

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Laporan Kegiatan Inovasi Pengolahan Tahu Kuning Menjadi Keripik Tahu (Nadya Ellyana Syndi 1612110146)

Inovasi memiliki empat ciri yakni :

1. Memiliki kekhasan / khusus artinya suatu inovasi memiliki ciri yang khas dalam arti ide, program, tatanan, sistem, termasuk kemungkinan hasil yang diharapkan.
2. Memiliki ciri atau unsur kebaruan, dalam arti suatu inovasi harus memiliki karakteristik sebagai sebuah karya dan buah pemikiran yang memiliki kadar Orsinalitas dan kebaruan.
3. Program inovasi dilaksanakan melalui program yang terencana, dalam arti bahwa suatu inovasi dilakukan melalui suatu proses yang yang tidak tergesa-gesa, namun keg-inovasi dipersiapkan secara matang dengan program yang jelas dan direncanakan terlebih dahulu.
4. Inovasi yang digulirkan memiliki tujuan, program inovasi yang dilakukan harus memiliki arah yang ingin dicapai, termasuk arah dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut.

Sifat Perubahan Inovasi

Terdapat enam kelompok sifat perubahan dalam inovasi diantaranya :

1. Penggantian (substitution)

Contoh Inovasi Penggantian (substitution) misalnya dalam penggantian jenis sekolah, penggantian bentuk perabotan, alat-alat atau sistem ujian yang lama diganti dengan yang baru.

2. Perubahan (alternation)

Contoh Inovasi Perubahan (alternation) yakni Mengubah tugas guru yang tadinya hanya bertugas mengajar, ditambah dengan tugas menjadi guru pembimbing dan penyuluhan / mengubah kurikulum sekolah yang semula bercorak teoretis akademis menjadi kurikulum dan mata pelajaran yang berorientasi bernuansa keterampilan hidup praktis.

3. Penambahan (addition)

Contoh inovasi Penambahan (addition) adalah Adanya pengenalan cara penyusunan dan analisis item tes objektif di kalangan guru sekolah dasar dengan tidak mengganti atau mengubah cara-cara penilaian yang sudah ada.

4. Penyusunan kembali (restructturing)

Contoh Inovasi Penyusunan kembali (restructturing) adalah Upaya menyusun kembali susunan peralatan, menyusun kembali komposisi serta ukuran dan daya tampung kelas, menyusun kembali urutan mata-mata pelajaran / keseluruhan sistem pengajaran, sistem kepegangatan, sistem pembinaan karier baik untuk tenaga edukatif maupun tenaga administratif, teknisi, dalam upaya perkembangan keseluruhan sumber daya manusia dalam sistem pendidikan.

5. Penghapusan (elimination)

Contoh Inovasi Penghapusan (elimination) adalah Upaya menghapus mata-mata pelajaran tertentu seperti mata pelajaran menulis halus, atau menghapus kebiasaan untuk senantiasa berpakaian seragam

6. Penguatan (reinforcement)

Contoh Inovasi Penguatan (reinforcement) ialah Upaya peningkatan atau pementapan kemampuan tenaga dan fasilitas sehingga berfungsi secara optimal dalam permudahan tercapainya tujuan pendidikan secara efektif dan efisien.

Kegiatan ini dimulai dengan melakukan survei ke lokasi UKM –UKM yang ada di Desa Purwodadi Simpang. Kemudian, kami melakukan wawancara mengenai UKM di Desa Purwodadi Simpang. Dan kenyataan yang didapatkan di lapangan adalah Desa Purwodadi Simpang telah memiliki beberapa UKM Seperti UKM Tahu dan UKM Kripik pisang. UKM Tahu di Desa Purwodadi Simpang memiliki tingkat produksi yang tinggi, UKM Tahu Desa Purwodadi Simpang juga sudah menjual produknya hingga keluar Desa Purwodadi Simpang.

Permasalahan yang kami temukan dalam UKM tahu tersebut adalah dimanapengelolaan Tahu hanya dijalankan berdasarkan pengetahuan turun-temurun dari keluarga, tidak ada inovasi dari pengolahan tahu sehingga UKM tahu tersebut tidak dapat berkembang dan dikenal secara luas. Mengetahui hal tersebut langkah selanjutnya adalah, Kami melakukan koordinasi dengan pemilik UKM Tahu dengan memperkenalkan sebuah inovasi yang dapat diproduksi oleh UKM Tahu tersebut dimana tahu kopong yang dijadikan sebuah produk dengan nilai jual yang lebih tinggi yaitu “Kripik Tahu”.

Bahan-bahan membuat Kripik Tahu:

- Tahu Kopong
- Tepung Maizena
- Perisa Jangung Manis
- Perisa Jagung bakar
- Perisa balado

Proses Pembuatan Kripik Tahu

- Tahap pertama adalah menyiapkan tahu kopong.
- Kemudian belah tahu kopong menjadi dua bagian, lalu keluarkan bagian dalam isi tahu kopong tersebut dan diletakkan dalam sebuah mangkok.
- Kemudian pisahkan bagian yang tahu kopong yang sudah dikeluarkan isinya dengan isi tahu kopong tersebut.
- Setelah itu siapkan tepung maizena untuk melumuri tahu.
- Setelah dilumuri tepung yaitu tahu siap untuk digoreng idalam minyak panas.
- Setal selesai digoreng tunggu beberapa saat hingga minyak tiris dan Keripik tahu sedikit dingin barulah Keripik tahu dilumuri dengan beberapa varian rasa seperti jagung bakar,jagung manis, dan balado.
- Tahap terakhir setelah diberi beberapa varian rasa maka Keripik tahu siap dikemas dalam kemasan yang sudah diberi merk.



Gambar 3.1 Proses pembuatan kripik tahu



Gambar 3.2 Hasil Inovasi Kripik Tahu

3.2.1 Rencana Kegiatan Individu Pembuatan Kemasan dan Brand atau Merek untuk Produk Kripik Tahu. (Lingga Lano 1611010188)

Kotler dan Armstrong (2012), Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa 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. Ditambah merek juga menyatakan sesuatu tentang konsistensi dan kualitas. Artinya bila kualitas dan konsistensi suatu merek itu bagus, maka akan sangat mudah diterima oleh konsumen.

Kotler (2009) Menurut Kotler, pengertian branding adalah pemberian nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari kesemuanya, yang dibuat dengan tujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk membedakan dari barang atau jasa pesaing.

Pembuatan merk merupakan sebuah proses awal yang paling utama dilakukan dalam membuat suatu usaha. Karena, merk sangat mempengaruhi dalam identitas sebuah produk tersendiri. Pemberian nama atau merk sebuah produk biasanya dilakukan diawal pembuatan UKM , karena apabila UKM tersebut sudah berjalan kemudian sudah mendapatkan nama atau merk tersendiri bagi para konsumen, maka nama produk tersebut tidak akan di ganti-ganti lagi.

Setelah melakukan musyawarah pembuatan merk dengan pemilik UKM yang bernama Bapak Rohim menghasilkan sebuah merk untuk produk tersebut adalah “Kripik Tahu Mas Rohim”

Logo merupakan suatu gambar atau sekedar seketsa yang memiliki arti tertentu yang mewakili arti sebuah produk. Logo harus memiliki filosofi dan krangka dasar berupa konsep dengan tujuan melahirkan sifat yang berdiri sendiri atau mandiri logo lebih lazim dikenal oleh penglihatan atau visual. Seperti ciri khas berupa warna dan bentuk logo tersebut.

Dalam tahap ini sebuah produk sudah memiliki nama atau merk, pembuatan logo merupakan sebuah proses yang jangan sampai terlupakan. Karena dengan adanya merk disertai dengan logo, maka akan membuat tampilan suatu produk lebih menarik dan pastinya akan mudah diingat oleh konsumen.

Adapun lankah-langkah dalam pembuatan logo tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pada pembuatan logo ini kami menggunakan aplikasi PicsArt untuk mendisain logonya



Gambar 3.3 Aplikasi PicsArt

2. Proses selanjutnya yaitu pembuatan desain logo pada aplikasi tersebut dari bentuk logo yang akan kami buat.



Gambar 3.4 Desain bentuk logo

3. Yang terakhir adalah penulisan nama logo dan penempelan gambar logo pada PicsArt sehingga logo lebih baik.



Gambar 3.5 Logo



Gambar 3.6 Hasil Inovasi Logo Produk

Setelah data mengenai UKM tersebut terkumpul, kami mulai mendesain logo UKM tersebut, yang kami harapkan produk UKM memiliki logo tersendiri. Dengan begitu logo akan kami cetak dan akan ditempelkan pada kemasan produk tersebut.

3.3 Rencana Kegiatan Individu Pembuatan Digital Marketing untuk produk Kripik Tahu. (Ranti Noviyana 1612110490)

Menurut Kleindl & Burrow “2005”, Proses perencanaan dan pelaksanaan dari ide atau pemikiran konsep, harga, promosi dan distribusi. Marketing dapat diartikan lebih sederhana yakni pembangunan dan pemeliharaan hubungan yang saling memuaskan antara perusahaan dan konsumen

Rencana kegiatan individu pembuatan digital marketing untuk tahu produk Kripik Tahu ini yaitu membantu dalam memasarkan produk Kripik tahu supaya lebih dikenal masyarakat. Media yang digunakan adalah *Instagram*. Kami juga mencoba untuk membuat Merk dan membuat pengemasan untuk Kripik Tahu yang akan kita produksi sehingga kelihatan lebih menarik dan menjadi daya tarik untuk membeli. Kami berharap melalui adanya media marketing dan inovasi pada bentuk kemasan, Kripik Tahu dapat dikenal oleh masyarakat, baik dari masyarakat Desa Purwodadi simpang itu sendiri maupun masyarakat luas.

Pembuatan Digital Marketing Pada UKM Tahu

a. Mencari Informasi Tentang UKM

Kegiatan ini kami mulai dari mencari informasi mengenai UKM. Awalnya kami mendatangi kediaman Bapak Rohim, yang merupakan salah satu pemilik home industri pembuatan Tahu. Kemudian kami mulai mengumpulkan informasi mencari apa yang menjadi kendala pada UKM tersebut. Pengumpulan informasi tersebut kami lakukan dengan mewawancarai Bapak Rohim, pemilik UKM Tahu di Kecamatan Tanjung Bintang. Dari hasil wawancara kami mengetahui bahwa Tahu tersebut mengalami kendala pada sistem marketing dan pengembangan usaha Tahu itu sendiri.

b. Merencanakan Pembuatan Sistem Marketing Dari Informasi yang telah didapat pada UKM Tahu.

Kami melakukan perencanaan bersama untuk membuat sistem marketing online menggunakan *Instagram*. Menurut kami, sosial media merupakan media bisnis online yang paling cocok di zaman sekarang untuk mengoptimisasi marketing UKM karena dengan menggunakan media tersebut Tahu yang sudah lama dirintis ini, produknya dapat tersebar luas di berbagai wilayah..

c. Mengumpulkan data UKM

Kami mulai mengumpulkan data-data yang dibutuhkan untuk pembuatan media marketing Tahu seperti gambar dari produk, nama Tahu dan profile mengenai UKM Tahu tersebut.

d. Pembuatan Instagram

Setelah produk sudah memiliki Merk kemudian kami mulai membuat *Instagram* untuk mengoptimisasi marketing pada produk Keripik tahu. Kami mulai memasukkan data-data Keripik tahu meliputi gambar, harga, lokasi, dan penjelasan mengenai Tahu

e. Langkah-langkah pembuatan sosial media sebagai media marketing

1. Membuat Email di Gmail

- Ketik www.gmail.com di browser.
- Mengisi form pendaftaran dari gmail seperti : nama depan, nama belakang, pilih ID gmail, kata sandi, tempat tinggal, dll.
- Setelah itu klik tombol BUAT AKUN SAYA sampai dihalaman berikutnya mengisikan 2 pertanyaan rahasia beserta jawabannya, mengisi kode CHAPTA lalu klik tombol selesai.

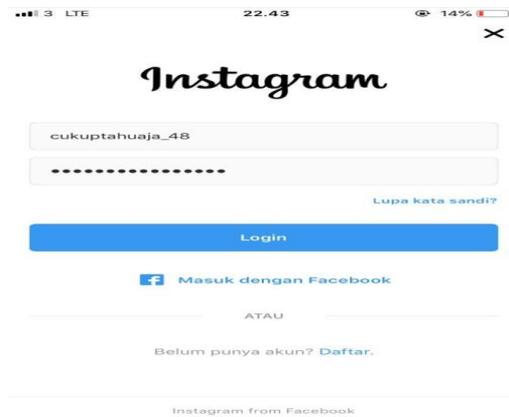
2. Membuat akun Instagram

- Langkah Pertama membuka aplikasi Instagram



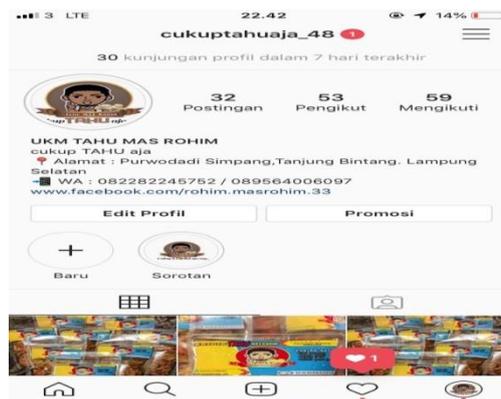
Gambar 3.7 masuk ke aplikasi instagram

- Klik kolom username dan password dan isi sebagai akun Keripik tahu.

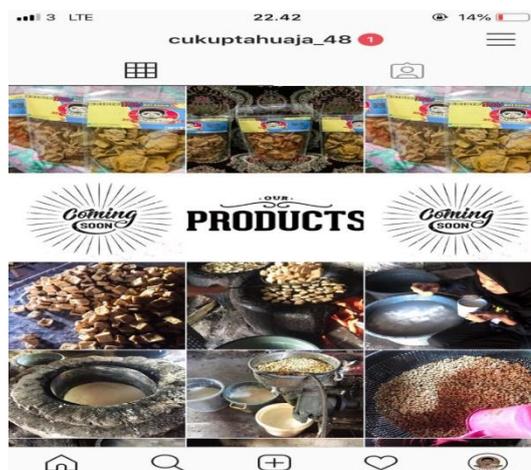


Gambar 3.8 Pengisian identitas Instagram

- akan tampil pada halaman awal pengolahan untuk menginput segala macam jenis produk yang akan kita inputkan.



Gambar 3.9 home instagram



Gambar 3.10 Hasil Akun Instagram

- Cara menggunakan instagram yaitu menginput product yang akan kitamasukan ke instagram untuk mengenalkan product kita pada internet marketing. Penginputan product dapat dilakukan pada halaman awal yang tertera pada instagram.caranya yaitu dengan memilih product yang akan diinput kemudian pilih selanjutnya untuk ngeinput produk tersebut.

f. Menjelaskan Penggunaan Instagram

Setelah media sosial selesai dibuat, kami memberikan penjelasan cara penggunaan Instagram kepada Bapak Rohim. Diharapkan Bapak Rohim dapat menjalankan sendiri dalam memasarkan Tahu dan menyalurkan pengetahuan yang dia miliki kepada beberapa anggota lainnya yang membantu dalam pembuatan produk Tahu menjadi Kripik Tahu.

3.4 Perhitungan HPP dan Laporan Laba/Rugi Penjualan Kripik Tahu (Kania Chairunnisa K.P 1612120075).

Perhitungan Biaya Produksi Keripik Tahu.

Biaya adalah semua pengorbanan yang perlu dilakukan untuk suatu proses produksi, yang dinyatakan dengan satuan uang menurut harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi. Menurut Carter (2009:30), mendefinisikan “biaya sebagai suatu nilai tukar, pengeluaran, atau pengorbanan yang dilakukan untuk menjamin perolehan manfaat”. Dunia dan Abdullah (2012:4) menyatakan bahwa, Akuntansi biaya adalah bagian dari akuntansi manajemen dimana merupakan salah satu dari bidang khusus akuntansi yang menekankan pada penentuan dan pengendalian biaya. Sedangkan dalam pengelolaan perusahaan, akuntansi biaya merupakan bagian penting dari ilmu akuntansi dan telah berkembang menjadi tools of management, yang berfungsi menyediakan informasi biaya bagi kepentingan manajemen agar dapat menjalankan fungsinya dengan baik. Menurut Siregar dkk (2013:23) “biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang”. Berdasarkan definisi biaya diatas dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan pengorbanan

sumber ekonomis yang diukur dengan satuan uang, untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat saat ini maupun akan datang.

Berikut ini adalah perhitungan biaya-biaya yang dibutuhkan dalam produksi Keripik tahu:

No	Kebutuhan	Satuan	Harga/satuan	Jumlah
1	Tahu Kopping	200 buah	Rp 170	Rp 34.000
2	Bumbu Rasa	3bungkus	Rp 5.000	Rp 15.000
3	Tepung Bumbu	5 bungkus	Rp 2.400	Rp 12.000
4	Minyak Goreng	1 liter	Rp 11.000	Rp 11.000
Total Biaya Bahan Baku untuk satu kali produksi			Rp 72.000	
Total Bahan Baku selama sebulan (15x produksi)			Rp.1.080.000	

3.1 TabelBiaya Bahan Baku

Peralatan	Quantity	Price	Total
Wajan Besar	2 buah	Rp 50.000	Rp 100.000
Sutil	2 buah	Rp 10.000	Rp 20.000
Saringan Minyak	1 buah	Rp 15.000	Rp 15.000
Bak Plastik	2 buah	Rp 10.000	Rp 20.000
Toples Plastik	3 buah	Rp 10.000	Rp 30.000
Plastik Kemasan Besar	2 pack	Rp 30.500	Rp 61.000
Logo/Merk	20 lembar	Rp 10.000	Rp 200.000
Gas	12 tabung	Rp 25.000	Rp 300.000
Total Peralatan			Rp 746.000

3.2Biaya Overhead Pabrik - Depresiasi Peralatan per Produksi Peralatan

Perhitungan Harga Pokok Produksi

Produksi dilakukan 15kali dalam sebulan dan peralatan diperkirakan memiliki nilai ekonomis selama1 tahun. Produksi yang dapat dilakukan peralatan : 15 kali x 12bulan = 180 kali produksi.

Biaya depresiasi peralatan untuk satu kali produksi : Rp. 746.000/180= Rp 4.144

Biaya bahan baku per kemasan : Rp 1.080.000 / 300bungkus per bulan = Rp 3.600

BOP-Biaya depresiasi peralatan : Rp 4.144 / 20 bungkus = Rp 207

1. Laporan Harga Pokok Produksi (HPP)

Menurut Mursyidi (2010)“Harga pokok produksi adalah biaya yang telah terjadi yang dibebankan / dikurangkan dari penghasilan “. Hal ini menjelaskan jika semua beban yang dikurangkan dari omset atau penjualan kotor merupakan harga pokok produksi. jadi teori ini jelas menyebutkan bahwa jika cara menghitung laba kotor dengan mengurangkan omset dengan harga pokok produksi.

Home Industri Keripik tahu

Biaya	Jumlah Biaya
1. Biaya Bahan Baku	Rp 3.600
2. BOP-B. Depresiasi Peralatan	Rp 207
Total Harga Pokok Produksi	Rp 3.807

Tabel 3.3 Laporan Harga Pokok Untuk 1 kali Produksi

Satu kali produksi menghasilkan 10 bungkus Keripik tahu:

Harga Pokok Penjualan : Rp 3.807

Penentuan Harga: Rp 5.000

2. Laporan Laba/Rugi

Menurut SAK ETAP (2009), Laporan laba rugi menyajikan hubungan antara penghasilan dan beban dari entitas. Laba sering digunakan sebagai ukuran kinerja atau sebagai dasar untuk pengukuran lain, seperti tingkat pengembalian investasi atau laba per saham. Unsur-unsur laporan keuangan yang secara langsung terkait dengan pengukuran laba adalah penghasilan dan beban. Laporan laba rugi minimal mencakup pos-pos sebagai berikut: pendapatan; beban keuangan; bagian laba atau rugi dari investasi yang menggunakan metode ekuitas; beban pajak; laba atau rugi neto.

Laporan Laba/Rugi

Home Industri Keripik tahu

Periode 31 Agustus 2019

Penjualan:

- Penjualan (20 bungkus @5000)	Rp.	1.500.000
- Harga Pokok Produksi		<u>Rp. 1.080.000 -</u>
- Laba Kotor	Rp.	420.000
-BiayaOperasional:		
1. Biaya Internet	(<u>Rp.50.000</u>)
Laba Operasional		Rp. 370.000

Tabel 3.4 Laporan laba/rugi

3.5 Laporan Kegiatan Pembuatan Video Dokumenter (Editya Riski Ramadani 1612110232)

3.5.1 Pembuatan Video Dokumenter

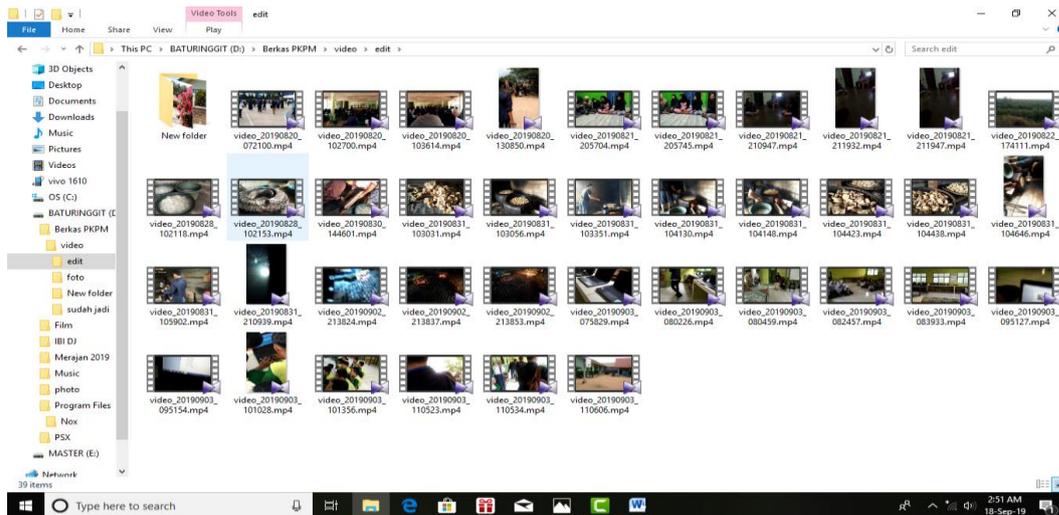
Video dokumenter adalah salah satu sarana dalam pelaksanaan PKPM yang berfungsi sebagai alat dokumentasi kegiatan-kegiatan yang berlangsung selama kegiatan PKPM yang berlangsung dan juga sebagai bukti bahwa kegiatan tersebut benar-benar ada dan terlaksana.

Didalam video dokumentasi terdapat bagian-bagian sebagai berikut :

1. Bagian pembukaan video :
 - Perkenalan anggota kelompok
2. Bagian isi video :
 - a. Program kerja bidang ilmu management (Pembuatan Kripik Tahu).
 - b. Program kerja bidang ilmu komputer (Pelatihan Komputer).
3. Bagian penutup video :
 - a. *Credit Title* peserta PKPM.

Persiapan membuat Video Dokumenter

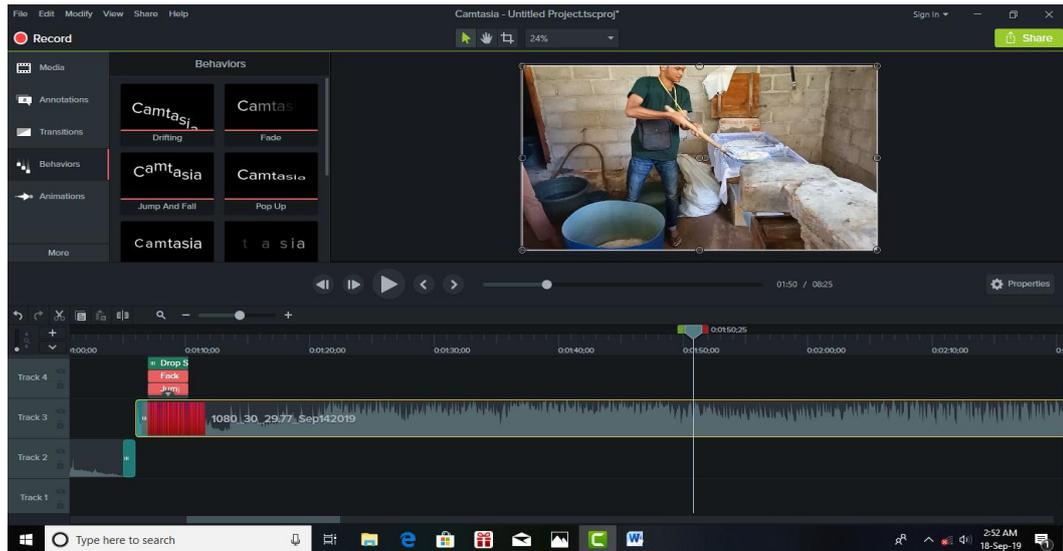
Dalam proses pembuatan video dokumentasi ada beberapa hal yang harus dipersiapkan mulai dari media pengambilan gambar dan video dalam hal ini kami menggunakan Handphone vivo y55s, oppo f5 dan canon 1000D sebagai media pengambil gambar dan video , software editing video yang di gunakan adalah Kinemaster dan camtasia. Proses pertama yaitu pemilihan dan penyusunan video yang akan diedit, dibagi dalam beberapa folder yang diurutkan menurut waktu pengambilannya.



Gambar 3.11 Folder Dokumentasi ukm Tahu pak Rohim

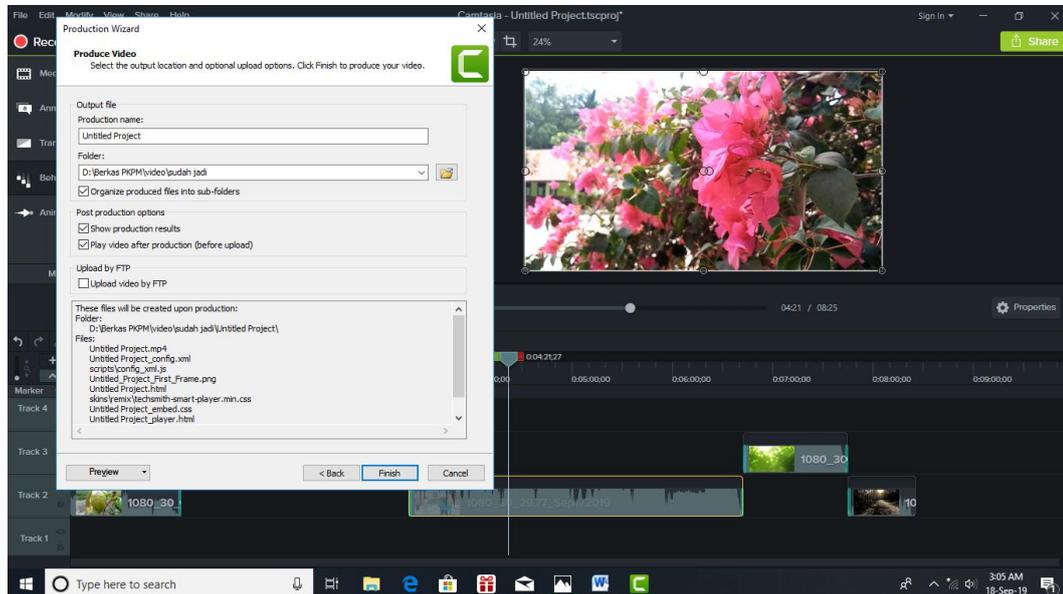
- a. Proses kedua yaitu memulai proses editing video dengan menggunakan software Kinemaster dan camtasia 9, dalam proses editing ini banyak hal yang dilakukan mulai dari pemotongan durasi video, penggabungan video, penambahan backsound sebagai tema untuk video tersebut, penambahan animasi subtitle, penambahan template dan effect transisi video.





Gambar 3.12 Proses Editing Video Menggunakan Kinemaster dan Camtasia 9

- b. Proses terakhir yaitu rendering video, proses ini adalah proses penggabungan semua video yang telah di edit pada proses sebelumnya dan mengekspor video kedalam format .Mp4.



Gambar 3.13 Proses Rendering Video

3.6 Laporan Kegiatan Pembuatan Website UKM (I Nyoman Suastika 1511050098)

Kemajuan teknologi informasi saat ini adalah dengan memanfaatkan jaringan internet yang memungkinkan setiap orang dapat mengakses atau memperoleh data-data yang tersedia secara bersama-sama melalui jaringan yang saling terhubung (Tri Warsono, 2011).

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 (Hartanto, 2010).

Keberhasilan sistem ini dapat diukur berdasarkan maksud pembuatannya, yaitu keserasian dan mutu data, pengorganisasian data dan tata cara penggunaannya (Tejoyuwono, 2000).

Tidak hanya di perkotaan, di wilayah perkampungan pun sudah dimasuki oleh perkembangan teknologi informasi. Penyebaran informasi tentang UKM Tahu yang terletak di desa Purwodadi Simpang dan potensi lainnya yang dimiliki oleh desa Purwodadi Simpang dengan menggunakan teknologi yang sudah berkembang akan meningkatkan kualitas dan ketepatan data yang tersedia. Kripik Tahu merupakan salah satu sumber penghasilan untuk wilayah tersebut, luasnya wilayah dan jauhnya desa dari pusat kota mengakibatkan informasi tentang UKM ini kurang diketahui masyarakat dan perlunya pemetaan untuk melihat dan memperhitungkan kekayaan alam lainnya yang dimiliki.

Dalam membantu penyebaran informasi tentang UKM dibutuhkan sebuah alat yang dapat mengelola informasi yang ada sehingga menghasilkan data yang tertata dan mudah untuk didapatkan/digunakan. Dengan demikian dapat membantu UKM untuk mengembangkan dan memberikan informasi secara akurat kepada masyarakat luas.

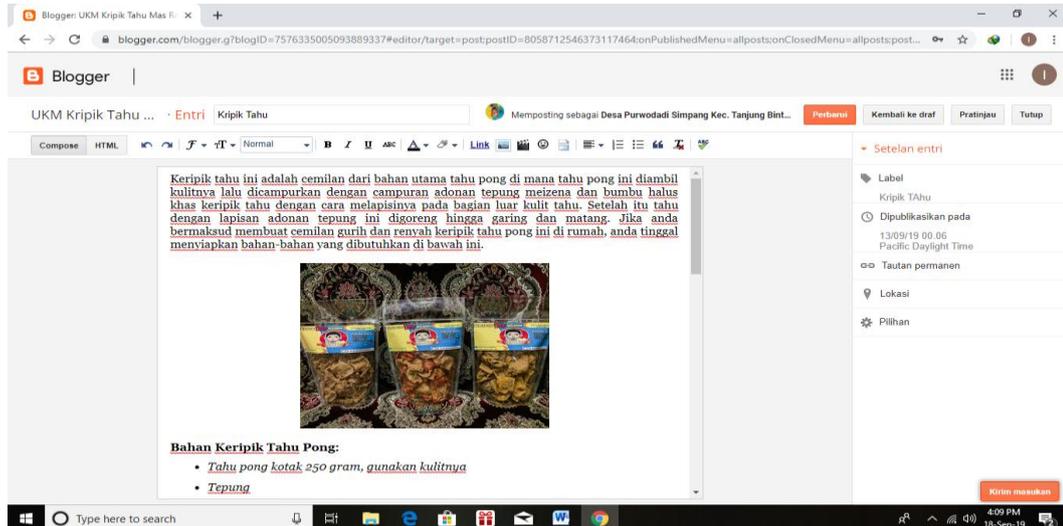
Dalam proses pembuatan dan pengumpulan berkas-berkas mahasiswa PKPM IIB Darmajaya ikut membantu pemilik UKM Kripik tahu guna melengkapi persyaratan untuk pembuatan web <https://kripiktahumasrohim.blogspot.com/>.

Selain itu, Mahasiswa PKPM IIB Darmajaya juga diberikan tugas untuk *collecting data/informasi* mengenai Kripik tahu yang mana dipergunakan untuk pengisian konten pada saat *website* telah siap untuk dioperasikan.

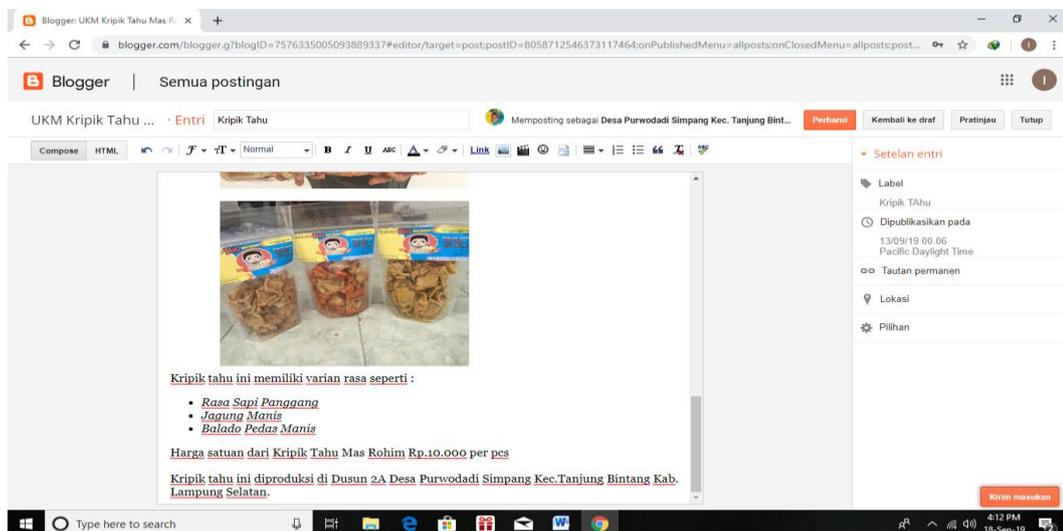
3.6.1. Tahap Up Website (Pengisian Konten)

Tahap ini merupakan tahap kedua setelah mendapatkan domain <https://kripiktahumasrohim.blogspot.com/> Pengisian konten *website* meliputi beberapa menu utama, yaitu :

- Kripik Tahu



Gambar 3.14 Halaman profil Kripik Tahu Mas Rohim



Gambar 3.15 Halaman Tentang Harga Kripik Tahu Mas Rohim



Gambar 3.16 Halaman awal UKM kripik tahu mas Rohim

3.6.2. Tahap Serah Terima Website

Tahap terakhir yaitu penyerahan website kepada pemilik UKM Kripik Tahu, dalam hal ini yang diberi kuasa untuk menerima dan mengoperasikan website adalah Pemilik UKM Kripik Tahu. Website resmi UKM Kripik Tahu telah resmi diberikan oleh Mahasiswa PKPM IIB Darmajaya dan diterima langsung oleh pemilik UKM Kripik Tahu pada tanggal 10 September 2019. Penyerahan website melalui surat serah terima yang ditandatangani oleh mahasiswa PKPM IIB Darmajaya dan Pemilik UKM Kripik Tahu dengan melampirkan username dan password pada surat serah terima. Setelah diberikannya website UKM Kripik Tahu kepada Pemilik UKM Kripik Tahu harapannya website ini berguna untuk kemajuan UKM dalam bidang SDM/IT dan membantu Pemilik UKM Kripik Tahu dalam melayani Pelayanan masyarakat.