nama pengguna dan kata sandi yang akan kamu gunakan untuk akun barumu. Jika kamu membuat akun Instagram untuk digunakan secara pribadi, bisa menggunakan konfigurasi dari namamu. Tetapi jika kamu membuat Instagram untuk bisnis, maka cantumkan nama bisnis yang kamu jalankan. Perlu diingat bahwa nama akun yang disertai tanda centang warna hijau yang bisa digunakan. Jika tanda tersebut tidak muncul, maka kamu harus mencari konfigurasi nama akun lain karena berarti nama tersebut sudah ada di Instagram.
2. Selesai dengan nama akun dan kata sandi, akan ada pilihan untuk menghubungkan dengan Facebook atau tidak. Jika kamu memilih untuk menghubungkan, maka segala aktivitas yang kamu lakukan di Instagram akan diunggah juga pada akun Facebookmu. Jika tidak menginginkan hal ini, maka kamu bisa lewati saja dengan klik pilihan Lewati/Skip.
3. Instagram juga akan menyarankan beberapa kontak kamu yang memiliki akun untuk kamu ikuti atau tidak. Jika ada yang ingin

kamu ikuti, klik saja pilihan Ikuti/Follow. Jika tidak, kamu bisa melewati langkah ini dan mencari sendiri akun-akun yang ingin kamu ikuti.

4. Sekarang, kamu sudah melewati semua cara daftar Instagram. Langkah selanjutnya adalah melengkapi profil Instagrammu. Kamu bisa mulai menambahkan foto profil dan pilihan untuk memasukkan info pribadi seperti nomor telepon. Yang terakhir adalah memilih pilihan Remember/Login pada opsi untuk mengingat informasi tentang *login* yang kamu lakukan agar tidak selalu mengingat nama akun dan sandi setiap akan menggunakan Instagram.



Gambar 3.3.3.2 Media Pemasaran Melalui Instagram

### 3.3.4 Mengajarkan cara menggunakan penjualan melalui Media Sosial

Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial seperti Instagram, Facebook, dan sebagainya bukanlah hal yang baru 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 peletakan yang dikelola oleh Usaha rumahan Hj.eli ke media social seperti *Instagram, facebook*, membuat pemasaran produk peletakan ikan ini semakin luas bukan hanya tingkat kecamatan namun dapat meluas ke tingkat provinsi.

### **3.3.5 Latar Belakang Kegiatan**

Dari hasil survey lapangan atau observasi yang telah dilakukan oleh Mahasiswa PKPM IBI Darmajaya, diketahui desa bumi agung terdapat temuan permasalahan dalam UMKM. Didesa bumi agung memang memiliki banyak hasil umkm yang baik, namun belum menggunakan fasilitas teknologi yang sudah memadai dan memiliki akses internet yang sudah baik, dan belum digunakan secara optimal, seperti dalam proses inovasi produk, strategi pemasaran hasil umkm. Sistem kemasan produk masih menggunakan kantong plastik biasa, sehingga dalam pemasarannya pun hanya berfokus kepada permintaan yang itu itu saja, dan pemasarannya hanya di daerah kalianda saja. Alasan ini lah yang kemudian menjadikan Mahasiswa IBI Darmajaya melalui program Praktek kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) membantu pemerintahan desa bumi agung dalam mengelola data hasil umkm melalui pelatihan tentang Inovasi Produk Dan Strategi Hasil UMKM dengan media elektronik. Sehingga diharapkan perangkat desa akan mudah mendapatkan informasi monografi mengenai desa bumi agung.

### **3.3.6 Kerangka Pemecahan Masalah**

Kerangka pemecahan masalah diatas dapat diuraikan bahwa dari hasil survey lapangan atau observasi yang telah dilakukan oleh Mahasiswa PKPM IBI

Darmajaya pada tanggal 21 Agustus 2019, diketahui desa bumi agung memiliki permasalahan dalam perihal Pemasaran Hasil UMKM. Hal ini lah yang menjadi faktor pendorong bagi mahasiswa IBI Darmajaya melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini membantu dalam membuat sebuah media pemasaran hasil produk umkm. Dalam pelaksanaan kegiatan nantinya, Mahasiswa PKPM IBI Darmajaya melalui kelompok 4 akan membuat pelatihan tentang pentingnya berinovasi dan pemasaran online agar informasi mengenai apa saja hasil UMKM desa dapat dengan cepat didapatkan, dan memperluas jangkauan pasar UMKM desa bumi agung. Rencananya yang menjadi target dalam pelaksanaan sistem kependudukan bekerja sama dengan seluruh pemilik UMKM desa dan operator desa bumi agung.

Selain perihal dibidang teknologi informasi dan komunikasi, adapun permasalahan lainnya adalah kurang memanfaatkan potensi sumber daya alam di desa bumi agung walaupun mayoritas masyarakat bertani dan nelayan namun sumber daya alam yang lain seperti hasil umkm yang banyak di desa bumi agung namun kurangnya perhatian dari perangkat desa, kurang baik pemanfaatannya. Hal tersebut karna kurang memanfaatkan perkembangan teknologi untuk di jadikan wadah dalam mengembangkan dan memperkenalkan umkm desa kemasyarakatan luas. Masyarakat juga belum begitu memahami pemasaran melalui media sosial dan inovasi rasa yang bervariasi. Alasan inilah yang kemudian menjadikan mahasiswa IBI Darmajaya memperkenalkan produk atau potensi desa bumi agung melalui sebuah media sosial, yaitu di buatnya sebuah media sosial desa atau web desa. Di dalam media sosial ini nantinya akan membuat mengenai seluruh aktivitas/kegiatan dan informasi UMKM Desa Bumi Agung.

### **3.3.7 Sasaran Obyek**

Sasaran obyek dalam program kegiatan ini ditujukan pada usaha Rumahan yaitu produk yang Terbuat dari peletakan ikan UMKM di Bumi Agung, karena untuk membangun dan mengembangkan UMKM harus dapat

memanfaatkan teknologi sebagai salah satu faktor pengembangan dan hasil UMKM sebagai salah satu tambahan pendapatan desa. Sumber daya manusia belum semua dapat menggunakan teknologi dengan baik. Dalam hal ini sasaran obyek yang ada di Desa Bumi Agung yaitu UMKM di Desa Bumi Agung dan usaha peletakan ikan di desa bumi agung.

### **3.3.8 Metode yang digunakan**

Dalam memecahkan masalah dan merealisasikan ide-ide yang telah direncanakan kami menentukan langkah-langkah yang telah dilaksanakan di desa Bumi Agung khususnya melibatkan warga desa lain. Metode yang dilakukan antara lain :

Memberikan pelatihan guna mengoptimalkan penggunaan teknologi, antara lain memberikan pelatihan tentang bagaimana melakukan pemasaran secara online, seperti pembuatan akun di sosial media, Instagram, facebook dan lain-lain. dengan diberikan informasi yang cukup diharapkan para pelaku UMKM dapat lebih berinovasi dengan baik, dan lebih memperluas pemasaran yang sudah ada, selain untuk melakukan pemasaran diharapkan dengan menggunakan media sosial potensi yang ada pada desa bumi agung ini dapat dikenal lebih luas.

### **3.4 Pelatihan sederhana perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) dan Laba/Rugi untung Peletakan.**

**Nama : Diah Puspita Sari**

**NPM : 1612120141**

**Jurusan : Akuntansi**

#### **3.4.1 Membuat Anggaran keuangan sederhana yang meliputi rencana kerja, Anggaran**

**Anggaran** adalah sebagai suatu perencanaan dalam perusahaan atau organisasi yang disusun secara terpadu dan dijelaskan dalam satuan unit moneter pada periode atau jangka waktu yang sudah ditentukan. Anggaran

sering juga disebut sebagai rencana keuangan karena anggaran yang disusun dinyatakan dalam bentuk unit moneter. Anggaran dalam perusahaan adalah proses untuk merencanakan dan mengendalikan sebagai upaya mengestemasikan keuangan perusahaan. Dalam penyusunan Anggaran Keuangan harus dapat menyajikan informasi yang jelas mengenai tujuan, sasaran, hasil, dan manfaat yang ingin dicapai. Untuk itu didalam proses penyusunannya diperlukan personil yang memahami berbagai informasi yang relevan dengan Anggaran Keuangan.

#### Kelebihan Anggaran

Berdasarkan ulasan yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa keuntungan yang dapat diperoleh bila perusahaan menerapkan penyusunan anggaran yang baik. Beberapa keuntungan tersebut adalah :

1. Hasil yang diharapkan dari suatu rencana tertentu dapat diproyeksikan sebelum rencana tersebut dilaksanakan. Bagi manajemen, hasil proyeksi ini menciptakan peluang untuk memilih rencana yang paling menguntungkan untuk dilaksanakan.
2. Dalam menyusun anggaran , diperlukan analisis yang sangat teliti terhadap setiap tindakan yang dilakukan. Analisis ini sangat bermanfaat bagi manajemen sekalipun ada pilihan untuk tidak melanjutkan keputusan tersebut.
3. Anggaran merupakan penelitian untuk kerja sehingga dapat dijadikan patokan untuk menilai baik buruknya suatu hasil yang diperoleh.
4. Anggaran memerlukan adanya dukungan organisasi yang baik sehingga setiap manajer mengetahui kekuasaan, kewenangan, dan kewajibannya. Anggaran sekaligus berfungsi sebagai alat pengendalian pola kerja karyawan dalam melakukan suatu kegiatan.
5. Mengingat setiap manajer/penyelia dilibatkan dalam penyusunan anggaran, maka memungkinkan terciptanya perasaan ikut berperan serta.

## Kelemahan Anggaran

Di samping beberapa keunggulan tersebut di atas, terdapat pula beberapa kelemahan antara lain

1. Dalam penyusunan anggaran, penaksiran yang dipakai belum tentu tepat dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Seringkali keadaan yang digunakan sebagai dasar penyusunan anggaran mengalami perkembangan yang jauh berbeda daripada yang direncanakan. Hal ini berarti diperlukan pemikiran untuk penyesuaian. Kemungkinan ini menghendaki agar anggaran disesuaikan secara berkesinambungan dengan kondisi yang berubah-ubah agar data dan informasi yang diperoleh akurat.
3. Karena penyusunan anggaran melibatkan banyak pihak, maka secara potensial dapat menimbulkan persoalan-persoalan hubungan kerja yang dapat menghambat proses pelaksanaan anggaran.
4. Penganggaran tidak dapat terlepas dari penilaian subyektif pembuat kebijakan terutama pada saat data dan informasi tidak lengkap /cukup.

## Anggaran Rencana Kerja

**Tabel 3.4.1.1 Anggaran Rencana Kerja**

Keterangan	Unit	Satuan	Harga per unit	Total Harga
Ikan Parang/Belida	5	Kg	Rp 18.000	Rp 90.000
Telur	15	Butir	Rp 2.000	Rp 30.000
Tepung Sagu	5	Kg	Rp 10.000	Rp 50.000
Minyak Bimoli	10	Liter	Rp 11.000	Rp 110.000
Merica	1	Bungkus	Rp 1.000	Rp 1.000
Bawang Putih	5	Bonggol	Rp 2.000	Rp 10.000
Garam	1	Bungkus	Rp 1.000	Rp 1.000
Penyedap Rasa	1	Bungkus	Rp 1.000	Rp 1.000
Bumbu Balado	5	Bungkus	Rp 5.000	Rp 25.000
Bumbu Jagung Bakar	5	Bungkus	Rp 5.000	Rp 25.000
Gas	3	Kg	Rp 25.000	Rp 75.000
Plastik	2,5	Kg	Rp 30.000	Rp 75.000
Sablon	1	Dus	Rp 7.142	Rp 7.142
Mesin Presan	1	Cm	Rp 2.571	Rp 2.571
TKL Mengadon	1	Orang	Rp 85.000	Rp 85.000
TKL Goreng	1	Orang	Rp 65.000	Rp 65.000
TKL Gulung	1	Orang	Rp 50.000	Rp 50.000
TKL Motong	1	Orang	Rp 65.000	Rp 65.000
TKL Mirit	5	Kg	Rp 2.000	Rp 10.000
<b>JUMLAH</b>				<b>Rp 777.713</b>



**Keterangan :**

Dari keterangan diatas dalam sehari UKM Peletekan Sehati Hj Eli dapat menghasilkan 42 kemasan ukuran 200 gr untuk rasa original, 14 bungkus untuk rasa balado dan rasa pedas. Dengan persentasi ikan yang digunakan yaitu ikan belida 5 Kg ikan utuh yang menjadi 3 Kg daging ikan yang telah dipisahkan dengan tulang (mirit). Dalam sekali produksi peletekan Sehati Hj Eli menggunakan 3 Kg daging ikan yang akan diadonkan untuk membuat peletekan. Dalam 1 kemasan 200 gr original dijual dengan harga Rp 16.000 dan untuk rasa balado dan rasa pedas dijual dengan harga Rp 18.000. Dalam tenaga kerja langsung pada mirit ikan sekali mirit sebanyak 5 Kg ikan maka hitungan nya  $Rp\ 2.000 \times 5\ Kg : 1\ Orang = Rp\ 10.000$

*Summary report*

Jadi hasil penjualan dari produksi peletekan Sehati Hj Eli yaitu 42 kemasan x Rp 16.000= Rp 672.000 untuk rasa original sedangkan untuk rasa balado dan pedas adalah sebesar  $28 \times 18.000 = Rp\ 504.000$ . jadi hasil penjualan untuk sekali produksi adalah sebesar Rp 1.176.000

Laba yang diperoleh dalam satu kali produksi sebesar Rp 398.287 (Rp 1.176.000 - Rp 777.713)

## Anggaran Neraca

**Tabel 3.4.1.2 Anggaran Neraca**

Keterangan	Debit	Kredit
Kas	Rp 398.287	
Modal		Rp 777.713
Ikan Parang/Belida	Rp 90.000	
Telur	Rp 30.000	
Tepung Sagu	Rp 50.000	
Minyak Bimoli	Rp 110.000	
Merica	Rp 1.000	
Bawang Putih	Rp 10.000	
Garam	Rp 1.000	
Penyedap Rasa	Rp 1.000	
Bumbu Balado	Rp 25.000	
Bumbu Jagung Bakar	Rp 25.000	
Gas	Rp 75.000	
Plastik	Rp 75.000	
Sablon	Rp 7.142	
Mesin Presan	Rp 2.571	
TKL Mengadon	Rp 85.000	
TKL Goreng	Rp 65.000	
TKL Gulung	Rp 50.000	
TKL Motong	Rp 65.000	
TKL Mirit	Rp 10.000	
Transportasi mengirim	Rp 10.000	
Pendapatan		Rp 398.287
Total	Rp 1.176.000	Rp 1.176.000

**Keterangan :**

Dari hasil anggaran neraca diatas dapat diketahui bahwa jumlah kas sebesar Rp 398.287 modal Rp 777.713 dan biaya-biaya yang dianggarkan sebesar Rp 777.713, sedangkan pendapatan yang dihasilkan Rp 398.287 untuk penjualan 60 yaitu 42 kemasan original dan 28 kemasan rasa balado dan pedas. Maka jumlah anggaran neraca sebesar Rp 1.176.000 untuk di debit dan di kredit.

**3.4.2 Pelatihan sederhana perhitungan Harga Pokok Produksi dan Laporan Laba/Rugi UKM Peletekan Sehati Hj Eli**

Upaya yang dilakukan dalam membantu UKM Peletekan salah satunya adalah dengan mengajarkan pembuatan laporan keuangan, yang sebelumnya hanya di lakukan perhitungan modal dan penghasilan tanpa melakukan perincian, dari melakukan perincian maka dapat dilihat pengeluaran bahan pokok bahan penolong dan biaya tenaga kerja langsung dan dapat dijadikan bahan pertimbangan, dibutuhkan atau tidaknya pengeluaran tersebut. Laporan yang kami ajarkan kepada pemilik UKM Peletekan adalah Laporan Laba Rugi. Tujuan dari perhitungan laba rugi sebagai patokan untuk menghitung apakah penjualan Peletekan tersebut untung atau rugi dan jika untung berapa presentase keuntungannya. Apabila harga jual lebih besar dari harga pokok penjualan maka akan diperoleh laba dan sebaliknya apabila harga jual lebih rendah dari harga pokok penjualan maka akan diperoleh rugi. Laba yang tinggi adalah pertanda bahwa konsumen menginginkan output yang lebih dari industri/perusahaan. Sebaliknya, laba yang rendah atau rugi adalah pertanda bahwa konsumen menginginkan kurang dari produk/ komoditi yang ditangani dan metode produksinya tidak efisien. Jenis laba yang kami gunakan dalam UKM Peletekan adalah Laba kotor, Laba kotor adalah selisih dari hasil penjualan dengan harga pokok penjualan.

Berikut ini adalah perhitungan biaya-biaya yang dibutuhkan dalam produksi Peletekan :

Dalam sekali produksi UKM Peletekan dapat menghasilkan 60 kemasan

Berikut ini harga jual Peletekan :

Jumlah Biaya Operasional : Rp 777.713

Harga pokok produksi Peletekan dengan isi 200/bungkus  $\text{Rp } 777.713 : 60 = \text{Rp } 12.961 = \text{Rp } 13.000$

Laba (50% dari HPP) Peletekan dengan isi 200gr/bungkus  $\text{Rp } 12.961 \times 50\% = \text{Rp } 6.480,5 = \text{Rp } 6.500$

Harga Jual Peletekan dengan isi 200gr /bungkus  $\text{Rp } 13.000 + \text{Rp } 6.500 = \text{Rp } 19.500$

Berdasarkan perhitungan sebelumnya dapat dilihat rincian harga jual dibawah ini:

<b>Isi</b>	<b>Harga Pokok Produksi</b>	<b>Laba</b>	<b>Harga Jual</b>
200 gr	Rp 13.000	Rp 6.500	Rp 19,500

**Tabel 3.4.2.1 Rincian Harga Jual setiap kemasan**

Berdasarkan kegiatan UKM Peletekan Sehati Hj Eli, dalam sekali produksi peletekan, pemilik UKM dapat mencapai 60 kemasan dijual dengan isi 200 gr. Berdasarkan penjualan setiap kali produksi pendapatan yang diperoleh pemilik UKM sebesar :  $60 \text{ bungkus} \times \text{Rp } 19.500 = \text{Rp } 1.170.000$

**LAPORAN LABA/RUGI**  
**UKM PELETEKAN SEHATI HJ.ELI**

**Tabel 3.4.2.2 Laporan Laba/Rugi**

<b>Penjualan</b>			Rp 1.170.000
<b>Biaya Biaya</b>			
	Ikan Parang/Belida	Rp. 90.000	
	Telur	Rp. 30.000	
	Tepung Sagu	Rp. 50.000	
	Minyak Bimoli	Rp110.000	
	Merica	Rp1.000	
	Bawang Putih	Rp10.000	
	Garam	Rp1.000	
	Penyedap Rasa	Rp1.000	
	Bumbu Balado	Rp25.000	
	Bumbu Jagung Bakar	Rp25.000	
	Gas	Rp75.000	
	Plastik	Rp75.000	
	Sablon	Rp7.142	
	Mesin Presan	Rp2.571	
	TKL Mengadon	Rp85.000	
	TKL Goreng	RP 65.000	
	TKL Gulung	Rp50.000	
	TKL Motong	RP 65.000	
	TKL Mirit	Rp10.000	
			Rp. 777.713
<b>Laba Bersih</b>			<b>Rp.392.287</b>

Dengan melakukan perhitungan menggunakan Harga Pokok Produksi, Laba yang dihasilkan UKM Peletekan lebih besar. Dimana laba awal dengan penjualan Rp 16.000 per bungkus untuk rasa original dan 18.000 untuk rasa balado dan pedasdi jual Rp 18.000 dengan laba sebesar Rp , 398.287

dengan HPP pletekan dapat dijual dengan harga Rp 19.500 dengan menghasilkan laba sebesar Rp 392.287. Maka dengan ini, penentuan harga penjualan peletekan per bungkus dengan Harga Pokok Produksi dapat mempengaruhi laba yang diperoleh lebih besar, dari pada perhitungan harga penjualan biasanya.

### **3.5 Pelatihan Komputer dan Pembuatan Website Desa Bumi Agung**

**Nama : Ilham Alhafidz**

**NPM : 1611050098**

**Jurusan : Sistem Informasi**

#### **3.5.1 Pelatihan Dasar Komputer terhadap guru MTs Al – Khairiyah Bumi Agung**

Kemampuan menguasai komputer dalam dunia modern sangat diperlukan demi menunjang kebutuhan hidup manusia, oleh karena itu pendidikan dasar komputer harus ditanamkan sejak dini. Pada saat ini segala sesuatu tidak bisa dipisahkan dari perkembangan teknologi informasi. Teknologi informasi adalah teknologi apapun yang membantu manusia dalam membuat, mengubah, menyimpan, mengomunikasikan dan/atau menyebarkan informasi. Pemanfaatan teknologi informasi yang saat ini berkembang pesat semakin meluas seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan ketersediaan informasi yang akurat dan cepat. Untuk mendukung kemajuan teknologi informasi di Desa Bumi Agung kami mengadakan pelatihan terhadap para guru dan di Yayasan Al Khairiyah. Terutama kemampuan dalam menguasai microsoft office yang mana merupakan hal yang umum dalam bidang komputer. Penguasaan microsoft office diperlukan bagi siapa saja yang bekerja dan menekuni bidang komputer, karena microsoft office sendiri merupakan aplikasi penunjang yang pasti digunakan dalam dunia komputer.



Gambar 3.5.1 pelatihan guru di yayasan al khairiyah

- **Maksud**

Maksud pelatihan dasar komputer dalam bidang Microsoft Office yang dilakukan adalah untuk menunjang pengetahuan tentang dasar-dasar pengetikan dan pengadaaan data sejak dini dikalangan masyarakat terutama pelajar.

- **Tujuan**

Tujuan dari pelatihan ini sendiri adalah untuk memperkenalkan pentingnya kemampuan dasar komputer dalam bidang microsoft office kepada para pelajar.

- **Sasaran**

Sasaran pelatihan merupakan para guru tingkat SD

- **Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan**

Pelatihan dasar komputer yang dilaksanakan pada :

Hari/Tanggal : Senin, 16 september 2019

Waktu : 09.00 WIB s/d selesai

Lokasi : MI Al Khairiyah

### 3.5.2 Faktor Pendukung dan Penghambat

a. Faktor pendukung

Faktor pendukung dari program ini adalah adanya bantuan dari teman-teman kelompok yang telah membantu dalam hal fikiran dan tenaga, Antusias para warga dan para petinggi desa yang ingin

mengenalkan potensi desa kepada masyarakat luas dalam hal wisata dan pendidikan.

b. Faktor penghambat

Kurangnya ketersediaan laptop sehingga membuat guru bergantian.

### **3.5.3 Pembuatan Website Desa Bumi Agung**

Tidak hanya di perkotaan, di wilayah pedesaan pun sudah dimasuki oleh perkembangan teknologi informasi. Penyebaran informasi desa dan potensi yang dimiliki oleh suatu desa dengan menggunakan teknologi yang sudah berkembang akan meningkatkan kualitas dan ketepatan data yang tersedia. Dalam membantu pembangunan dan pengembangan desa Bumi Agung dibutuhkan sebuah alat yang dapat mengelola informasi seperti potensi alam maupun masyarakat yang beragam yang ada di desa tersebut, sehingga menghasilkan data yang tertata dan mudah untuk didapatkan/digunakan. Dengan demikian kami membuat website desa Bumi Agung membantu mengembangkan dan memberikan informasi yang berada di desa Bumi Agung.

#### **Tahapan Pembuatan Website Desa**

- a. Tahap pengumpulan data.
- b. Tahapan pertama adalah login untuk dapat mengakses halaman administrator.
- c. Memasukan data ketable website.
- d. Penambahan sub menu dari database keWebsite

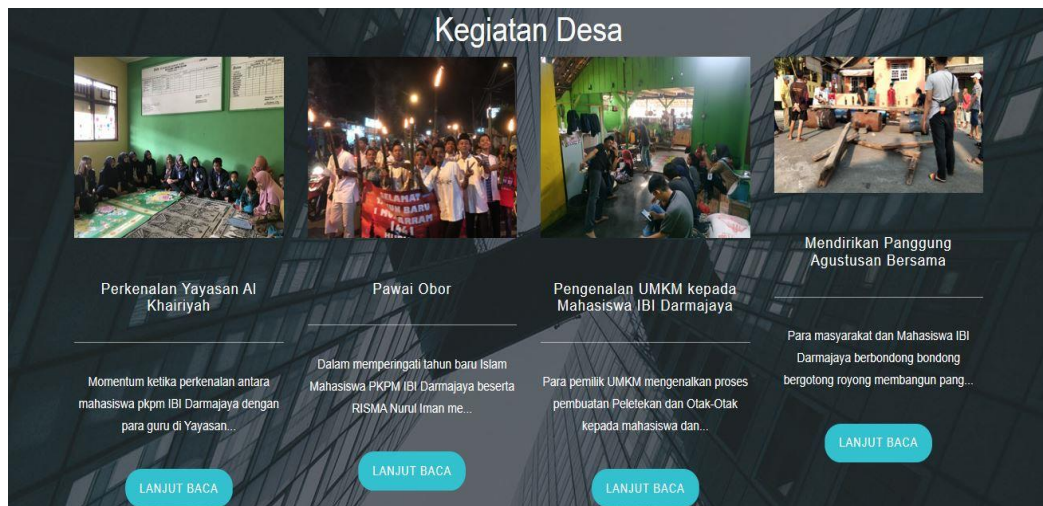
Pengisian konten website meliputi beberapa menu utama, yaitu :

#### **Profil**

Dalam menu Profil terdapat sub menu, antara lain :

- a. Struktur Organisasi
- b. Biodata Lurah
- c. Visi dan Misi
- d. Laporan Kepundudukan





Gambar 3.5.3 pembuatan website

### 3.6 Membuat Video Profil Desa dan Dokumentasi PKPM

**Nama : Muhammad Febriansyah Pratama**

**NPM : 1611010144**

**Jurusan: Teknik Informatika**

#### 3.6.1 Pembuatan Video Profil kampung

Video adalah suatu informasi yang ditampilkan dalam sebuah gambar bergerak sehingga lebih mudah untuk dapat dimengerti secara cepat dan memperlihatkan informasi seperti fasilitas fasilitas desa (perekonomian, pendidikan, Kesehatan, keamanan, potensi alam, wisata, dll). Video

sendiri didasari oleh adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Sebab karena itu di jaman perkembangan teknologi informasi komunikasi yang begitu cepat ini sangat di perlukan suatu Video profil desa untuk mempermudah dalam menyebarkan informasi dari suatu desa kepada masyarakat luas. Sehingga banyak dari masyarakat luar desa tersebut yang ingin berkunjung ke desa tersebut.

Profil Daerah dalam bentuk video sangat efektif dalam penyampaian informasi daerah. Karena video Profil dalam kemasan DAT dapat diakses di komputer maupun VCD Player, video dapat juga di upload ke youtube yang selanjutnya dipasang pada website. Pembuatan video profil sangat bervariasi, tergantung kepada alat yang tersedia, media editing maupun faktor lainnya. Kualitas suatu video tentunya dipengaruhi oleh hal-hal tersebut.

### **3.6.2 Maksud pembuatan video**

Maksud dari pembuatan video profil ini sendiri adalah untuk memperkenalkan Desa Bumi Agung kepada masyarakat luas di sosial media seperti YouTube, Instagram, dll.

### **3.6.3 Tujuan dan Sasaran**

Tujuan dari Video Profil ini sendiri adalah untuk menarik minat para wirausahawan dan memperlihatkan potensi strategis daerah untuk membangun sebuah usaha. Sasaran yang ingin dicapai yaitu para pengguna sosial media seperti Youtube, Instagram, Facebook, dll.

### **3.6.4 Alat dan Software**

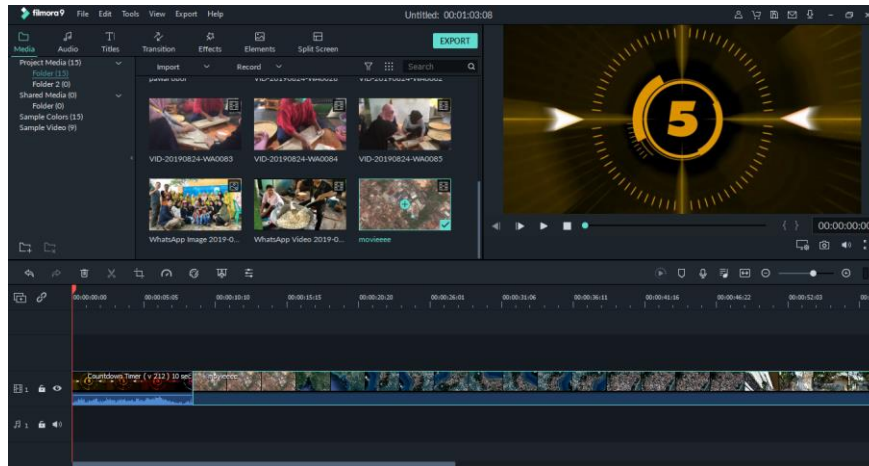
Alat

- Kamera HandPhone

Software

- FilmoraGo

### 3.6.5 Proses pembuatan video profil desa



Gambar 3.6.5 Proses Pembuatan Video Profil Desa

#### Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan selama satu bulan di Desa Bumi Agung Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu, dengan rincian tanggal sebagai berikut:

- a. Pengambilan data dimulai dari tanggal 20 Agustus 2019 – 19 September 2019
- b. Tahap pengerjaan Video dimulai dari tanggal 5 September 2019 – 19 September 2019

#### 3.6.5 Faktor Pendukung dan Penghambat

##### a. Faktor pendukung

Faktor pendukung dari program ini adalah adanya Bantuan dari teman - teman kelompok yang telah membantu dalam hal fikiran dan tenaga, Antusias para warga dan para petinggi desa yang ingin mengenalkan potensi desa kepada masyarakat luas dalam hal wisata dan pendidikan.

##### b. Faktor penghambat

Kurangnya jaringan internet untuk mempublikasikan video kedia sosial, Kurangnya ketersediaan alat seperti camrecord, camera, dan camera pendukung lainnya.

### **3.7 SOP UKM Pletekan SEHATI Hj.Eli**

**Nama : M Rizki Akbar**

**NPM : 1612110169**

**Jurusan : Manajemen**

Merencanakan Alur Proses

1. Menggiling ikan parang (Belida) dengan cara di pirit.
2. Mencampur ikan yang telah dipirit dengan telur dan tepung tapioka, kemudian diaduk dalam 1 adonan hingga merata.
3. Ambil adonan kira-kira sekepal lalu gulung adonan memanjang kemudian dipotong kecil-kecil, lakukan hal tersebut secara terus menerus sampai adonan habis.
4. Langkah berikutnya adalah menggoreng adonan yang telah dipotong-potong tadi dengan minyak yang tidak terlalu panas agar adonan mengembang dengan sempurna selama 30-45 menit.
5. Setelah pletakan matang, angkat pletakan lalu tirisikan agar tidak banyak minyak yang terkandung dalam pletakan, dan diamkan agar pletakan dingin dan dapat dikemas.
6. Yang terakhir, simpan pletakan yang belum dikemas dalam plastik yang besar untuk mencegah pletakan melempem.

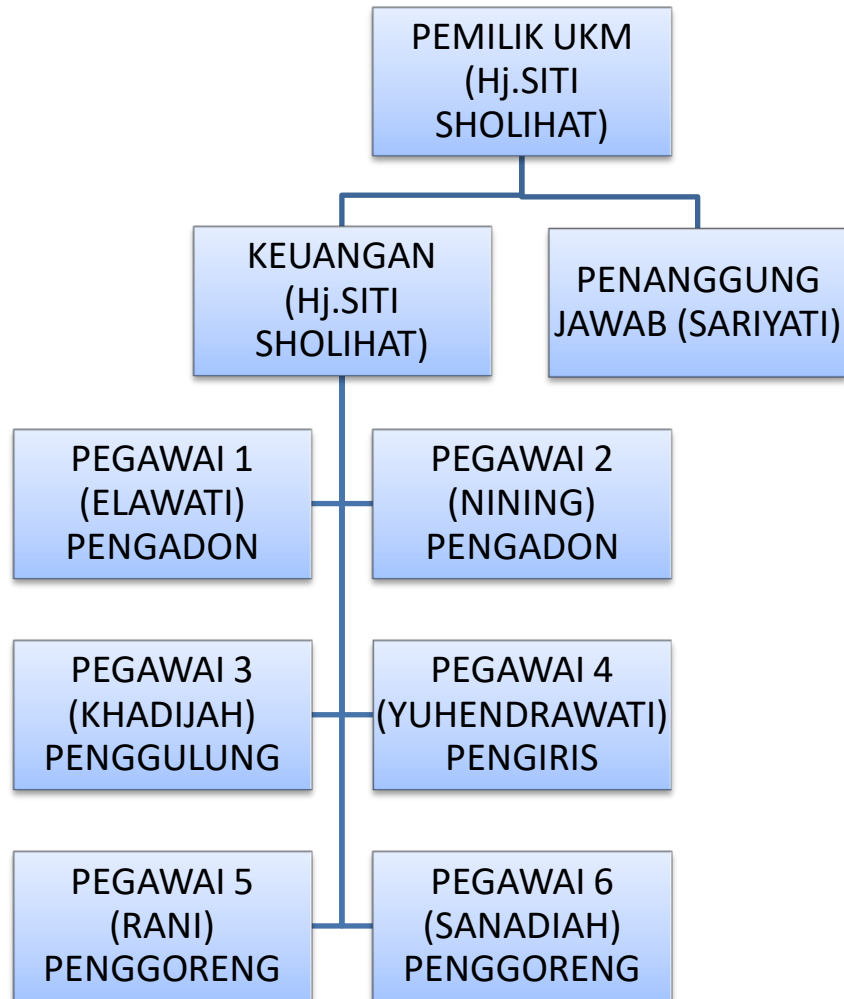
#### **3.7.1 Susunan Kerja UKM Pletakan SEHATI Hj Eli**

1. Produksi ukm pletakan Sehati Hj. Eli dimulai dari pukul 10.00-17.00 WIB atau sampai dengan selesai .
2. Pekerjaan akan langsung dimulai saat para pekerja datang dan langsung memproduksi pletakan.
3. Waktu lembur kerja dipengaruhi banyaknya pesanan yang diterima.
4. Waktu istirahat para pekerja pada saat waktu sholat dzuhur pada pukul 12.00 dilanjutkan dengan makan siang, dan para pekerja akan melanjutkan produksi pada pukul 13.00 WIB.
5. Dalam kegiatan produksi pletakan Sehati Hj. Eli ada 6 orang yang berperan pada tugasnya masing-masing ,2 orang tukang adon, 2 orang

yang bertugas menggoreng, 1 orang yang menggulung adonan,, dan 1 orang yang memotong adonan yang telah digulungan

### 3.7.2 Struktur UKM Peletekan SEHATI Hj. Eli

Tabel 3.7.2 struktur di Peletekan SEHATI Hj.eli



### 3.7.3 Tujuan, Fungsi, Dan Manfaat Pembuatan Sop Pletekan Sehati Hj. Eli

#### 3.7.3.1 Tujuan SOP Pletekan SEHATI Hj. Eli

1. Untuk menjaga konsistensi kinerja atau kondisi tertentu, dan keamanan pekerja dalam pelaksanaan kerja.
2. Untuk memberikan pedoman atau acuan dalam pelaksanaan pekerjaan atau tugas bagi pengurus dan para pekerja

3. Membantu menghindari kesalahan, konflik, keraguan, duplikasi, serta pemborosan, dalam pelaksanaan pekerjaan
4. Memberikan ukuran atau parameter dalam penilaian mutu kerja
5. Memberikan jaminan penggunaan semua sumber daya secara efektif dan efisien
6. Menjelaskan urutan dan alur kerja, wewenang dan tanggungjawab para petugas yang terkait
7. Sebagai dokumen yang memberikan penjelasan dan penilaian proses pelaksanaan kerja bila terjadi mal praktek atau kesalahan administratif
8. Sebagai dokumen yang dapat digunakan pada kegiatan pelatihan pekerja
9. Menjadi dokumen sejarah jika dilakukan revisi SOP dan menggantinya dengan SOP baru

#### **3.7.3.2 Fungsi SOP Pletekan SEHATI Hj. Eli**

1. Membantu untuk memudahkan pekerjaan para pegawai atau tim/ unit kerja
2. SOP dapat berfungsi sebagai dasar hukum yang kuat bila terjadi penyimpangan
3. SOP dapat berfungsi untuk memberikan pengetahuan mengenai hambatan-hambatan yang akan dan sedang dialami oleh pegawai
4. SOP dapat memberikan arahan kepada para pegawai agar saling menjaga kedisiplinan dalam bekerja
5. Berfungsi sebagai pedoman dalam pelaksanaan kerja atau tugas

#### **3.7.3.3 Manfaat SOP Peletakan SEHATI Hj. Eli**

1. Mengurangi dan meminimalisir kesalahan atau kelalaian pegawai dalam menyelesaikan pekerjaan karena SOP berperan sebagai standarisasi UMKM

2. Dokumen SOP mengandung pedoman kerja pegawai sehingga dapat membantu karyawan agar lebih mandiri dan tidak tergantung dari intervensi manajemen.
3. Membantu meningkatkan akuntabilitas.
4. Menciptakan ukuran standar kerja dan menjadi acuan untuk evaluasi kinerja pegawai.
5. Membantu pegawai baru lebih cepat beradaptasi dengan pekerjaannya.
6. Menghindari adanya tumpang tindih pelaksanaan tugas.
7. Membantu pekerjaan dapat diselesaikan dengan konsisten

#### **3.7.3.4 Fungsi Struktur Organisasi Pelebaran SEHATI Hj. Eli**

1. Dapat menjelaskan tanggung jawab setiap anggota UMKM. Setiap pekerja UMKM tersebut tentunya harus bertanggung jawab kepada pimpinannya atau kepada atasannya yang telah memberikan kewenangan, karena pelaksanaan atau implementasi kewenangan tersebut yang perlu dipertanggung jawabkan.
2. Dapat menjelaskan kedudukan setiap anggota pekerja. Kejelasan mengenai kedudukan disini artinya setiap pekerja atau seseorang yang ada di dalam struktur organisasi sebenarnya dapat mempermudah dalam melakukan koordinasi dan hubungan. Karena adanya keterkaitan penyelesaian mengenai suatu fungsi yang telah dipercayakan kepada seseorang pekerjanya tersebut.
3. Kejelasan mengenai jalur hubungan dalam melaksanakan pekerjaan dan tanggung jawab setiap pekerja di dalam UMKM. Sehingga dalam jalur penyelesaian suatu pekerjaan akan semakin efektif dan dapat saling memberikan keuntungan.
4. Kejelasan uraian tugas, yang akan sangat membantu pihak atasan maupun pimpinan untuk dapat melakukan pengawasan dan pengendalian. Selain itu, bagi para pekerja juga dapat lebih berkonsentrasi dalam melaksanakan suatu tugas atau pekerjaan karena uraian yang jelas.