

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Pembuatan Aplikasi Webview Untuk Web KIM BULOK Berbasis Android

Nama : Rifki Kurniawan

NPM : 1611010240

Jurusan : Teknik Informatika

3.1.1 Pengertian

Web adalah suatu halaman situs sistem informasi yang dapat diakses secara cepat.

Website ini didasari adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Aplikasi android adalah perangkat lunak yang di jalankan pada perangkat yang ber-Sistem Operasi Android.

Semakin banyaknya penggunaan perangkat android dikalangan masyarakat baik usia atau pun kalangan ekonomi. Dan semakin berkurangnya minat masyarakat mengakses websit atau blog dari browser mereka, membuat web KIM BULOK sedikit yang mengunjungi. Sehingga, membuat kami berinisiatif membuatkan aplikasi android webview untuk web KIM BULOK, sesuai dengan permintaan admin yaitu mas Adi.

Hadirnya aplikasi KIM BULOK ini diharapkan mempermudah penyebaran informasi desa yang meningkatkan kualitas dan ketepatan data yang tersedia. Serta diharapkan mampu menarik minat masyarakat untuk mengunjungi web KIM BULOK, dengan mudah dan praktis melalui aplikasi android.

3.1.2 Maksud dan Tujuan dan Sasaran yang ingin Dicapai

- **Maksud**

Maksud dari pembuatan aplikasi ini adalah, untuk menarik kembali minat masyarakat dalam mengakses web KIM BULOK.

- **Tujuan**

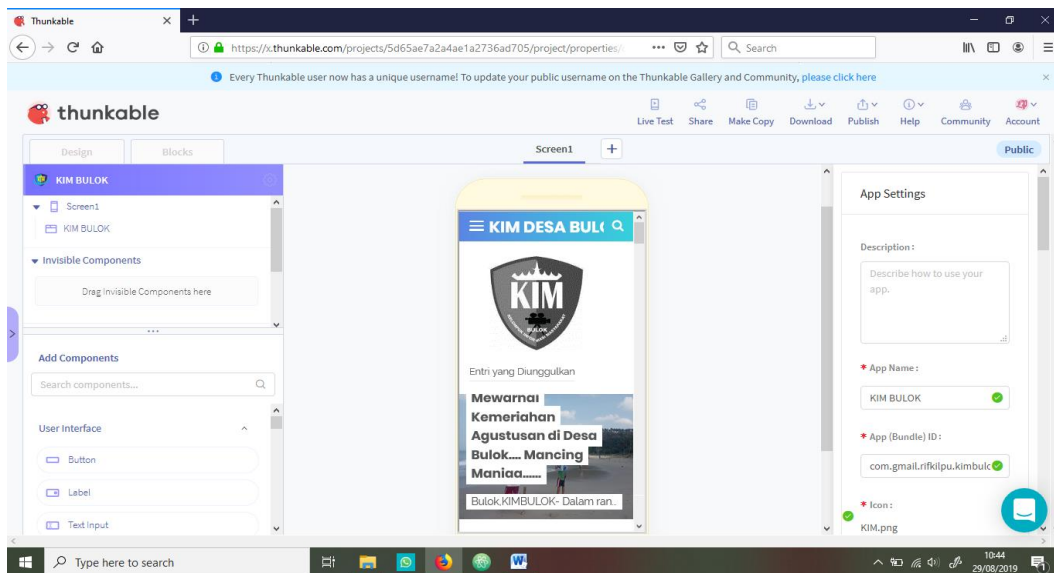
Tujuan dari pembuatan aplikasi android webview ini adalah memudahkan dalam pengaksesan, dan menambah nilai lebih atau ketertarikan akan suatu informasi desa.

- **Sasaran**

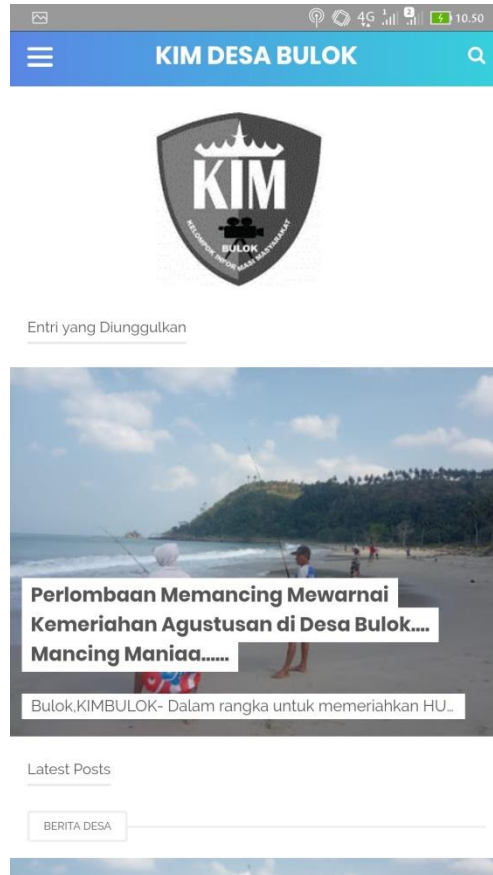
Sasaran yang ingin dicapai yaitu operator/admin web KIM BULOK, Masyarakat Desa Bulok, dan Masyarakat umum.

3.1.3 Pembuatan aplikasi Webview KIM BULOK dengan ThinkAble

Kami memilih *Thinkable* sebagai alat pembuatan aplikasi webview KIM BULOK karena kemudahannya serta bebas dari sanksi ketika operator/admin KIM BULOK ingin menambahkannya ke PLAY STORE.



Gambar pembuatan aplikasi webview KIM BULOK di *thinkable*



Gambar ikon logo dan tampilan aplikasi webview KIM BULOK

3.1.4 Hasil yang dicapai dan Tindak Lanjut

Dibuatnya aplikasi webview KIM BULOK ini bertujuan memberi kemudahan kepada pengguna supaya dapat mengakses web desa dengan efisien dan diharapkan dapat membagi segala informasi desa dan dapat di akses dengan mudah masyarakat di manapun dan kapanpun.

3.1.5 Faktor Pendukung dan Penghambat

a. Faktor pendukung

Faktor pendukung dari program ini adalah adanya dukungan penuh dari teman – teman kelompok, permintaan aparaturnya menjadi operator/admin web didesa.

b. Faktor penghambat

Tidak terlalu lancar koneksi internet di area desa Bulok dan kurang uptodate nya berita atau info yang ada di web KIM BULOK tersebut.

3.2 Strategi Pemasaran Untuk Produk Anyaman Lidi (Kirang)

Nama : Idasari Oktaviani

NPM : 1612110215

Jurusan : Manajemen

3.2.1 Pengertian

Strategi pemasaran adalah upaya untuk memasarkan suatu produk, apakah itu barang atau jasa, menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Strategi Pemasaran memiliki peran penting dalam suatu perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik harga barang maupun jasa. Menurut Kotler dan Armstrong, Strategi pemasaran adalah logika pemasaran di mana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan manfaat dari hubungan mereka dengan konsumen.

3.2.1 Pelaksanaan Strategi Pemasaran

Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran, perusahaan mengkombinasikan empat variabel yang sangat mendukung didalam menentukan setrategi pemasaran. Kombinasi keempat variabel itu dikenal dengan istilah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang

terdiri dari produk (*product*), Harga (*price*), Tempat (*place*), dan Promosi (*Promotion*).

- a. **Product** : Setiap UKM harus bisa menentukan produk apa yang menjadi andalannya dan bagaimana cara mengembangkan produk andalannya tersebut. Misalnya dengan menambah varian bentuk, varian ukuran dan juga varian warnanya. Hal yang paling penting dan krusial yang harus dijaga adalah kualitas dari produk andalan. Seorang UKM jangan pernah melakukan perubahan bentuk, warna, ukuran dan kualitas secara tiba-tiba karena akan mempengaruhi penjualan produk. Seperti halnya anyaman lidi (kirang) ini, yang sebelumnya hanya biasa-biasa saja dan hanya menganyam untuk membuat piring, dan sekarang UKM anyaman lidi (kirang) membuat berbagai bentuk anyaman seperti tempat buah, kue, parcel, dan tempat serba guna. Di tambah sentuhan dari pernis membuat tampilan kirang menjadi lebih mewah dan membuat kirang menjadi lebih tahan lama.
- b. **Price** : Penentuan harga produk sangat menentukan dalam kesuksesan proses penjualan. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa. Dalam bauran pemasaran, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang. Dari kebiasaan para konsumen, dapat disimpulkan bahwa strategi penetapan harga sangat berpengaruh terhadap penjualan maupun pemasaran produk yang

ditawarkan. Maka dari itu UKM kirang menentukan harga yang terjangkau konsumen dengan kualitas produk yang sangat bagus. berikut adalah daftar harga anyaman lidi (kirang) :

- Anyaman lidi piring
 - *tanpa pernis
 - Satu lusin Rp70.000
 - Satuan Rp6.000
 - *dipernis
 - Satu lusin Rp80.000
 - Satuan Rp7.000

- Anyaman lidi tempat buah
 - *tanpa pernis Rp10.000
 - *dipernis Rp15.000

- Anyaman lidi wadah seba guna
 - *tanpa pernis Rp15.000
 - *dipernis Rp20.000

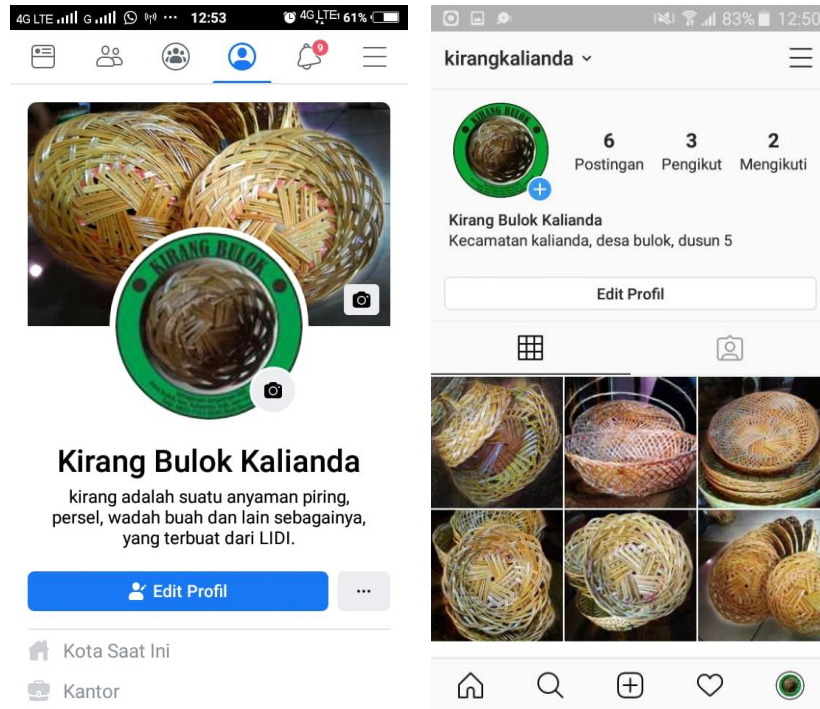
- Anyaman lidi tempat buah/parsel
 - *tanpa pernis Rp15.000
 - *dipernis Rp20.000

- Anyaman lidi tempat hidangan/kue
 - *tanpa pernis memakai tutup Rp20.000
 - *tanpa pernis tidak memakai tutup Rp15.000

*dipernis memakai tutup Rp30.000

*dipernis tidak memakai tutup Rp25.000

- c. **Place**, Lokasi anyam lidi berada di Desa Bulok, dusun Langsautan, Kec. Kalianda, Kab. Lampung selatan, Lampung. Lokasi tersebut masih belum cukup setrategis. Hal ini lah yang membuat kelompok 14 untuk membuat *banner* yang diberikan kepada teh eni (pengerajin) supaya membuat calon konsumen lebih mengetahui, ditambah jalan tersebut adalah jalan menuju lokasi wisata pantai. Sehingga orang-orang yang akan berwisata akan tau jika ada kerajinan lidi (kirang) tersebut dan membuat calon konsumen tersebut tertarik dan penasaran.
- d. **Promotion** : Kegiatan promosi usaha merupakan bagian dari trik pemasaran yang penting dan diperlukan sebuah usaha, strategi promosi kerap digunakan sebagai salah satu langkah untuk tingkatkan permintaan atau penjualan barang yang ditawarkan, agar mampu meningkatkan laba yang diperoleh. Untuk pemasaran kerajinan lidi (kirang) kita memanfaatkan media sosial seperti, *No HP, Facebook, dan Instagram* yang saat ini sedang ramai digunakan oleh semua golongan masyarakat. Berikut adalah pemanfaatan sosial media yang dilakukan oleh anyaman lidi (kirang). Berikut tangkapan layar dari promosi produk melalui sosial media:



Gambar akun sosial media UMKM Kirang.

3.3 Manajemen Pemasaran Produk Dengan Bussines Lean Canvas

Nama : Putra aditya

NPM : 1612110497

Jurusan : Manajemen

Tabel 16. Bussines Lean Canvas

<p>PROBLEM</p> <ul style="list-style-type: none"> Masalah utama dalam pasar di bisnis anyaman lidi ini adalah anyaman lidinya yang mudah patah dan lepas sehingga tidak awet untuk dipakai. <p>EXISTING ALTERNATIVES</p> <ul style="list-style-type: none"> Lidi yang patah dilakban agar menyatu kembali Anyaman lidi yang suka lepas, di setiap ujungnya diberikan lem kayu agar tidak lepas 	<p>SOLUTION</p> <ul style="list-style-type: none"> Proses pembuatan yang akan dilakukan agar lebih kuat, tidak mudah patah dan lepas : <ol style="list-style-type: none"> Penyotiran lidi yang baik. perendaman lidi agar lidi lentur. Finising akan dipernis. Membuat banyak model-model baru dalam bentuk anyaman agar lebih menarik dan bermanfaat 	<p>UNIQUE VALUE PROPOSITION</p> <ul style="list-style-type: none"> Harga lebih terjangkau Produk lebih kuat dan memiliki motif anyaman yang moderen Anyaman yang berbentuk piring lebih bermanfaat bagi rumah makan dan tempat pesta karna tidak perlu mencuci piring, disebabkan di atas piring anyaman hanya diberikan daun pisang atau kertas nasi 	<p>UNFAIR ADVANTAGE</p> <ul style="list-style-type: none"> Memiliki kualitas lidi yg baik dan memiliki banyak model dalam bentuk-bentuk kirang yang menarik 	<p>CUSTOMER SEGMENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> Lingkungan sekitar dan masyarakat lampung Rumah makan, penjual buah dan tempat pesta Usia yang menikmati umumnya dari usia 15-60 tahun
<p>COST STRUCTURE</p> <ul style="list-style-type: none"> Jasa (pengiriman, dan pengepul lidi) Pernis Lidi (Bahan baku) Tali rapia Stiker 		<p>REVENUE STREAMS</p> <ul style="list-style-type: none"> Penjual buah Rumah makan Wedding organizer Tempat pesta Online Penjualan langsung 		

3.3.1 Pelatihan Business Lean Canvas

Dalam kegiatan ini kami memulai dengan mendatangi pemilik usaha Kirang Bulok (anyaman lidi) milik Pak Royani, untuk meminta izin melihat dan mengikuti proses pembuatan kirang atau lidi yang di anyam sehingga menjadi Piring, Keranjang buah, Topi, Bakul nasi, DLL. dengan mengikuti proses pembuatan kirang kami salah satunya memiliki tujuan untuk memberikan pelatihan Business Lean Canvas, dimana pelatihan Business Lean Canvas ini adalah salah satu alat ukur untuk membantu melihat bagaimana lebih akuratnya usaha yang sedang berjalan. Pelatihan ini kami menjelaskan 9 elemen yang mejadi dasar dalam Business Lean Canvas:

a. Customer Segmen

Pada langkah pertama *customer segmen* ini kami menjelaskan kepada Pak Royani bagaimana di dalam bisnisnya harus menentukan terlebih dahulu, siapa target market (pasar) yang ingin di targetkan terlebih dahulu, seperti lingkungan sekitar, masyarakat lampung, tempat pesta, penjual buah, dan rumah makan. Yang mana akan menjadi target bisnisnya agar proses pembuatan dan penjualan bisa terarah.

b. Problem

Problem adalah masalah atau keadaan yang belum sesuai dengan yang diharapkan customer, tentukan sebuah problem yang valid dan mencari tahu solusi yang sudah ada.

c. Unique Value Proposition

Dalam *Unique Value Proposition* dijelaskan kepada pak royani bahwa produk bisnis yang dimilikinya harus mempunyai keunikan, keunggulan dan bisa mendatangkan suatu manfaat yang ditawarkan bagi customer segmen. sehingga bisnis Kirang Bulok milik Pak Royani mempunyai nilai lebih dibandingkan *competitor* (pesaing).

d. Solusion

Menentukan solusi dalam semua problem yang dimiliki *customer*, didalam bisnis yang dimiliki pun harus bisa menyelesaikan semua problem yang dimiliki customer.

e. Channel

Tentukan *Channel* yang akan digunakan untuk berkomunikasi dengan baik dengan customer, sehingga pembisnis mampu meningkatkan hubungan dan bisa selalu memberikan informasi kepada *customer*.

f. Revenue Streams

Dengan *Revenue Streams* lah awalan dalam suatu pengembangan dalam suatu bisnis, karna *Revenue Streams* adalah sumber pemasukan dalam suatu bisnis, Pak Royani dalam bisnisnya pun harus bisa tentukan *Revenue Streams* yang menjadi pemasukan utama, supaya bisa fokus mengembangkannya dan hasilnya bisa optimal, ketika bisnis yang di miliki sudah besar bisa menambahkan *Revenue Streams* lebih banyak lagi.

g. Cost Structure

Hal ini menentukan biaya-biaya yang akan dikeluarkan, tahap ini kami memberikan pelatihan dalam pengelolaan struktur biaya, dengan tujuan supaya bisnis yang sedang berjalan bisa berjalan dengan efektif dan meminimalkan resiko didalam suatu bisnis.

h. Key Metrics

Menentukan *Key Metrics* yang akan dikontrol, *Key Metrics* iyalah sebagai tolak ukur di dalam bisnis, Dengan *Key Metrics* ini akan sangat membantu dalam mengetahui progres dari performa bisnis yang dimiliki. ketika mengetahui performa di dalam bisnis yang dimiliki ,selanjutnya bisa melakukan decision making (pengambilan keputusan) dalam pengembangan dengan lebih baik, yang sesuai dengan nilai dan tujuan dalam bisnis yang dimiliki, karna anda mengetahui part mana yang harus menjadi fokus utama untuk perbikan.

i. Unfair Advantage

Dengan *Unfair Advantage* inilah salah satu hal yang harus membuat competitor(pesaing) itu sulit dalam meniru sesuatu apapun dari bisnis yang dimiliki . Semakin banyak *Unfair Advantage* yang dimiliki di bisnis, semakin tinggi kesulitan *competitor* (pesaing) untuk mengcopy/meniru dalam bisnis anda. Di dalam *Unfair Advantage* bisnis anda adalah sesuatu kelebihan produklah yang membuat bisnis anda jauh diatas pesaing.

3.3.2 Tujuan Pelatihan :

1. Meningkatkan penjualan
2. Memastikan bisnis berjalan dengan baik
3. Membangun strategi secara moderen dan terarah
4. Mempercepat mengetahui kekuatan dan kekurangan di dalam bisnis
5. Memiliki sistem bisnis
6. Proses menganalisa kebutuhan dan Profit secara cepat



Gambar pelatihan pemasaran dengan bussines lean canvas 1



Gambar pelatihan pemasaran dengan bussines lean canvas 2

Acara pelatihan ini dilaksanakan pada :

Hari/Tanggal : Sabtu, 14 September 2019

Waktu : 14.00 – s/d selesai

Tempat : Rumah Pak royani, Tempat industri anyaman lidi

3.4 Metode Pembuatan Piring Lidi dan Desain Merk untuk UKM Kirang

Nama : Zelly Chandrika

Npm : 1612110142

Jurusan : Manajemen

3.4.1 Definisi Anyaman Piring Lidi (Kirang)

Piring lidi ini termasuk karya seni terapan berupa anyaman yang digunakan sehari-hari dan mempunyai fungsi dan manfaat. Bahan dasarnya diambil dari lidi kelapa, dari segi bisnis sendiri jelas tidak bisa dipandang sebelah mata karena jika dapat dikembangkan dengan baik anyaman piring lidi ini dapat menjadi peluang usaha yang dapat dimanfaatkan warga desa bulok

Kirang ialah nama khas dari desa bulok atau yang lebih umumnya adalah anyaman lidi termasuk kerajinan tangan perorangan yang diberi dana oleh Bumdes serta mendapat sorotan dari kepala desa untuk mengembangkan usaha anyaman ini untuk meningkatkan ekonomi warganya.

Kegunaan dari piring lidi ini yaitu untuk tempat makan, tempat buah hidangan, porsel, tempat sayuran, hiasan atau pajangan. Selain itu pun bisa dipergunakan dalam prosesi-prosesi upacara adat di daerah-daerah yang masih kental dengan adat istiadatnya.

3.4.2 Tata Cara Pembuatan Piring Lidi

a. Bahan-bahan yang digunakan

- Lidi kelapa

- Tali Rafia

b. Alat-alat yang digunakan

- Cutter
- Gunting pemotong tangkai bunga

c. Teknik Pembuatan

- Siapkan lidi basah

Untuk proses awal membuat piring anyaman ialah, Anda harus menggunakan lidi yang basah, mengapa? Karena agar mudah untuk dibuat pola dan dilakukan proses penganyaman

- Proses pembuatan dasar / bentuk bintang

Setelah Anda siapkan lidi tersebut, anyamlah mulai bagian tengah hingga membentuk suatu pola tertentu yang biasanya sudah dikehendaki, biasanya sih bentuknya adalah lingkaran. Anda harus bisa menentukan ukuran atau pola yang telah dirancang, lidi diselipkan di bagian ujung lingkaran hingga terbentuk piring.



Gambar Pembuatan Bintang

- Penganyaman lidi

Lidi dianyam dengan bentuk yang diinginkan,



Gambar Awal Anyaman Kirang

- Proses Penyambungan Lidi

Setelah proses menganyam selesai, selanjutnya proses penyambungan lidi dimana biasanya untuk piring yang memiliki diameter yang besar. Hal ini dilakukan dengan cara yakni ditindih berdasar pola anyaman yang telah dibuat.

- *Finishing*

Terakhir adalah finishing, biasanya bisa dilakukan dengan diplastur/permis, atau juga dengan proses melamik. Kini, piring anyaman lidi pun sudah siap untuk dipakai atau dipasarkan.



Gambar anyaman kirang yang sudah jadi

3.4.3 Desain Merek

Merek adalah suatu nama, istilah, simbol, Kampungin atau gabungan. keempatnya yang mengidentifikasi produk para penjual dan membedakannya dari produk pesaing. Merek adalah produk yang mampu memberikan dimensi tambahan yang secara unik membedakannya dari produk-produk lain yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan serupa. Perbedaan tersebut bisa bersifat rasional dan tangible (terkait dengan kinerja produk dari merek bersangkutan) maupun simbolik, emosional dan intangible (berkenaan dengan representasi merek).

Merek merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen. Merk dipandang dapat menaikkan gengsi atau status seorang pembeli. Dalam pembuatan merek-pun harus memperhatikan hal-hal, *seperti* : sederhana dan ringkas, mengandung keaslian, mudah dibaca atau diucapkan, mudah diingat, tidak sulit digambarkan, dan tidak mengandung konotasi yang negatif.

Dengan adanya merek bisa dijadikan sebagai alat promosi, sehingga dapat mempromosikan hasil produksi cukup dengan menyebut mereknya, dan juga sebagai jaminan atas mutu barang yang diperdagangkan serta merk juga menunjukkan asal barang tersebut dihasilkan

Desain kemasan yang baik dapat mensinergikan dan mengintegrasikan dari beberapa elemen kemasan dan fungsi kemasan, sehingga dihasilkan kemasan yang memiliki tingkat efektifitas, efisiensi dan fungsi yang sesuai baik dalam produksi kemasan sampai kegunaan kemasan.

Dengan itu, perlu dibuatkan merek dagang yang mencantumkan nama UKM dan contact person untuk UKM yang berada di dusun 5 desa Bulok, karena UKM Kirang yang berada di dusun 5 desa bulok belum memiliki merk dagang dengan tujuan agar hasil penjualan UKM tersebut dapat meningkat, UKM tersebut lebih mudah di ingat dan mudah untuk dihubungi apabila ingin memesan anyaman lidi (kirang) baik dalam jumlah sedikit ataupun dalam jumlah banyak.



Gambar Desain Merek untuk Kirang Bulok

3.5 Pembinaan Pembuatan Perhitungan Harga Pokok Produksi & Laporan Keuangan

Nama : Rendi Aditiya

NPM : 1612120127

Jurusan : Akuntansi

3.5.1 Harga Pokok Penjualan

Dalam membuat sebuah produk baru sangat diperlukan perhitungan harga produksi agar produk yang dibuat memiliki harga yang jelas. Harga pokok penjualan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang yang dijual atau harga perolehan dari barang yang dijual, atau bisa dikatakan penghitungan HPP merupakan perbandingan antara seluruh harga yang di keluarkan untuk mendapatkan barang yang di jual dengan hasil dari barang-barang yang di jual/penjualan (nilai-nilai dan harga jual)

3.5.2 Komponen Biaya Harga Pokok produksi

Biaya produksi terdiri dari dua keluarga besar yakni biaya komersial dan biaya manufaktur, biaya manufaktur adalah biaya pabrik yakni jumlah dari elemen-elemen biaya diantaranya 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. Sedangkan biaya komersial adalah biaya yang timbul atau yang terjadi dikarenakan kegiatan diluar dari proses produksi seperti biaya pemasaran dan biaya administrasi umum.

Penjelasan mengenai biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

a. 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.

b. 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.

c. 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 diluar dari biaya bahan baku

3.5.3 Penentuan UKM dan Pembinaan

UKM yang berjalan aktif di Kelurahan Bulok ada UMKM Kirang, Gula, Tempe dan Tapis. Kami memutuskan untuk mengambil UMKM Kirang sebagai UMKM yang ingin kami kembangkan.

Pada awal melakukan survei lokasi pembuatan usaha Kerajinan Lidi (Kirang) belum melakukan pembukuan ataupun pembuatan laporan keuangan, sehingga UMKM Kerajinan tidak mengetahui berapa jumlah laba maupun rugi yang diperolehnya selama membuka usaha ini.

Laporan Keuangan menjadi salah satu ilmu yang sangat penting untuk dipelajari. Memiliki pengetahuan tentang laporan keuangan harus dimulai sedini mungkin. Melalui Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini saya ingin memberikan pengenalan tentang pembuatan laporan keuangan pada UMKM Pembuatan Tahu. Karena penggerak UMKM Kerajinan Lidi masih belum mengerti tentang pembuatan laporan keuangan.

Dalam hal ini saya melakukan pembukuan dan membuat rincian laporan keuangan UMKM Kerajinan Lidi per produksi, dengan demikian pemilik UMKM Kirang dapat mengetahui jumlah laba maupun rugi yang diperolehnya selama periode produksi.

Perencanaan yang telah saya buat sebelum dilaksanakan kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM), saya implementasikan di satu desa Desa Bulok Kec, Kalianda Kab.

Lampung Selatan di UMKM Kirang Ibu Eni. Berikut rencana kegiatan yang telah saya implementasikan :

- **Sosialisasi Tentang Laporan Keuangan**

Kami memulai dengan sosialisasi tentang pengetahuan apa itu laporan keuangan dimulai dengan :

- Apa itu akuntansi ?
- Apa itu PSAK ?
- Jenis-jenis PSAK
- PSAK untuk UKM
- Pengertian SAK ETAP
- Jenis laporan keuangan menurut SAK ETAP
- Cara menghitung pendapat, menghitung harga jual, dan perolehan laba
- Fungsi menyusun laporan keuangan untuk UKM, dan
- Karakteristik laporan keuangan.

- **Menyusun Anggaran untuk UKM Kirang**

Biaya operasional produk membentuk harga pokok produksi yang digunakan untuk menghitung harga pokok produk jadi dan harga pokok produk pada akhir periode Akuntansi masih dalam proses. Biaya produksi untuk UKM Kirang

Bahan baku pengrajin lidi adalah bahan secara langsung yang digunakan dalam produksi untuk mewujudkan suatu macam produk jadi yang siap untuk dipasarkan.

3.5.4 Perlengkapan Pembuatan Produk

Bahan-bahan baku :

1. Lidi
2. 1 Buah Gunting Rumput
3. 2 Buah Gunting Kertas
4. 1 Botol Plitur
5. Tali Plastik 1rol

Tabel 17. Biaya Bahan Baku

No	Kebutuhan	Satuan	Harga/satuan	Jumlah
1	Lidi	20 kg	Rp. 50.000	Rp. 50.000
2	Plitur	1 Botol	Rp. 36.000	Rp. 36.000
3	Tali Plastik	1 Rol	Rp. 20.000	Rp. 20.000
Jumlah Biaya Bahan Baku			Rp. 106.000	Rp. 106.000

Dalam sekali produksi Kirang, dapat mencapai 24 buah Kirang dalam 1 hari. Berikut ini perhitungan harga jual Kirang:

Biaya Operasional

- Biaya Bahan Baku : Rp 106.000,-
: Rp 106.000,-

Harga pokok produksi

- Krang 2 Lusin

$$\frac{\text{Rp } 106.000}{24 \text{ kirang}} = \text{Rp } 4.417 \Rightarrow \text{Rp } 6.000,-$$

Laba (50% dari HPP)

- Kirang 2 Lusin

$$\text{Rp } 6.000 \times 50\% = \text{Rp } 3.000,-$$

Harga Jual

- Kirang 2 Lusin

$$\text{Rp } 6.000 + \text{Rp } 3.000 = \text{Rp } 9.000,-$$

Berdasarkan perhitungan di atas dapat dilihat rincian harga jual dibawah ini

Tabel 18. Perhitungan Harga Jual 1 Kali Produksi

Satuan	Harga Pokok Produksi	Laba	Harga Jual
2 Lusin	Rp 6.000	Rp 3.000	Rp 9.000

Biaya 1 Kali Produksi

Tali Plastik 10 Meter : Rp 7.000
 Piltur Cat /mm : Rp 5.000

Hasil 1 Kali Produksi

24 Buah Kirang x Harga Kirang Per Unit
 24 Buah x Rp 9.000 : Rp 216.000
Laba
 Rp 216.000 - Rp 12.000 : Rp 204.000

Tabel 19. Laba rugi UMKM Kirang

LAPORAN LABA RUGI UMKM KIRANG DESA BULOK	
PENDAPATAN	
Penjualan	Rp 216.000
BIAYA 1 KALI PRODUKSI	
Pembuatan Kirang	Rp 4.417 x 24 unit
JUMLAH HARGA POKOK PENJUALAN	Rp 106.000
LABA KOTOR PENDAPATAN	Rp 216.000
BIAYA USAHA	
Plitur	Rp 36.000
Tali rafia 1 Rol	Rp 20.000
JUMLAH BIAYA USAHA	Rp 56.000
LABA BERSIH USAHA	Rp 160.000

Ini adalah bentuk penyajian laporan keuangan dan Perhitungan HPP UMKM Kirang

Ibu Eni, kerajinan ini memproduksi perharinya sampai 24 Piring Kirang / 2 lusin atau seharga

Rp.216.000 dan harga satuannya sebesar Rp.9.000 dengan harga Perlusin nya sebesar Rp.108.000 dengan laba bersih mencapai Rp.160.000 per produksi yang sudah dipotong dengan beban – beban dalam proses produksi.

3.6 Video Profil Kampung

Nama : Gustina Ardiati

NPM : 1611050057

Jurusan : Sistem Informasi

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 Bulok kepada netizen di sosial media seperti YouTube, Dan mengutamakan wisata sebagai nilai jual Desa Bulok kepada masyarakat luas.

3.6.3 Tujuan dan Sasaran

Tujuan dari Video Profil ini sendiri adalah untuk 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 *Youtube*, *Instagram*, *Facebook* Dll.

3.6.4 Alat dan Software

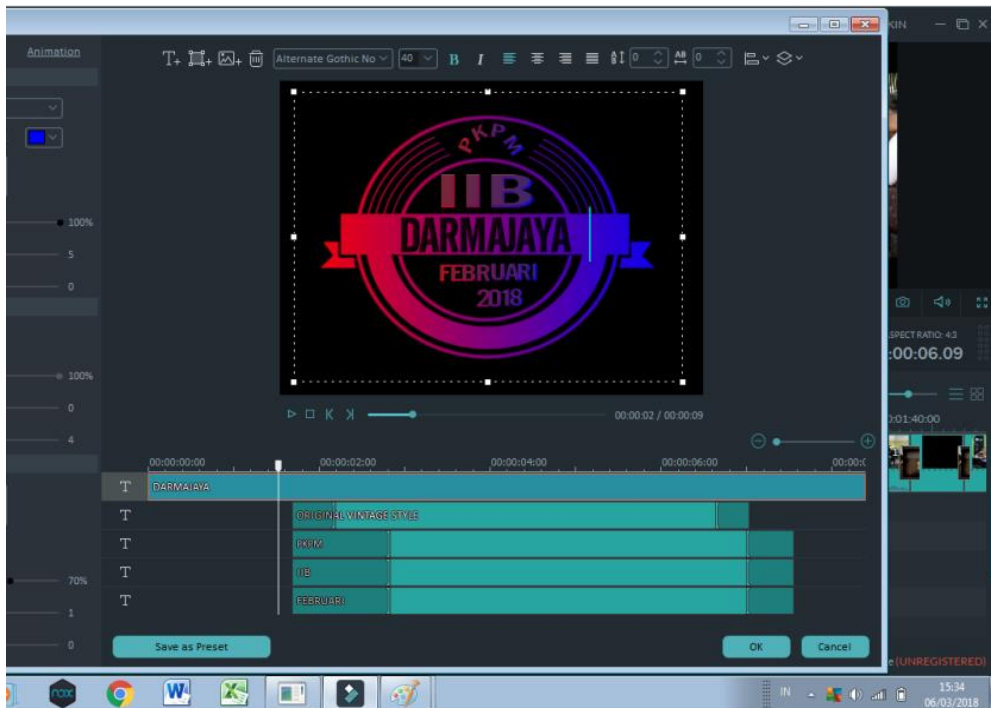
- Alat

- Laptop HP EliteBook 8470p
- Camera HandPhone
- Samsung Galaxy A5
- Samsung On5
- Xiaomi Redmi 4X
- Xiaomi Redmi 4A

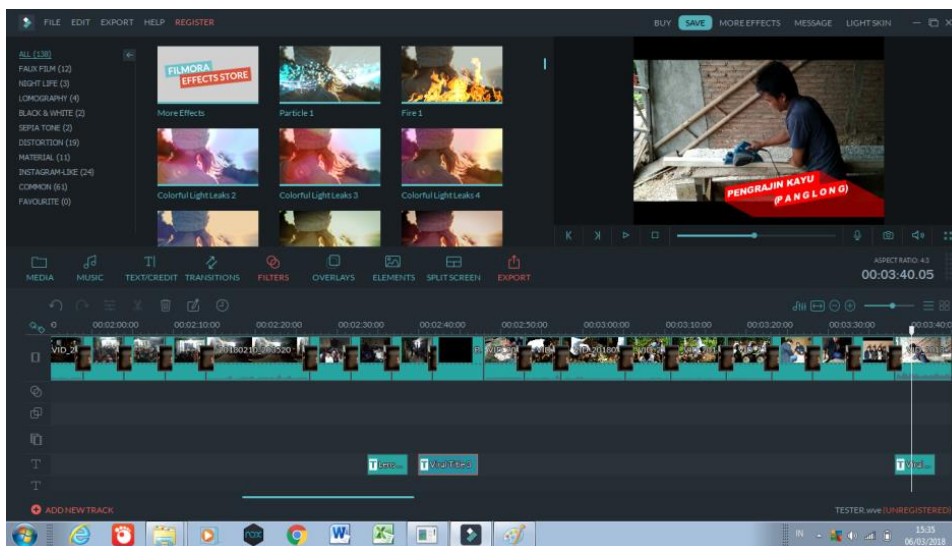
- Software

- Windows 7 Premium 64Bit
- Photoshop Cs3
- Wondershare Filmora 7.8.9

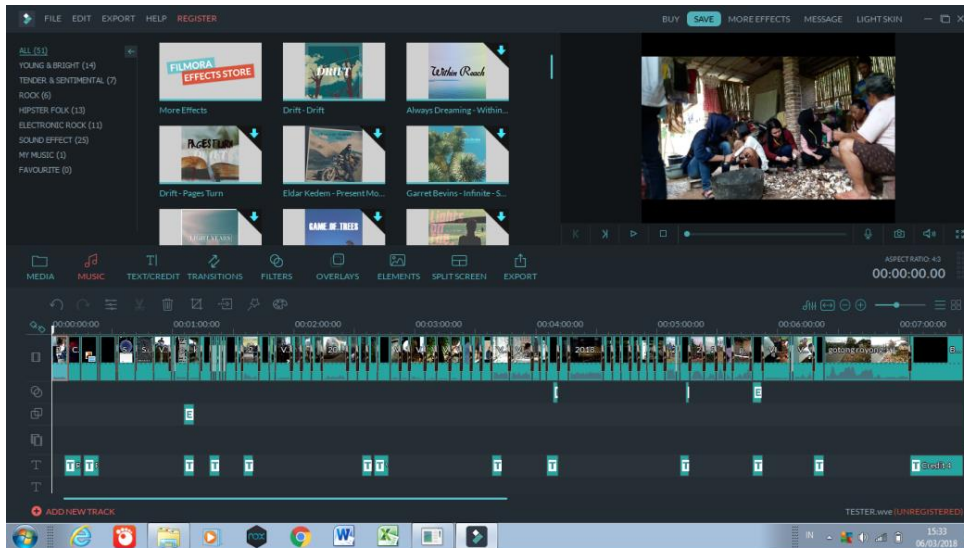
3.6.5 Proses Pembuatan Video Profil Desa



Gambar proses editing video 1



Gambar proses editing video 2



Gambar proses editing video 3

Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan selama 1 (satu) Minggu, dengan rincian tanggal sebagai berikut :

- a. Pengambilan data dimulai dari tanggal
19 Agustus 2019 – 7 September 2019
- b. Tahap pengerjaan Video dimulai dari tanggal
19 Agustus 2019 – 7 September 2019

3.6.6 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 Parga 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 kemedial sosial, Kurangnya ketersediaan alat seperti camrecord, camera, dan camera pendukung lainnya.

3.6.7 Link Video Profil Desa

URL Video Youtube :

<https://www.youtube.com/watch?v=hjEDXbbC4kY>