

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN DAN KEGIATAN**

#### **3.1 Perhitungan Anggaran Pembuatan Keripik Singkong**

**Nama** : Nicolas Kurniawan

**NPM** :1512120056

**Jurusan** : Akuntansi

Perencanaan adalah fungsi utama dari seorang pemimpin. Perencanaan tersebut disusun dalam bentuk uang. Perencanaan meliputi tindakan memilih dan menghubungkan fakta-fakta dan membuat serta menggunakan asumsi-asumsi mengenai masa yang akan datang dalam hal memvisualisasi serta merumuskan aktivitas-aktivitas yang diusulkan dan dianggap perlu untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Anggaran pada dasarnya merupakan alat penting untuk perencanaan dan pengendalian jangka panjang yang efektif dalam organisasi. Anggaran merupakan pernyataan mengenai estimasi kinerja yang hendak dicapai selama periode waktu tertentu yang dinyatakan dalam ukuran *financial* (Mardiasmo :2011). anggaran dibagi menjadi dua yaitu:

##### 1) Anggaran Operasional

Anggaran operasional digunakan untuk menentukan kebutuhan sehari-hari, misalnya belanja rutin (*recurrent expenditure*) yaitu pengeluaran yang manfaatnya hanya untuk satu tahun anggaran dan tidak dapat menambah aset atau kekayaan.

## 2) Anggaran Modal

Anggaran modal menunjukkan rencana jangka panjang dan pembelanjaan atas aset tetap seperti peralatan, kendaraan, perabotan, dan sebagainya. Anggaran merupakan rincian kegiatan perolehan dan penggunaan sumber-sumber yang dimiliki dan disusun secara formal dan dinyatakan dalam bentuk satuan uang. Anggaran disebut juga sebagai perencanaan keuangan organisasi, penyusunan anggaran merupakan tahapan awal dari sebuah organisasi.

**Berikut Tabel Perencanaan Anggaran Agustus 2018.**

**Table 3.1 Biaya Habis Pakai**

No	Keterangan	Unit	Harga / unit	Jumlah
1.	Singkong	20 kg	Rp. 1.500	Rp. 30.000
2.	Minyak Goreng	3 Liter	Rp. 11.000	Rp. 33.000
3.	Gula Merah	2 kg	Rp. 13.000	Rp. 26.000
4.	Cabai	¼ kg	Rp 8.000	Rp. 8.000
5.	Bumbu	-	Rp. 5.000	Rp. 6.000
6.	Penyedap Rasa	-	Rp. 5.000	Rp. 5.000
7.	Daun Bawang	-	Rp. 5000	Rp. 5.000
<b>Total Biaya Bahan Baku</b>				<b>Rp. 113.000</b>

**Table 3.2 Biaya Modal**

<b>No</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
1.	Gas	Rp. 25.000
2.	Plastik Standing Pouch Ukuran 10 x 17,6 cm	Rp. 12.000
3.	Plastik Standing Pouch Ukuran 12 x 20,2 cm	Rp. 30.000
4.	Logo Produk	Rp 40.000
<b>Total Biaya Modal</b>		<b>Rp. 107.000</b>

### **3.2 Kegiatan Pembuatan dan Inovasi Kripik Singkong Aroma Seledri**

**Nama : Sri Wahyuni**

**NPM : 1512110070**

**Jurusan : Manajemen**

#### **3.2.1 Pengertian Produk**

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

Menurut William J. Stanton, produk secara sempit dapat diartikan sebagai sekumpulan atribut fisik yang secara nyata terkait dalam sebuah bentuk dapat diidentifikasi. Sedangkan secara luas, produk merupakan sekumpulan atribut yang nyata dan tidak nyata yang didalamnya mencakup warna, kemasan, harga, pengecer, dan pelayanan dari pabrik

dan pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sebuah hal yang dapat memberikan kepuasan atas keinginannya.

Menurut Kotler, pengertian produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan, dimiliki, digunakan atau pun dikonsumsi sehingga mampu memuaskan keinginan dan kebutuhan termasuk di dalamnya berupa fisik, tempat, orang, jasa, gagasan, serta organisasi.

### **3.2.2 Klasifikasi Produk**

Klasifikasi produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujud tidaknya, produk dapat diklasifikasikan kedalam dua kelompok utama, yaitu :

a. Berdasarkan wujudnya

Produk berdasarkan wujudnya dapat diklasifikasikan kedalam dua kelompok utama, yaitu:

1. Barang. Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba atau disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan perlakuan fisik lainnya.
2. Jasa. Jasa merupakan aktivitas, manfaat dan kepuasan yang ditawarkan untuk dijual (dikonsumsi pihak lain). Seperti halnya bengkel reparasi, salon kecantikan, hotel dan sebagainya.

b. Berdasarkan daya tahan

Produk berdasarkan aspek daya tahan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu :

1) Barang tidak tahan lama (*nondurable goods*). Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain, umur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun. Contohnya: sabun, pasta gigi, minuman kaleng, dan sebagainya.

2) Barang tahan lama (*durable goods*). Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun lebih). Contohnya: lemari es, mesin cuci, pakaian dan lain-lain.

c. Berdasarkan Konsumen

Produk juga dapat diklasifikasikan berdasarkan konsumennya dan untuk apa produk tersebut dikonsumsi. mengklasifikasikan produk menjadi:

1) Barang Konsumen

Barang Konsumen adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan konsumen akhir (individu atau rumah tangga), dan bukan untuk kepentingan bisnis, barang konsumen dapat dibedakan menjadi empat jenis yaitu:

- *Convenience Goods* merupakan barang yang pada umumnya memiliki frekuensi pembelian yang tinggi (sering dibeli), dibutuhkan dalam waktu segera dan memerlukan

usaha yang minimum dalam perbandingan dan pembelianya.

- *Shooping Goods* adalah barang yang proses pemilihan dan pembelianya, dibandingkan oleh konsumen diantara berbagai alternatif yang tersedia. Kriteria pembanding meliputi harga, kualitas, dan model masing-masing. Contohnya: alat rumah tangga, pakaian, dan kosmetik.
- *Speciality goods* adalah barang yang memiliki karakteristik atau identifikasi merek yang unik dimana sekelompok konsumen bersedia melakukan usaha khusus untuk membelinya. Umumnya jenis barang ini terdiri atas barang-barang mewah, dengan merek dan model yang spesifik, seperti mobil jaguar dan pakaian desain terkenal.
- *Unsought goods* adalah barang yang tidak diketahui oleh konsumen atau walaupun sudah diketahui oleh konsumen, konsumen belum tentu tertarik untuk membelinya. Contohnya: batu nisan, ensiklopedi, dan tanah pekuburan.

## 2) Barang industri

Barang industri adalah barang yang dikonsumsi oleh industriawan (konsumen antara atau konsumen bisnis). Barang industri digunakan untuk keperluan selain di konsumsi langsung yaitu: untuk diolah menjadi barang lain atau untuk dijual kembali. Barang industri dapat dibagi menjadi tiga kelompok yaitu:

1. *Material and part*, merupakan barang yang seluruhnya atau sepenuhnya masuk ke dalam produk jadi. Kelompok ini dibagi menjadi dua kelas yaitu bahan baku serta bahan jadi dan suku cadang.
2. *Capital Items*, merupakan barang tahan lama (*long Lasting*) yang memberi kemudahan dalam mengembangkan atau mengelola produk jadi.
3. *Supplies and service*, merupakan barang yang tidak tahan lama serta jasa yang memberi kemudahan dalam mengembangkan atau mengelola keseluruhan produk jadi.

### **3.2.3 Tingkatan Produk**

Produk dapat dibagi menjadi lima tingkatan, yaitu :

1. Manfaat dasar dari suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen.
2. Bentuk dasar dari suatu produk yang dapat dirasakan oleh panca indera.
3. Serangkaian atribut-atribut produk dan kondisi-kondisi yang diharapkan oleh pembeli pada saat membeli suatu produk.
4. Sesuatu yang membedakan antara produk yang ditawarkan oleh badan usaha dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing.
5. Semua argumentasi dan perubahan bentuk yang dialami oleh suatu produk dimasa datang.

Dalam merencanakan penawaran suatu produk, pemasar perlu memahami lima tingkatan produk, yaitu :

1. Produk utama atau inti (*core benefit*), yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi pelanggan setiap produk.
2. Produk *generic*, produk dasar yang memenuhi fungsi produk paling dasar/rancangan produk minimal dapat berfungsi.
3. Produk harapan (*expected product*) yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara normal diharapkan dan disepakati untuk dibeli.
4. Produk pelengkap (*equipped product*) yaitu berbagai atribut produk yang dilengkapi/ditambahi berbagai manfaat dan layanan sehingga dapat menentukan tambahan kepuasan dan dapat dibedakan dengan produk asing.
5. Produk potensial yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk di masa yang akan datang.

#### **3.2.4 Pengertian Inovasi**

Rogers dan Shoemaker mengartikan inovasi sebagai ide ide baru, praktik-praktik baru, atau objek objek yang dapat di rasakan sebagai sesuatu yang baru oleh individu atau masyarakat sasaran. Pengertian baru di sini, mengandung makna bukan sekedar baru di ketahui oleh pikiran (*cognitive*), melainkan juga karena belum dapat diterima secara luas oleh seluruh warga masyarakat dalam arti sikap (*attitude*) dan juga baru kemungkinan inovasi tersebut dapat diadopsi.



### 3.2.5 Proses Pembuatan Keripik Singkong

Pekon Ambarawa Timur Kecamatan Ambarawa Kabupaten Pringsewu, memiliki berbagai keaneragaman hasil pertanian salah satunya adalah singkong.

Dalam *survey* yang kami lakukan, kami mendapatkan informasi bahwa banyak sekali warga yang menanam singkong namun tidak dimanfaatkan dengan baik untuk menunjang hasil pendapatan para warga dan dari hasil informasi ini kami menemukan peluang yang sangat besar untuk dapat memajukan perekonomian masyarakat pekon Ambara timur dengan memberikan ide untuk mengolah singkong tersebut untuk diolah menjadi nilai yang tinggi.

Pelatihan pengolahan singkong yang sudah besar merupakan langkah awal dalam rangkaian pemberdayaan warga dalam menunjang perekonomian lewat usaha mikro ekonomi kreatif. Tim PKPM kami memberikan ide dasar yakni pembuatan keripik singkong KWT Putri Ayu, adapun bahan bahan yang di butuhkan adalah singkong, cabai, bumbu penyedap rasa, seledri, bawang dan gula merah.

Dalam pelatihan pembuatan keripik singkong ini kami mengundang Ibu-Ibu KWT Putri Ayu khususnya Dusun 2. Pelatihan ini disertai demo secara langsung mulai dari tahap persiapan bahan, pembuatan hasil dan jadinya, sehingga peserta pelatihan bisa di mengerti oleh ibu-ibu KWT Putri Ayu.

Adapun bahan yang di butuhkan untuk proses pembuatan keripik singkong KWT Putri Ayu adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.3 Alat dan Bahan**

<b>Bahan</b>	<b>Alat-Alat</b>
Singkong	Kompor
Bawang	Wajan
Cabai	Sotel +serok
Seledri	Pisau
Penyedap rasa	Baskom
Gula merah	Serutan singkong
Minyak goreng	Talenan
Asem	Cobek

Pembuatan keripik singkong KWT Putri Ayu



**Gambar 3.1 proses pembuatan produk keripik singkong**

Langkah-langkah membuat kripik singkong :

1. Langkah pertama kupas dan iris tipis singkong
  - Ambil singkong dan masukkan ke dalam wadah kupas singkong dari kulitnya lalu cuci bersih singkong sampai bersih. Diusahakan saat mengambil singkong pilih singkong yang masih segar, berukuran besar dan isinya berwarna putih tidak ungu.
  - Iris semua singkong yang sudah dicuci bersih dengan menggunakan serutan singkong maupaun singkong, diusakan berukuran sama tipis atau tidak tebal sebelah.
2. Rendam adona singkong yang diiris selama 25 menit dan Angkat lalu keringkan singkong yang sudah direndam hingga benar-benar kering dan jangan terkena sinar matahari langsung.
3. Menggoreng singkong dalam wadah penggorengan dan sediakan alat penggorengan panaskan minyak, goreng singkong sampai matang dan kering. Angkat lalu tiriskan kripik singkong sampai dingin dan tidak berminyak.
4. Sediakan alat penggorengan, panaskan minyak lalu tumis bahan bumbu adonan halus, aduk-aduk. Tambahkan gula merah dan daun seledri ke dalam tumisan aduk hingga merata.
5. Setelah bumbu mengering, kecilkan api lalu kamu masukkan kripik singkong yang sudah digoreng tadi, aduk tumisan sampai merata dan matang.
6. Jika sudah matang angkat, tiriskan dan diamkan hingga dingin ya.
7. Kripik singkong balado pedas siap di kemas.



**Gambar 3.2 Produk Keripik singkong**

### **3.3 Pembuatan *Design Merk* Pada Produk Keripik Singkong KWT Putri**

**Ayu**

**Nama : Satria Saputra**

**NPM : 1511010158**

**Jurusan : Teknik Informatika**

*Merk* merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen dengan bertujuan untuk mengembangkan produk dari Keripik Singkong 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 *design 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.

Design *merk* yang baik dapat mensinergikan dan mengintegrasikan dari beberapa elemen design 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 *merk* dagang yang mencantumkan nama UKM dan *contact person* untuk UKM yang berada di Desa Ambarawa Timur, karena UKM Keripik Singkong yang berada di Desa Ambarawa Timur 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 Keripik Singkong baik dalam jumlah sedikit ataupun dalam jumlah banyak.



**Gambar 3.3** *Design Merk* untuk kemasan produk keripik singkong

### **3.4 Pengemasan Produk**

**Nama : Mutia Rahmadianti**

**NPN : 1512110190**

**Jurusan : Manajemen**

#### **3.4.1 Pengertian Label**

Label merupakan keterangan yang melengkapi suatu kemasan barang yang berisi tentang bahan-bahan yang digunakan untuk membuat barang tersebut, cara penggunaan, efek samping dan sebagainya.

#### **3.4.2 Bentuk Label**

- Tanda dengan tulisan.
- Gambar pada kemasan makanan minuman dan barang yang lain.
- Brosur atau selebaran yang dimasukkan ke dalam wadah atau pembungkus.

#### **3.4.3 Fungsi Label**

Label berfungsi sebagai salah satu bentuk perlindungan pemerintah kepada para konsumen yang baru, yang berupa pelaksanaan tertib suatu Undang-Undang bahan makanan dan minuman atau obat. Dalam hal ini pemerintah mewajibkan produsen untuk meletakkan label etiket pada hasil produksinya sesuai dengan peraturan yang tercantum dalam Undang-Undang Bahan Makan. Dengan melakukan label sesuai dengan peraturan berarti produsen memberikan kepastian yang diperlukan oleh para konsumen agar dapat memilih, membeli, serta meneliti secara bijaksana. Merupakan jaminan bahwa barang yang telah dipilih tidak berbahaya dan dapat digunakan untuk mengatasi hal ini maka para konsumen membiasakan diri untuk membaca

label terlebih dahulu sebelum membelinya. Bagi produsen label dipergunakan untuk alat promosi dan pengenalan terhadap barang tersebut.

Dengan demikian para konsumen dapat membiasakan diri untuk membaca label tersebut karena dengan membaca label akan diketahui isi bungkusan/wadah barang tersebut, hampir semua makanan jadi yang dijual berada dalam kemasan sehingga konsumen tidak dapat memeriksa apa dan bagaimana keadaan isinya waktu membeli.

Adapun hal-hal yang dicantumkan di label, yaitu :

6. Nama Barang
7. Merek Barang
8. Alamat lengkap produsen dan penyalur
9. Dalam hal tertentu perlu dicantumkan cara peakaiannya
10. Cara penyimpanan dan pemeliharannya
11. Peringatan (awas bahaya obat keras dan sebagainya)
12. Label SNI
13. Layanan Konsumen
14. Netto
15. Label Halal

#### **3.4.4 Proses Pelabelan Keripik Singkong**

Setelah tim kami selesai dengan proses pembuatan keripik singkong, selanjutnya adalah kita akan melakukan proses pengemasan produk dimana pada proses ini kami membaginya menjadi 2 kemasan, yaitu

kemasan bungkus kecil berukuran  $\pm 25$  g dan bungkus sedang dengan ukuran  $\pm 75$  g. Dan tim kami punya tujuan agar produk kami dapat menjangkau semua segmen sampai ke pasar-pasar kecil atau lebih tepatnya agar produk kami dapat menjangkau ke warung-warung kecil yang berjualan di sekitar pasar Ambarawa Pusat ataupun pada sekolah-sekolah.

Sebelumnya kemasan dari Keripik Singkong KWT Putri Ayu terbilang sederhana dan segmennya hanya mencakup warung kecil sekitar Dusun 1 dan Dusun 2 saja, dengan adanya pembaharuan design serta ukuran kemasan

Keripik Singkong KWT Putri Ayu, diharapkan dapat menambah segmen pasar sasaran serta menaikkan profit KWT Putri Ayu.



**Gambar 3.4 Pengemasan Produk**



### 3.5 Perhitungan Harga Pokok Produksi

**Nama** : Lisa Anjani

**NPM** : 1512120145

**Jurusan** : Akuntansi

#### 3.5.1 Pengertian Harga Pokok Produksi (HPP)

Harga pokok produksi merupakan salah satu elemen penting dari laporan laba rugi suatu perusahaan dagang. Yang dimaksud dengan HPP adalah semua biaya dan pengorbanan yang perlu dikeluarkan dan dilakukan untuk menghasilkan produk jadi. Perhitungan Harga pokok Produk dapat digunakan untuk menentukan harga jual yang akan diberikan kepada pelanggan sesuai dengan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi.

#### 3.5.2 Komponen Biaya Harga Pokok Produksi

Biaya produksi terdiri dari dua 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 meliputi biaya-biaya yang berkaitan dengan penghargaan dalam bentuk upah/gaji yang diberikan kepada semua tenaga kerja yang secara langsung ikut serta dalam pengerjaan produk yang hasil kerjanya dapat ditelusuri secara langsung pada produk dan upah yang diberikan merupakan bagian yang besar dalam memproduksi produk.

c. Biaya *overhead* pabrik

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.

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan selama 29 hari, khususnya dalam ekonomi akuntansi saya berkontribusi dalam hal berikut:

**Tabel 3.4 Perhitungan Besaran Biaya Bahan Baku**

No	Keterangan	Unit	Harga / unit	Jumlah
1.	Singkong	20 kg	Rp. 1.500	Rp. 30.000
2.	Minyak Goreng	3 Liter	Rp. 11.000	Rp. 33.000
3.	Gula Merah	2 kg	Rp. 13.000	Rp. 26.000
4.	Cabai	¼ kg	Rp 8.000	Rp. 8.000
5.	Bumbu	-	Rp. 5.000	Rp. 6.000
6.	Penyedap Rasa	-	Rp. 5.000	Rp. 5.000
7.	Daun Bawang	-	Rp. 5000	Rp. 5.000
<b>Total Biaya Bahan Baku</b>				<b>Rp. 113.000</b>

**Tabel 3.5 Perhitungan Biaya *Overhead* Pabrik**

No	Keterangan	Jumlah
1.	Gas	Rp. 25.000
2.	Plastik Standing Pouch Ukuran 10 x 17,6 cm	Rp. 12.000
3.	Plastik Standing Pouch Ukuran 12 x 20,2 cm	Rp. 30.000
4.	Logo Produk	Rp 40.000
<b>Total Biaya Ovehead Pabrik</b>		<b>Rp. 107.000</b>

**Tabel 3.6 Total Biaya Operasional**

<b>No.</b>	<b>Jenis Biaya Operasional</b>	<b>Jumlah</b>
1.	Biaya Bahan Baku	Rp. 113.000
2.	Biaya overhead Pabrik	Rp. 107.000
<b>Total Biaya Operasional</b>		<b>Rp. 220.000</b>

**Perhitungan Harga Pokok Produksi**

Biaya operasional yang dikeluarkan untuk menghasilkan 200 bungkus keripik singkong adalah Rp. 220.000

- Keripik singkong ukuran 10 x 17,6 cm  

$$\text{Rp. 220.000} : 150 \text{ bungkus} = \text{Rp. 1.467} = \text{Rp. 1.500}$$
- Keripik singkong ukuran 12 x 20,2 cm  

$$\text{Rp. 220.000} : 60 \text{ bungkus} = \text{Rp. 3.700}$$

**Keuntungan per unit ( Laba 30%)**

- Keripik singkong ukuran 10 x 17,6 cm  

$$\text{Rp. 1.500} \times 30\% = \text{Rp. 450}$$
- Keripik singkong ukuran 12 x 20,2 cm  

$$\text{Rp. 3.700} \times 30\% = \text{Rp. 1.110}$$

**Harga Jual**

- Keripik singkong ukuran 10 x 17,6 cm  

$$\text{Rp. 1.500} + \text{Rp. 450} = \text{Rp. 1.950} = \text{Rp. 2.000}$$
- Keripik singkong ukuran 12 x 20,2 cm  

$$\text{Rp. 3.700} + \text{Rp. 1.110} = \text{Rp. 4.810} = \text{Rp. 5.000}$$

**Tabel 3.7 Rincian Harga Jual Setiap Kemasan**

<b>Ukuran</b>	<b>Harga Pokok Produksi</b>	<b>Laba</b>	<b>Harga Jual</b>
10 x 17,6 cm	Rp. 1.500	Rp. 450	Rp. 1.950 = Rp. 2.000
12 x 20,2 cm	Rp. 3.700	Rp. 1.110	Rp. 4.810 = Rp. 5.000

Berdasarkan kegiatan UKM Keripik Singkong KWT Putri Ayu, untuk produksi keripik singkong kemasan baru dapat menghasilkan sekitar 210 bungkus keripik singkong dengan 150 bungkus ukuran 10 x 17,6 cm dan 60 bungkus 12 x 20,2. Berdasarkan penjualan yang dilakukan setiap produksi maka UKM Keripik Singkong KWT Putri Ayu memiliki pendapatan sebesar :

$$150 \text{ bungkus} \times \text{Rp. } 2.000 = \text{Rp. } 300.000$$

$$60 \text{ bungkus} \times \text{Rp. } 5.000 = \text{Rp. } 300.000$$

Jadi, total pendapatan yang diperoleh UKM Keripik Singkong KWT Putri Ayu dengan Kemasan baru adalah Rp. 600.000

Berikut ini perhitungan Laporan laba rugi UKM Keripik Singkong KWT Putri Ayu :

**KWT PUTRI AYU**  
**LAPORAN LABA RUGI**  
**PER AGUSTUS 2018**

Penjualan		Rp. 600.000
Biaya Operasional		
Singkong	Rp. 30.000	
Minyak Goreng	Rp. 33.000	
Gula Merah	Rp. 26.000	
Cabai	Rp. 8.000	
Bumbu	Rp. 6.000	
Penyedap Rasa	Rp. 5.000	
Daun Bawang	Rp. 5.000	
Gas	Rp. 25.000	
Plastik Standing Pouch Ukuran 10 x 17,6 cm	Rp. 12.000	
Plastik Standing Pouch Ukuran 12 x 20,2 cm	Rp. 30.000	
Logo Produk	Rp. 40.000	
Total Biaya Operasional		Rp. 220.000
<b>Laba Usaha</b>		<b>Rp. 380.000</b>

**Tabel 3.8 Laporan laba rugi**

Pembukuan sederhana seperti di atas diharapkan mampu menjadi dasar untuk mengetahui besaran pengeluaran dana dalam sekali produksi dan besaran laba yang dapat diterima dalam sekali produksi tersebut dan menjadi tolak ukur perkembangan KWT Putri Ayu. KWT Putri Ayu merupakan salah satu UKM yang sudah terbentuk pada saat kami melaksanakan kerja praktek di Desa Ambarawa Timur.

### 3.6 Promosi dan Pendistribusian Keripik Singkong

**Nama : Franciscus Deny Baskara**

**NPM : 1512110217**

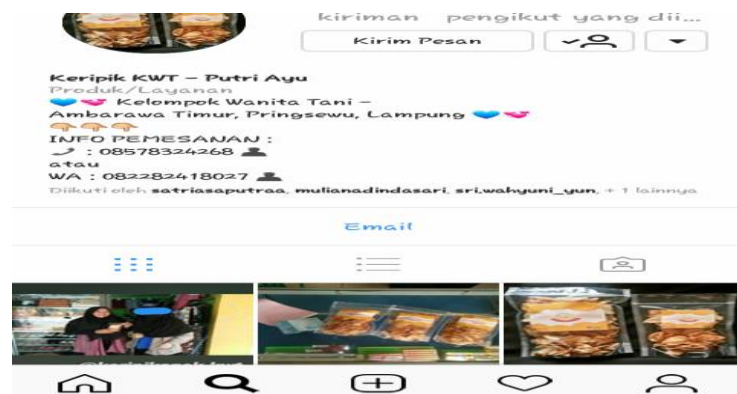
**Jurusan : Manajemen**

#### 3.6.1 Pengertian Promosi

Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan serta meningkatkan kualitas penjualan untuk meningkatkan kegiatan pemasaran dalam hal dalam memasarkan barang atau jasa dari suatu perusahaan. Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk, atau mengingatkan orang – orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu, ataupun rumah tangga ( Simamora, 2003:2185)

#### 3.6.2 Proses Promosi

Disini kami tidak hanya menjual produk secara langsung akan tetapi kami juga melakukan proses promosi secara online melalui media sosial dan menambahkan brand dan image yang kuat ke konsumen sehingga konsumen tidak mudah beralih keproduk atau brand lain.



**Gambar 3.5 Promosi produk keripik singkong melalui media sosial**

### 3.6.3 Pengertian Distribusi

Distribusi merupakan kegiatan yang fungsinya sangat bermanfaat bagi sektor ekonomi. Pengertian Distribusi menurut definisi para ahli mengatakan bahwa pengertian distribusi adalah kegiatan penyaluran barang dan jasa yang dibuat dari produsen ke konsumen agar tersebar luas. Kegiatan distribusi berfungsi mendekatkan produsen dengan konsumen sehingga barang atau jasa dari seluruh Indonesia atau luar Indonesia dapat kita peroleh barang dan jasa tersebut.

Kegiatan distribusi merupakan penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi. Pelaku kegiatan distribusi dinamakan distributor. Dalam kegiatan ekonomi, distribusi merupakan kegiatan yang berada di antara produsen sampai ke tangan konsumen. Barang yang telah dihasilkan oleh produsen agar sampai ke tangan konsumen memerlukan adanya lembaga yang disebut dengan distributor.

Dalam kenyataan tidak selamanya barang yang dihasilkan produsen untuk sampai ke konsumen harus melewati distributor. Akan tetapi, dalam perekonomian modern kegiatan distribusi memegang peranan yang penting. Lebih-lebih dengan makin majunya teknologi transportasi yang mengakibatkan hubungan antarbangsa menjadi lebih dekat. Hal ini mengakibatkan peranan distribusi makin penting karena barang yang ada di dalam negeri tetapi juga konsumen yang ada di luar negeri.

#### 1. Tujuan Distribusi



Tujuan kegiatan distribusi baik yang dilakukan oleh individu atau lembaga adalah sebagai berikut...

- Kelangsungan kegiatan produksi dapat terjamin. Produsen atau perusahaan membuat barang untuk dijual dan mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan yang kembali digunakan untuk proses produksi dimana keuntungan tersebut didapatkan jika terdapat distributor.
- Barang atau Jasa Hasil Produksi dapat bermanfaat bagi konsumen. Barang atau jasa produksi tidak akan ada artinya jika tetap berada di tempat produsen. Barang atau jasa dapat bermanfaat bagi konsumen jika telah ada kegiatan distribusi.
- Konsumen Memperoleh Barang dan Jasa dengan Mudah. Tidak semua barang atau jasa dapat dibeli langsung konsumen dari produsen dimana hal ini membutuhkan penyalur atau distribusi dari produsen ke konsumen.

## 2. Jenis-Jenis Distribusi

Berdasarkan hubungan antara produsen dan konsumen, sistem distribusi dibedakan menjadi antara lain.

- Distribusi Langsung, Pengertian distribusi adalah penyaluran atau penjualan barang yang dilakukan secara langsung oleh produsen ke konsumen yang dilakukan tanpa perantara.
- Distribusi Tak Langsung, Pengertian distribusi tak langsung adalah penyaluran atau penjualan barang dari produsen kepada konsumen

melalui perantara. Perantara yang terlibat kegiatan jual beli adalah pedagang, agen, makelar, dan komisioner.

#### **3.6.4 Proses Distribusi Keripik Singkong**

Setelah proses pengemasan produk, maka selanjutnya yang kami lakukan adalah proses pemasaran dan penjualan produk keripik singkong itu sendiri. Pada tahap ini selain melakukan pemasaran dan penjualan secara online, kami juga melakukan penjualan serta tes pasar secara langsung untuk menguji kelayakan produk kami dan juga agar kami bisa mendapatkan komentar langsung dari konsumen kami. Secara tidak langsung kami dapat mendapatkan informasi tentang situasi pasar, komentar dari konsumen secara langsung dapat memberikan gambaran terhadap kekurangan produk kami, serta kami juga mendapat informasi bagaimana agar produk kami dapat mencapai target yang kami inginkan.



**Gambar 3.6 Proses Pendistribusian Produk**