

BAB III

LAPORAN KEGIATAN

3.1 PENGENALAN DAN PEMBUATAN HARGA POKOK PENJUALAN UKM GENDAR

Nama : MUHAMMAD MAULANA FARRA KHAN
Npm : 1612120238
Jurusan : AKUNTANSI

3.1.1 Harga Pokok Penjualan

Merupakan seluruh biaya langsung dikeluarkan untuk memperoleh barang atau jasa yang dijual dalam menghitung harga pokok penjualan biaya yang diperhitungkan mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead.

3.1.2 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.

3.1.3 Komponen Biaya Harga Pokok produksi

Biaya produksi terdiri dari tiga yakni 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.

1. 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.

2. 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.

3. 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 di luar dari biaya bahan baku.

Tabel 3.1 Perhitungan Besaran Biaya Bahan Baku

Bahan Baku	Unit	Satuan	Harga Per-unit	Total Harga
Bleng	1	pcs	Rp 10.000	Rp 10.000
Garam	2	pcs	Rp 5.000	Rp 10.000
Beras	20	kg	Rp 10.000	Rp 200.000
Minyak	2	liter	Rp 24.000	Rp 48.000
Total BBB				Rp 268.000

Tabel 3.2. Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung

Keterangan	Unit	Satuan	Harga Per-unit	Total Harga
Upah	8	Hari	Rp 10.000	Rp 80.000
Total BTKL				Rp 80.000

Tabel 3.3. Perhitungan Biaya Penolong

Nama Peralatan	Jumlah	Satuan	Harga Per-alat	Total Harga
Gas	2	3 kg	Rp 46.000	Rp 46.000
Total Biaya Penolong				Rp 46.000

Tabel 3.4. Perhitungan Biaya Overhead Pabrik

Material	Unit	Satuan	Harga Per-unit	Total Harga
Listrik dan Air	1 Bulan	Ampere	Rp 50.000	Rp 50.000
Total BOP				Rp 50.000

No	Jenis Biaya Operasional	Biaya (Rp)
1	Biaya Bahan Baku	Rp 268.000
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 80.000
3	Biaya Penolong	Rp 46.000
4	Biaya Overhead Pabrik	Rp 50.000
JUMLAH		Rp 444.000

Tabel 3.5. Total Biaya Operasional

Jadi, untuk produksi Kerupuk Gendar untuk sebulan yang siap jual sebanyak 20 kg Kerupuk Gendar harga pokok produksi yang dibutuhkan adalah sebesar Rp 444.000

Laba (30% dari HPP)

□ Produk Kerupuk Gendar

Rp 444.000 x 30 % = Rp 133.200

Harga Jual

□ Produk Kerupuk Gendar

Rp 444.000 + Rp 133.200 = Rp 577.200

Harga Jual per pcs 1 kg

Rp 577.200 : 20 = Rp 28.860 = Rp 30.000

Jadi harga jual per-pcs / sachet adalah Rp 30.000

$(30.000 \times 20) - \text{Rp } 444.000 = \text{Rp } 156.000$

Jadi laba menjadi Rp 156.000

Berdasarkan perhitungan di atas dapat dilihat rincian harga jual dibawah ini:

PRODUK	Harga Pokok Produksi	Laba	Harga Jual
1	Rp 444.000	Rp 156.000	Rp 600.000

Tabel 3.6 Rincian Harga Jual Setiap Produk

Berdasarkan kegiatan UKM Kerupuk Gendar , dalam 1 bulan produksi Kerupuk Gendar, pemilik UKM menyesuaikan pesanan dijual dengan dengan berat per 1 kg dengan harga jual sebesar Rp 30.000.

Berdasarkan penjualan setiap 1 bulan penjualan pendapatan yang diperoleh pemilik UKM sebesar : **Rp 156.000**

Perhitungan HPP sederhana seperti di atas diharapkan mampu menjadi dasar untuk mengetahui harga jual dari produk tersebut yang dilakukan dalam 1 bulan produksi tersebut dan menjadi tolak ukur harga Kerupuk Gendar di pasar lokal. Kerupuk Gendar merupakan salah satu UKM yang sudah terbentuk pada saat kami melaksanakan kerja praktek di Branti Raya.

3.2 PEMBUATAN MODEL BISNIS CANVAS PADA UKM KERUPUK GENDAR

Nama : Hamida Nurul Amelia
Npm : 1612110011
Jurusan : Manajemen

3.2.1 Pengertian Model *Canvas* dalam business plan

Bisnis model *canvas* adalah sebuah strategi dalam manajemen. Model bisnis ini pertama kali diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder dalam bukunya yang berjudul *Business Model Generation*. Ada beberapa model *canvas* yang dapat diterapkan dalam ukm Kerupuk Gendar , adapun ssebagai berikut .:

a) **Channels**

Melalui penggunaan *channels* yang tepat, bisa menyampaikan *value propositions* kepada *customer segments*. Jadi, cobalah pikirkan *channels* yang ingin digunakan dengan baik, karena penentuan *channels* adalah salah satu elemen penting bagi keberhasilan sebuah bisnis, contoh : media social (instagram, website) dan toko oleh oleh

b) **Revenue Streams**

Revenue stream merupakan bagian yang paling vital, di mana organisasi memperoleh pendapatan dari pelanggan. Elemen ini harus dikelola semaksimal mungkin untuk meningkatkan pendapatan bisnis. Jangan sampai ada bahan baku, produk, atau kinerja yang tidak dimanfaatkan secara maksimal. Contoh : penjualan produk kerupuk gendar yang diinovasikan dengan tambahan bubuk perasa dan distribusikan ke toko oleh oleh di Bandar Lampung.

c) **Customer Relationship**

Ini merupakan elemen di mana perusahaan menjalin ikatan dengan pelanggannya. Perlu pengawasan yang ketat dan intensif agar pelanggan tidak mudah berpaling ke bisnis yang lain hanya karena jalinan hubungan yang kurang baik. Contoh : Diskon dan promo toko oleh – oleh dan program giveaway

Dari contoh model canvas diatas, ukm kerupuk gendar memakai model channel, revenue streams dan customer relationship ketiga model tersebut sangat cocok untuk alternatif memasarkan produk kerupuk gendar. Penerapan model canvas yang baik untuk ukm kerupuk gendar yaitu model canvas channels karna model tersebut memasarkan produk kerupuk gendar melalui media sosial yang sekarang sudah banyak digunakan oleh masyarakat dan sangat mudah untuk diaksesnya selain itu memasarkan melalui toko oleh – oleh agar bisa jadi produk yang dituju oleh wisatawan.

3.3. MEMBUAT DESAIN *MERK* DAN INOVASI KEMASAN PADA PRODUK KERUPUK GENDAR GUNA PENGEMBANGAN PRODUKSI UKM GENDAR

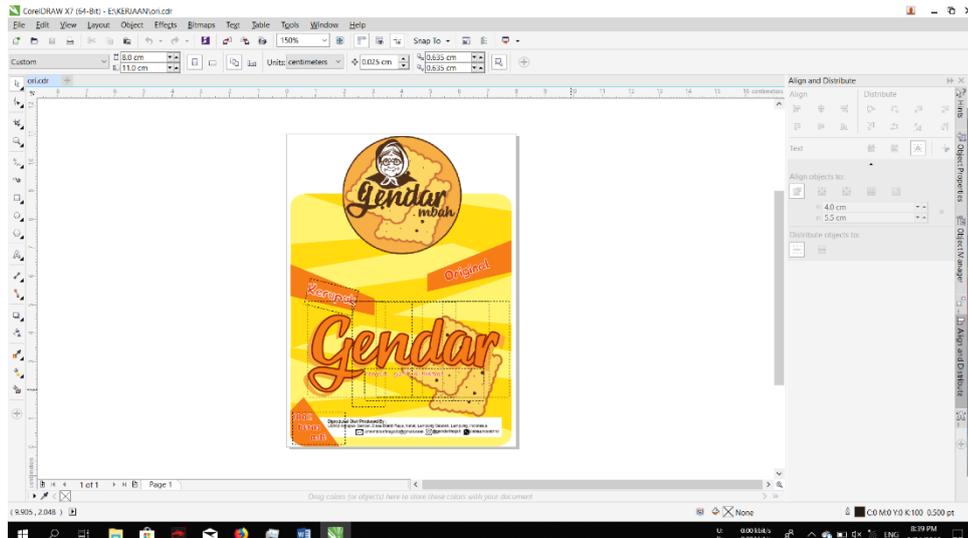
Nama : Ilham Dwi Aprian
NPM : 1611010209
Jurusan : Teknik Informatika

3.3.1 Desain *Merk*

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

Merk merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen dengan bertujuan untuk mengembangkan produk dari kerupuk gendar 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.

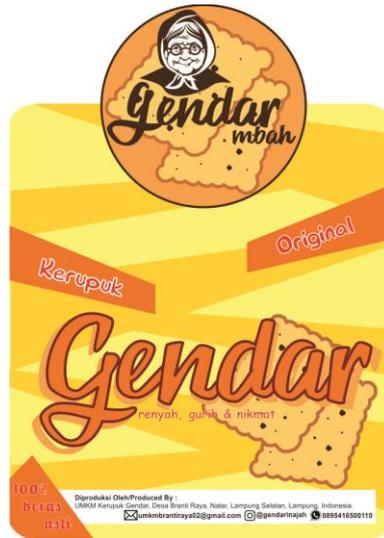
Dengan adanya desain *Merk* bisa dijadikan sebagai sarana untuk mengembangkan produk salah satunya adalah promosi, sehingga dapat mempromosikan hasil produksi cukup dengan menyebut *Merk* nya, dan juga sebagai jaminan atas mutu barang yang diperdagangkan serta *Merk* juga menunjukkan asal barang tersebut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



Gambar 3.1 Proses Pembuatan Desain *Merk* Untuk UMKM Gendar Mbah

Pembuatan desain *Merk* pada produk tersebut 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. Desain *Merk* yang baik dapat mensinergikan dan mengintegrasikan dari beberapa elemen desain dan fungsi kemasan, sehingga dihasilkan kemasan yang memiliki tingkat efektifitas, efesiensi dan fungsi yang sesuai baik dalam produksi kemasan sampai kegunaan kemasan.

Dengan itu, perlu dibuatkan *Merk* dagang yang mencantumkan nama UMKM dan contact person untuk UMKM yang berada di Desa Branti Raya, karena UMKM yang berada di Desa Branti Raya 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 Kerupuk Gendar baik dalam jumlah sedikit ataupun dalam jumlah banyak.



Gambar 3.2 Desain *Merk* Untuk UMKM Kerupuk Gendar

3.3.2 Inovasi Kemasan Produk

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 suatu proses pendistribusian barang ke beberapa distributor, tetapi kemasan produk juga bisa melindungi produk ketika sedang di jual.

Plastik makanan yang dapat diletakkan berdiri atau yang umumnya disebut dengan kemasan **Plastik Standing Pouch**. *Plastik standing pouch* merupakan kemasan yang populer saat ini dipilih oleh para pelaku usaha, baik pada level UKM maupun perusahaan menengah ke atas untuk dijadikan sebagai kemasan produknya. Penggunaan plastik standing pouch sebagai kemasan bisa Kamu temukan pada berbagai jenis produk yang dijual di pasaran, bisa digunakan untuk produk padat maupun untuk produk cair. Plastik standing pouch yang digunakan untuk produk padat misalnya biji kopi, bubuk kopi, jamur krispy, keripik dan untuk kemasan makanan hewan peliharaan sedangkan untuk produk cair contohnya minyak

goreng, sabun cair, detergen, dan masih banyak lagi. Dan pada kesempatan kali ini kami ingin mengaplikasikan plastik jenis ini untuk di gunakan sebagai kemasan untuk kerupuk gendar sehingga kemasan dari kerupuk gendar yang di jual terlihat semakin menarik. Dengan adanya kemasan pada produk dapat mencirikan produk tersebut dan berusaha menawarkandirinya 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.



Gambar 3.3 Inovasi Kemasan UMKM Kerupuk Gendar

3.4 Penerapan Pemasaran Menggunakan Media Sosial Pada UMKM Gendar

Nama : Tri Marsela

Npm : 1612110214

Jurusan : Manajemen

3.4.1 Media Sosial

Media sosial saat ini masih merupakan istilah yang mengandung banyak makna yang dimanfaatkan sebagai situs jaringan sosial misalnya layanan berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat dan menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu system

(Muhammad Yusup, dan Yuliana Isma Graba (2007:3)

Menurut Michael Cross media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web. Disebabkan internet selalu mengalami perkembangan, maka berbagai macam teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna pun selalu mengalami perubahan. Hal ini menjadikan media sosial lebih hypenyum dibandingkan sebuah referensi khusus terhadap berbagai penggunaan atau rancangan. (Michael cross 2013).

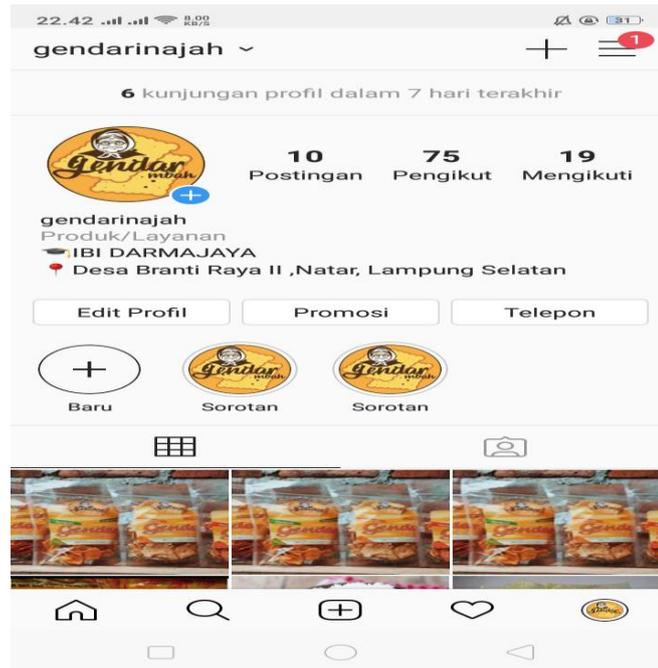
B. Efektifitas Sosial Media

Sosial media marketing memungkinkan media sosial yang tepat dan sesuai dengan target pasar memungkinkan membangun hubungan sosial yang lebih personal dan dinamis dibandingkan dengan strategi marketing tradisional. Kegiatan sosial 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 sosial media berbeda-beda, akan tetapi yang umum terjadi adalah informasi yang berasal dari sosial media akan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian yang akan diambil konsumen.

C. Pemasaran Produk Usaha Kerupuk Gendar

Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial seperti Instagram, *Facebook*, *Youtube*, dan aplikasi messenger seperti line, BBM, *whatsapp* 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, Dengan proses promosi yang meluas maka bisa meningkatkan penjualan produk memasarkan produk yang kita miliki melalui jasa media sosial adalah salah satu strategi pemasaran (*Marketing Strategy*) yang efektif Dengan banyaknya target pasar maka akan membuat usaha semakin mudah.

Dengan memasarkan produk kerupuk gendar yang dikelola oleh pemilik yaitu Mbah Sugi ke media sosial seperti *website*, *Instagram*, *facebook*, membuat pemasaran produk kerupuk gendar ini semakin luas, dan membuat pengemasan untk kerupuk gendar yang kita produksi sehingga keliatan lebih menarikdan menjadi daya tarik untuk membeli. Menjalankan usaha kerupuk gendar ini mampu menghasilkan keuntungan fantastis,asalkan dalam menjalankan usaha mampu menjalankannya dengan maksimal dan baik.



Gambar 3.4 Akun instagram Produk Kerupuk Gendar

3.5 PROGRAM PEMBUATAN WEB UKM KERUPUK GENDAR

NAMA : TAMARA OKTAVIANI
NPM : 1611050081
JURUSAN : SISTEM INFOMASI

3.5.1 Judul Kegiatan

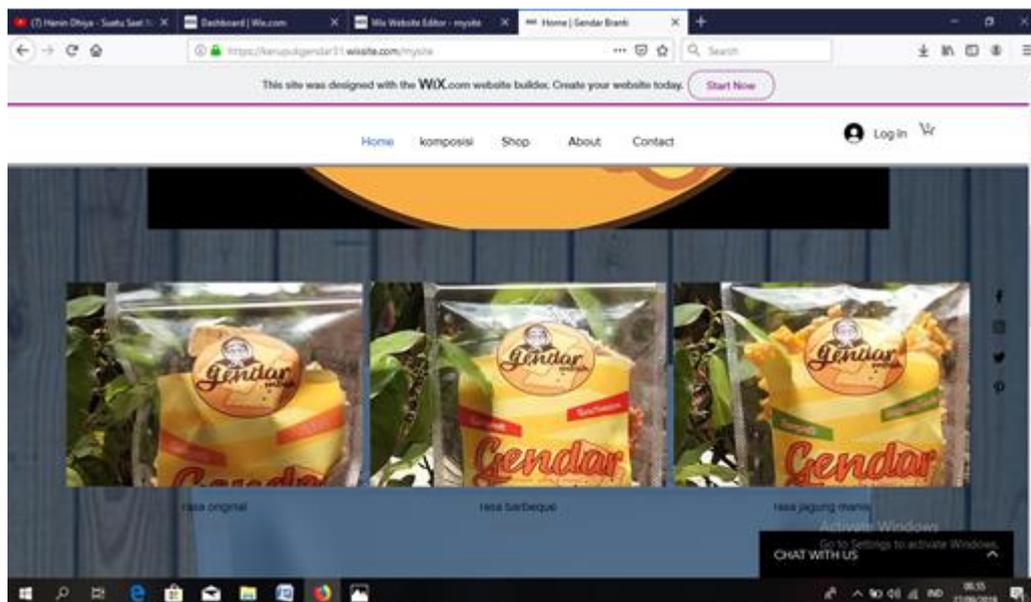
Pengenalan dan pembuatan website UKM Kerupuk gendar ,kec.Natar,kab. Lampung Selatan.

3.5.2 Latar Belakang Kegiatan

Dari hasil survey lapangan atau observasi yang telah dilakukan oleh Mahasiswa PKPM IIB Darmajaya ,diketahui UMKM kerupuk gendar terdapat temuan permasalahan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi. Kurang nya fasilitas teknologi yang memadai dan sulitnya akses internet, hal tersebut dalam menyesuaikan diri terhadap kemajuan-kemajuan teknologi Alasan inilah yang kemudian menjadikan Mahasiswa IIB Darmajaya melalui program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) membantu UMKM kerupuk gendar memperkenalkan kerupuk gendar kepada masyarakat luas melalui sebuah media elektronik,yaitu akan dibuatnya sebuah website UMKM kerupuk gendar .Sehingga diharapkan masyarakat dan pengusaha kerupuk gendar kan mudah mendapatkan informasi mengenai UMKM kerupuk gendar, cara pemasaran kerupuk gendar.

3.5.3 Program Pengenalan Web

Merupakan program utama dan pokok yang wajib dikerjakan dan dilakukan oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer IIB Darmajaya yang sedang melaksanakan tugas pengabdian masyarakat. Tujuan dan maksud dari pembuatan web ini adalah untuk mengenalkan UMKM kerupuk gendar mengenai penjualan kerupuk gendar kepada masyarakat luas secara elektronik. Website UMKM kerupuk gendar bisa diakses dengan alamat <https://kerpukgendar31.wixsite.com/dashboard>. Fitur-fitur yang terdapat didalam website tersebut adalah halaman depan website, produk yang dijual, harga produk, diskon, dan proses pembayaran.



Gambar 3.5 profil web UKM Kerupuk Gendar

3.6 MEMBUAT INOVASI KERUPUK GENDAR

Nama : WILLIAM EDUARDO SINAGA

NPM : 1512110139

Jurusan : MANAJEMEN

3.6.1 Pengertian Inovasi

Inovasi adalah suatu proses hasil pengembangan pemanfaatan suatu produk, sumber daya yang telah ada sebelumnya, sehingga memiliki nilai yang lebih berarti.

3.6.2 Tujuan Inovasi

1. meningkatkan kualitas

untuk meningkatkan kualitas dan juga nilai sesuatu hal yang sudah ada, baik itu produk atau layanan. Dengan adanya inovasi terbaru, diharapkan produk-produk tersebut memiliki keunggulan dan manfaat yang lebih bernilai dari sebelumnya.

2. Menciptakan pasar baru

Dengan adanya produk yang lebih bernilai tinggi sebagai hasil dari inovasi, maka hal ini akan menciptakan pasar baru di masyarakat..

3. Mengganti Produk/ Layanan

Inovasi juga bertujuan untuk mengganti produk atau layanan yang dianggap kurang efektif/ efisien.

Pada awalnya ukm kerupuk gendar ini tidak memiliki rasa dan kemasan sehingga daya tarik pembeli kurang, maka itu mahasiswa pkpm membuat inovasi terhadap kerupuk gendar yang semulanya hanya kerupuk biasa kini kerupuk gendar diinovasikan menggunakan bubuk perasa. Inovasi selanjutnya tentang pengemasan dan pelabelan produk pada umkm kerupuk gendar.

Pengemasan produk merupakan salah satu bagian penting dalam proses produksi barang atau pengolahan produk pangan. Kemasan sebuah produk dapat menjadi salah satu unsur yang mempengaruhi nilai jual dan minatnya konsumen terhadap produk tersebut.

Diantara fungsi kemasan adalah melindungi produk dari kerusakan dan kontaminasi, menjaga mutu, serta meningkatkan nilai jual produk dan daya tarik konsumen. Kemasan yang menarik, biasanya menjadi hal pertama yang dilihat oleh konsumen dalam membeli suatu produk sehingga berperan penting dalam peningkatan nilai ekonomi masyarakat.