

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1. Memperbaiki Administrasi UMKM Desa Marga Catur

Nama : Elda Ricky Agus Pratama

NPM : 1612120188

Jurusan : Akuntansi

Desa Marga Catur merupakan desa yang perkembangannya cukup pesat sekali, terbukti dengan banyaknya usaha yang terdapat di Desa Marga Catur. Disamping itu Desa Marga Catur memiliki Usaha Mikro Kecil Menengah atau biasa yang disebut UMKM. UMKM di Desa Marga Catur memiliki 4 UMKM diantaranya Marning, Abon Cabe, Gula Merah dan Keripik Singkong. Kelompok 12 memfokuskan mengembangkan UMKM Keripik Singkong agar pemasarannya produk semakin Luas.

3.1.1. Pengertian UMKM

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang sering disebut dengan UMKM adalah sebuah lembaga usaha desa yang dikelola oleh pemerintah desa juga masyarakat desa tersebut dengan tujuan untuk memperkuat perekonomian desa dan dibentuk berdasarkan kebutuhan dan potensi yang ada di desa tersebut. UMKM merupakan sebuah badan usaha yang mampu membantu masyarakat dalam segala hal antara lain memenuhi kebutuhan sehari-hari, menjadi peluang usaha atau lapangan pekerjaan, menambah wawasan masyarakat desa. Pada dasarnya pendirian dan pengelolaan UMKM adalah sebuah wujud dari pengelolaan ekonomi produktif desa yang dilakukan secara kooperatif, partisipatif, emansipatif, transparansi, akuntabel dan *sustainable*. Untuk itulah membutuhkan pengelolaan UMKM yang serius agar bisa berjalan secara mandiri, efektif dan profesional. Untuk mencapai tujuannya UMKM

menggunakan cara pemenuhan kebutuhan masyarakat dalam bentuk pelayanan barang dan jasa. Kebutuhan masyarakat yang harus dipenuhi adalah kebutuhan pokok, selain itu pembekalan usaha bagi masyarakat juga menjadi salah satu hal yang sangat penting.

3.1.2. Pengertian Biaya

Biaya adalah pengeluaran ekonomis yang diperlukan untuk perhitungan proses produksi. Biaya ini didasarkan pada harga pasar yang berlaku dan pada saat proses ini sudah terjadi maupun belum terjadi. Menurut ilmu ekonomi, biaya terbagi menjadi dua yaitu biaya eksplisit dan biaya implisit. Biaya eksplisit adalah biaya-biaya yang terlihat secara fisik seperti uang. Sedangkan biaya implisit adalah biaya-biaya yang tidak terlihat secara langsung yaitu misalnya penyusutan barang modal.

3.1.3. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah akumulasi dari semua biaya-biaya yang dibutuhkan dalam proses produksi dengan tujuan untuk menghasilkan suatu produk atau barang. Biaya-biaya ini meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya operasional barang / pabrik, dan lain sebagainya. Biaya produksi ini harus diakumulasi secara cermat untuk kemudian dihitung dan dibandingkan dengan laba kotor perusahaan. Selisih pendapatan dikurangi dengan biaya produksi akan menjadi laba bersih perusahaan atau total keuntungan yang diperoleh. Biaya produksi adalah keseluruhan biaya produksi ekonomi yang dibutuhkan dalam kegiatan produksi suatu barang. Biaya produksi ini memiliki definisi yang berbeda dengan biaya operasional. Bedanya dengan biaya operasional adalah biaya operasional merupakan biaya atau pengeluaran oleh suatu perusahaan untuk mendukung sistem kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Yang termasuk kedalam biaya operasional adalah seperti biaya perlengkapan toko, biaya asuransi, biaya tagihan telepon / listrik / air untuk perusahaan, biaya iklan, biaya pajak, biaya pengiriman, biaya perlengkapan kantor, biaya perawatan alat-alat kantor / perusahaan atau biaya perawatan mesin, dan lain sebagainya. Dalam memproduksi suatu barang tentunya diperlukan sebuah proses produksi

yang panjang dan terencana dengan baik demi untuk menciptakan suatu produk yang benar-benar berkualitas.

3.1.4. Unsur-Unsur Biaya Produksi

1. Biaya Bahan Baku Langsung (*Direct Material Cost*)

Biaya bahan langsung atau *Direct Material Cost* adalah biaya pembelian bahan baku yang langsung masuk ke dalam produksi suatu produk. Bahan bahan langsung ini dikonsumsi sebagai bahan dari proses produksi.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung (*Direct Labor Cost*)

Biaya tenaga kerja langsung atau *direct labor cost* adalah biaya penuh dari semua tenaga kerja yang terlibat langsung dalam produksi barang atau jasa. Tenaga kerja yang di maksud adalah orang-orang yang berkerja langsung di jalur produksi. Biaya tenaga kerja langsung ini biasanya berupa upah, gaji, tunjangan dan asuransi yang dibayarkan karyawan yang terlibat dalam proses produksi.

3. Biaya Overhead Pabrik (*Factory Overheas Cost*)

Biaya Overhead Pabrik atau *factory Overheas cost* adalah biaya yang diperlukan untuk mempertahankan fungsi produksi, tetapi tidak langsung dikonsumsi pada unit individu. Biaya overhead pabrik meliputi:

1. Bahan tidak langsung yang digunakan dalam proses produksi tetapi tidak dapat dilacak langsung ke produk yang bersangkutan. Contohnya seperti singkong, minyak goreng, bumbu penyedap dan sebagainya.
2. Tenaga kerja tidak langsung, yaitu tenaga kerja yang tidak terlibat langsung dalam kegiatan produksi produk. Contohnya seperti pengawas, teknisi perawat mesin dan petugas keamanan.
3. Biaya-biaya lainnya, seperti sewa pabrik, sewa mesin dan asuransi biasanya diklasifikasikan sebagai biaya biaya lainnya dalam memperhitungkan biaya produksi.

3.1.5. Pengertian laporan keuangan

Laporan keuangan adalah output / proses akhir dari proses akuntansi. Laporan ini berfungsi sebagai bahan informasi dan bahan pengambilan keputusan bagi para pemakainya. Laporan keuangan juga digunakan sebagai bentuk pertanggung jawaban yang *accountable* serta sebagai indikator kesuksesan sebuah perusahaan.

3.1.6. Jenis laporan keuangan

1. Neraca

Neraca berisi gambaran posisi keuangan, yang menunjukkan aktiva, kewajiban dan ekuitas dari suatu perusahaan pada tanggal tertentu. Neraca aktiva lancar akan dipisahkan dengan neraca aktiva tidak lancar. Begitu juga kewajiban jangka pendek tentu akan dipisahkan dengan kewajiban jangka panjang.

2. Laporan Laba Rugi

Laporan Laba Rugi adalah ringkasan aktivitas transaksi pada perusahaan yang akan berpengaruh pada stabilitas, risiko dan prediksi pada suatu periode yang menghasilkan hasil usaha bersih atau kerugian yang timbul dari kegiatan usaha dan aktivitas lainnya. Laporan laba rugi perusahaan menampilkan berbagai unsur kinerja keuangan yang diperlukan bagi penyajian secara wajar.

3. Laporan Perubahan Ekuitas

Laporan perubahan ekuitas adalah laporan yang menyajikan peningkatan maupun penurunan aktiva-aktiva bersih atau kekayaan perusahaan selama periode tertentu yang didasarkan prinsip-prinsip pengukuran tertentu yang dianut dan harus diungkapkan dalam laporan keuangan.

4. Laporan Arus Kas Informasi

Pada umumnya laporan arus kas banyak digunakan sebagai indikator dari jumlah, waktu dan kepastian arus kas masa depan. Selain itu, arus kas berfungsi meneliti kecermatan dan ketepatan perkiraan/taksiran arus kas masa depan yang telah dibuat sebelumnya dan dalam menentukan hubungan antara *profitabilitas* dan arus kas bersih serta dampak perubahan harga yang diklasifikasikan menurut aktivitas operasi, investasi dan pendanaan.

5. Catatan Atas Laporan Keuangan

Catatan atas laporan keuangan meliputi penjelasan naratif atau rincian jumlah yang tertera dalam neraca, laporan laba rugi, laporan arus kas dan laporan perubahan ekuitas serta informasi tambahan seperti kewajiban kontijensi dan komitmen. Catatan atas laporan keuangan juga mencakup informasi yang diharuskan dan dianjurkan untuk diungkapkan dalam PSAK serta pengungkapan-pengungkapan lain yang diperlukan untuk menghasilkan penyajian laporan keuangan secara wajar.

3.1.7. Tujuan Laporan Keuangan

Pada awalnya, laporan keuangan digunakan oleh perusahaan sebagai alat uji pekerjaan bagian pembukuan/ akuntansi, tapi pada perkembangannya laporan keuangan juga digunakan sebagai dasar dalam menentukan atau menilai posisi keuangan perusahaan, menganalisa, memberikan informasi yang terpercaya tentang sumber-sumber ekonomi, menilai perusahaan dan perusahaan dapat mengambil keputusan yang tepat.

3.1.8. Penyusunan Laporan Keuangan UMKM

Didalam penyusunan laporan keuangan UMKM ketua dan Bendahara UMKM masih mengalami kendala karena masih belum rapi laporan keuangan mereka , jadi saya disini membantu mereka menyelesaikan masalah tersebut. Yang pertama saya lakukan yaitu membuat laporan keuangan perunit. Dimana laporan keuangan perunit usaha ini dimulai dari laporan mingguan, bulanan dan satu semester atau 6 bulan. Sehingga laporan tersebut dapat dijadikan satu menjadi laporan keuangan persemester UMKM Keripik Singkong Desa Marga Catur. Kemudian laporan tersebut disusun hingga menjadi laporan laba rugi persatu semester.



Gambar 3.1 Penjelasan Pembuatan Laporan Biaya Produksi dan Laporan Keuangan kepada kepala UMKM

MENGHITUNG BIAYA PRODUKSI UKM KERIPIK SINGKONG

Perhari

BAHAN BAKU	RINCIAN	TOTAL
Singkong mentega	50 kg/hari 1kg = Rp.2.000	Rp.100.000
Minyak makan	11 liter/hari	Rp.124.000
Bubuk rasa	2 kg/bulan=Rp.100.000 Perhari Rp.3.333	Rp.3.333
Garam		Rp.2.000
Total Bahan Baku		RP.229.333
BIAYA TENAGA KERJA LANGSUNG		
Tenaga Kerja	2 orang x Rp.50.000	Rp.100.000
Total Tenaga Kerja		Rp.100.000
BIAYA OVERHEAD PABRIK		
Kayu bakar	Rp.430.000/2bulan Perhari kayu bakar Rp.7.167	Rp.7.170
Plastik	1 $\frac{1}{2}$ kg	Rp.46.000
Total BOP		Rp.53.170
TOTAL BIAYA PRODUKSI		Rp.382.503

Tabel 3.1 Menghitung Biaya Produksi

Sehingga dapat diketahui bahwa harga pokok produksi untuk UMKM Keripik singkong dalam memproduksi 50 kg singkong menjadi 30 kg keripik singkong Rp.382.500 yang terdiri dari 23 kg keripik singkong kemasan 500 gram dengan jumlah 46 pcs, dan 7 kg keripik singkong kemasan 250gram dengan jumlah 28 pcs.

Rp.381.500: 30kg keripik singkong = Rp.12.750/kg keripik singkong

▪ **Harga Pokok Produksi**

✓ Keripik Singkong kemasan Besar/ 500 gram

23kg x Rp.12.750= Rp.293.250

Rp.293.250 : 46pcs500gram= Rp.6.375/pcs500gram

✓ Keripik singkong kemasan sedang/250gram

$7\text{kg} \times \text{Rp.}12.750 = \text{Rp.} 89.250$

$\text{Rp.} 89.250 : 28\text{pcs}250\text{gram} = \text{Rp.}3.187/\text{pcs}250\text{gram}$

▪ **Laba (50% lebih dari Harga Pokok Produksi)**

✓ $\text{Pcs}500\text{gram} \text{ Rp.}6.375 + \text{Rp}3.625 = \text{Rp.}10.000$

✓ $\text{Pcs}250\text{gram} \text{ Rp.} 3.187 + \text{Rp.}1.813 = \text{Rp.}5.000$

▪ **Harga Jual**

✓ $\text{Pcs}500\text{gram} \text{ Rp.}10.000/\text{pcs}$

✓ $\text{Pcs}250\text{gram} \text{ Rp.} 5.000/\text{pcs}$

Menghitung Laba Bersih Ukm Keripik Singkong

Perhari

Pendapatan Perhari Kotor	Note: 50 kg singkong mentah menjadi 30 kg keripik singkong jadi 1 kg keripik Singkong Rp.20.000	Rp.600.000
Pengeluaran dalam Produksi Keripik Singkong perhari		Rp.382.503
Pendapatan Bersih		Rp.217.497

Tabel 3.2 Menghitung Laba Bersih

LAPORAN RUGI

UMKM "KERIPIK SINGKONG"

Desa Marga Catur Kec.Kalianda Kab.Lampung Selatan

1 January 2019- 30 Juni 2019 (semester 1)

Pendapatan Bulan Januari	Rp 14.460.000	
Pendapatan Bulan Februari	Rp 15.654.000	
Pendapatan Bulan Maret	Rp 14.350.000	
Pendapatan Bulan April	Rp 15.349.000	
Pendapatan Bulan Mei	Rp 15.567.000	
Pendapatan Bulan Juni	Rp 16.524.000	
<i>Total Pendapatan</i>		Rp 91.904.000
Pengeluaran :		
Pengeluaran Bulan Januari	Rp 10.690.000	
Pengeluaran Bulan Februari	Rp 9.780.000	
Pengeluaran Bulan Maret	Rp 9.800.000	
Pengeluaran Bulan April	Rp 10.870.000	
Pengeluaran Bulan Mei	Rp 10.460.000	
Pengeluaran Bulan Juni	Rp 9.750.000	
<i>Total Pengeluaran</i>		Rp 61.350.000
<i>Laba UMKM Semester 1</i>		Rp 30.554.000

Tabel 3.3 Laporan Laba Rugi

3.2. Memasarkan Keripik Singkong Melalui Media Sosial

Nama : I Komang Pendi Prajoko
NPM : 1612110334
Jurusan : Manajemen

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi instagram, jejaring sosial, facebook, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Menurut Chris Garrett, Media sosial adalah alat, jasa, dan komunikasi yang memfasilitasi hubungan antara orang dengan satu sama lain dan memiliki kepentingan atau kepentingan yang sama.

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan social media dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan.

Promosion adalah kegiatan-kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat produk yang menawarkan para pelanggan untk membelinya,yaitu pengiklanan, penjualan tatap muka, promosi penjualan, publisitas. Sehingga mahasiswa Daramajaya melalui program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yang di lakukan di Desa Marga Catur Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan, membantu masyarakat UMKM dan PKK untuk mengembangkan usahanya agar bisa terjangkau luas dari setiap kalangan melalui Media Pemasaran untuk mempermudah dan membantu menguntungkan usahanya agar produk masyarakat

bisa dikenal luas dan ikut serta dalam hal pembangunan ekonomi masyarakat Desa Marga Catur.

Promosi yang ampuh dan efektif adalah promosi yang dilakukan secara online salah satunya yaitu melalui media sosial yang dapat menjangkau hingga keseluruhan wilayah. Media sosial mampu menyebarkan informasi dengan cepat dan daya jangkau yang luar biasa dibandingkan dengan media manapun. Penggunaan media sosial tersebut belakangan menjadi banyak diminati oleh masyarakat sebagai sarana untuk berkomunikasi. Oleh sebab itu menggunakan media sosial sebagai media untuk memasarkan produk keripik singkong. Produk keripik singkong ini dipromosikan melalui Instagram: @keripik_bu_rohimah, Facebook: @FARIHIN FIDZI, Whats App : @081272027490 Tokopedia : *keripiksingkongburohimah* .



Gambar 3.2 Sosial media Instagram

Melalui media sosial yang banyak tersedia saat ini seperti instagram, kita bisa memanfaatkannya sebagai sarana promosi pemasaran yang ada dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga jumlah penjualan dapat meningkat dari tahun ketahunnya. Kebanyakan para customer melihat di media sosial, media sosial menjadi sangat penting dalam membangun reputasi yang baik untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.



Gambar 3.3 Sosialisasi sosial media

3.3. Video Profil Desa

Nama : Amelia Fitriana
NPM : 1611010197
Jurusan : Teknik Informatika

3.3.1. Pembuatan Video Profil Desa

Video ini adalah teknologi yang di gunakan untuk menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan serta menata ulang gambar yang bergerak. Video ini merupakan 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, keamanan, potensi alam, wisata, dll). Video ini sendiri didasari oleh adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Oleh karena itu di jaman perkembangan teknologi informasi komunikasi yang sangat 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. Pembuatan video profil di bagi menjadi beberapa bagian, tergantung kepada alat yang tersedia, media editing maupun faktor lainnya. Kualitas suatu video tentunya dipengaruhi oleh hal-hal tersebut.

3.3.2. Maksud pembuatan video

Maksud dari pembuatan video profil ini sendiri adalah untuk memperkenalkan potensi yang dimiliki Desa Marga Catur kepada netizen di sosial media seperti Instagram, Dan mengutamakan wisata sebagai nilai jual kepada masyarakat luas.

3.3.3. Tujuan dan Sasaran

Tujuan dari Video Profil ini sendiri agar dapat menarik minat para wisatawan, serta para wirausahawan untuk berkunjung dan membangun perekonomian yang lebih maju dengan memperlihatkan potensi strategis daerah untuk membangun sebuah usaha. Sasaran yang ingin dicapai yaitu para pengguna sosial media seperti Instagram, Facebook, dll.

3.3.4. Alat dan Software

1. Alat

- Laptop HandPhone/hp
- Camera HandPhone/hp
- Iphone 6s

2. Software

- *Adobe Premier*

3.3.5. Proses pembuatan video profil desa



Gambar 3.4 Proses Pembuatan Video

Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan . Kegiatan ini dilaksanakan selama 1 (satu) bulan, dengan rincian tanggal sebagai berikut:

- a. 20 Agustus 2019 – 19 September 2019
- b. Tahap pengerjaan Video dimulai dari tanggal 17 September 2019 sampai dengan 22 September 2019

3.3.6. Faktor Pendukung dan Penghambat

- Faktor pendukung
Faktor pendukung dari program ini adalah adanya Bantuan dari teman -teman kelompok yang telah membantu dalam hal fikiran dan tenaga.
- Faktor penghambat
Kurangunya jaringan internet untuk mempublikasikan video kedia sosial, Kurangnya ketersediaan alat seperti camrecord, camera, dan camera pendukung lainnya.

3.4. Pembuatan Kemasan Produk Keripik Singkong

Nama : Ratih Eprilia Aryanti
NPM : 1612110119
Jurusan : Manajemen

3.4.1. Pembuatan Kemasan Produk Keripik Singkong

Salah satu daya tarik suatu produk adalah terlihat 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 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.

Dalam pemilihan kemasan, kemasan yang dipilih sebagai Keripik Singkong adalah Plastik untuk pengemasannya, dengan ukuran sedang. Kegunaan Plastik keripik singkong tentu saja untuk mengemas suatu makanan, permukaannya bening dan transparan berguna untuk memperlihatkan keindahan makanan yang menggugah selera tanpa harus khawatir terkena debu, angin. Plastik pengemasan keripik singkong bersifat fleksibel serta mudah untuk didapatkan dimana saja seperti dipasar, ditoko plastik, dan supermarket dengan harga yang tidak mahal.

Hal inilah yang menjadi alasan menggunakan plastik keripik singkong sebagai kemasan produk.

3.4.1.1. Tujuan pengemasan Keripik Singkong, antara lain seperti berikut

- a. Kemasan memenuhi syarat keamanan dan kemanfaatan
- b. Kemasan melindungi produk dalam perjalanannya dari produsen ke konsumen.
- c. Kemasan dapat mendukung program pemasaran. Melalui kemasan, identifikasi produk menjadi lebih efektif dan dengan sendirinya mencegah pertukaran oleh produk pesaing atau sebagai ciri khas usaha masing tersebut.

3.4.1.2. Manfaat pengemasan keripik singkong, antara lain sebagai berikut:

- a. Produk-produk yang dikemas biasanya lebih bersih, menarik, dan tahan terhadap kerusakan yang disebabkan oleh cuaca.
- b. Kemasan merupakan satu-satunya cara UMKM membedakan produknya (ciri pembeda produk).
- c. Kemasan yang menarik dapat memikat dan menarik perhatian konsumen (menambah daya tarik produk).
- d. Kemasan dapat menambah nilai jual produk.

3.4.2. Pembuatan Merk Kemasan Keripik Singkong

Merk merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen. Merk di pandang dapat menaikkan penjualan atau status pembeli , dalam pembuatan merk harus ada namanya yaitu antara lain: ringkasan dan sederhana, mengandung keaslian, mudah di mengerti dan muda di baca tidak bersifat *negative* karena supaya mudah di kenal oleh masyarakat dan masyarakat tahu bahwa produk Keripik Singkong adalah suatu produk unggulan yang ingikan. Dengan ada nya design merk kita bisa jadikan sebagai sarana untuk mengembangkan suatu produk salah satu nya adalah promosi, sehingga dapat mempermosikan hasil produksi cukup dengan menyebut merknya, dan juga sebagai jaminan atas mutu barang yang di perdangkan serta merk juga menunjukkan asal barang tersebut dihasilkan. *Desain* merk yang baik dapat memperngaruhi penjualan produk yang kita jual dan meningkatkan kemasan yang di peroleh , produksi kemasan sampai kegunaan kemasan, dengan itu perlu di

buatkan merk dagang yang mencantumkan nama produk dan *contact person* untuk mempermudah penjualan Keripik Singkong Bu Rohimah yang berada di Desa Marga Catur Kabupaten Lampung Selatan, karena UKM yang berada di desa Marga Catur Kabupaten Lampung Selatan sudah ada sejak tahun 2016 jadi dengan kedatangan mahasiswa PKPM Darmajaya membantu untuk memasarkan lebih luas agar pendapatan yang diperoleh setiap hari nya bertambah. Produk keripik singkong bu Rohimah juga menginovasikan Keripik Singkong sebagai produk UMKM yang memiliki banyak inovasi rasa yang sebelumnya hanya terdapat (dua) pilihan rasa.



Gambar 3.5 Merk Kemasan



Gambar 3.6 Produk Keripik

3.5. Membuat Inovasi Keripik Singkong Desa Marga Catur

Nama : Ade Epafra

NPM : 1612110419

Jurusan : Manajemen

Dengan melihat potensi desa, berinovasi untuk membuat produk yang memanfaatkan singkong sebagai salah satu bahannya. Keripik singkong adalah makanan olahan dari singkong yang dikupas di iris lalu digoreng dengan minyak panas. Tujuan digoreng adalah untuk mengurangi kadar air didalam singkong serta membuat keripik singkong agar lebih renyah. Keripik singkong yang diolah dari Desa Marga Catur. Keripik Singkong dapat dikonsumsi oleh semua kalangan anak-anak, ataupun remaja. Maka dari itu menciptakan inovasi tambahan varian rasa coklat, jagung bakar, barbeque dan sapi panggang. Tapi dengan varian rasa ini, tidak akan mengurangi rasa khas dari bahan dasar keripik singkong itu sendiri.

3.5.1. Tujuan

Dari pembuatan Keripik Singkong dengan varian rasa memiliki beberapa tujuan:

1. Mampu menjadikan Desa Marga Catur sebagai salah satu desa ekonomi kreatif yang berbasis teknologi.
2. Dapat membantu penghasilan masyarakat Desa Marga Catur dengan mengandalkan potensi desa yang ada .
3. Membantu mengembangkan Desa Marga Catur agar dikenal oleh seluruh masyarakat di Indonesia.
4. Menambah lapangan pekerjaan yang ada di Desa Marga Catur sebagai alternatif mengurangi pengangguran.

3.5.2. Luaran yang Diharapkan

Produk cemilan Keripik Singkong ini akan membantu Desa Marga Catur dalam mengembangkan dalam mengembangkan potensi desanya. Terlebih potensi di bidang hasil bumi desa itu sendiri. berharap produk keripik singkong ini dapat meningkatkan ide kreatifitas Masyarakat Marga Catur yang ada, karena dengan itu, Desa Marga Catur akan menjadi salah satu Desa yang memiliki nilai ekonomi kreatifnya.

Produk ini juga didukung dengan pengemasannya dan pemasarannya yang baik. Dengan teknologi yang sudah maju sekarang ini, maka sistem pengemasan dan pemasarannya pun akan menggunakan teknologi modern agar dapat dikenal oleh masyarakat luar secara cepat. Seperti Instagram (Keripik Singkong), Whatsapp dan media – media lainnya.



Gambar 3.7 Inovasi produk

3.6. Pembuatan Website Desa Marga Catur dengan wordpress

Nama : Fela Mustika
NPM : 1611050093
Jurusan : Sistem informasi

3.6.1. Pengetian Website

Menurut Fathurrahman (2014), *website* adalah kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau bergerak, data animasi, suara, video dan gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan halaman website digolongkan menjadi 2 jenis yaitu statis dan dinamis. Zaman perkembangan teknologi

informasi komunikasi yang begitu cepat saat ini sangat di perlukan suatu web desa untuk mempermudah dalam mengakses dan mendapatkan informasi dari suatu desa.

Pembangunan dewasa ini tidak bisa dipisahkan dari perkembangan teknologi informasi. Pemanfaatan teknologi informasi yang saat ini berkembang pesat semakin meluas seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan ketersediaan informasi yang akurat dan cepat. Kemajuan teknologi informasi saat ini ialah pemanfaatan jaringan internet yang memungkinkan setiap orang dapat mengakses atau memperoleh data-data yang tersedia secara bersama-sama melalui jaringan yang saling terhubung. Era teknologi dan globalisasi juga semakin mendorong timbulnya kebutuhan informasi yang cepat dan tepat. Hal itu dirasakan sangat vital bagi masyarakat saat ini di berbagai bidang. Keberhasilan sistem ini dapat diukur berdasarkan maksud pembuatannya, yaitu keserasian dan mutu data, pengorganisasian data dan tata cara penggunaannya.

Tidak hanya di perkotaan, di wilayah pekampungan pun sudah dimasuki oleh perkembangan teknologi informasi. Penyebaran informasi desa dan potensi yang dimiliki oleh suatu kampung dengan menggunakan teknologi yang sudah berkembang akan meningkatkan kualitas dan ketepatan data yang tersedia. Potensi alam maupun masyarakat yang beragam merupakan sumber penghasilan untuk wilayah tersebut, luasnya wilayah dan jauhnya kampung dari pusat kota mengakibatkan informasi tentang desa ini kurang diketahui masyarakat dan perlunya pemetaan untuk melihat dan memperhitungkan kekayaan alam yang dimiliki suatu desa. Dalam membantu pembangunan dan pengembangan desa dibutuhkan sebuah alat yang dapat mengelola informasi yang ada di desa tersebut sehingga menghasilkan data yang tertata dan mudah untuk didapatkan/digunakan. Dengan demikian dapat membantu desa untuk mengembangkan dan memberikan informasi yang berada di desa itu.

3.6.2. Maksud, Tujuan dan Sasaran yang ingin Dicapai

- **Maksud**

Maksud dari kegiatan pelatihan dan demo *Website* Desa adalah untuk memberi arahan kepada admin web desa sebelum aktivasi dan menjalankan *Website* Desa.

- **Tujuan**

Tujuan dari pelatihan *Website* Desa adalah untuk memudahkan operator/admin desa setelah aktivasi.

- **Sasaran**

Sasaran yang ingin dicapai yaitu operator/admin *Website* desa Marga Catur dapat menjalankan web desa setelah aktivasi dan membagi segala informasi terbaru seputar desa.

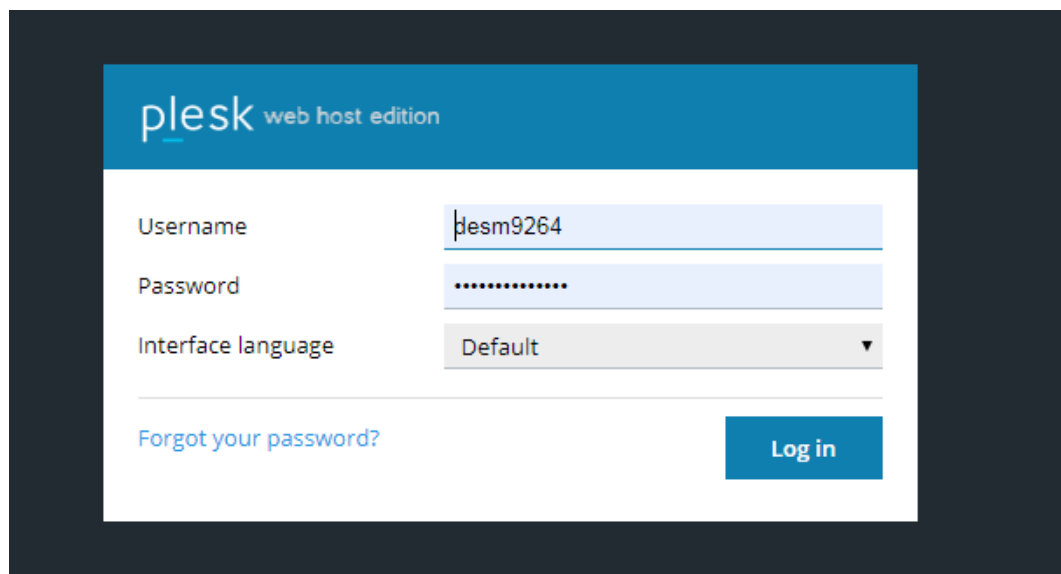
3.6.3. Melakukan Sosialisasi Web Desa kepada perangkat Desa Marga Catur

Setelah *Website* Desa sudah siap untuk disampaikan kepada perangkat Desa, melaksanakan sosialisasi yang dilaksanakan pada :

Hari/Tanggal : Rabu, 18 september 2019

Waktu : 13.00 WIB – s/d selesai

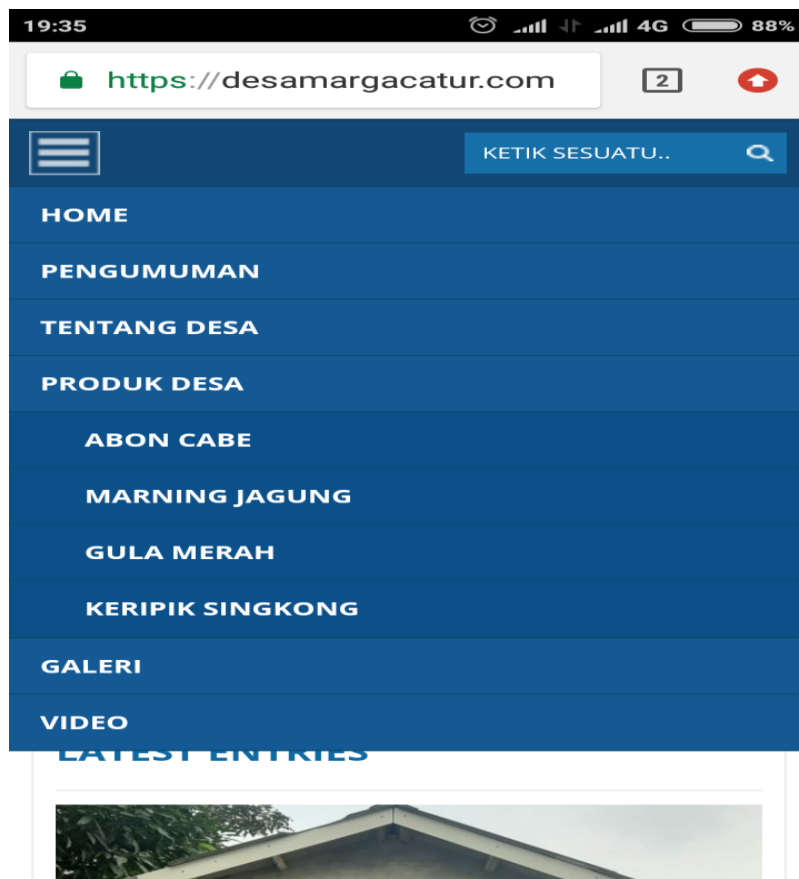
Lokasi : Kantor Balai Desa Marga Catur



Gambar 3.8 Login Website Desa



Gambar 3.9 Halaman Home



Anda ada di: [Home](#) / [Tentang Desa](#)

TENTANG DESA

Diterbitkan : Senin, 16 Sep 2019

- **Deskripsi WilayahSejarah Desa**

pada tahun 1996 desa margacatur adalah wilayah desa induk Desa Tajimalela yang dipimpin oleh Bapak Alam Purba. Marga catur pada kala itu termasuk dusun yang jauh dari Desa Induk Tajimalela ± 17 km. pada tahun 1997 di bentuk panitia pemekaran Desa yang diketuai oleh bapak Paryo, dan dusun-dusun kantong bergabung menjadi calon desa persiapan Marga catur. Pada tahun 1998 Marga catur di resmikan menjadi desa persiapan, berdasarkan SK KEPALA DAERAH TINGKAT II SELATAN N0.113 tahun 1998 atas dasar usulan pemekaran Desa Tajimalela kecamatan kalianda pada tanggal 13 Juli 1997 nomor. 146. 1/1275/23d/1997. Pada tahun 2000 Desa Persiapan Margacatur menjadi desa Definitif berdasarkan keputusan Gubernur Tingkat I Lampung Tanggal 19 Februari 2000 Nomor 05 Tahun 2000 dan Desa Marga catur dipimpin oleh bapak paryo periode1998-2002.

Adapun wilayah desa marga catur yaitu:

- Dusun I Sarirejo :4 RT
- Dusun II Belik :3 RT
- Dusun III Jojogan :4 RT
- Dusun IV Sukajaya :2 RT
- Dusun V Sukajadi :1 RT

BERITA TERBARU

PKPM Kelompok 12
3 hari yang lalu

PKPM Kelompok 11
3 hari yang lalu

JANGAN LUPA BERSYUKUR

September 2019

S	S	R	K	J	S	M
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Gambar 3.11 Halaman Tentang Desa

Anda ada di: [Home](#) / [Video](#) / VIDEO

VIDEO

5 hari yang lalu - Assalar

PKPM Desa Margacatur Kalianda

Tonton nanti Bagikan

VIDEO

Dibuat : Selasa, 17 Sep 2019

BERITA TERBARU

PKPM Kelompok 12
3 hari yang lalu

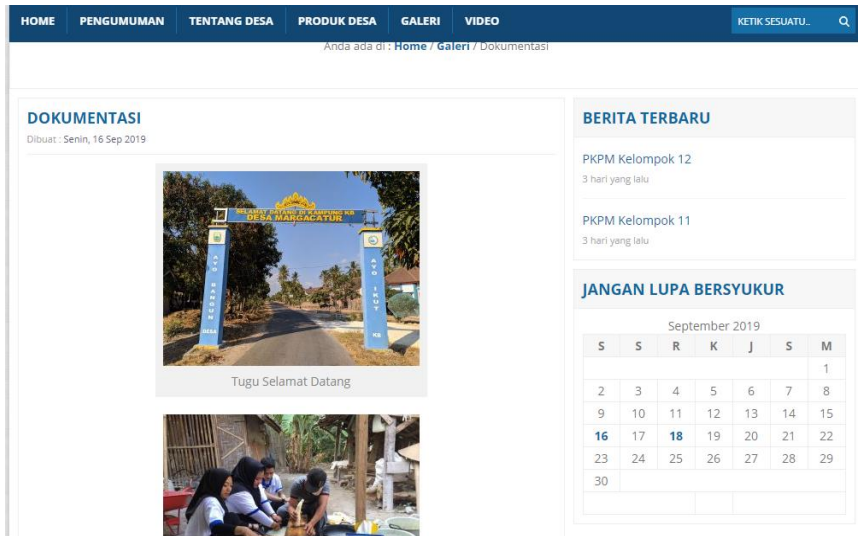
PKPM Kelompok 11
3 hari yang lalu

JANGAN LUPA BERSYUKUR

September 2019

S	S	R	K	J	S	M
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Gambar 3.12 Halaman Video



Gambar 3.13 Halaman Galeri



Gambar 3.14 Halaman UMKM Keripik Singkong

Silahkan isi formulir pembelian

Nama (wajib)

Surel (wajib)

Situs web



Pesan

Gambar 3.15 Fitur Pemesanan

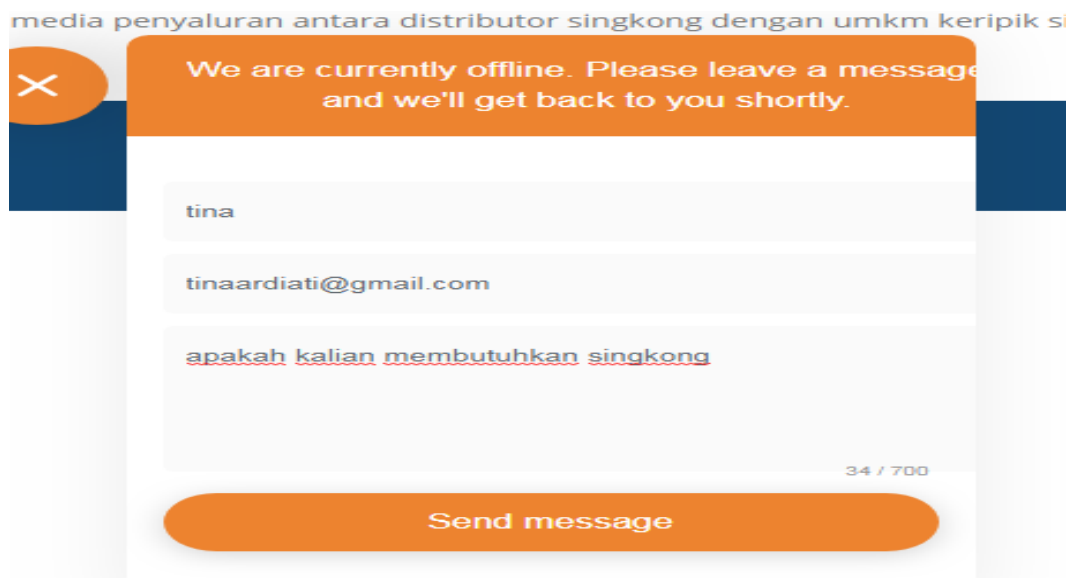
DISTRIBUSI SINGKONG

Diterbitkan : Senin, 30 Sep 2019 - Kategori : Uncategorized 0 komentar

media penyaluran antara distributor singkong dengan umkm keripik singkong

  **Live Chat**

kami membutuhkan singkong untuk dijadikan olahan keripik singkong jika ada yang ingin mensuplai singkong kepada umkm kami siap membayarnya



Gambar 3.16 Fitur chat penghubung distributor singkong

3.6.4. Hasil yang dicapai dan Tindak Lanjut

Pelatihan *Website* Desa ini bertujuan memberi arahan kepada calon admin *Website* supaya dapat menjalankan web desa setelah aktivasi dan diharapkan dapat membagi segala informasi desa dan dapat di akses masyarakat maupun UMKM di manapun dan kapanpun.

3.6.5. Faktor Pendukung dan Penghambat

a. Faktor pendukung

Faktor pendukung dari program ini adalah adanya dukungan penuh dari teman – teman kelompok, antusias perangkat desa yang ingin menjadi operator/admin web sidesa, tersedianya laptop dan bantuan dari teman-teman sekelompok.

b. Faktor penghambat

Tidak terlalu lancar koneksi internet pada saat demo dan pelatihan, dan tidak memadai alat seperti laptop dan pendukung jaringan internet desa.