

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Laporan Kegiatan Pelatihan Komputer Dan Sosialisasi Internet Positif (Frank Wijaya dan Galang Yudha Perwira)

Pelatihan Komputer untuk Siswa-siswi di SMAN 1 Banyumas, SDN 1 Sriwungu.

3.1.1 Rencana Kegiatan

Rencana kegiatan ini yaitu mengenalkan dasar-dasar komputer dan mengajarkan bagaimana cara, teknik pengetikan dan penggunaan Microsoft Word dan Microsoft Exel. Disini penulis mencoba mengadakan pelatihan komputer untuk Siswa-siswi di SMAN 1 Banyumas, Siswa-siswi di SDN 1 Sriwungu dikarenakan teknologi semakin berkembang seiring dengan berjalannya waktu, sehingga mereka perlu diperkenalkan kepada teknologi sejak dini. Untuk itu diperlukan langkah awal dalam mempelajari perangkat yang dapat menunjang wawasan mengenai teknologi, dalam hal ini adalah komputer.

Pelatihan Komputer memberikan pengenalan mengenai perangkat komputer dan kegunaan Software Microsoft Office seperti Microsoft Word, Microsoft Excel, dan Microsoft PowerPoint.

Penulis sebagai penyelenggara berharap dengan terselenggaranya pelatihan ini bukan hanya sebagai media pembelajaran bagi Perangkat Desa dan anak-anak, tetapi juga sebagai media untuk memotivasi Anak-anak supaya kedepannya terus belajar mengikuti perkembangan teknologi demi mempermudah kehidupan mereka.

3.1.1.1 Sasaran

Sasaran dari kegiatan ini adalah Siswa-siswi di SMAN 1 Banyumas, Siswa-siswi di SDN 1 Sriwungu.

3.1.1.2 Bentuk Kegiatan

Program pelatihan dan sosialisasi internet positif ini berupa pelatihan kepada Siswa-siswi di SDN 1 Sriwungu dan sosialisasi internet positif di SMAN 1 Banyumas agar dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan di Pekon Sriwungu mengenai Perangkat komputer, kegunaan Software Microsoft Office seperti Microsoft Word, Microsoft Excel, dan Microsoft PowerPoint.

3.1.1.3 Deskripsi Kegiatan

Pelatihan komputer dan sosialisasi diberikan kepada Siswa-siswi di SMAN 1 Banyumas, Siswa-siswi di SDN 1 Sriwungu melalui suatu bentuk kegiatan yang dipandu oleh seorang pemateri dari mahasiswa PKPM Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya. Diharapkan Siswa-siswi di SMAN 1 Banyumas, Siswa-siswi di SDN 1 Sriwungu akhirnya mampu mengaplikasikan komputer berdasarkan perkembangan teknologi dan mampu mengembangkan pengetahuan dan kreatifitas.

3.1.2 Tahapan pelatihan computer dan Sosialisasi Internet Positif

Tahapan pelatihan komputer sebagai berikut :

3.1.2.1 Membuat materi pelatihan dan Sosialisasi Internet Positif

Agar memudahkan penulis dalam mengadakan pelatihan komputer sebelum itu penulis membuat materi pelatihan dan sosialisasi internet

positif. Penulis membuat materi pelatihan dengan menggabungkan antara materi dari internet dan buku. Membuat materi sebelum mengadakan pelatihan sangat penting agar proses pelatihan komputer sudah terencana dan sesuai materi yang telah ditetapkan.

3.1.2.2 Membuat jadwal pelatihan dan sosialisasi

Sangat antusiasnya Siswa-siswi di SMAN 1 Banyumas, Siswa-siswi di SDN 1 Sriwungu dalam mengikuti pelatihan computer sehingga terjadi penumpukan peserta pelatihan.

Untuk mengoptimalkan sesi pelatihan komputer penulis membuat jadwal pelatihan, yang diharapkan agar pelatihan computer tersebut dapat berjalan secara efisien dan materi yang disampaikan oleh pelatih dapat mudah dipahami para peserta pelatihan.

3.1.2.3 Menulis perkembangan peserta pelatihan

Agar memudahkan tutor dalam memberikan pelatihan kepada peserta pelatihan, penulis selalu menulis setiap perkembangan atau materi yang sudah didapat oleh peserta.

3.1.3 Ketercapaian Pengadaan Pelatihan Komputer dan sosialisasi

Pelatihan Komputer Pekon Sriwungu bertujuan untuk memperkenalkan Perangkat Komputer dan kegunaan Microsoft Office seperti Word Dan Microsoft Excel. Pekon Sriwungu sendiri belum terlalu memaksimalkan Penggunaan Komputer terutama bagi Siswa-siswi di Siswa-siswi di SDN 1 Sriwungu dan sosialisasi internet positif di SMA Basnyumas

yang hanya beberapa saja mungkin yang kenal atau mengerti sedikit bagian dari penggunaan Komputer.

3.1.3.1 Kendala dalam Sistem Pelatihan Komputer di Pekon Sriwungu

Kendala terlaksananya Pelatihan Komputer di Pekon Sriwungu sendiri antara lain karena minimnya pengenalan Komputer di Pekon Sriwungu, belum banyaknya Warga Pekon Sriwungu yang mempunyai Komputer atau Laptop sehingga kurangnya pengetahuan mengenai komputer. Tapi karena antusiasme belajar dari para Siswa-siswi di SMAN 1 Banyumas, Siswa-siswi di SDN 1 Sriwungu juga membuat kami bersemangat dalam membantu mengajar.

3.2 Pelatihan Website Desa sidesa.id (Frank Wijaya)

3.2.1 Pembuatan Website Desa

Berikut adalah penjelasan mengenai pelaksanaan program pelatihan website desa :

3.2.1.1 Tahap Pengumpulan Berkas

Tahap ini merupakan tahap awal dalam mendaftarkan desa untuk mendapatkan domain sidesa.id. Dalam proses pembuatan mahasiswa PKPM Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya ikut membantu aparaturnya desa untuk mengajukan domain *sriwungu.sidesa.id*.

Secepatnya setelah berkas telah terlengkapi, mahasiswa Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya mengirimkannya kepada DJ Corp selaku pihak yang mempunyai wewenang dalam mengajukan permohonan domain sidesa.id untuk kemudian diproses dalam mendaftarkan pekon Sriwungu di domain sidesa.id.

Selama proses menunggu mendapatkan domain, mahasiswa PKPM Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya mengikuti pelatihan yang diadakan oleh DJ Corp.

Dalam pertemuan tersebut Mahasiswa PKPM Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya diberikan beberapa materi, antara lain: Pemberian materi tentang Agen Perubahan Informatika, dan pelatihan Pengoperasian Website. Selain itu, Mahasiswa PKPM Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya juga diberikan tugas untuk *collecting* data/informasi mengenai pekon Sriwungu yang mana dipergunakan untuk pengisian konten pada saat website telah siap untuk dioperasikan.

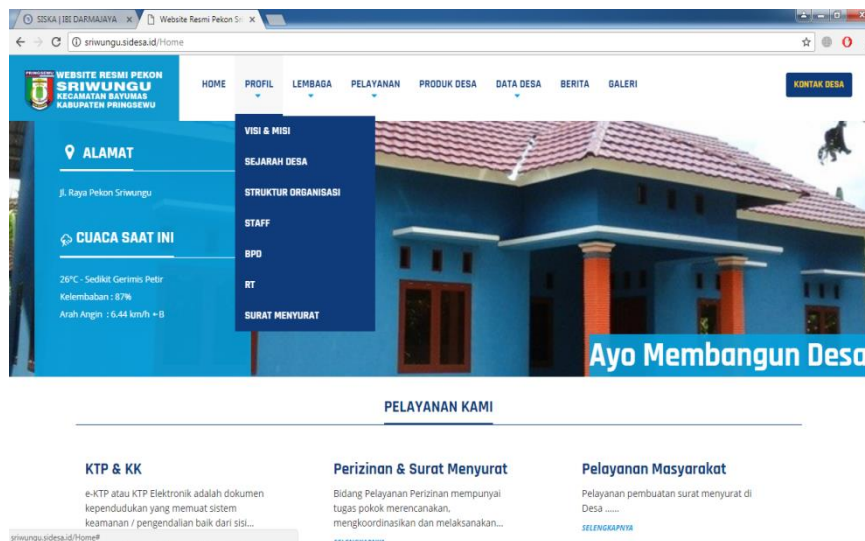
3.2.1.2 Tahap Up Website (Pengisian Konten)

Tahap ini merupakan tahap kedua setelah mendapatkan domain sidesa.id. Pengisian konten website meliputi beberapa menu utama, yaitu :

- Profil

Dalam menu Profil terdapat beberapa sub menu, antara lain :

- Visi&Misi
- Sejarah Desa
- Struktur Organisasi
- Staff
- BPD
- RT
- Surat Menyurat



Gambar 3.1 Website Sidesa Pekon Sriwungu

- Pelayanan

Dalam menu Pelayanan terdapat beberapa sub menu, antara lain:

- Perizinan
- Kartu Keluarga

- Data Desa

Berisi peta desa yang tersinkron dengan Google Maps serta menunjuk kantor balai desa sebagai titik koordinat lokasi.

3.2.2 Tahap Serah Terima Website

Tahap terakhir yaitu penyerahan website kepada aparaturnya, dalam hal ini yang diberi kuasa untuk menerima dan mengoperasikan website. Website resmi Pekon Sriwungu telah resmi diberikan oleh Mahasiswa PKPM Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya dan diterima langsung pada tanggal 20 Maret 2018. Setelah diberikannya website resmi Pekon Sriwungu kepada

aparatur desa harapannya website ini berguna untuk kemajuan desa dalam bidang IT dan membantu aparatur desa dalam melayani masyarakat.

3.3 Laporan Kegiatan Pengembangan Kemasan dan Merek UKM Keripik Pisang Agus Tomi (Ehwan nugroho, Even Christy Gloria, dan Ricky Gunawan)

3.3.1 Merek dan Kemasan

Kemasan dan merek merupakan salah satu ujung tombak penjualan suatu produk, sehingga dituntut untuk mampu menumbuhkan rasa ketertarikan konsumen untuk membeli. Dalam perancangan kemasan tidak hanya sekedar merancang saja tapi dituntut ada nya ide-ide yang mampu menuangkan keunggulan sebuah merek atau produk sehingga tampilan kempungin mampu menarik hati konsumen, Kemasan adalah kempungin kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen kempungin dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan.

Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar., pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. Biasanya fungsi utama dari kemasan adalah untuk menjaga produk. Namun, sekarang kemasan menjadi faktor yang penting sebagai alat pemasaran.

Kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Sedangkan Merek adalah suatu tanda yang berupa gambar, nama , huruf, angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur

tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang maupun jasa. Pada hal ini kami melakukan pembuatan merek dan kemasan yang bertujuan agar memiliki ciri khas dari UMKM keripik pisang tersebut, sehingga masyarakat lebih mengenal produk keripik pisang di Desa Sriwungu. Serta memberikan inovasi produk desa dan bentuk kemasan baru yang membuat produk menjadi lebih bernilai dan meningkatkan nilai tambah. Dengan demikian, kemasan yang menarik dengan mudah di kenal di beberapa Kecamatan Banyumas, desa Sriwungu, karena adanya merek yang menjadikan UMKM keripik pisang memiliki identitas tersendiri. Dan para penjual rumahan yang ada di desa Sriwungu dapat dengan mudah menjual atau memasarkan produk mereka ke luar daerah seperti Pringsewu dan Bandar Lampung dengan inovasi produk dan kemasan.

3.3.2 Pelabelan

Pelabelan merupakan salah satu bagian dari pengemasan. Produsen memberikan identitas diri pada label produknya, maka dari itu label adalah memberi informasi tentang suatu produk yang tertera tanpa harus membuka kemasan, memberi petunjuk yang tepat pada konsumen dan berfungsi sebagai sarana komunikasi terhadap konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui tentang produk tersebut terutama yang terlihat kasat mata atau yang tidak diketahui. Pada hal ini kami melakukan pelabelan produk yang kami beri nama keripik *GUSTOM*, bertujuan agar memiliki ciri khas pada UMKM keripik tersebut.

Serta memberikan label yang unik dan menarik sehingga produk memiliki nilai yang lebih. Pencantuman label yang menarik dan unik akan membuat konsumen

tertarik sehingga mudah di ingat di beberapa kecamatan Banyumas tepatnya di desa Sriwungu, karena adanya pelabelan ini maka akan menjadikan UMKM keripik pisang mudah dikenal dikalangan masyarakat

3.3.3 Gaya dan Desain Merek

Gaya dan Desain Merek merupakan salah satu untuk menarik perhatian konsumen serta menambah nilai kualitas produk yang khas. Gaya dan Desain dapat menjadi suatu alat persaingan yang sangat baik bagi berlangsungnya usaha Keripik pisang *GUSTOM*. Desain merek yang baru kami kembangkan merupakan produk yang dibutuhkan oleh konsumen karena mereka akan dapat mengetahui keberadaan keripik pisang Gustom di desa Sriwungu, dengan Desain yang baik dapat memberikan kontribusi lebih pada suatu desain keripik pisang.

Dengan demikian, desain yang menarik akan mempercepat kelancaran promosi, dalam hal ini kegunaan produk dan juga tampilannya yang menarik akan membuat konsumen tertarik untuk membeli keripik pisang tersebut. serta memberikan keunggulan bersaing dipasar sasaran.

3.3.4 Ketepatan Ukuran Kemasan

Ketepatan ukuran pembungkusan pada kemasan harus kita perhatikan, sebab hal ini akan berhubungan erat dengan harga suatu barang. Di negara yang maju seperti Amerika, ukuran-ukuran yang besar akan lebih ekonomis, tapi bagi negara yang baru berkembang seperti Indonesia, kemasan yang besar pada umumnya mempunyai daya beli yang rendah, sehingga perlu diperhatikan cara pembungkusan dengan ukuran yang terjangkau dengan daya beli yang besar untuk masyarakat adalah ukuran standar. Seperti yang kami lakukan pada

ukuran kemasan Keripik Gustom. *Karena* dengan ukuran yang standar bisa praktis dibawa kemana saja .



Gambar 3.2 Pengemasan Sebelum dan Sesudah Pemberian Label

3.4 Laporan Kegiatan Pengembangan Produk UMKM Keripik Pisang Dengan Varian Rasa (Ehwan nugroho dan Ricky Gunawan)

Dengan adanya UMKM keripik pisang yang berada di desa Sriwungu, maka kami mengembangkan produk UMKM keripik pisang dengan varian rasa. Proses pembuatan produk keripik pisang Gustom ini tidak terlalu sulit karena bahan mudah didapat dan tidak membutuhkan terlalu banyak proses, begitu juga dengan bahan – bahan yang diperlukan pada saat proses pembuatan sangat mudah untuk dicari. Untuk membuat produk ini kami membutuhkan bahan utama pisang dan minyak goreng serta bahan pembantu yang terdiri dari gula, tepung maizena, kapur sirih, coklat bubuk. Selain itu, untuk memproduksinya juga membutuhkan peralatan seperti pisau, alat pemasah/pemotong, baskom, wajan, serok, serta nampan. Keripik pisang memang telah banyak dijumpai diberbagai daerah. Namun, kami memberikan produk dengan rasa yang berbeda dengan tampilan yang menarik, selain itu kami akan menambahkan varian rasa.

Varian rasa adalah inti pemikat dari produk karena dengan rasa yang baru konsumen cenderung penasaran untuk mencoba. Dengan adanya inovasi dalam produk berupa varian rasa sehingga memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Dan dengan adanya varian rasa tingkat permintaan akan produk keripik pisang akan meningkat dan diminati oleh banyak orang.

Kami berharap agar UMKM keripik pisang ini dapat dijadikan usaha yang akan maju kedepannya dan dapat menambah pendapatan masyarakat desa Sriwungu jika dikembangkan lebih lanjut lagi.



Gambar 3.3 Varian Rasa Keripik Gustom Original dan Coklat

3.5 Perluasan pasar dan saluran distribusi pada UMKM Kripik Pisang Gustom

Menurut *Kotler dan Amstrong (1999)* pasar adalah seperangkat pembeli aktual dan potensial dari sebuah produk atau jasa.

Ukuran dari pasar sendiri tergantung pada jumlah orang yang menunjukkan kebutuhan, memiliki kemampuan dalam pertukaran.

sedangkan perluasan pasar merupakan salah satu usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan atas produk yang sudah ada pada pasar yang baru. Kegiatan ini

merupakan salah satu bagian kecil dari berbagai kemungkinan perusahaan untuk mencapai pertumbuhan.

Ada 2 cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memperluas pasar atas produk yang dihasilkan, yaitu :

- a. Secara geografis, maksudnya adalah perusahaan harus membuka pasar tambahan untuk memasarkan produk baik dalam skala regional, nasional bahkan internasional.
- b. Perusahaan menarik pangsa pasar lain dengan cara mengembangkan produk, membuat kemasan yang lebih bagus, memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, dan memasang iklan.

Terdapat 3 strategi jika perusahaan ingin memperluas produk atau pasarnya, yaitu:

- a. Strategi penetrasi pasar, dimana hal ini dilakukan dengan cara membanjiri pasar dengan produk baru yang belum ada dipasaran, sehingga orang atau pelanggan akan membeli produk tersebut.
- b. Strategi pengembangan pasar, ini dilakukan bilamana perusahaan mulai mencari saluran baru atau wilayah baru untuk pasar produknya yang belum tersentuh dari produk tersebut.
- c. Strategi pengembangan produk, strategi ini dilakukan bilamana perusahaan telah melakukan dua strategi sebelumnya dimana produk sebelumnya dilakukan diversifikasi atau penemuan turunan dari produk tersebut.

Pada PKPM tahun 2018 kelompok kami ditempatkan di desa Sriwungu, kecamatan Banyumas, kabupaten Pringsewu. Kami melihat desa ini sebagai desa yang tergolong berkembang, karena sudah banyak UMKM yang berdiri di sini. Para penduduk desa tergolong sebagai warga yang terbuka dengan perkembangan yang ada sehingga kami dapat lebih mudah untuk berbagi, menyalurkan ilmu yang kami peroleh di kampus kepada warga desa. UMKM yang ada desa Sriwungu, yaitu kelanting, keripik pisang dan tempe, pembuatan batu bata, dll.

Dalam pengembangan ini kami tertarik untuk mengembangkan tentang keripik Gustom karena kami melihat usaha ini memiliki banyak peluang. Pada usaha keripik bapak Agus Tomi, kami berbagi tentang bagaimana produk yang di hasilkan dapat berkembang di pasar, kami mulai memberitahu bagaimana cara pengemasan yang baik, cara pembuatan label, memberikan varian rasa untuk produk kripik ini, agar kripik ini dapat diminati oleh semua kalangan. Perluasan pasar tidak terlepas dari cara pendistribusian produk dari UMKM agar produk tersebut dapat beredar secara luas di pasaran dan konsumen mudah untuk mendapatkan produk tersebut.



Gambar 3.4 Produk Siap Distribusi

Warren J. Keegan (2003) berpendapat bahwa saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh para produsen untuk menyalurkan barang produksinya, dari produsen sampai ke konsumen atau kepada pemakai industri.

Jenis-jenis saluran distribusi barang konsumsi yang ada meliputi :

- a) Produsen – Konsumen
- b) Produsen – Pengecer – Konsumen
- c) Produsen – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen
- d) Produsen – Agen – Pengecer – Konsumen
- e) Produsen – Agen – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen

Pada awalnya usaha ini didistribusikan langsung kepada konsumen, namun kami melihat cara ini kurang efektif karena dengan pendistribusian sejenis ini mangsa pasar yang di sasar oleh produsen masih kurang luas.

Sehingga kami menyarankan untuk mengubah proses pendistribusian Tidak hanya langsung kepada konsumen namun produsen dapat mendistribusikan produk keripik kepada pengecer, pedagang besar bahkan agen baik lingkungan regional maupun nasional.

3.6 Pembuatan Laporan Keuangan Sederhana pada UMKM Keripik Pisang (Even Christy Gloria)

Melakukan Pemeriksaan Terhadap Format Penyusunan Laporan Keuangan. Kegiatan ini kami mulai dengan mendatangi rumah Bapak Agus Tomi untuk melihat bagaimana penyusunan laporan keuangan yang digunakan untuk UMKM Keripik Pisang. Dari hasil survei yang dilakukan, Ibu Nur tidak melakukan pembukuan terhadap uang yang masuk dan keluar untuk usaha Keripik Pisangnya. Sehingga keuangan UMKM tidak pernah terdata dengan baik.

Pentingnya pembuatan laporan keuangan sederhana dapat diuraikan sebagai berikut:

- a) Pengertian Harga Pokok Produksi

Mursyidi (2010) “Harga pokok produksi adalah biaya yang telah terjadi yang dibebankan atau dikurangkan dari penghasilan”. Hal ini menjelaskan jika semua beban yang dikurangkan dari omset atau penjualan kotor merupakan harga pokok produksi. Sedangkan menurut Bustami dan Nurlela (2010), harga pokok produksi adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurang persediaan produk dalam persediaan akhir. Harga pokok produksi terikat pada periode waktu tertentu.

b) Manfaat Harga Pokok Produksi

Laba atau rugi secara periodik suatu perusahaan dihitung dengan mengurangkan pendapatan yang diperoleh dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Menurut Mulyadi (2010) dalam perusahaan berproduksi umum, informasi harga pokok produksi yang dihitung untuk jangka waktu tertentu bermanfaat bagi manajemen untuk:

1) Menentukan Harga Jual Produk Perusahaan yang berproduksi

Memproses produknya untuk memenuhi persediaan di gudang dengan demikian biaya produksi dihitung untuk jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per satuan produk. Penentuan harga jual produk, biaya produksi per unit merupakan salah satu data yang dipertimbangkan disamping data biaya lain serta data non biaya.

2) Memantau Realisasi Biaya Produksi

Manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang sesungguhnya dikeluarkan dibanding dengan rencana produksi yang telah ditetapkan, oleh sebab itu akuntansi biaya digunakan dalam jangka waktu tertentu untuk

memantau apakah produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya.

3) Menghitung Laba Rugi Periodik

Guna mengetahui apakah kegiatan produksi dan pemasaran perusahaan dalam periode tertentu mampu menghasilkan laba bruto. Berikut ini adalah perhitungan biaya-biaya yang dibutuhkan dalam produksi kripik pisang:

Tabel. 2 Biaya Bahan Baku

No	Kebutuhan	Satuan	Harga/satuan	Jumlah
1	Pisang Kepok	1 Tandan	Rp 30.000,-	Rp 30.000,-
2	Minyak Goreng	2 Liter	Rp 11.000,-	Rp 22.000,-
4	Bubuk Perasa coklat	½ kg	Rp 9.000,-	Rp 9.000,-
5	Kapur Sirih	1 Bungkus	Rp 3.000,-	Rp 3.000,-
6	Tepung Maizena besar	1 Bungkus	Rp 10.000,-	Rp 10.000,-
7	Gula Halus	1 bungkus	Rp 5.500,-	Rp 5.500,-
8	Kayu bakar	½ kibik (3 x pakai)	Rp 14.000,-	Rp 42.000,-
Jumlah Biaya Bahan Baku			Rp 82.500,-	Rp 121.500,-

Tabel 3 Biaya Bahan Penolong

No	Kebutuhan	Satuan	Harga/satuan	Jumlah
1	Plastik Bungkus	1 pcs	Rp 7.000,-	Rp 7.000,-
2	Biaya label kemasan	5 Lembar	Rp 500,-	Rp 2.500,-
Jumlah Biaya Bahan Pembantu			Rp 7.500,-	Rp 9.500,-

Dalam sekali produksi Keripik Pisang, pemilik UMKM dapat mencapai 6 kg , dijual dengan kemasan 250 gram. Berikut ini perhitungan harga jual Keripik Pisang :

Biaya Operasional

Biaya Bahan Baku : Rp 121.000,-

Biaya Bahan Penolong : Rp 9.500,-

Jumlah Biaya Operasional : Rp 130.500,-

Harga Pokok Produksi

Keripik Pisang dengan berat 250 gram:

$$\frac{\text{Rp } 130.500}{50 \text{ bungkus}} = \text{Rp } 2.610,- \Rightarrow \text{Rp } 3.000,-$$

Laba (50% dari HPP)

Keripik Pisang dengan berat 250 gram

$$\text{Rp } 3.000 \quad \times \quad 50\% \quad = \text{Rp } 1.500,-$$

Harga Jual

Keripik Pisang dengan berat 250 gram

$$\text{Rp } 3.000,- \quad + \text{Rp } 1.500,- \quad = \text{Rp } 4.500,-$$

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

Tabel 4 Rincian Harga Jual Setiap Kemasan

Berat	Harga Pokok Produksi	Laba	Harga Jual
250 gram	Rp 3.000	Rp 1.500	Rp 4.500

Ketercapaian Penerapan Program dalam Aspek Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana

Berdasarkan kegiatan UMKM Keripik Pisang, dalam sekali produksi Keripik Pisang, pemilik UMKM dapat mencapai 50 bungkus Keripik Pisang dijual dengan berat 250 gram. Berdasarkan penjualan setiap kali produksi pendapatan yang diperoleh pemilik UMKM sebesar :

$$50 \times \quad \text{Rp } 4.500 \quad = \text{Rp } 225.000,$$

Berikut ini perhitungan Laporan Laba/Rugi UMKM Keripik Pisang:

Tabel 5 LAPORAN LABA/RUGI UMKM KERIPIK PISANG

Penjualan		Rp 225.000,-
Biaya – biaya :		
Pisang Kepok	Rp 30.000,-	
Minyak Goreng	Rp 22.000,-	
Bubuk Perasa coklat	Rp 9.000,-	
Kapur Sirih	Rp 3.000,-	
Kayu Bakar	Rp 42.000,-	
Gula Halus	Rp 5.500,-	
Plastik Bungkus	Rp 7.000,-	
Print Kertas Logo	Rp 2.500,-	
Tepung Maizena	Rp 10.000,-	
		<u>Rp 131.000,-</u>
	Laba Bersih :	Rp 99.000,-

3.7 Pengembangan KERIPIK PISANG dari Aspek Pemasaran

(Ary Carni Selis Diyah)

3.7.1 *Product (Produk)*

3.7.1.1 Merek/logo

Logo ini didesain menggunakan Adobe Photoshop CS3. Hal ini, diharapkan UMKM Keripik Pisang Gustom memiliki logo tersendiri untuk produknya.

Logo tersebut akan di masukkan ke media marketing yang akan dibuat. Selain itu, logo sementara akan diprint dan di cetak menjadi kertas brosur dalam plastik kecil, yang dimasukkan dalam kemasan untuk mencegah logo menjadi rusak. Kami mencetak logo yang dibuat menjadi kertas brosur biasa, untuk meminimalisir modal yang terbatas. Dan berharap dikemudian hari cetakan logo yang sekarang digunakan berikutnya akan meningkat menjadi stiker yang akan ditempel diluar kemasan.



Gambar 3.5. Logo UKM Keripik Pisang Gustom

3.7.1.2 Kemasan

Untuk kemasan pada Produk Keripik Pisang Gustom kelompok Sriwungu menggunakan plastik berukuran 18x25 cm.



Gambar 3.6 Logo UKM Keripik Pisang Gustom

3.7.1.3 Varian rasa

Kelompok Sriwung juga menambahkan vari an rasa pada Keripik

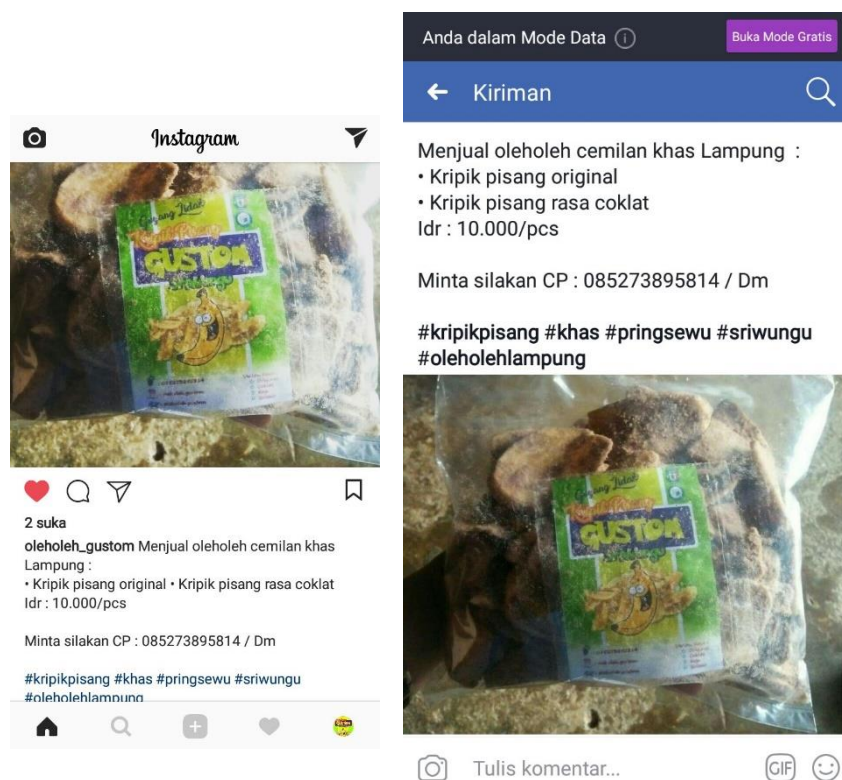


Gambar 3.7 Proses pencampuran rasa pada Keripik Pisang Gustom

3.7.2 *Promotion* (promosi)

3.7.2.1 Sosial Media

Setelah logo UMKM selesai dibuat, dilakukan proses pembuatan sosial media seperti *instagram* dan *facebook* untuk media marketing pada Keripik Pisang Gustom. Rekan-Rekan Kelompok Sriwungu mulai memasukkan data-data Keripik Pisang Gustom yang meliputi gambar, harga, lokasi, dan penjelasan mengenai Keripik Pisang Gustom.



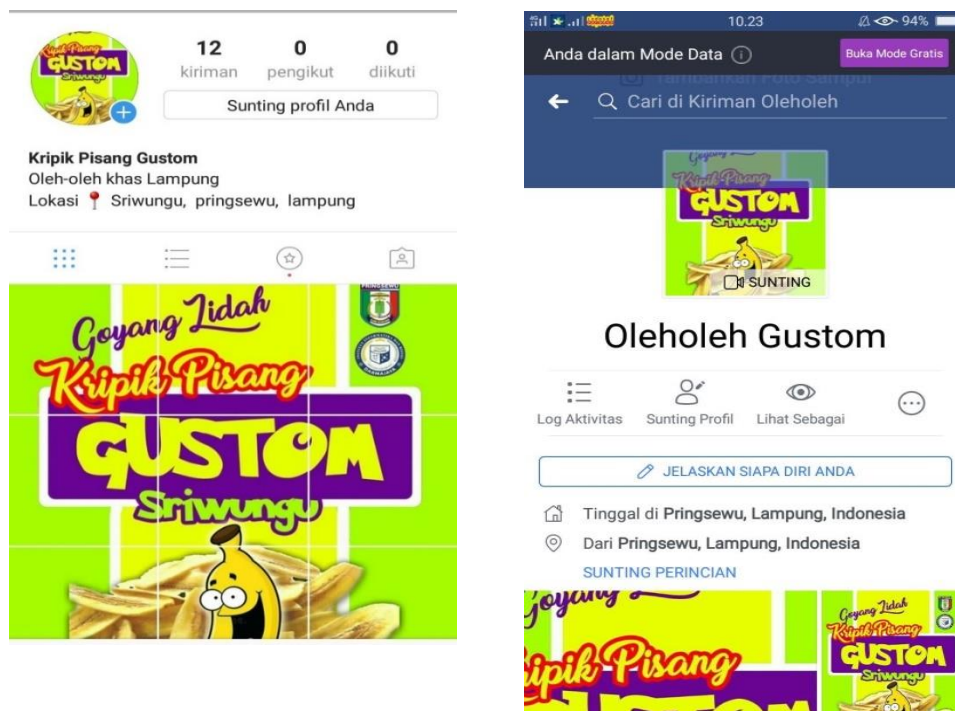
Gambar 3.8 Facebook dan Home

3.7.2.2 Pembuatan *Facebook ads*

Pembuatan sosial media seperti *instagram* dan *facebook* telah dilakukan, langkah selanjut kami membuat *facebook ads*.

Facebook ads adalah fitur yang ditawarkan oleh *facebook* untuk mempromosikan atau mengiklankan suatu Fan Page yang sebelumnya sudah dibuat oleh pengguna *facebook* dengan jangkauan yang berbeda

dan dapat diatur oleh pemasang iklan tersebut. Dalam iklan *facebook*, para pengiklan sebelumnya harus memiliki halaman Fan Page yang memungkinkan untuk para pengguna *facebook* lain nya memberikan like atau menjadi penggemar atas Fan Page tersebut, dan Fan Page tersebut dapat berupa perusahaan, produk layanan, individu, merek dagang, dan lain sebagainya. Dalam perencanaan iklanya, para pengiklan dapat dengan spesifik mengatur target pasar yang ingin mereka tuju, seperti wilayah geografi, gender atau jenis kelamin, umur, hal yang disukai, status pernikahan, pendidikan, dan lain sebagainya. Dan setelah pengiklan memilih karkter target iklan apa saja yang akan dipilih, iya akan mengetahui berapa banyak jumlah target iklan mereka, dan hal tersebut membuat iklan yang dibuat menjadi lebih efektif dan tepat sasaran.



Gambar 3.9 Facebook ads dan instagram Keripik Pisang Gustom.

3.7.3 Price (Harga)

Untuk harga produk memberikan harga untuk Keripik Pisang Gustom varian rasa : Rp.10.000/pcs (200g)

3.7.4 Place (Tempat)

Untuk distribusi pemilik UMKM Keripik Pisang Gustom belum mempunyai toko untuk menjual produknya. Oleh karena itu, pemilik UMKM Keripik Pisang Gustom menjual produknya ke BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) dan warung makan yang berada di Sriwungu serta menitipkan keripik pisang ke warung atau pasar di sekitar kecamatan Banyumas.

3.8 Laporan Video Dokumenter (Galang Yudha Perwira)

3.8.1 Pembuatan Video Dokumenter

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

Didalam video dokumentasi terdapat bagian-bagian sebagai berikut :

3.8.1.1 Bagian pembukaan video :

- Pelepasan peserta PKPM Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya.
- Sambutan perserta PKPM Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya oleh Kepala Kecamatan Banyumas.
- Pengenalan perserta PKPM Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya.

- Kegiatan warga di desa.

3.8.1.2 Bagian isi video :

- Program kerja bidang Ilmu Komputer (Pengenalan Dasar-dasar komputer dan Soasialisasi Tentang Internet Positif).
- Kegiatan Senam warga dan peserta PKPM Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya.
- Latihan kesenian Janger
- Program kerja bidang Ilmu Komputer tentang Web Pekon Sriwungu
- Program kerja bidang Bisnis tentang inovasi kripsi pisang Pak Bustomi

3.8.1.3 Bagian penutup video :

- *Credit Title* peserta PKPM.
- *Credit Tile* ucapan Terima Kasih
- *Credit Tile* Editing



Tabel 6 Berikut kejelasannya dalam Tabel Papan video ini.

No	Scene Video	Keterangan

1		<p>Bagian Pembukaan pada video dokumenter.</p>
2		<p>Keberangkatan sekaligus pelepasan anak PKPM IIB Darmajaya</p>
3		<p>Penyambutan Anak PKPM IIB Darmajaya oleh Pak Camat Banyumas</p>
4		<p>Gedung Balai Desa Pekon Sriwungu</p>

5		<p>Sambutan sekaligus perkenalan anak PKPM IIB Darmajaya Kepada Perangkat Desa Sriwungu</p>
6		<p>Perkenalan Anak PKPM IIB Darmajaya kepada para RT</p>
7		<p>Acara peresmian lapangan futsal serta Meperkenalkan Anak PKPM IIB Darmajaya kepada warga sekitar</p>

8		<p>Pelatihan Komputer dasar yang dilakukan di Sekolah SDN 1 Sriwungu</p>
9		<p>Sosialisasi tentang internet positif ke SMA 1 Banyumas</p>
10		<p>Kegiatan Senam Di Desa Sriwungu</p>
11		<p>Latihan kesenian janger di desa Sriwungu</p>

12		<p>Pelatihan web kepada perangkat desa pekon Sriwungu</p>														
13		<p>Cara Pembuatan Kripik Coklat Goyang Lidah Pak Agus Tomi</p>														
14	<p>[Pause]</p> <p>Kelompok Pekon Sriwungu:</p> <table border="0"> <tr> <td>Ary Carni Selis Diyah</td> <td>1311050165</td> </tr> <tr> <td>Ehwan Nugroho</td> <td>1312110179</td> </tr> <tr> <td>Even Christy Gloria</td> <td>1312110263</td> </tr> <tr> <td>Frank Wijaya</td> <td>1411010001</td> </tr> <tr> <td>Galang Yudha P</td> <td>1411010030</td> </tr> <tr> <td>Ilham Bimo H P</td> <td>1411050123</td> </tr> <tr> <td>Ricky Gunawan</td> <td>1312110197</td> </tr> </table>	Ary Carni Selis Diyah	1311050165	Ehwan Nugroho	1312110179	Even Christy Gloria	1312110263	Frank Wijaya	1411010001	Galang Yudha P	1411010030	Ilham Bimo H P	1411050123	Ricky Gunawan	1312110197	<p><i>Credit Title</i></p> <p>peserta PKPM IIB Darmajaya</p>
Ary Carni Selis Diyah	1311050165															
Ehwan Nugroho	1312110179															
Even Christy Gloria	1312110263															
Frank Wijaya	1411010001															
Galang Yudha P	1411010030															
Ilham Bimo H P	1411050123															
Ricky Gunawan	1312110197															
15	<p>[Pause]</p> <p>SEPECIAL THANKS TO:</p> <p>ALLAH SWT KAMPUS IIB DARMAJAYA</p> <p>REKTOR IIB DARMIJAYA : IR. FIRMANSYAH Y. ALFIAN DOSEN PEMBIMBING : NISAR, MT</p> <p>STAFF KECAMATAN BANYUMAS KEPALA PEKON SRIWUNGU PERANGKAT PEKON SRIWUNGU WARGA PEKON SRIWUNGU</p>	<p><i>Credit Title</i></p> <p>Ucapan Terima Kasih</p>														

16		<i>Credit Title</i> Editing Menegaskan bahwa ini hasil porgja saya
----	------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------

3.8.2 Persiapan Pembuatan 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 kamera digital merek Canon tipe EOS M3 sebagai media pengambil gambar, software editing video yaitu Adobe Primier Pro CC, dan juga konsep pengambilan gambar/video dan editing video, kami menggunakan konsep profil desa dan kegiatan warga sekitar sebagai konsep editing videonya .

3.8.3 Proses Pembuatan Video Dokumenter

Proses pertama yaitu pemilahan gambar dan video yang akan diedit. Gambar dan video yang akan diedit adalah kegiatan yang berlangsung selama melakukan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Desa Sriwungu dan juga kegiatan di Kecamatan Banyumas.

3.8.3.1 Proses Editing

Proses kedua yaitu memulai editing video dengan menggunakan software Adobe Primier Pro CC, dalam proses ini terjadi bebagai macam

editing mulai dari pemotongan durasi video, penggabungan video, penambahan background sound sebagai tema lagu, penambahan template dan effect transisi video.

3.8.1.2 Proses Rendering

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.

3.8.4 Hasil Video Dokumenter yang Telah dirender



Gambar 3.10 Hasil Video yang Telah Dirender

3.9 Laporan Kegiatan Pembuatan Logo Pekon Sriwungu (Ilham Bimo)

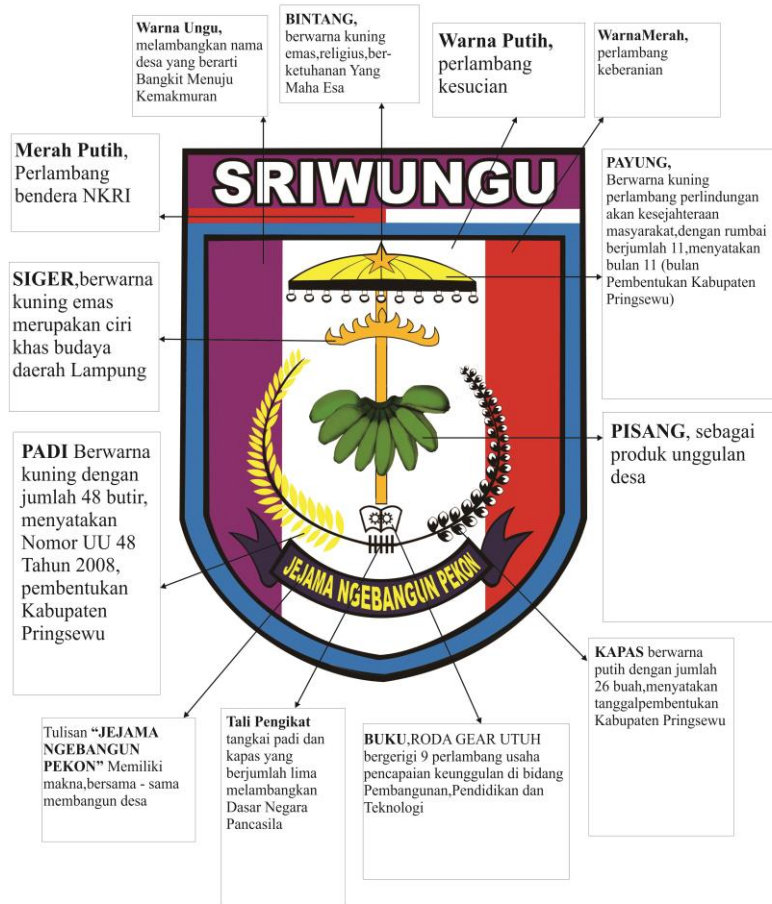
Logo adalah suatu gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan hal lainnya membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah di ingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Sebuah logo

wajib mempunyai filosofi dan kerangka dasar yang berupa konsep dengan tujuan melahirkan sifat yang berdiri sendiri atau mandiri. Sebuah logo memiliki ciri khas seperti warna dan bentuk logo tersebut. Sebuah logo dapat memakai elemen apa saja, seperti tulisan, logogram, gambar, ilustrasi dan lain-lain. Sebuah logo adalah simbol atau elemen gambar pada identitas visual. Logo atau corporate identity atau brand identity adalah sebuah tanda yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberi suatu identitas yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran yang signifikan, bahwa logo mampu membantu membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitornya. Logo dapat diambil artinya dari suatu kualitas yang disimbolkan, melalui pendekatan budaya perusahaan (corporate culture), penempatan posisi (positioning) historis atau aspirasi perusahaan, apa yang diartikan atau dimaksudkan adalah penting daripada seperti apa rupanya. Secara keseluruhan logo adalah instrumen rasa harga diri dan nilai-nilainya dapat mewujudkan citra positif dan dapat dipercaya (Sularko,2008: 6).

Kegiatan yang di lakukan ini adalah permintaan khusus oleh Kepala Desa Sriwungu kepada mahasiswa PKPM IIB Darmajaya. Pembuatan logo pekon Sriwungu ini bertujuan untuk membuatkan ciri khas dan identitas bagi suatu pekon untuk membedakan dengan pekon yang lain. Selain dari produk unggulan yang di usung oleh setiap pekon, salah satu cara untuk menunjukkan identitas pekon itu adalah dengan adanya logo pekon. Dalam pembuatan logo pekon Sriwungu ini di setiap warna, dan lambangnya harus mempunyai makna yang terkandung dalam logo tersebut. Karna produk unggulan pekon Sriwungu adalah buah Pisang maka kepala desa meminta di buat logo pekon dan maknanya dengan ciri khas dari produk unggulan pekon. Pembuat desain logo pekon Sriwungu ini menggunakan aplikasi CorelDraw X5, yang mana Corel Draw X5 yang paling banyak dimanfaatkan oleh para pengguna, terutama pembuatan logo dua dimensi karena kemudahannya dalam mengolah garis dan warna. Dan pada tool-tool yang ada di dalamnya sangat mudah dipahami.



Gambar 3.11 Logo Pekon Sriwungu



Gambar 3.12 Logo Pekon Sriwungu dan Maksudnya