

BAB II

SURVEY DAN RENCANA KEGIATAN

2.1 Hasil Survey Lokasi

2.1.1 Deskripsi wilayah

Tabel 2.1 Deskripsi wilayah

Data Umum Desa Wates Selatan				
Desa	Kecamatan	Kabupaten	Provinsi	Luas Wilayah
Wates Selatan	Gading Rejo	PringSewu	Lampung	171 Ha

Tabel 2.2 Data Umum Desa Wates Selatan

A. Kepala Desa/Kelurahan	Irhamzah
B. Seketaris Desa/Kelurahan	Febri Eko Purnomo
C. Tim Penggerak PKK Kelurahan	Ketua : Nurmawati Seketaris : Bayu Eka Wati
D. Tim PPMK	Ketua : Hartono Seketaris : Singih Pramono
E. Kepala Dusun	Dusun Saribumi 1: Supriyato Dusun Saribumi 2: Sarwono
F. Jumlah Penduduk : 1830 Kurang Mampu : 66 Jiwa	Laki Laki : 900 jiwa Perempuan : 930 Jiwa

Tabel 2.3 Data Pendukung

A. Sarana Pendidikan	1. PAUD : 1 buah 2. TK : 1 buah 3. SD : 1 buah 4. SMP : 0 buah 5. SMA : 0 buah
B. Sarana Ibadah	1. Langgar/Surau : 3 buah 2. Masjid : 2 buah 3. Gereja : 0 buah 4. Pura : 0 buah
C. Sarana Pendukung	1. Pasar Desa : 1 buah 2. Balai Desa : 1 buah 3. Puskesmas : 1 buah 4. Polindes : 1 buah 5. Irigasi : 0 buah 6. BumDes : 1 buah 7. Pesantren : 0 buah

Tabel 2.4 Batas Wilayah Desa

Sebelah Utara	Desa Wates
Sebelah Selatan	Desa Guyuban
Sebelah Timur	Desa Tambahrejo Barat
Sebelah Barat	Desa Panjerrejo

2.1.2. Mata Pencaharian

2.1.2.1 Industri Kecil

Masyarakat desa banyak bekerja pada sector industry kecil baik sebagai buruh atau pun sebagai pegawai tetap. Pada industry kecil masyarakat bekerja memproduksi batu bata merah. Lokasi produksi batu bata sangat mudah ditemui mereka memproduksi batu bata di pinggir jalan desa, biasanya sekali memproduksi dibutuhkan tenaga manusia sebanyak 7 orang yang memiliki tugas masing masing, ada yang pada bagian pengadukan bahan, pencetakan batu bata, penjemuran serta pembakaran.

2.1.2.2 Pembuat Sapu Ijuk

Bekerja sebagai pembuat sapu ijuk, tidak seperti yang bekerja di sector industry kecil, bekerja untuk pembuatan sapu ijuk tidak membutuhkan orang bnyak, hanya 2-3 orang saja dan masih satu keluarga, pak Turino adalah contohnya, beliau dengan semangat yang tinggi mendirikan suatu unit usaha yang memproduksi sapu ijuk bersama dengan istrinya beliau bekerja dalam seminggu bisa memproduksi 5 kodi sapu .

Beliau tidak mewariskan usahanya kepada anaknya hal ini dikarenakan proses pembuatan sapu ijuk rumit, mulai dari proses pemilihan ijuk yang akan di buat sapu, kemudian ijuk akan digulung dan gulungan akan dipadatkan berbentuk segitiga sebelum dijahit. Pada proses penjahitan membutuhkan ketelatenan atau ketekunan. Maka dari itu sedikit saja orang yang mengerti membuatnya.

2.1.2.3 Pembuat Gula Aren

Untuk produksi air aren menjadi gula aren terdapat beberapa kelompok yang melakukannya ada yang menambahkan gula putih ada juga yang tidak menambahkan gula putih dalam proses produks, pak Dariyo adalah unit usaha yang tidak menambahkan gula putih dalam proses produksinya hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas rasa gula aren. Biasanya air aren akan di sadap pada pagi hari lalu diambil pada sore harinya dan disadap pada sore diambil pada pagi harinya.

2.1.2.4 Lainnya

Selain bekerja pada industry kecil, pembuat sapu ijuk dan pembuat gula aren terdapat juga masyarakat yang bekerja sebagai pegawai negri sipil serta buruh bangunan.

Desa Wates Selatan merupakan desa dengan luas 171 Ha, dengan perincian data luas wilayah yang di jadikan pemukiman seluas 15 Ha, 50 Ha untuk lading/tegalan sedangkan sisanya masih berupa hutan. Desa Wates menurut tingkat perkembangannya masuk dalam kategori Desa Swasembada. Kehidupan waga desa ini sudah sangat maju dan bisa memenuhi seluruh kebutuhan hidupnya. Sudah menguasai teknologi dan memiliki berbagai alat untuk mendukung aktivitas ekonomi mereka karena warga desa ini memiliki tingkat pendidikan yang baik, pekerjaan yang beragam dan pola berpikir yang udah sangat rasional. Warga desa Swasembada sudah tidak terikat adat-istiadat dan tidak lagi terisolir.

Lokasinya yang berjarak 10 KM dengan Ibukota Kabupaten membuat desa ini memiliki berbagai pilihan bagi warga untuk bekerja dan memenuhi kebutuhan hidupnya. Selain itu desa juga memiliki sumber daya alam yang melimpah seperti Kayu, Tanah sebagai bahan untuk produksi bata serta tanah yang subur.

2.1.3 Rencana Pembangunan Desa Wates Selatan

Desa Wates Selatan dalam RPJM(Rencana Pembagian Jangka Menengah) untuk jangka waktu 1 tahun yaitu difokuskan pada pembangunan infrastruktur.

1. Seperti pembangunan rabat beton untuk 2 dusun yaitu Dusun 1 Saribumi, Dusun 2 Saribumi. Adapun manfaat yang diterima masyarakat dari program ini adalah untuk memudahkan atau melancarkan transportasi. Program ini sebagai realisasi dana desa untuk tahun 2018. Adapun lokasinya rabat beton sepanjang 133 meter di dusun 2 dan rabat beton sepanjang 160 meter dusun 1, tujuan pembangunan rabat beton adalah untuk memudahkan akses transportasi masyarakat.

2. Program bedah rumah untuk 2 dusun yaitu dusun 1 saribuni dan dusun 2 saribumi, adapun manfaat program bedah rumah ini adalah bagi warga yang termasuk dalam kurang mampu ini sangat membantu karena rumah mereka semi permanen.

3. Pengadaan jahit menjahit untuk 2 dusun yaitu dusun 1 Saribumi dan dusun 2 saribumi. Program ini ditujukan bagi Ibu PKK, selain untuk mengisi waktu luang keterampilan mereka juga bertambah dan produk yang diciptakan bisa dijual sehingga ekonomi masyarakat akan meningkat. Adapun sumber pembiayaan untuk rencana pembangunan untuk jangka 1 tahun berasal dari Anggaran Pembiayaan Belanja Daerah (APBD) Kabupaten Pringsewu.

2.2 Temuan Masalah dan Rencana Kegiatan di Desa Wates Selatan

2.2.1 Temuan Masalah

a. Aspek Produksi

Ketika batang pohon aren disadap akan mengeluarkan air aren. Air aren adalah produk dan dapat dijual dengan satuan liter akan tetapi nilai dari air aren berbeda dengan gula aren. Gula Aren adalah hasil dari pemrosesan lanjutan dari air aren sehingga nilai jual nya akan naik. Proses untuk menambah nilai dari suatu produk ialah produksi. Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan barang atau jasa (Assauri,2008:127). dapat diambil kesimpulan bahwa proses produksi merupakan kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan faktor-faktor yang ada seperti tenaga kerja, mesin, bahan baku dan dana agar lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia.

Menurut Assoury (2008;11) pengertian produksi adalah kegiatan mentranspormasikan masukan (input) menjadi keluaran (output), tercakup semua aktifitas atau kegiatan menghasilkan barang dan jasa, serta kegiatan-kegiatan lain yang mendukung atau usaha untuk menghasilkan produksi tersebut”.

Alexandra (2014) menyatakan produksi adalah salah satu dari kegiatan ekonomi suatu perusahaan, sebab tanpa adanya proses produksi maka tidak akan ada barang atau jasa yang dihasilkan.

Dalam UMKM permasalahan produksi tidak akan lepas dari permasalahan tentang : Tenaga Kerja dan Keselamatan dan Kesehatan Kerja dan juga Proses Produksi

Bahan baku ialah barang barang yang dibeli dan diakui sebagai persediaan yang kemudian akan diolah menjadi produk, berdasarkan sifatnya bahan baku terbagi 2 yaitu bahan baku langsung dan tidak langsung. Bahan baku langsung ialah bahan baku yang terlibat secara langsung dalam menghasilkan produk, sedangkan tidak langsung ialah bahan yang menjadi pelengkap produksi saja. Bahan baku merupakan faktor penting yang ikut menentukan tingkat harga pokok dan kelancaran proses produksi usaha.(Singgih Wibowo, Petunjuk Mendirikan Perusahaan Kecil, Edisi Revisi, Niaga Swadaya, Jakarta, 2014, hal. 12.)

2. Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan penduduk yang berada dalam usia kerja. Menurut UU No. 13 tahun 2003 Bab I pasal 1 ayat 2 disebutkan bahwa tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat. Secara garis besar penduduk suatu negara dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu tenaga kerja dan bukan tenaga kerja. Juga diatur dalam pasal 86 dan 87 mengenai perlindungan tenaga kerja.

3. Sistem Produksi

Sistem Produksi ialah suatu rangkaian operasi yang mengelola atau yang memproses inputan berupa bahan mentah (*raw material*), bahan setengah jadi (*Intermediate material*, part, komponen atau rakitan untuk menghasilkan output bernilai tambah (*value added product*) atau produk akhir (*finished product*) dengan menggunakan sumber daya dari elemen teknologi (mesin, peralatan, fasilitas produksi dan energy) dan dari elemen organisasi (tenaga kerja, manajemen, informasi dan modal)

Sistem produksi meliputi aktivitas perancangan (*design*), pengadaan (*procure*), pembuatan (*produce*), penyimpanan (*store*), pengiriman (*deliver*) dan pelayanan (*service*).

4. Manajemen Produksi

Manajemen produksi secara lugas adalah tugas mengkoordinasi dan mengendalikan kegiatan yang diperlukan untuk membuat suatu produk dengan lebih efektif dari berbagai aspek.

b. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Belum adanya tenaga kerja yang memadai dalam pelaksanaan UMKM. Dalam menentukan tenaga kerja atau sumber daya manusia untuk suatu UMKM maka perlu diterapkan fungsi manajemen sumber daya manusia yang terdiri dari perencanaan, rekrutmen, seleksi, pengembangan, pelatihan, evaluasi kerja, kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan dan pemberhentian.

1. Perencanaan

Perencanaan adalah usaha sadar dalam pengambilan keputusan yang telah diperhitungkan secara matang tentang hal-hal yang akan dikerjakan di masa depan dalam dan oleh suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan yang telah dilakukan sebelumnya.

2. Rekrutmen

Menurut Hariandja dalam Subekti & Jauhar, rekrutmen atau perekrutan diartikan sebagai proses penarikan sejumlah calon yang berpotensi untuk diseleksi menjadi pegawai. Proses ini dilakukan dengan mendorong atau merangsang calon pelamar yang mempunyai potensi untuk mengajukan lamaran dan berakhir dengan didapatkannya sejumlah calon. (Rizal Pahlevi, Analisis Efektifitas Proses Rekrutmen Dan Seleksi Dalam Memenuhi Kebutuhan Sumber Daya Manusia, PT. Teknologi Riset Global Investama, Jakarta, Periode Januari 2013-Desember 2013)

3. Pelatihan

Menurut Bernadian dan Rusell dikutip Cardoso (1999) dalam *Margareta Neradia di 19.03 Rabu, 18 juni 2014*. Pelatihan SDM adalah setiap usaha untuk memperbaiki performa pekerja pada suatu pekerjaan tertentu yang sedang menjadi tanggung jawabnya atau satu pekerjaan yang ada kaitannya dengan pekerjaan. Seorang manajer menilai kinerja seorang pegawai atau karyawan melalui pengetahuan (knowledge), ketrampilan (skill), kemampuan (liability) atau perilaku terhadap tujuan pribadi atau organisasi. Motivasi dalam manajemen ditunjukkan pada sumber daya manusia umumnya dan bawahan khususnya. Motivasi mempersoalkan bagaimana cara mengarahkan bawahan, agar mau bekerja sama secara produktif dan berhasil mencapai serta mewujudkan tujuan yang telah ditentukan. Pentingnya motivasi karena menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia, supaya mau bekerja giat dan antusias mencapai hasil yang optimal. Menurut Menurut Azwar (2000: 15) dalam *Seputar Pengetahuan on Maret 17, 2015*, Motivasi adalah rangsangan, dorongan ataupun pembangkit tenaga yang dimiliki seseorang atau sekelompok masyarakat yang mau berbuat dan bekerjasama secara optimal dalam melaksanakan sesuatu yang telah direncanakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

4. Evaluasi Kerja

Evaluasi sama pentingnya dengan fungsi-fungsi manajemen lainnya, yaitu perencanaan, pengorganisasian atau pelaksanaan, pemantauan (*monitoring*) dan pengendalian. Terkadang fungsi *monitoring* dan fungsi evaluasi, sulit untuk dipisahkan. Penyusunan sistem dalam organisasi dan pembagian tugas, fungsi serta pembagian peran pihak-pihak dalam organisasi, adakalanya tidak perlu dipisah-pisah secara nyata. Fungsi manajemen puncak misalnya, meliputi semua fungsi dari perencanaan sampai pengendalian. Oleh karena itu, evaluasi sering dilakukan oleh pimpinan organisasi dalam suatu rapat kerja, rapat pimpinan, atau temu muka, baik secara reguler maupun dalam menghadapi kejadian-kejadian khusus lainnya. Sebagai bagian dari fungsi manajemen, fungsi evaluasi tidaklah berdiri sendiri. Fungsi-fungsi seperti fungsi pemantauan dan pelaporan sangat erat hubungannya dengan fungsi evaluasi. Di samping untuk melengkapi berbagai fungsi di dalam fungsi-fungsi manajemen, evaluasi sangat bermanfaat agar organisasi tidak mengulangi kesalahan yang sama setiap kali.

5. Kompensasi

Pemberian balas jasa langsung dan tidak langsung berbentuk uang atau barang kepada karyawan sebagai imbal jasa (*output*) yang diberikannya kepada perusahaan. Prinsip kompensasi adalah adil dan layak sesuai prestasi dan tanggung jawab.

6. Pemberhentian

Pemutusan hubungan kerja adalah pengakhiran hubungan kerja karena suatu hal tertentu yang mengakibatkan berakhirnya hak dan kewajiban antar pekerja dan pengusaha. Sedangkan menurut (Moekijat) mengartikan bahwa Pemberhentian adalah pemutusan hubungan kerja seseorang karyawan dengan suatu organisasi perusahaan.

Tujuan dari Sumber Daya Manusia adalah sebagai berikut :

1. Tujuan Sosial

Tujuan sosial manajemen sumber daya manusia adalah agar organisasi atau perusahaan bertanggungjawab secara sosial dan etis terhadap keutuhan dan tantangan masyarakat dengan meminimalkan dampak negatifnya.

2. Tujuan Organisasional

Tujuan organisasional adalah sasaran formal yang dibuat untuk membantu organisasi mencapai tujuannya.

3. Tujuan Fungsional

Tujuan fungsional adalah tujuan untuk mempertahankan kontribusi departemen sumber daya manusia pada tingkat yang sesuai dengan kebutuhan organisasi.

4. Tujuan Individual

Tujuan individual adalah tujuan pribadi dari tiap anggota organisasi atau perusahaan yang hendak mencapai melalui aktivitasnya dalam organisasi.

c. Aspek Pemasaran

Dalam mengerjakan UMKM di perlukan sebuah pengaturan atau management yang baik, Menurut Kinnera dan Kenneth dalam Setiyaningrum(2015:11) mendefinisikn “Manajemen adalah analisis, perencanaan, implementasi dan kontrol dari putusan-putusan tentang pemasaran di dalam bidang-bidang penawaran produk, distribusi, promosi dan penentuan harga (princing). Maksudnya adalah untuk mendorong dan memudahkan terjadinya pertukaran-pertukaran yang saling memuaskan dan yang memenuhi sasaran organisasi.”, dari hal diatas dapat dipahami bahwa manajemen juga menyangkut permasalahan mengenai pemasaran. Menurut American Marketing Association (AMA) dalam Setiyaningrum (2015:7) mendefinisikan “Pemasaran adalah proses merencanakan dan melaksanakan konsepsi, menentukan harga (princing), promosi, dan distribusi dari gagasan (ideas), barang, serta jasa untuk menciptakan pertukaran yang akan memuaskan sasaran dari para individu dan organisasi”. Sedangkan Menurut Suryadana dan Octavia (2015:1), mendefinisikan “Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya”.

Dalam aspek pemasaran masalah yang ditemukan adalah belum adanya pemanfaatan e-commerce dalam strategi pemasaran.

1. Strategi Pemasaran

Pengertian Strategi Pemasaran menurut Sofjan Assauri (2013:15) yaitu : Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Strategi ialah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus, sedangkan pemasaran adalah proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangan. Sehingga strategi pemasaran bisa dipahami sebagai proses penyusunan rencana yang cermat dalam memasarkan produk.

Strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang digunakan perusahaan sebagai unit bisnis dalam mencapai tujuan perusahaan. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat pada UMKM yaitu melalui analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode dalam riset pemasaran yang digunakan dalam menganalisis faktor lingkungan yang kompetitif .

Grewal & Levy (2008) mengemukakan analisis SWOT merupakan evaluasi terhadap lingkungan internal, yaitu kekuatan (Strength) dan kelemahan (Weakness), serta lingkungan eksternal berupa peluang (Opportunity) dan ancaman (Threats) .

Menerapkan strategi pemasaran diawali dengan menganalisa secara keseluruhan dari situasi perusahaan pemasar harus melakukan analisis SWOT (SWOT analysis), SWOT adalah singkatan dari *Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*. Seperti namanya, Analisis SWOT merupakan suatu teknik perencanaan strategi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek, baik yang sedang berlangsung maupun dalam perencanaan baru. Analisis SWOT pertama kali diperkenalkan oleh Albert S Humphrey pada tahun 1960-an dalam memimpin proyek riset di *Stanford Research Institute* yang menggunakan data dari perusahaan-perusahaan Fortune 500..

Menurut (irham fahmi, 2013:260) untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu:

1. Faktor eksternal Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya opportunities and threats (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

2. Faktor internal Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya strenghts and weaknesses (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (decision making) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional : pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (corporate culture)

Berikut Uraian dari SWOT:

i. Kekuatan (Sthreghts)

Meliputi kemampuan internal, sumber daya, dan faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggannya dan mencapai tujuan.

ii. Kelemahan (Weakness)

Meliputi keterbatasan internal dan faktor situasional negatif yang dapat menghalangi performa perusahaan.

iii. Peluang (Opportunities)

Adalah faktor atau tren yang menguntungkan pada lingkungan eksternal yang dapat digunakan perusahaan untuk memperoleh keuntungan.

iv. Ancaman (Threats)

Adalah faktor pada lingkungan eksternal yang tidak menguntungkan yang menghadirkan tantangan bagi performa perusahaan.

Strategi pemasaran berorientasi menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan membangun hubungan relationship dengan pelanggan, menciptakan nilai tambah dengan memahami kebutuhan pasar meliputi keinginan pelanggan, melakukan riset pasar dan pelanggan, menata informasi pemasaran dan data pelanggan, membangun metode pemasaran yang terintegrasi dan memberikan nilai tambah, serta membangun hubungan yang saling menguntungkan dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Langkah-langkah dalam penerapan strategi pemasaran sebagai berikut :

A. Segmentasi Pasar (Market Segmentation)

Rhenald Kasali dalam (Oentoro, 2012:36) mengatakan bahwa segmentasi merupakan proses mengkotakkotakkan pasar yang heterogen ke dalam kelompok-kelompok yang memiliki

kesamaan kebutuhan atau kesamaan karakter yang memiliki respon yang sama dalam membelanjakan uangnya.

Karena pasar sifatnya heterogen, maka akan sulit bagi produsen untuk melayaninya. Oleh karenanya pemasar harus memilih segmen segmen tertentu saja dan meninggalkan bagian pasar lainnya. Bagian yang dipilih oleh segmen itu ialah bagian yang homogen yang memiliki ciri-ciri yang sama dan cocok dengan kemampuan perusahaan untuk memenuhi tuntutannya. Segmentasi adalah proses pengelompokan pasar kedalam segmen yang berbeda-beda. Segmen pasar (market segmen) adalah sekelompok pembeli yang memiliki karakteristik yang sama dan memberikan respon yang sama terhadap aktivitas pemasaran tertentu.

Pada garis besarnya kita mengenal 3 (tiga) pola dasar untuk mengelompokkan pasar, yaitu :

a. Geographic Segmentation Pengelompokkan didasarkan atas daerah dimana para penjual membeda-bedakan secara teliti, kira-kira daerah mana yang bisa memberikan keuntungan yang berbeda-beda. Pengecer kecil dapat pula membedakan langganan dari daerahnya sendiri dengan daerah lainnya. Produsen nasional menggolongkan langganan menurut daerah penjualan.

b. Demographic Segmentation Demographic segmentation ini dimaksudkan untuk membedakan berbagai macam kelompok dasar keadaan suatu masyarakat yang berubah (demographic variabel) seperti misalnya, pengelompokan dalam bidang umur, jenis kelamin, dan besarnya famili, pendapatan, jabatan kepala keluarga, pendidikan, siklus penghidupan keluarganya (family life cycle), pengelompokan dalam bidang agama, sosial, suku.

c. Psychographic Segmentation Dengan psychographic segmentation ini kita mencoba membedakan berbagai macam kebutuhan pembeli atau timbul sebagai hasil dari kenyataan bahwa kebutuhan pembeli lebih berbeda sepanjang life style atau personality life dari pada demographic lifes.

B. Penetapan Target Pasar (Market Targeting)

Yaitu proses mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen pasar dan memilih satu atau lebih segmen yang akan dilayani, penetapan sasaran pasar terdiri dari merancang strategi untuk membangun hubungan yang benar dengan pelanggan yang tepat, atau sebuah perusahaan besar mungkin memutuskan untuk menawarkan ragam produk yang lengkap dalam melayani seluruh segmen pasarnya, sebagian besar perusahaan memasuki pasar baru dengan melayani segmen tunggal, dan jika hal ini terbukti berhasil mereka menambahkan segmen.

C. Diferensiasi dan Posisi Pasar (Differentiation & Positioning)

Perusahaan harus memutuskan bagaimana mendiferensiasikan penawaran pasarnya untuk setiap segmen sasaran dan posisi apa yang ingin ditematinya dalam segmen tersebut, posisi produk adalah tempat yang diduduki produk relatif terhadap pesaingnya dalam pikiran konsumen, pemasar ingin mengembangkan posisi pasar unik bagi produk mereka.

d. Aspek Keuangan

Kurangnya pengetahuan tentang pembukuan dan cara untuk menyusun laporan keuangan sederhana.

a. Pengertian Anggaran

Menurut RA Supriyono (2007;3), anggaran merupakan rencana terinci yang dinyatakan dalam ukuran kuantitatif, biasanya dinyatakan dalam satuan uang, untuk perolehan dan penggunaan sumber-sumber suatu organisasi dalam jangka waktu tertentu, biasanya satu tahun.

Budidarma (2010:20) menjelaskan anggaran berasal dari kata budget (Inggris), sebelumnya dari kata bougette (Perancis) yang berarti “sebuah tas kecil”. Anggaran dalam arti luas meliputi jangka waktu anggaran direncanakan, dilaksanakan dan dipertanggungjawabkan. Anggaran dalam arti sempit meliputi rencana penerimaan dan pengeluaran dalam satu tahun saja.

Sedangkan Nafarin (2013:11), mendefinisikan bahwa “Anggaran (budget) merupakan rencana tertulis mengenai kegiatan suatu organisasi yang dinyatakan dalam suatu uang, tetapi dapat juga dinyatakan dalam satuan barang/jasa”.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa secara umum anggaran merupakan suatu rencana kerja yang disusun secara

sistematis yang dinyatakan dalam satuan uang, barang atau jasa untuk waktu periode yang akan datang.

Unsur-unsur yang terdapat dalam suatu anggaran, yaitu :

1. Rencana yaitu suatu penentuan terlebih dahulu tentang kegiatan yang akan dilakukan di waktu yang akan datang.
2. Meliputi seluruh kegiatan perusahaan/organisasi, yaitu mencakup kegiatan yang dilakukan manajemen dan menjalankan fungsi perencanaan dan pengendalian.
3. Jangka waktu yang akan datang, yaitu menunjukkan bahwa berlakunya suatu anggaran adalah untuk masa yang akan datang.
4. Dinyatakan dalam satuan moneter, yaitu kesatuan(unit) yang dapat di terapkan dalam berbagai kegiatan perusahaan.adapun unit moneter yang berlaku di Indonesia adalah Rupiah

Bentuk-bentuk dari anggaran adalah sebagai berikut :

1. Anggaran Butir-Per-Butir (*Line Item Budget*)

Anggaran butir per butir merupakan bentuk anggaran yang konvensional, namun paling simpel dan banyak digunakan. Dalam bentuk ini, setiap pengeluaran dikelompokkan berdasarkan kategori-kategori atau jenis butir, misalnya gaji, upah, honor menjadi satu kategori atau satu nomor atau butir sedangkan perlengkapan, sarana, material dalam butir tersendiri.

Kelebihan :

- Lebih simple dan mudah dalam pengawasan pengeluaran biaya.
- Lebih mengarah pada pembukuan dan tidak terhadap tujuan suatu program.

Kelemahan :

- Tidak membantu dalam pengambilan keputusan seperti mengevaluasi harga dalam hubungannya dengan pencapaian suatu program.
- Tidak akan dapat menunjukkan hubungan antara masukan program dan keluaran.
- Tidak bisa menganalisis untung rugi.

2. Anggaran Butir Program (*Program Budget System*)

Bentuk anggaran dirancang untuk mengidentifikasi biaya setiap program. Anggaran program dihitung berdasarkan jenis program. Adapun keuntungan bentuk anggaran program antara lain:

- Mengorganisasikan sejumlah besar pengeluaran menjadi rencana yang logis dan konkrit.
- Merangsang perencanaan tahunan dan reevaluasi periodik dari pelaksanaan rencana.

- Menghindari sentralisasi berlebihan, dimana keputusan menumpuk ditingkat atas.

3. Anggaran Berdasarkan Kinerja

Bentuk ini sesuai namanya menekankan pada kinerja dan bukan keterperincian dari suatu alokasi anggaran. Pekerjaan dalam suatu program di pecah dalam bentuk beban kerja dan unit hasil yang dapat diukur. Hasil pengukurannya dipergunakan untuk menghitung masukan dana dan tenaga yang dapat dipergunakan untuk mencapai tujuan suatu program. Anggaran berdasarkan hasil ini merupakan alat manajemen yang dapat mengidentifikasi secara jelas satuan dari hasil suatu program dan sekaligus merinci butir perbutir dari kegiatan yang harus dibayar.

b. Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan struktur yang menyajikan posisi keuangan dan kinerja keuangan dalam sebuah entitas. Tujuan umum dari laporan keuangan ini untuk kepentingan umum adalah penyajian informasi mengenai posisi keuangan (*financial position*), kinerja keuangan (*financial performance*), dan arus kas (*cash flow*) dari entitas yang sangat berguna untuk membuat keputusan ekonomis bagi para penggunanya. Ikatan Akuntan Indonesia (2012:5)

Laporan keuangan yang lengkap meliputi:

1. Neraca

merupakan laporan yang menunjukkan posisi keuangan perusahaan pada tanggal tertentu. Arti dari posisi keuangan dimaksudkan adalah posisi jumlah dan jenis aktiva (harta) dan pasiva (kewajiban dan ekuitas) suatu perusahaan. Penyusunan komponen di dalam neraca didasarkan pada tingkat likuiditas dan jatuh tempo. Artinya penyusunan komponen neraca harus didasarkan likuiditasnya atau komponen yang paling mudah dicairkan.

2. Laporan Laba Rugi

Merupakan laporan keuangan yang isinya mengenai beban dan pendapatan, beban berasal dari aktivitas operasi utama

perusahaan, beban adalah penurunan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi, sedangkan pendapatan ialah merupakan penghasilan yang berasal dari penjualan barang atau jasa, pendapatan adalah kenaikan masa manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi. Laporan Laba Rugi digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan dilihat dengan membandingkan Pendapatan dan beban.

3. Laporan Perubahan Ekuitas

merupakan bagian dari laporan keuangan yang menunjukkan atau menggambarkan perubahan ekuitas, bisa satu bulan atau satu tahun. Dengan membaca laporan ini dapat mengetahui apa saja yang menyebabkan terjadinya perubahan ekuitas.

4. Laporan Arus Kas dan Arus Dana

Laporan untuk mengevaluasi perubahan aset neto entitas, struktur keuangan dan kemampuan entitas untuk menghasilkan uang dimasa yang akan datang. Laporan berisi Arus kas masuk dan Arus kas Keluar mengenai Operasi, Investasi serta Pendanaan.

Menurut PSAK No. 2 (2002 : 5) Arus kas adalah arus masuk dan arus keluar atau setara kas. Laporan arus kas merupakan

revisi dari mana uang kas diperoleh perusahaan dan bagaimana mereka membelanjakan.

5. Catatan Atas Laporan Keuangan

Merupakan laporan yang berisi informasi tambahan atas apa saja yang di sajikan dalam empat laporan diatas. Laporan ini memberi penjelasan atau rincian pos-pos yang disajikan dalam laporan keuangan dan informasi mengenai pos-pos yang tidak memenuhi kriteria pengakuan dalam laporan keuanagn.

Tujuan dari disusunnya laporan keuangan adalah sebagai berikut :

- a. untuk memberikan informasi keuangan yang dapat dipercaya mengenai aktiva dan kewajiban serta modal suatu perusahaan.
- b. Untuk meberikan informasi yang dapat dipercaya mengenai perubahan dalam aktiva netto (aktiva dikurangi kewajiban) suatu perusahaan yang timbul dari kegiatan usaha dalam rangka memperoleh laba.
- c. Untuk memberikan informasi keuangan yang membantu para pemakai laporan di dalam menaksir potensi perusahaan dalam menghasilkan laba.
- d. Untuk memberikan informasi penting lainnya mengenai perubahan aktiva-aktiva dan investasi.
- e. Untuk mengungkapkan sejauh mungkin informasi lain yang berhubungan dengan laporan keuangan yang relevan untuk

kebutuhan pemakai laporan, seperti informasi mengenai kebijakan akuntansi yang dianut perusahaan.

Tujuan laporan keuangan, Menyediakan informasi posisi keuangan, kinerja keuangan, dan laporan arus kas suatu entitas yang bermanfaat bagi sejumlah besar pengguna dalam pengambilan keputusan ekonomi oleh siapapun yang tidak dalam posisi meminta laporan keuangan khusus untuk memenuhi kebutuhan informasi tertentu. Dalam memenuhi tujuannya, laporan keuangan juga menunjukkan apa yang telah dilakukan oleh manajemen (stewardship) atau pertanggungjawaban manajemen atas sumber daya yang dipercayakan kepadanya.

2.2.2 Perumusan Masalah

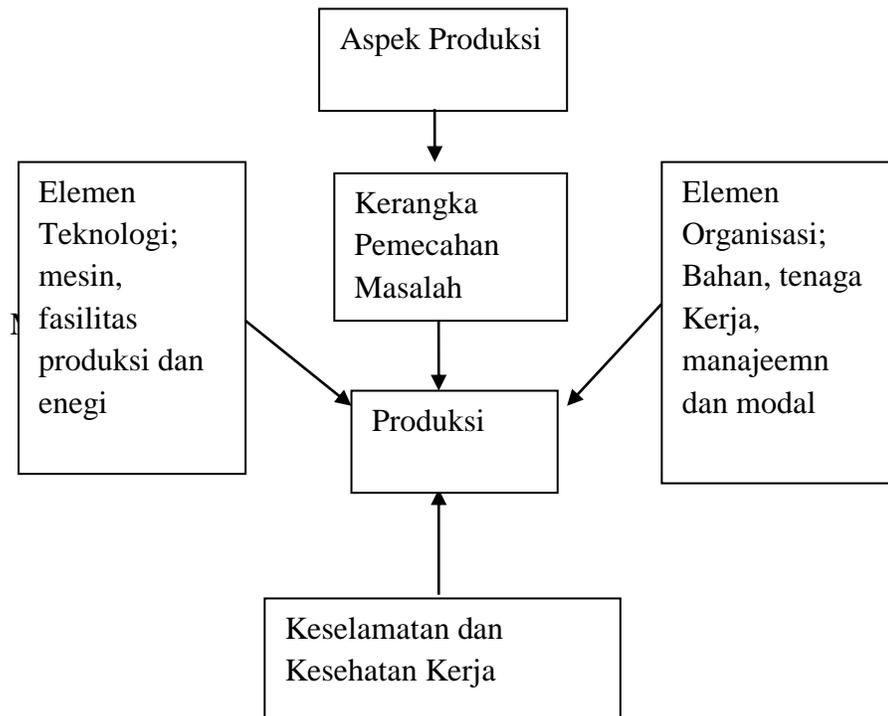
Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, kami merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana cara mengenalkan sistem produksi dan manajemen produksi?
2. Bagaimana cara memberdayakan sumber daya manusia yang ada di Desa ?
3. Bagaimana cara memanfaatkan *e-commerce* dalam pemasaran produk?
4. Bagaimana cara memberikan pengetahuan tentang pembukuan dan laporan keuangan sederhana ?

2.2.3 Kerangka Pemecahan Masalah

a. Aspek Produksi

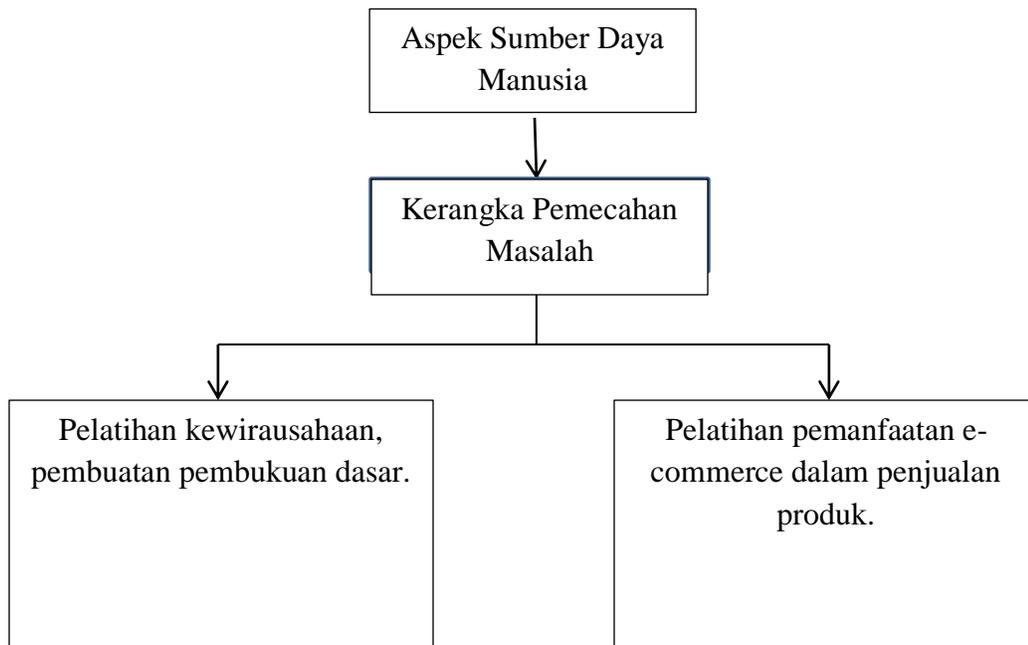
Dalam Kegiatan Produksi UMKM Dariyo belum menggunakan sistem produksi, dalam sistem produkski mengenai beberapa aspek antara lain; Perencananaan produksi, pengendalian produksi, serta pengawasan produksi. UMKM juga dalam hal manajemen produksi belum belum terlalu baik.



Gambar 2.1 Bagan Rencana Pemecahan Masalah Aspek Produksi

b. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

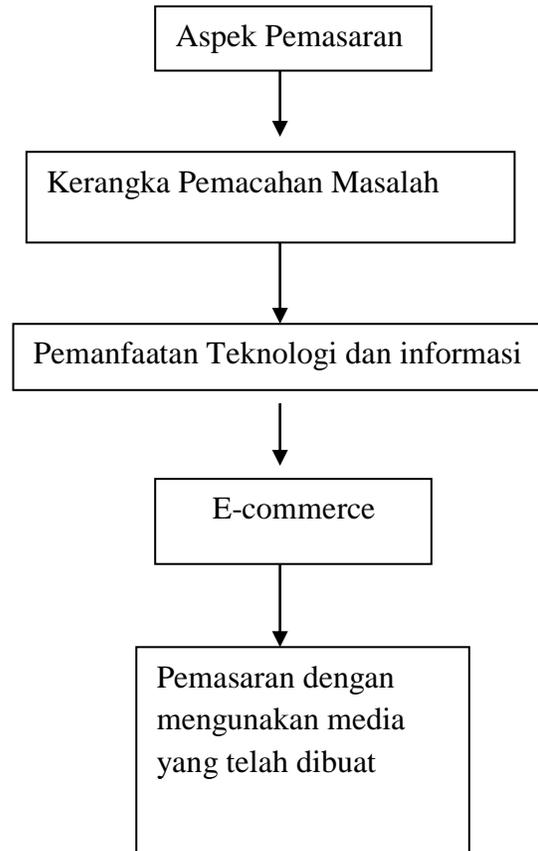
Masyarakat Desa Wates Selatan masih minim akan pengetahuan tentang wirausaha dan pembukuan laporan keuangan, maka kami memfokuskan untuk memberikan pelatihan pemanfaatan e-commerce dalam penjualan produk serta pengembangan tentang wirausaha dan pembukuan laporan keuangan. Menurut kami cara ini lebih efektif untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan di Desa Wates Selatan.



Gambar 2.2 Bagan Rencana Pemecahan Masalah Aspek SDM

c. Aspek Pemasaran.

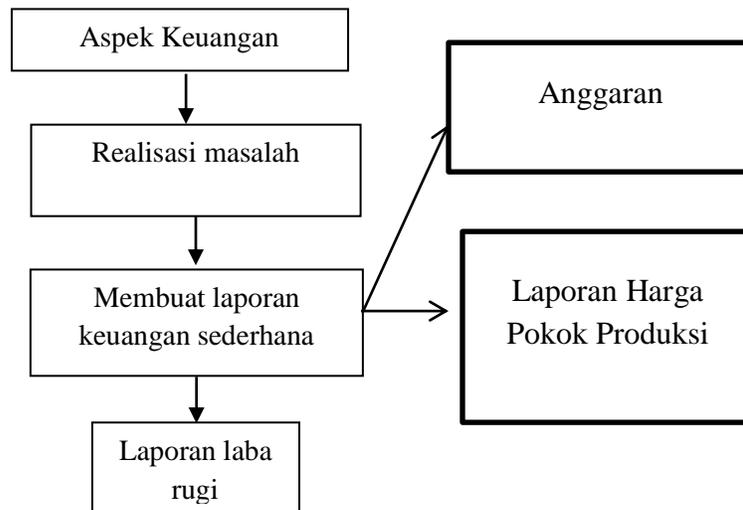
Dalam hal pemasaran selama ini UMKM hanya dengan cara dari orang ke orang saja padahal kemajuan teknologi dan informasi sudah sedemikian cepatnya. Banyak kejadian dari luar negeri bisa kita dapatkan hanya beberapa jam saja. Maka dari itu dalam aspek pemasaran kami menyadari bahwa pemasalahannya dari kurangnya pemanfaatan teknologi dan informasi.



Gambar 2.3 Bagan Rencana Pemecahan Masalah Aspek Pemasaran

d Aspek Keuangan

Dalam aspek keuangan kami memberikan pelatihan kepada masyarakat Desa Wates Selatan tentang bagaimana cara menyusun laporan keuangan sederhana yang dapat digunakan untuk membantu dalam proses pencatatan dan keluar masuknya uang dalam usaha yang ada atau yang akan dibuat.



Gambar 2.4 Bagan Rencana Pemecahan Masalah Aspek Keuangan

2.2.4 Tujuan Program

Tujuan dari diadakannya kegiatan ini adalah :

1. Untuk membantu UMKM dalam mengenalkan sistem produksi serta mengenalkan kepada UMKM akan manajemen produksi. Dengan demikian UMKM akan lebih tertata serta baik dalam hal manajemennya.
2. Membantu UMKM dengan memberikan pelatihan tentang *entrepreneur* atau kewirausahaan dengan menyalurkan semangat untuk berwirausaha serta memberi pelatihan tentang *e-commerce*.
3. Membantu UMKM dengan penggunaan teknologi dan informasi dalam hal pemasaran dengan berbasis pada *e-commerce*. Dengan demikian UMKM akan semakin dikenal dan penjualan meningkat
4. Membantu UMKM dalam membuat pembukuan sederhana dengan menggunakan buku tulis atau *non-komputerisasi*, mencakup mengenai laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas dan laporan neraca.

2.2.5 Manfaat Program

a. Bagi Mahasiswa

- Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam berwirausaha pada Usaha Mikro Kecil Mengengah (UMKM).
- Dapat menjadi sarana pembelajaran bagi mahasiswa dalam mengimplementasikan ilmu yang didapatkan dari kampus untuk masyarakat Desa Wates Selatan.

b. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan potensi serta perekonomian masyarakat yang ada di Desa Wates Selatan dan menjadi salah satu alternatif usaha yang menguntungkan dan berkelanjutan.

c. Bagi IIB Darmajaya

Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian IIB Darmajaya kepada masyarakat khususnya Desa Wates Selatan Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu.

2.2.6 Sasaran Obyek

Sasaran obyek dalam kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat yang dilakukan di Desa Wates Selatan:

2.2.6.1 Bidang Ekonomi, yaitu pemilik usaha Gula Aren yaitu Dariyo

2.2.6.2 Bidang Ilmu Komputer, meliputi Pemerintah desa, pemilik usaha Gula Aren dan Siswa Siswi Sekolah Dasar Negeri 2

2.2.7 Rencana Kegiatan Kelompok

2.2.7.1. Mengenalkan sistem produksi dan manajemen produksi (Fikri)

Tabel 2.5 Rencana Kegiatan Individu 1

No	Nama Program	Sasaran	Waktu Pelaksanaan
1	Mengenalkan proses produksi dan manajemen produksi	UMKM	10 Hari

Desa Wates Selatan mempunyai karakteristik yang majemuk dalam kegiatan keseharian mereka. Sebagian dari warga masyarakat desa berdasarkan data yang kami terima dari Kepala Desa Wates Selatan yaitu Bapak Irhamzah, yang mana di Desa Wates Selatan memiliki berbagai macam mata pencaharian. Ada beberapa macam usaha mikro kecil menengah yang ada di Desa Wates Selatan antara lain yaitu Batu Bata, Gula Aren, dan Sapu Ijuk.

Usaha Gula Aren adalah usaha yang menjadi perhatian selama program PKPM tahun 2018 yang berlangsung di Desa Wates Selatan yang menjadi binaan kelompok 43. Usaha ini merupakan usaha Individu yang dimiliki oleh Bapak Dariyo. Usaha Gula Aren yang dijalankan oleh Bapak Dariyo merupakan produk olahan dari air aren yang dalam proses pembuatannya bersifat tradisional. Dalam perjalanan usahanya tersebut Bapak Dariyo belum mengalami perkembangan yang signifikan atau tidak mengalami perkembangan yang baik dari segi keuangan, kemasan, maupun pemasarannya.

Selama proses produksi gula aren terlihat bahwa belum diterapkannya sistem produksi yaitu perancangan produk, pembuatan, pengiriman dan pelayanan yang belum efektif. Serta manajemen produksi yang belum dijalankan manajemen produksi diperlukan agar proses produksi lebih efisien dan efektif dalam semua aspek.

. Mengenalkan Keselamatan dan Kesehatan Kerjs (Asti Andiyani)

Tabel 2.6 Rencana Kegiatan 2

No	Nama Program	Sasaran	Waktu Pelaksanaan
1	Memperkenalkan Perlindungan atas keselamatan Kerja	UMKM	14 Hari

Pada umumnya kecelakaan kerja disebabkan oleh dua faktor yaitu manusia dan lingkungan. Faktor manusia yaitu tindakan tidak aman dari manusia seperti sengaja melanggar peraturan keselamatan kerja yang diwajibkan, kurang terampilnya pekerja itu sendiri. Sedangkan dari faktor lingkungan yaitu keadaan tidak aman dari lingkungan kerja yang menyangkut antara lain peralatan atau mesin mesin.

Keseleamatan dan kesehatan kerja juga diatur dalam UU no 13 tahun 2003 pasal 86 dan 87. Didalamnya memuat bahwa Keselamatan dan Kesehatan kerja memuat mengenai : Perlindungan atas kesehatan dan keselamatan kerja, Moral dan kesusilaan, dan perlakuan yang sesuai dengan harkat dan martabat. Walaupun berbantuk UMKM baru akan tetapi melihat dari proses pengambilan dan produksi yang belum menggunakan keselamatan maka dirasa perlu mengenalkan.

- b. Memberikan pelatihan dan pengembangan tentang UMKM serta pembuatan brand merek UMKM. (Resha Melslla Evia Khilya)

Tabel 2.6 Rencana Kegiatan Individu 3

No	Nama Program	Sasaran
1	Pelatihan akan kewirausahaan pada UMKM Bapak Dariyo	UMKM Gula Aren Bapak Dariyo
2	Pembuatan Brand (Merek) Gula Aren Saribumi Bapak Dariyo	UMKM Gula Aren Bapak Dariyo

UMKM ini berdiri sekitar tahun 2010 walaupun demikian dalam perjalannya UMKM ini lambat. Dalam artian tidak ada inovasi yang tercipta. Maka dari itu diperlukannya pelatihan kewirausahaan kepada pemilik UMKM. Pelatihan kewirausahaan diberikan sekaligus menanamkan semangat seorang *entrepreneur*. Selain itu diperlukan sebuah merek (brand) untuk mengangkat citra atau sebagai identitas produk yang membedakan dengan pesaing serta merupakan jani produsen atau kontrak kepercayaan dari produsen kepada konsumen dengan menjamin konsistensi bahwa sebuah produk akan selalu dapat menyampaikan nilai yang diharapkan konsumen dari sebuah produk.

- c. Pemanfaatan *e-commerce* untuk pemasaran produk serta Pembuatan Web desa berbasis blogspot (Risky Roby Pamala)

Tabel 2.7 Rencana Kegiatan 4

No	Nama Program	Sasaran	Waktu
1	Pembuatan akun Facebook, Instagram, dan OLX.	Pemasaran produk UMKM Gula Aren Saribumi	15 Hari
2.	Pembuatan web desa berbasis blogspot	Pemerintah Desa	15 Hari

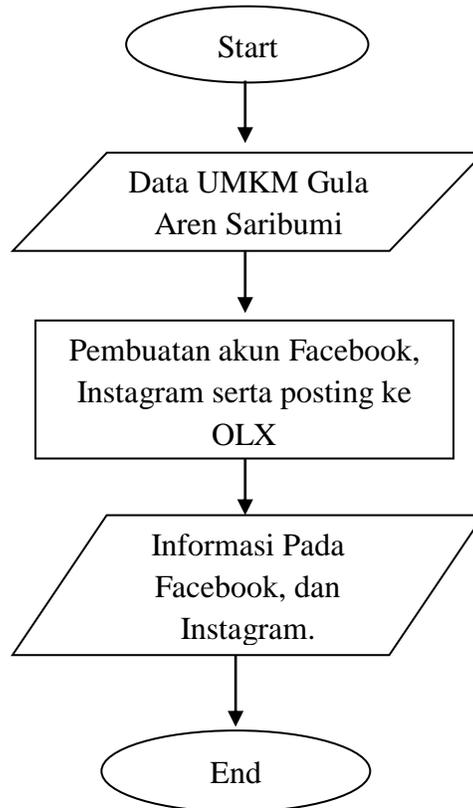
1. Pemanfaatan E-Commerce dalam pemasaran dengan memanfaatkan facebook, Instagram.

Kemajuan pesat pada teknologi saat ini, internet menjadi media untuk menghubungkan antara satu dan satu tanpa batas wilayah. Contohnya adalah E-Commerce. E-Commerce adalah suatu proses bisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan produsen dengan konsumen dalam bertransaksi maupun penjualan barang, servis dan informasi secara elektronik (Munawar, 2009;1)

Menurut Hidayat, 2008:7 ada enam (6) perbedaan anatar transaksi bisnis online dan offline. Antara Lain:

- a. Produk : Banyak jenis produk yang bisa dijual melalui internet
- b. Tempat penjualan : tempat menjual adalah internet
- c. Cara menerima pesanan : email, telepon, Whatsapp, dan lain lain
- d. Cara pembayaran : Cash, Cek, bankdraft, dan kartukredit.
- e. Metode Pengiriman : pengiriman bisa dilakukan melauai paket, salesman, atau didownload jika produk yang dijual memungkinkan untuk itu (misalnya software)
- f. Costumer Service : email, formulir online, FAQ, Telepon, Chatting, dan lain lain

Memasarkan produk lewat media Facebook, Instagram, serta OLX.



Gambar 2.1 Flowchart Perencanaan Pemecahan Masalah

Berdasarkan Gambar 2.1 kerangka perencanaan pemecahan masalah dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Start yaitu langkah awal untuk memulai. Yang pertama dilakukan adalah dengan melakukan persiapan. Siapkan foto-foto dan data-data yang terkait gula aren saribumi beserta spesifikasinya, harganya, dan menentukan bagaimana cara pembelian. Serta menyiapkan sebuah akun email untuk melakukan pendaftaran.
2. Pembuatan akun Facebook, Instagram, serta OLX yaitu dengan melakukan pendaftaran dengan memasukkan informasi yang dibutuhkan.
3. Setelah melakukan pendaftaran maka akan mendapat akun selanjutnya yaitu memasukan data-data yang telah dipersiapkan diawal kea kun Facebook, Instagram, dan OLX. Seperti foto produk, Contact person pemilik usaha, serta keterangan harga untuk masing-masing produk yang dipasarkan,.
4. Jika proses inputan data-data terkait telah dilengkapi maka proses perancangan E-Commerce telah selesai.

2. Pembuatan Web desa berbasis Blogspot.

Pemerintah Kabupaten Pringsewu sebenarnya telah mengalokasikan dana untuk pembuatan web untuk desa namun realisasinya belum diterima oleh pemerintah desa hingga saat ini. Maka penulis berinisiatif untuk membuat sebuah laman pada internet dengan menggunakan blogspot. Sebenarnya penulis ingin membuat sebuah laman internet dengan menggunakan blogspot namun dibatalkan dengan pertimbangan bahwa blogspot tidak berbayar sedangkan wordpress berbayar. Selain itu dengan basis wordpress membutuhkan waktu yang lebih lama dikarenakan proses *coding*. Alamat laman blogspot ialah <http://wateselatan27blogspot.com>.

Blogspot ini memiliki beberapa menu :

1. Profil Desa yang didalamnya memuat : Sejarah Desa Wates Selatan dan BumDes (Badan Usaha Milik Desa)
2. UKM yang didalamnya memuat macam macam unit usaha antara lain : Batu Bata, Sapu Ijuk, dan Gula Aren
3. Kontak yang didalamnya memuat kontak aparat desa.
4. Peta Desa yang didalamnya memuat peta wilayah desa.

Adapun tahap yang dilakukan untuk pembuatan web desa ialah :

1. Pengumpulan Berkas.
2. Tahap Pelatihan dan pengenalan dan pengisian konten blogspot.

- d. Memberikan pelatihan tentang pembukuan, penyusunan laporan keuangan, dan pembuatan anggaran belanja UMKM Gula aren Desa Wates Selatan. (Hizkia Jonatan L.)

Tabel 2.8 Rencana Kegiatan Individu 5

No	Nama Program	Sasaran
1	Pelatihan pembukuan keuangan pada UMKM Gula Aren Saribumi	Pemilik UMKM Saribumi

Selama ini UMKM Gula Aren Saribumi milik BaPak Dariyo tidak memiliki pembukuan. Bapak Dariyo hanya mengingat apa saja yang telah ia beli dan berapa banyak yang telah ia jual. Maka dari itu pelatihan ini diperlukan agar beliau bisa tahu secara rinci mengenai pengeluaran serta apakah pengeluaran untuk pembelian bahan baku cocok dengan pendapatan yang diterima. Format laporan keuangan menggunakan format akuntansi sesungguhnya namun dalam bentuk sederhana dan buku khusus agar Bapak Dariyo dapat dengan mudah melihat perputaran kas, persediaannya, serta penjualan sehingga mempermudah untuk mencermati keuangan pemasukan, pengeluaran didalam menjalankan UMKM dan membantu menghitung Harga Pokok Produksi apakah mendapat untung atau malahan rugi. Dalam pelatihan ini juga kami jelaskan bahwa laporan keuangan sangat penting untuk mengatur pengeluaran dan pendapatan dalam berbisnis.