

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pelaksanaan PKPM

Pada era globalisasi saat ini tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi sekarang sangat penting bagi kehidupan sehari-hari tak hanya untuk mencari dan mendapatkan informasi tapi teknologi juga merupakan teman bagi manusia, segala aktivitas dilakukan menggunakan teknologi dan internet. Oleh karna itu manusia saat ini dituntut untuk dapat mengenal bahkan menguasai teknologi informasi sehingga segala sesuatu dapat di kerjakan dengan lebih mudah.Pemanfaatan teknologi informasi saat ini telah berkembang dengan sangat pesat , perkembangan ini mengakibatkan perubahan diberbagai macam aspek kehidupan manusia, hingga saat ini kita semua mengenal digital lifestyle berupa kegiatan-kegiatan yang dimulai dengan kata awal electronic, mulai dari e-commerce, e-bussiness, e-government dan aspek-aspek lainnya telah dikenal dengan baik oleh masyarakat Indonesia. Akan tetapi, perkembangan tersebut belum sepenuhnya merata di semua lapisan masyarakat Indonesia, salah satunya di daerah pedesaan. Karena itulah peranan perguruan tinggi menjadi penting untuk dapat menyebarluaskan pengetahuan tidak hanya di daerah perkotaan saja, namun juga di daerah pedesaan berdasarkan tri dharma perguruan tinggi - Pembelajaran, Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan salah satu perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian

masyarakat. Pengabdian merupakan suatu wujud kristalisasi dan integralisasi dari ilmu yang tertuang secara teoritis di bangku kuliah untuk diterapkan secara nyata dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat, sehingga ilmu yang diperoleh dapat diaplikasikan dan dikembangkan dalam kehidupan masyarakat luas. PKPM bagi mahasiswa diharapkan dapat menjadi suatu pengalaman belajar yang baru untuk menambah pengetahuan, kemampuan, dan kesadaran hidup bermasyarakat. Bagi masyarakat, kehadiran mahasiswa diharapkan mampu memberikan motivasi dan inovasi dalam bidang sosial kemasyarakatan. Hal ini selaras dengan fungsi perguruan tinggi sebagai jembatan (komunikasi) dalam proses pembangunan dan penerapan IPTEK pada khususnya.

Teknologi dan kemudahan dalam memperoleh informasi menuntut para pelaku usaha untuk lebih sigap lagi dalam menghadapi kemungkinan serta persaingan dalam dunia bisnis. Hal ini merupakan sebuah tantangan yang harus dihadapi oleh semua pihak, terutama dalam Usaha Kecil Menengah (UMKM). Kenyataan dilapangan menunjukan banyaknya UMKM yang belum dapat beradaptasi dengan kemajuan teknologi tersebut. Melihat kendala tersebut, IIB Darmajaya berusaha membantu UMKM untuk menjawab tantangan teknologi tersebut. Institute Informatics & Business(IIB) Darmajaya memberikan bantuan dalam bentuk program PKPM (Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat).

Berkaitan dengan salah satu syarat kelulusan untuk Program S1 di Kampus IBI Darmajaya, pihak kampus mewajibkan seluruh mahasiswanya untuk melaksanakan Mata Kuliah Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM)

pada salah satu pekon yang telah ditentukan. PKPM merupakan salah satu kegiatan yang diperuntukan bagi mahasiswa/i sebagai syarat mata kuliah sekaligus sarana pengembangan ide kreatifitas dalam memanfaatkan sumber daya potensial di pekon tertentu. Kegiatan ini dilakukan selama satu bulan atau dua puluh delapan (28) hari. Kegiatan PKPM tersebut dilaksanakan oleh mahasiswa/i jurusan Akuntansi, Manajemen, Teknik Informatika, Sistem Komputer dan Sistem Informasi. Pelaksanaan PKPM merupakan sarana yang memfasilitasi mahasiswa dalam menerapkan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan untuk dapat di terapkan di Pekon Wates Timur, Kecamatan Gading Rejo, Kabupaten Pringsewu. Selain itu, mahasiswa dapat menambah pengalaman serta membuka pandangan yang lebih luas yang tidak didapatkan selama masa perkuliahan.

Tahun Ajaran 2017/2018 Institute Informatics & Business mengadakan PKPM di 2 Kabupaten yaitu Kabupaten Pringsewu dan Pesawaran. Pada PKPM tahun ini kelompok kami yaitu kelompok 44 mendapatkan posisi di Kabupaten Pringsewu.

Sejarah Kabupaten Pringsewu diawali dengan berdirinya sebuah perkampungan (tiyuh) bernama Margakaya pada tahun 1738, yang dihuni masyarakat asli Lampung-Pubian yang berada di tepi aliran sungai Way Tebu (4 km dari pusat kota Pringsewu ke arah selatan saat ini). Kemudian 187 tahun berikutnya, tepatnya pada tanggal 9 November 1925, berdiri Desa Pringsewu, yang sebelumnya didahului dengan adanya sekelompok masyarakat dari Pulau Jawa serta sebagian berasal dari para kolonis Desa Bagelen, Gedongtataan, melalui program kolonisasi oleh pemerintah

Hindia Belanda, yang membuka areal permukiman baru dengan membabat hutan bambu yang cukup lebat di sekitar tiuh Margakaya tersebut. Karena begitu banyaknya pohon bambu di hutan yang mereka buka tersebut, oleh masyarakat desa yang baru dibuka tersebut itulah kemudian dinamakan Pringsewu, yang berasal dari bahasa Jawa yang artinya Bambu Seribu atau bermakna wilayah yang banyak terdapat pohon bambu.

Kabupaten Pringsewu mempunyai luas wilayah 625 km², berpenduduk 475.353 jiwa, terdiri dari 126 pekon (desa) dan 5 kelurahan, yang tersebar di 9 kecamatan, yaitu Kecamatan Pringsewu, Pagelaran, Pardasuka, Gadingrejo, Sukoharjo, Ambarawa, Adiluwih, Kecamatan Banyumas dan Pagelaran Utara. Dari segi luas wilayah, Kabupaten Pringsewu saat ini merupakan kabupaten terkecil, sekaligus terpadat di Provinsi Lampung.

Gadingrejo adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Pringsewu, Lampung, Indonesia. Berjarak kira-kira 10 km ke arah timur Kota Pringsewu dan 35 km ke arah barat Kota Bandar Lampung. Wilayah ini terdiri atas 23 pekon dengan penghasilan utama dari pertanian. Penduduknya sebagian besar berasal dari Jawa, maka banyak ditemukan pekon yang merupakan nama kota/kabupaten di Jawa seperti Blitarejo (Blitar), Kediri (Kediri), Tulung Agung (Tulungagung), Wonosari (Wonosari, Gunung Kidul), dan Yogyakarta (Yogyakarta).

Pekon Wates Timur merupakan salah satu lokasi kegiatan program PKPM tahun 2018 yang beranggotakan 1 kelompok, dimana pada kelompok tersebut terdiri dari 6 mahasiswa/i jurusan Akuntansi, Manajemen dan Teknik Informatika IIB Darmajaya 2018. Pekon Wates Timur memiliki 2

(Dua) dusun yaitu Dusun Tambah Mulyo dan Dusun Sidodadi. Pekon Wates Timur Sendiri terletak di Kecamatan Gading Rejo, sebelah utara berbatasan dengan Pekon Bulukarto, sebelah timur berbatasan dengan Pekon Bulurejo dan Tambahrejo, sebelah selatan berbatasan dengan Pekon Tambahrejo, dan sebelah barat berbatasan dengan Pekon Wates 1. Jumlah total penduduk di Pekon Wates Timur adalah 2.419 jiwa, diantaranya pria 1.094 jiwa dan wanita 1.325 jiwa berdasarkan data tahun 2018, mayoritas masyarakat adalah suku Jawa dan beragama Islam. Dengan sumber penghasilan utama penduduk Pekon adalah pertanian.

Selain bertani masyarakat Pekon Wates Timur memiliki 3 jenis UMKM yaitu Kemplang Panggang, keripik pisang dan kue basah. Mayoritas masyarakat Wates Timur adalah petani. UMKM Kemplang Panggang memiliki potensi yang menjanjikan namun kurangnya pengetahuan mereka tentang pemasaran, laporan keuangan dan pengemasan produk membuat UMKM Kemplang Panggang kurang dikenal masyarakat luas.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di sini serta melihat kurang maksimalnya pemasaran UMKM Kemplang Panggang Hayati, maka mekanisme yang perlu dilakukan adalah melakukan perekutan, pelatihan dan membuat perancangan *E-Commerce* untuk pemasaran Kemplang Panggang serta penyusunan laporan keuangan yang belum pernah dilakukan yang dirasa mampu mengatasi permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam pemasaran dalam UMKM Kemplang Panggang Hayati, serta diharapkan mampu meningkatkan kualitas penjualan dan pemasukkan bertambah bagi UMKM Kemplang Panggang Hayati yang terletak di Pekon

Wates Timur tersebut. Dengan demikian hal itu menjadi tantangan bagi penulis untuk mengabdikan diri kepada masyarakat Pekon Wates Timur dan dapat memperoleh pengalaman dan ilmu dari berbagai perbedaan dan persamaan antara teori dan praktek yang kami peroleh nantinya.

Mengapa kami memilih Pekon Wates Timur? Karena di pekon tersebut terdapat potensi UMKM yang cukup baik dianatranya UMKM keripik pisang, kue basah dan Kemplang Panggang. Dalam hal ini kelompok kami akan memfokuskan pada salah satu UMKM saja yaitu UMKM Kemplang Panggang Hayati yang memang UMKM ini merupakan suatu UMKM yang terbaik yang ada di Pekon Wates Timur Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu. Pekon Wates Timur.

Berdasarkan analisa di atas tersebut, penulis membuat Laporan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini dengan judul **“PENGEMBANGAN PRODUK UMKM KEMPLANG PANGGANG HAYATI MENGGUNAKAN E-COMMERCE DI PEKON WATES TIMUR, KECAMATAN GADING REJO, KABUPATEN PRINGSEWU”**.

1.2 Manfaat PKPM

Manfaat dari hasil kegiatan PKPM adalah sebagai berikut :

1.2.1 Bagi IIB DARMAJAYA

- a. Mempromosikan kampus IIB Darmajaya yang terkenal berbasis teknologi informasi dan ekonomi bisnis kepada masyarakat desa.
- b. Sebagai bentuk nyata pemberdayaan dan pengabdian IIB Darmajaya kepada masyarakat khususnya kampung Wates Timur.
- c. Sebagai acuan dan bahan atau referensi tambahan pengetahuan dibidang Teknologi Informasi bagi civitas akademik di IIB Darmajaya Bandar Lampung.

1.2.2 Bagi Mahasiswa

- a. Mendapatkan nilai lebih yaitu kemandirian disiplin, tanggung jawab dan jiwa kepemimpinan.
- b. Menambah pengetahuan dan wawasan mahasiswa yang dapat digunakan untuk menyongsong dimasa yang akan datang.
- c. Mahasiswa dapat memiliki kemampuan bersosialisasi dengan masyarakat.
- d. Memberikan pengalaman nyata bagi mahasiswa.
- e. Sebagai wujud pengabdian masyarakat
- f. Sebagai salah satu acuan untuk mahasiswa lebih mengerti tentang pembuatan *Website*.
- g. Melatih kepekaan mahasiswa dalam menyelesaikan masalah dan memberikan solusi yang baik bagi masyarakat.

1.2.3 Bagi Desa

- a. Membantu pemilik UMKM untuk mengetahui cara produksi dan pemasaran yang baik.
- b. Untuk menambah ilmu akuntansi kepada pemilik UMKM serta menerapkan pembukuan laporan keuangan dalam sekali produksi.
- c. Membantu siswa siswi SD memahami dunia teknologi informasi.
- d. Membantu perangkat desa dalam memahami dunia teknologi informasi.
- e. Untuk menambah keuntungan dengan adanya ketertarikan konsumen dan keunggulan produk.
- f. Mendokumentasikan kegiatan dan potensi kampung melalui media gambar dan suara berupa video dokumenter.

BAB II

SURVEY DAN RENCANA KEGIATAN

2.1 Hasil Survei Lokasi

2.1.1 Deskripsi Wilayah

Pada tanggal 2117 Juli 2018 kami melakukan survei di Desa Wates Timur sebagai syarat serta perencanaan program kerja kegiatan yang nantinya akan kami laksanakan selama kami menjalankan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat.

Sejarah Desa Wates Timur

Desa Wates Timur yang merupakan Pemekaran dari Desa Wates yang terdiri dari dua dusun, yaitu Dusun Tambahmulyo dan Dusun Sidodadi. Wilayah ini diukur pada tahun 1919. Sejak dibuka tahun 1919 ke dua Dusun yang ada diwilayah Wates Timur telah beberapa kali mengalami pergantian Kepala Dusun. Secara rinci pergantian Kepala Dusun Tambahmulyo dan Sidodai. Desa Wates Timur hasil dari pemekaran Desa Wates Tahun 2012 sesuai dengan Perda Nomor 13 Tahun 2012 dan disahkan pada tanggal 28 September Tahun 2012.

Tabel 2.1.1
Nama-Nama Kepala Pekon
Sebelum dan Sesudah Berdirinya Pekon Wates Timur

| NO | NAMA | PERIODE |
|----|------------------------------|---|
| 1 | Kromo Sentono | 1919-1949 |
| 2 | Ngali Cokro Disastro | 1950-1965 |
| 3 | S.Sukarno (Pjs) | 1965 |
| 4 | Sirun Sastro Darminto | 1965-1966 |
| 5 | S.Sumaryo | 1966-1974 |
| 6 | A.Sabari | 1974-1976 |
| 7 | Sudi Prayitno | 1976-1997 |
| 8 | Yudho Utomo | 1998-2003 |
| 9 | Rajimin (Pjs) | Mei 2003 |
| 10 | Irwan Kristiana | 2003-2008 |
| 11 | Irwan Kristiana | 2008-2014 |
| 12 | Suheri | Pemekaran Wates Timur 2012 Sampai Sekarang |

Desa Wates Timur merupakan bagian dari Kecamatan Gading Rejo, Kabupaten Pringsewu, Provinsi Lampung. Berdasarkan hasil survei kami, deskripsi dari desa Wates Timur dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 2.1.2
Deskripsi Pekon Wates Timur

| | | |
|----------------------------------|------------------------------|----------|
| Kabupaten | Pringsewu | |
| Kecamatan | Gading Rejo | |
| Pekon/Kelurahan | Wates Timur | |
| Nama Kepala Desa | SUHERI | |
| KETERANGAN UMUM DESA | | |
| Luas Wilayah | | |
| Pemukiman | 48,12 | Ha |
| Pertanian Sawah | 114,67 | Ha |
| Perkebunan | 9,50 | Ha |
| Tempat Pemakaman Umum | 2,00 | Ha |
| BATAS WILAYAH | | |
| Utara | Desa Bulukarto | |
| Selatan | Desa Tambahrejo | |
| Barat | Desa Wates 1 | |
| Timur | Desa Bulurejo dan Tambahrejo | |
| KONDISI GEOGRAFIS | | |
| Jarak dari Desa ke | Jarak | |
| Kantor Kecamatan | 5 | Km |
| Kantor Kabupaten/Kota | 6 | Km |
| Ibukota Provinsi | 41 | Km |
| PENDUDUK DAN TENAGA KERJA | | |
| Penduduk Laki-laki | 1.094 | Orang |
| Penduduk Perempuan | 1.492 | Orang |
| Kepala Keluarga | 547 | Keluarga |
| Sumber Penghasilan Utama | Pertanian | |
| Penduduk Desa | | |

2.1.2 Sejarah Pembangunan Pekon

Tabel 2.1.3.1 Sejarah Pembangunan Pekon

| No | Tahun | Kegiatan Pembangunan | Keterangan |
|----|-------|---|------------------|
| 1 | 2007 | Jalan Onderlac (Tambahmulyo) | APBD |
| 2 | 2008 | Jalan LAPEN (Tambahmulyo) | APBD |
| 3 | 2008 | Beton Tumbuk (Tambahmulyo) | APBD |
| 4 | 2009 | Jalan Onderlac (Tambahmulyo) + Sidodadi) | APBD |
| 5 | 2009 | Jalan LAPEN (Sidodadi) | PNPM |
| 6 | 2010 | Gedung Posyandu (Tambahmulyo) | APBD |
| 7 | 2011 | Jalan Onderlac (Tambahmulyo) | APBD |
| 8 | 2011 | Jalan Onderlac (Sidodadi) | APBD |
| 9, | 2011 | Beton Tumbuk (Sidodadi) | APBD |
| 10 | 2012 | Penyabesan (Tambahmulyo) | APBD |
| 11 | 2012 | Pelebaran Jalan (Tambahmulyo) | APBD |
| 12 | 2012 | Gorong-gorong (Tambahmulyo) | APBD |
| 13 | 2012 | Jalan Onderlac (Sidodadi) | APBD |
| 14 | 2013 | Gedung Posyandu (Sidodadi) | PNPM |
| 15 | 2014 | Talud + Drainase (Tambahmulyo) | GEMASEWU |
| 16 | 2015 | Rumah Adat (Tambahmulyo) | Dinas Pariwisata |
| 17 | 2015 | Kanal (Sidodadi) | PU |
| 18 | 2015 | PDAM (Sidodadi) | PU |

2.2. Temuan Masalah Di Lokasi dan Rencana Kegiatan

2.2.1 Temuan Masalah Masalah

Pekon Wates timur merupakan pekon yang masih dalam proses berkembang. Penduduk dengan mayoritas petani dan berkebun. Kurangnya dukungan dan perhatian dari pemerintah setempat, belum adanya pelatihan dan pengertian dari pengawasan produksi secara baik dan pencatatan keuangan untuk mengetahui besar kecilnya laba yang di hasilkan serta kreatifitas dalam mengolah Kemplang dan tidak adanya kegiatan promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha menyebabkan beberapa UMKM di Pekon wates timur tidak dapat berkembang, serta tidak adanya inovasi produk yang menyebabkan usaha milik Pak Bastian ini kurang maju.

Tujuan perusahaan salah satunya adalah mencari laba yang optimal termasuk juga UMKM memiliki tujuan yang sama. Aspek keuangan untuk UMKM masih dalam bentuk sederhana. sehingga UMKM tersebut melihat besar kecilnya hasil produksi kemplang Tidak pasti dan dalam mengetahui laba atau rugi usaha yang dihasilkan hanya perkiraan saja. Dan minimnya pengetahuan serta pendidikan terutama tentang berwirausaha mempengaruhi lambatnya perkembangan ekonomi di pekon wates timur dan selain itu Berikut temuan masalah yang dapat kami simpulkan :

- a. Belum memiliki website resmi, Kurang menguasai teknologi informasi, kurangnya sarana untuk mempromosikan potensi pekon dan hasil produk pekon**

Perkembangan teknologi komputer khususnya dunia internet saat ini semakin pesat. Kebutuhan akan aksesinternet dalam kehidupan sehari-hari menjadi penting, hal ini ditandai dengan maraknya penyedia layanan internet dari operator seluler yang menawarkan biaya yang sangat terjangkau, berbeda dengan beberapa tahun yang lalu dimana biaya untuk berlangganan internet masih sangat mahal. Dengan mudahnya masyarakat mengakses internet, setiap orang ingin mencari informasi yang mereka butuhkan melalui website atau blog. Untuk memudahkan mencari website yang ada di internet, diperlukan sebuah mesin pencari atau **Search Engine**(Cahyono, 2013).

Definisi teknologi informasi menurut **Sutabri** (2014: 3) adalah sebagai berikut :

“Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan”.

b. UMKM belum memiliki standar kualitas produk**1. Pengertian pemasaran**

Pemasaran menurut American Marketing Association (AMA) yang dikutip oleh **Grewal dan Levy** (2014:4) bahwasanya “Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, capturing, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, client, partners, and society at large” yang artinya “Pemasaran adalah kegiatan, mengatur lembaga, proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar persembahan yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, dan masyarakat pada umumnya”. Sedangkan menurut **Kotler dan Armstrong** (2015:27) bahwasanya “Marketing as the process by which companies create value for customers build strong customer relationships in order to capture value from customers in return”. Maksud dari pengertian tersebut adalah pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun pelanggan yang kuat relationship untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan.

2. Pengertian manajemen pemasaran

Manajemen pemasaran menurut **Kotler dan Keller** (2012:5), mengemukakan bahwa: “Marketing management taste art and science of choosing target markets and getting, keeping, and growing customers through creating, delivering, and communicating superior customer value”. Arti dari definisi tersebut

yaitu manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, mempertahankan, serta meningkatkan jumlah pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul”.

3. Pengertian bauran pemasaran (marketing mix)

Bauran pemasaran menurut Kotler dan Keller yang diterjemahkan oleh **Benyamin Molan** (2012:23), dapat diartikan bauran pemasaran (marketing mix) adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya. Sedangkan pengertian bauran pemasaran menurut **Buchari Alma** (2012:205), diartikan sebagai berikut:

”Bauran pemasaran merupakan strategi mencampuri kegiatan – kegiatan pemasaran, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang memuaskan. *Marketing mix* terdiri atas empat komponen atau disebut 4P yaitu *product, price, place, promotion.*”

Berdasarkan beberapa definisi tersebut di atas peneliti sampai pada pemahaman bahwa bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang dijadikan strategi dalam kegiatan perusahaan guna mencapai tujuan perusahaan.

4. Pengertian promosi

Berikut ini merupakan pengertian promosi menurut beberapa pendapat ;para ahli diantaranya pengertian promosi menurut **Kotler dan Armstrong** (2012:76) “promotion means activities that

communicate the merits of the product and persuade target customers to buy it". Artinya promosi merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. Sedangkan menurut **Agus Hermawan** (2013:38) mengemukakan bahwa :

"Promosi adalah salah satu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian".

Berdasarkan dua pengertian di atas peneliti dapat simpulkan bahwa promosi merupakan penting dalam memasarkan suatu produk sehingga konsumen akan tertarik dan melakukan pembelian terhadap produk tersebut, sehingga suatu promosi perlu dirancang semenarik mungkin dan informasi yang disampaikan dapat dimengerti dengan mudah oleh masyarakat.

5. Pengertian merek

Kotler dan Amstrong (2012) menyatakan bahwa brand atau merek memiliki pengertian sebagai sebuah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain atau sebuah kombinasi di antaranya, yang bertujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen. Sedangkan menurut **Alma** (2014) merek adalah suatu tanda atau simbol yang memberikan identitas suatu barang atau jasa tertentu yang dapat berupa kata-kata, gambar, atau kombinasi keduanya.

6. Pengertian kemasan

Menurut **Kotler dan Amstrong** (2012) pengemasan adalah suatu bentuk kegiatan yang melibatkan desain serta produk, sehingga kemasan ini dapat berfungsi agar produk didalamnya dapat terlindungi. Menurut **Kotler dan Keller** (2012) kemasan adalah usaha yang dibagun oleh seseorang untuk menjaga ekuitas merek sehingga dapat mendongkrak penjualan. Sedangkan menurut **Titik Wijayanti** (2012) adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan informasi kepada setiap konsumennya tentang produk yang ada didalamnya.

c. Kurang menguasai penyusunan laporan keuangan dan Penyusunan laporan keuangan UMKM kurang optimal

Pada setiap akhir usaha, setiap perusahaan atau lembaga menyusun laporan keuangan yang selanjutnya dilaporkan kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Berikut ini beberapa pengertian laporan keuangan yang penulis kutip dari beberapa sumber:

Menurut **Kasmir** (2014:7), laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu.

Menurut **Bambang Riyanto** (2012:327), Laporan Finansiil (Financial Statement), memberikan ikhtisar mengenai keadaan finansiil suatu perusahaan, dimana Neraca (Balance Sheets) mencerminkan nilai aktiva, utang dan modal sendiri pada suatu saat tertentu, dan laporan

Rugi dan Laba (Income Statement) mencerminkan hasil-hasil yang dicapai selama periode tertentu, biasanya meliputi periode satu tahun. Jadi, disimpulkan bahwa laporan keuangan adalah laporan yang dapat menggambarkan kondisi keuangan perusahaan selama periode tertentu yang dapat berguna pihak-pihak yang membutuhkan laporan keuangan tersebut.

Secara lebih rinci, **Kasmir** (2014:10), mengungkapkan bahwa laporan keuangan bertujuan untuk :

- a. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah aktiva (harta) yang dimiliki perusahaan pada saat ini.
- b. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah kewajiban dan modal yang dimiliki perusahaan pada saat ini.
- c. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah pendapatan yang diperoleh pada suatu periode tertentu.
- d. Memberikan informasi tentang jumlah biaya dan jenis biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam suatu periode tertentu.
- e. Memberikan informasi tentang perubahan-perubahan yang terjadi terhadap aktiva, pasiva, dan modal perusahaan.
- f. Memberikan informasi tentang kinerja manajemen perusahaan dalam suatu periode.

- g. Memberikan informasi tentang catatan-catatan atas laporan keuangan

Dari beberapa pendapat para ahli tersebut dapat dipahami bahwa tujuan laporan keuangan adalah untuk memberikan gambaran dan informasi yang jelas bagi para pengguna laporan keuangan terutama bagi manajemen suatu perusahaan.

d. Kurangnya Strategi Pengawasan Produk

Sondang **P.Siagian** (2014:2013) mengemukakan sebagai berikut :

Proses pengamatan dari pelaksanaan seluruh kegiatan organisasi untuk menjamin agar semua pekerjaan yang sedang di lakukan berjalan sesuai dengan rencana yang telah di tentukan.

Berdasarkan pengertian para ahli diatas satu sama lain maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwaswa pengawasan adlah kegiatan yang dilakukan dalam usaha menilai hasil pekerjaan serta mengadakan tindakan bila terjadi penyimpangan-penyimpangan agar tujuan dapat tercapai sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

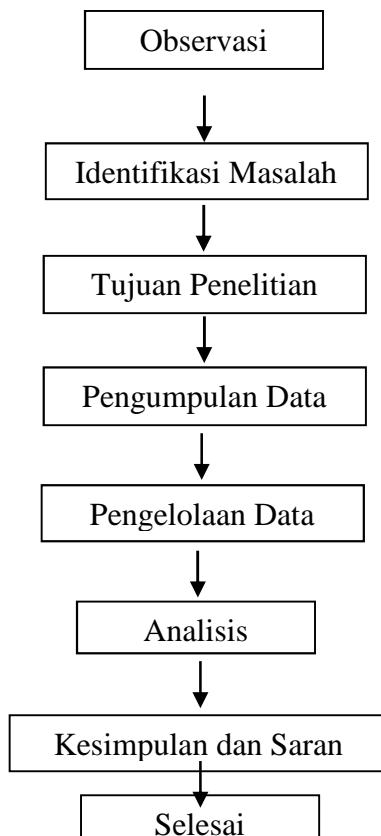
2.2.2 Perumusan Masalah

Pada UMKM Kemplang Panggang Hayati ini, minat masyarakat untuk konsumsi kemplang panggang sangatlah tinggi, tetapi masih memiliki kekurangan dari segi pemasarannya. Karena pemasaran yang dilakukan masih menggunakan cara yang sederhana atau tradisional bisa dibilang kurang maksimal, oleh karena itu maka rumusan masalah yang diambil adalah :

- a. Pengenalan produk hanya lewat warung dan pasar-pasar saja.
- b. Belum adanya perhitungan sistematis tentang Harga Pokok Produksi.
- c. Pemasaran keripik tempe belum menggunakan media online.
- d. Tidak adanya pegawai untuk memperkenalkan produk diluar daerah tempat pemproduksian keripik tempe tersebut.
- e. Kurang nya ide kreatif untuk berinovasi untuk meningkatkan harga jual keripik tempe.

2.2.3 Kerangka Pemecahan Masalah

1. Flowchart Pemecahan Masalah



Gambar 2.2.4 Flowchart Pemecahan Masalah

Berdasarkan hasil observasi yang telah kami lakukan, kami menemukan beberapa kendala di Pekon Wates Timur, terutama pada UMKM Kemplang Panggang Hayati. Pada UMKM tersebut,

pemasaran masih sangat terbatas karena pemilik belum mengetahui cara memasarkan produknya dengan menggunakan basis teknologi melainkan mereka hanya mempercayakan pemasaran produk mereka kepada reseller sedangkan mereka hanya berperan sebagai penyedia produk-produknya saja. Dan pada UMKM tersebut belum terdapat pembukuan untuk mengetahui pengeluaran dan pemasukan yang mereka peroleh selama proses produksi yang mereka lakukan.

1. Realisasi Pemecahan Masalah

Menginovasi mendesign merk untuk UMKM Kemplang Panggang Hayati tersebut agar dapat menarik minat konsumen, memberikan pengetahuan kepada UMKM Kemplang Panggang Hayati dalam membuat laporan keuangan sederhana yang mencakup kas, harga pokok produksi, penjualan, dan pendapatan serta modal. Dengan informasi akuntansi ini diharapkan usaha kemplang panggang ini dapat berkembangan. Karena UMKM Kemplang Panggang Hayati telah mengetahui seberapa tinggi tingkat biaya produksi yang diperlukan hingga proses penjualan dan tingkat laba pada nantinya. UMKM diharapkan dapat menyusun strategi usahanya untuk menghasilkan laba yang optimal dan terperinci dalam pencatatan pembukuan dalam satu periode.

Selain itu kami juga melakukan pemasaran melalui media social seperti Instagram dan *Website Pekon*. Selain untuk pemasaran UMKM Kemplang Panggang Hayati *website* Pekon juga digunakan untuk memberikan informasi tentang Pekon Wates Timur.

Selain pembuatan website Pekon kami juga membuat dokumentasi berupa video untuk mengenalkan Pekon Wates Timur dan potensi yang dimiliki oleh Pekon Wates Timur. Video tersebut kami publikasikan di sosial media youtube dan *website* Pekon. Kegiatan lain yang kami lakukan adalah memberikan pelatihan komputer untuk anak SD, yaitu SD N 3 Wates Timur yang bertempat di Pekon Wates Timur yang bertujuan untuk mengenalkan teknologi yang berkembang saat ini khususnya di bidang komputer. Kami memberikan pelatihan komputer dua kali dalam dua puluh delapan hari. Kami juga memberikan ujian tertulis dan praktek untuk anak – anak yang mengikuti pelatihan komputer agar mereka mengatahui hasil dari pelatihan komputer tersebut.

2. Metode yang Digunakan

(i) Sosialisasi Program PKPM

Sosialisasi program PKPM dilakukan agar program-program kerja PKPM yang telah direncanakan diterima dengan baik oleh masyarakat, serta bisa dilakukan dengan baik pula, agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sosialisasi yang dilakukan meliputi penyampaian latar belakang dan tujuan pelaksanaan program-program PKPM. Sosialisasi ini dilakukan melalui pertemuan-pertemuan dengan aparat pemerintah kampung, para kepala dusun dan RT, masyarakat, serta warga yang memiliki kaitan langsung dengan program yang akan dilakukan, seperti pemilik Usaha Mikro Kecil

Menengah (UMKM) dalam hal ini yaitu UMKM Kemplang Panggang Hayati di Pekon Wates Timur Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu.

(ii) Survey

Setelah kami melakukan survey, kelompok kami berinisiatif untuk melakukan inovasi kemasan dan mendesign merk untuk UMKM tersebut agar dapat menarik minat konsumen, membantu memasarkan produk melalui media *online* dan melalui WEB agar dapat membuat penjualan meningkat dan menghasilkan laba yang lebih banyak serta melakukan pembinaan dalam pembuatan laporan keuangan agar pengeluaran dan pemasukan dapat dikontrol dan diketahui langsung oleh pemilik UMKM.

(iii) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data yang berasal dari dokumen-dokumen yang berhubungan dengan data UMKM Kemplang Panggang Hayati yang kami survey.

2.2.4 Tujuan

Adapun beberapa tujuan dari pembuatan program tersebut untuk UMKM Kemplang Panggang Hayati yaitu:

1. Untuk membantu dalam kegiatan pemasaran pada UMKM Kemplang Panggang Hayati serta dapat meningkatkan kegiatan produksi dan penghasilan masyarakat dan memudahkan dalam mengelola sumber daya,

2. Agar produksi dari UMKM Kemplang Panggang Hayati dapat berjalan lebih efektif dan efisien,
3. Agar pemilik UMKM Kemplang Panggang Hayati dapat mengetahui besaran dana yang dikeluarkan dalam sekali produksi secara lebih sistematis,
4. Agar pemilik dapat mengetahui besaran laba dari setiap penjualan, dan
5. Agar produk dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

2.2.5 Manfaat

Manfaat dari program perencanaan ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kegiatan pemasaran agar menjadi lebih mudah dan luas.
2. Menarik minat konsumen dalam membeli kemplang produk UMKM Kemplang Panggang Hayati
3. Mengetahui besaran pemasukan dan pengeluaran dari pemilik UMKM Kemplang Panggang Hayati.
4. Memperluas pangsa pasar dan memperkuat daya saing dengan UMKM Kemplang Panggang Hayati.
5. Menambah daya tarik konsumen karena mudahnya akses pemesanan.

2.2.6 Sasaran Objek

Sasaran objek dalam program kegiatan ini ditujukan pada UMKM Kemplang Panggang Hayati di Pekon Wates Timur Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu Lampung ini untuk membentuk inovasi atau pengembangan yang mencakup aspek inovasi kemasan, pembinaan laporan keuangan, *design merk*, pemasaran baik melalui media *online* maupun media WEB untuk peningkatan laba UMKM tersebut.

2.2.7. Rencana Kegiatan UMKM

Adapun rencana kegiatan kami selama berada di Pekon Wates Timur, Kecamatan Gading Rejo, Kabupaten Pringsewu sebagai berikut:

A. Rencana Kegiatan (Maya Elsa Ernawati)

Tabel 2.2.7.1 Rencana Kegiatan Individu 1

| No | Nama Program | Tujuan |
|----|--------------------------------------|--|
| 1. | Pembuatan strategi pengawasan produk | Untuk mempertahankan mutu/kualitas dari produk yang dihasilkan |
| 2. | Pengajuan penambahan karyawan | Untuk menambah pencapaian hasil produksi |
| 3. | Keselamatan dan kesehatan kerja | Guna untuk memberikan kesejahteraan karyawan |

B. Rencana Kegiatan (Dhimaz Chandra Bagaswara)

Tabel 2.2.7.2 Rencana Kegiatan Individu 2

| No. | Nama Program | Tujuan |
|-----|--|---|
| 1. | Pembuatan Merek Kemplang Panggang Hayati | Agar menarik peminat kemplang panggang hayati dan meningkatkan nilai jual pada produk |

C. Rencana Kegiatan (Mega Amelia Sumirat)

Tabel 2.2.7.3 Rencana Kegiatan Individu 3

| No. | Nama Program | Tujuan |
|-----|--|--|
| 1. | Membuatkan inovasi kemasan kemplang panggang hayati | Agar dapat mempermudah penjualan dan menghasilkan laba yang lebih banyak |
| 2. | Membuatkan desain merek dari kemasan | Agar lebih menarik peminat kemplang panggang hayati dan meningkatkan nilai jual pada produk |
| 3. | Pembuatan media pemasaran <i>online</i> berupa instagram | Agar memperluas dan mempermudah akses penjualannya untuk menunjang mobilitas penjualan kemplang panggang hayati |
| 4. | Pelatihan cara mempromosikan produk kemplang panggang hayati melalui instagram | Memberikan pelatihan tentang cara mengoperasikan instagram dan menjelaskan bagaimana fungsi fitur yang ada di instagram tersebut |

D.Rencana Kegiatan (Liya Pitriyanti)

Tabel 2.2.7.4 Rencana Kegiatan Individu 4

| No | Nama Program | Tujuan |
|----|--|--|
| 1. | Membuat rincian laporan keuangan UMKM Kemplang Panggang Hayati | Agar dapat mempermudah UMKM Kemplang Panggang Hayati mengetahui jumlah laba maupun rugi yang dihasilkan dari produksi kemplang selama satu bulan |

E.Rencana Kegiatan (Esa Bayu Marsetya)

Tabel 2.2.7.5 Rencana Kegiatan Individu 5

| No | Nama Program | Tujuan |
|----|--|---|
| 1. | Pembuatan Perencanaan Anggaran UMKM Kemplang Panggang Hayati | Untuk mengetahui harga jual produk dan memantau realisasi biaya produksi yang akan dikeluarkan. |

F.Rencana Kegiatan (Sandi Yulisman)

Tabel 2.2.7.6 Rencana Kegiatan Individu 6

| No | Nama Program | Tujuan |
|----|---|---|
| 1. | Program laporan keuangan sederhana pada UMKM Kemplang Panggang Hayati | Untuk mengetahui harga jual produk dan memantau realisasi biaya produksi yang akan dikeluarkan. |

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Program Strategi Pengawasan pada produk UMKM

Nama Mahasiswa : Maya Elsa Ernawati

NPM : 1512110264

Jurusan : Manajemen (Sumber Daya Manusia)

Tabel 3.1.1 Rencana Kegiatan Individu

| No | Nama program | Tujuan |
|-----------|--------------------------------------|--|
| 1 | Pembuatan strategi pengawasan produk | untuk mempertahankan mutu/kualitas dari produk yang dihasilkan |
| 2 | Pengajuan Penambahan karyawan | Untuk menambah pencapaian hasil produksi |
| 3 | Keselamatan dan kesehatan kerja | Guna untuk memberikan kesejahteraan karyawan |

Kebutuhan akan pengawasan produk timbul karena kurang stabilnya produksi dengan kualitas yang tergolong bagus oleh UMKM Kemplang Panggang Hayati maka dari itu menimbulkan beberapa persoalan seperti :

1. Keselamatan dan kesehatan kerja

2. Kurangnya Tenaga kerja

Pengawasan dapat di definiskan sebagai proses untuk menjamin bahwa tujuan-tujuan organisasi dan manajemen dapat tercapai. Ini berkenaan dengan cara-cara membuat kegiatan-kegiatan sesuai yang direncanakan. Pengertian ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat erat antara perencanaan dan pengawasan. Kontrol atau pegawasan adalah fungsi di dalam manajemen fungsional yang harus dilaksanakan oleh setiap pimpinan semua unit/satuan kerja terhadap pelaksanaan pekerjaan atau pegawai yang melaksanakan sesuai dengan tugas pokoknya masing-masing. Dengan demikian, pengawasan oleh pimpinan khususnya yang berupa pengawasan melekat (built in control), merupakan kegiatan manajerial yang dilakukan dengan maksud agar tidak terjadi penyimpangan dalam melaksanakan pekerjaan.

Para pegawai yang selalu mendapat pengarahan atau bimbingan dari atasan, cenderung melakukan kesalahan atau penyimpangan yang lebih sedikit dibandingkan dengan pegawai yang tidak memperoleh Pengawasan. Selain itu produk merupakan usaha untuk mempertahankan mutu/kualitas dari barang yang dihasilkan agar sesuai dengan selera konsumen di pasaran dan dapat bersaing dari produksi UMKM Kemplang Panggang Hayati. Dalam pengawasan produk ini semua hasil produksi barang dicek menurut standar. pendapat tentang pengertian pengawasan menurut : **Robert J. Mockler (2012)** berpendapat bahwa pengawasan manajemen adalah suatu

usaha sistematis untuk menetapkan standart pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi, umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan dipergunakan dengan cara efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan.

3.1.1 Pembuatan Strategi Pengawasan Produk

UMKM Kemplang Panggang Hayati harus melihat dan memperhatikan tingkat kehigenisan dan harus memperhatikan kebersihan lingkungan sekitar, adonan, kualitas bahan dasar yaitu ikan yang akan digunakan untuk bahan utama dalam pembuatan kemplang panggang hayati selain kualitas ikan karyawan harus melihat kebersihan ikan seperti pencucian duri di dalam ikan, mesin dan peroses penggilinganyapun harus bersih dan higenis supaya kemplang panggang hayati dapat di konsumsi sebagai makanan yang sehat sejauh ini dari Ovservasi yang saya lakukan selama satu bulan didalam peroses produksi tentang kebersihan produk UMKM tersebut kurang memperhatikan kebersihan produk misalkan saja peroses pengadunan serta pencetakan Kemplang panggang hayati karyawan tidak menggunakan pelindung tangan, pelindung mulut dan kepala, seharusnya kebersihan proses produksi harus benar-benar terjaga supaya produk

tersebut terjaga kebersihannya dan membuatan Kemplang Paggang Hayati tetap sehat untuk dikonsumsi oleh masyarakat



Gambar 3.1.1.1 Tahap Strategi Produk (Pengadunan atau Pencetakan Produk)

Gambar di atas tersebut adalah bagaimana seorang karyawan mengolah atau membuat adonan kemplang hayati agar dapat diolah dan di cetak, mereka belum menggunakan alat pelindung tangan seperti sarung tangan, masker penutup hidung dan mulut serta celemek hal ini akan menimbulkan dampak-dampak negatif untuk kedepanya seperti kurang menjaga kebersihan dalam proses pengolahan.



3.1.1.2 Tahap Strategi Pengawasan Produk (Pemindahan Produk Keloyang)

Gambar di atas adalah peroses menyusun atau memindahkan produk ke dalam loyang untuk di olah ke tahap selanjutnya, pemindahannya pun masih menggunakan tangan kosong atau tidak menggunakan alat-alat yang dapat menjaga kebersihan produk seharusnya pengolahan seperti pencetakan dan pemindahan produk ke dalam loyang harus tetap di jaga kebersihannya dengan menggunakan alat-alat pelindung tangan seperti sarung tangan, masker penutup mulut dan hidung agar produk tersebut tidak terkontaminasi dengan kotoran-kotoran lainnya.



3.1.1.3 Tahap Strategi Pengawasan Produk (Penjemuran Produk Kemplang)

Gambar di atas adalah peroses penjemuran kemplang panggang hayati yang mana seorang karyawan tidak memperhatikan kebersihan produk dalam peroses penjemuran produk tersebut, dengan memegang langsung produk tersebut akan membuat kemplang panggang menjadi tidak bersih dan terkontaminasi oleh kotoran-kotoran yang melekat pada tangan. Alangkah baiknya jika karyawan tersebut melakukan perubahan yang mana perubahan tersebut akan membawa dampak positif untuk kedepanya terhadap kemajuan Kemplang Pnggang Hayati dengan menggunakan sarung tangan dan celemek dengan hal tersebut dapat menjaga kebersihan dalam produk.

3.1.2 Pengajuan Penambahan karyawan

Di dalam peroses produksi Kemplang panggang hayati hanya memiliki dua karyawan yang mana karyawan tersebut mengerjakan semua tugas-tugas untuk menyelesaikan semua proses pemuatan kemplang panggang hayati, hasil penelitian yang saya lakukan melihat dua karyawan tersebut melakukan semua peroses produksi tidaklah berjalan dengan efektif dan membutuhkan waktu yang banyak dan mengakibatkan tidak produktif dalam melakukan produksi, selain itu pencapain produksi perhari dikatakan belum tercapai dan belum efektif karna minim nya jumlah karyawan.

Jadi pemilik Kemplang panggang hayati memiliki dua karyawan yang mana karyawan tersebut bertugas sebagai pengadonan sampai penjemuran produksi dan pemanggangan kemplang panggang hayati hal tersebut membuat pencapaian produksi belum efektif. Seharusnya pemilik home industri tersebut merekrut atau menambah beberapa karyawan untuk meemberikan pencapaian hasil produksi itu sendiri selain itu benefit yang didapat bukan hanya itu saja melainkan usaha home industri kemplang panggang hayati dapat berkembang dan lebih maju dibandingkan sebelum nya.

3.13 Tahap pengawasan keselamatan dan Kesehatan kerja

Dalam dunia kerja khususnya keselamatan kerja karyawan harus diperhatikan karena hal tersebut akan berpengaruh terhadap kelangsungan kinerja Kemplang Panggang Hayati Tenaga kerja harus benar – benar memperhatikan kesehatan tubuh jasmani dan rohani karena peroses pemanggangan Kempalng Panggang hayati masih menggunakan alat tradisional yang mana cara pemangganganya masih menggunakan tungku, arang dan kipas maka seoarng karyawan harus menggunakan properti guna untuk menjaga kesehatan agar peroses pengolahan Kemplang Panggang Hayati dapat berjalan sebagai mana mestinya.

Di dalam pembproduksian UMKM Kemplang Panggang Hayati Dari hasil Observasi yang saya lakukan karyawan Kemplang Panggang Hayati masih menggunakan alat yanng sederhana dan seadanya mereka tidak menggunakan alat pelindung Untuk peroses pemanggangan hal tersebut Berdampak negatif dengan keselamatan dan kesehatan kerja hal tersebut akan memicu terjadinya kecelakaan dalam kerja.Seharusnya pemilik UMKM Kemplang Panggang Hayati dapat lebih memperhatika hal-hal kecil seperti ini agar karyawan aman di dalam pekerjaanya dan tidak menimbulkan kecelakan kerja. Berikut adalah gambar peroses produksi



3.1.3.1 Tahap Pengawasan Keselamatan Kerja

Gambar di atas adalah bagaimana seorang karyawan memanggang produk dengan alat yang seadanya saja tidak menggunakan pelindung tangan serta badan hal tersebut dapat membahayakan seorang karyawan tersebut karena mereka berhadapan dengan api, asap dan debu hal tersebut dapat menurunkan produktifitas kerja jika karyawan tersebut sakit karena terkontaminasi oleh debu dan asap. Hal ini sangat berbahaya dan harus diperhatikan kedepanya agar karyawan dapat bekerja dengan aman dan produktifitas kerj meningkat dan dapat meningkatkan pencapaian hasil produksi serta memberikan kesejahteraan karyawan.

3.2 Program Pembuatan Merek Kemplang Panggang Hayati

Nama : Dhimaz Chandra Bagaswara

NPM : 1511010032

Jurusan : Teknik Informatika

Tabel 3.1. Rencana Kegiatan Individu

| No. | Nama Program | Tujuan |
|-----|--|---|
| 1. | Pembuatan Merek Kemplang Panggang Hayati | Agar menarik peminat kempang panggang Hayati dan meningkatkan nilai jual pada produk. |

3.2.1 Pembuatan Merek Kemplang Panggang hayati

Kotler dan Amstrong (2012) menyatakan bahwa brand atau merek

memiliki pengertian sebagai sebuah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain atau sebuah kombinasi di antaranya, yang bertujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen.

Sedangkan menurut **Alma** (2014) merek adalah suatu tanda atau simbol yang memberikan identitas suatu barang atau jasa tertentu yang dapat berupa kata - kata, gambar, atau kombinasi keduanya.

Dalam pembuatan merek pun harus memperhatikan hal-hal, seperti : memiliki makna, menarik, sederhana dan ringkas, mengandung keaslian, mudah dibaca atau diucapkan, mudah diingat, tidak sulit digambarkan, dan tidak mengandung konotasi yang *negatif*. Dengan adanya merek bisa

dijadikan sebagai alat promosi, sehingga dapat mempromosikan hasil produksi cukup dengan menyebut merek nya, dan juga sebagai jaminan atas mutu barang yang diperdagangkan serta merek juga menunjukan asal barang tersebut dihasilkan.

UMKM kemplang yang ada di Desa wates timur sudah memiliki merek yaitu bernama kemplang panggang Hayati, sebutan Hayati diambil dari nama ibunda bapak bastian. Merek sebelumnya masih banyak kekurangan, Karena dalam strategi pemasaran sangat penting



Gambar 3.2.1.1 merek Sebelum Di Inovasi

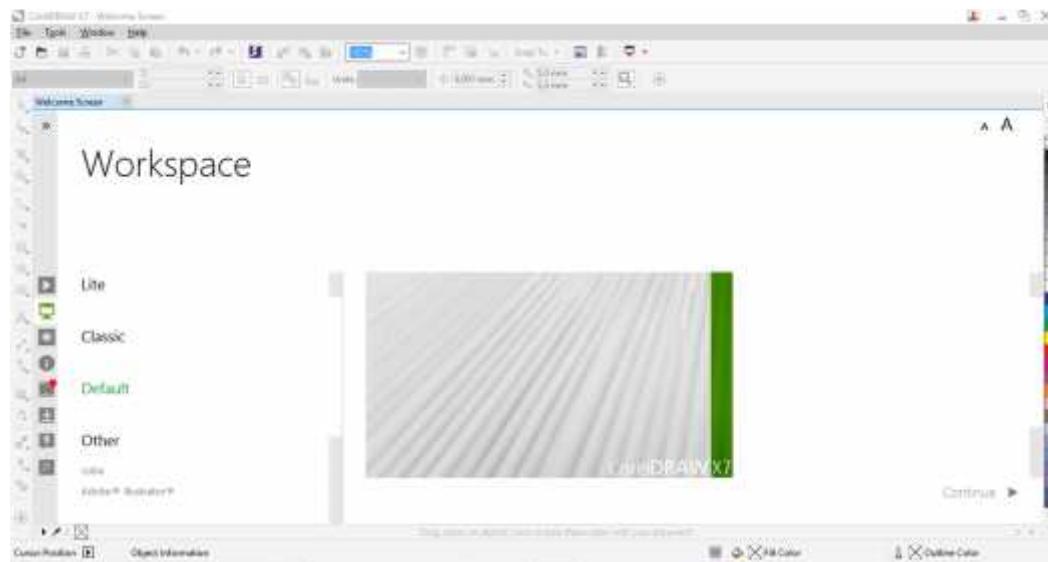
Gambar di atas merupakan merek UMKM sebelum di inovasi merek kemplang panggang hayati sebelumnya belum menyantumkan halal, *contact person*, banyak isi. Dan komposisi nya salah penepatannya seharusnya ikan terlebih dahulu karena ikan adalah bahan baku utama yang digunakan untuk memproduksi kemplang panggang. Warna yang digunakan warna yang pucat, kurangnya informasi yang dicantumnya

dimerek tersebut dan susunan kata nya terlalu biasa saja membuat merek kemplang panggang hayati kurang menarik bagi para konsumen.

Dan kamipun Mahasiswa PKPM IIB Darmajaya berinovasi untuk membuatkan merek yang baru, agar lebih bagus,menarik para konsumen, dan juga memberikan informasi yang menyangkut produk yang kita jual, alamat,meliputi komposisi, halal, banyak isi, tanggal kadaluarsa, menambahkan logo kabupaten Pringsewu,Siger Lampung,logo Darmajaya dan *contact person*.

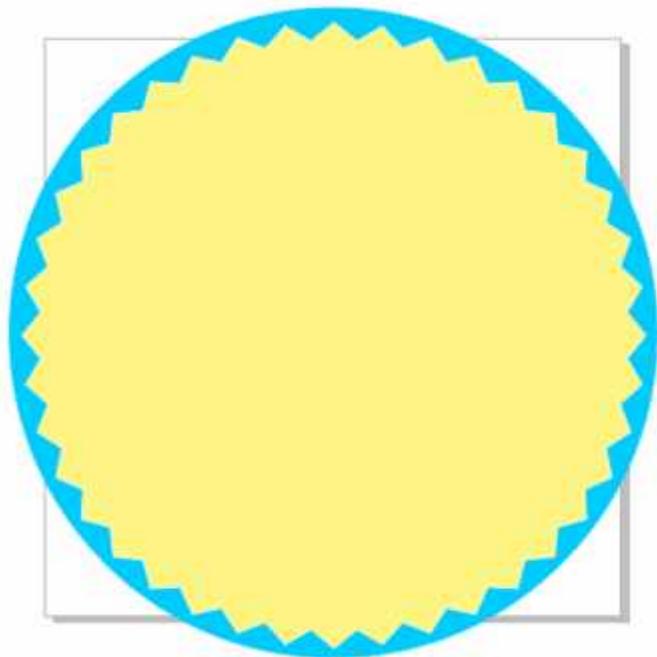
3.2.2 Tahapan-tahapan pembuatan merek.

Pembuatan merek menggunakan Corel Draw



Gambar 3.2.2.1 Tampilan awal Corel Draw

Pertama-tama yang di buat ialah latar belakang untuk merek



Gambar 3.2.2.2 Langkah Awal Pembuatan Logo

Kemudian setelah latar belakang sudah jadi, memasukan teks sesuai bentuk dari merek.



Gambar 3.2.2.3 Langkah Kedua Pembuatan Logo

Setelah itu proses memasukan gambar gampar yang perlukan.



Gambar 3.2.2.4 Langkah Ketiga Pembuatan Logo

3.3 Pembuatan Inovasi Kemasan, Desain merek Pada Kemplang Panggang Hayati dan Pembuatan Media Pemasaran Secara *Online* Berupa Instagram

Nama Mahasiswa : Mega Amelia Sumirat

NPM : 1512110011

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Tabel 3.2 Rencana Kegiatan Individu

| No | Nama program | Tujuan |
|-----------|--|---|
| 1 | Membuatkan inovasi kemasan Kemplang panggang hayati | Agar dapat mempermudah penjualan dan menghasilkan laba yang lebih banyak |
| 2 | Membuatkan desain merek dari kemasan | Agar lebih menarik peminat kemplang panggang hayati dan meningkatkan nilai jual pada produk. |
| 3 | Pembuatan media pemasaran <i>online</i> berupa instagram | agar memperluas dan mempermudah akses penjualannya untuk menunjang mobilitas penjualan kemplang panggang hayati |
| 4 | Pelatihan cara mempromosikan produk kemplang panggang hayati melalui instagram | Memberikan pelatihan tentang cara mengoperasikan instagram dan menjelaskan bagaimana fungsi dari fitur – fitur yang ada di instagram tersebut |

3.3.1 Inovasi Kemasan

Salah satu daya tarik dari suatu produk adalah dilihat dari segi cara pengemasan (*packing*). Kemasan pada suatu produk mencitrakan dirinya sendiri dipasaran dan berusaha menawarkan dirinya sendiri di tengah-tengah himpitan produk lain. Jika melihat hal tersebut dapatlah kita menyebutkan sebagai upaya komunikasi atas produk diperlukan suatu ciri khas pada produk sebagai identitas, dengan sederhana kita membutuhkan suatu rancangan atas kemasan produk atau membutuhkan desain kemasan pada produk. Ini bertujuan selain untuk penggunaan jangka pendek yakni mengemas produk itu sendiri juga sebagai tujuan jangka panjang yakni *branding*, sehingga dibutuhkan konsep yang matang dalam perancangannya.

Berikut beberapa pendapat tentang pengertian kemasan: menurut **Kotler dan Amstrong** (2012) pengemasan adalah suatu bentuk kegiatan yang melibatkan desain serta produk, sehingga kemasan ini dapat berfungsi agar produk didalamnya dapat terlindungi. Menurut **Kotler dan Keller** (2012) kemasan adalah usaha yang dibangun oleh seseorang untuk menjaga ekuitas merek sehingga dapat mendongkrak penjualan. Sedangkan menurut **Titik Wijayanti** (2012) adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan informasi kepada setiap konsumennya tentang produk yang ada didalamnya. Jadi beberapa pendapat para ahli tersebut dapat di simpulkan kemasan adalah suatu kegiatan merancang dan memproduksi bungkus suatu barang yang meliputi desain bungkus dan pembuatan bungkus produk

tersebut. Inovasi dalam kemasan diperlukan agar penjualan kemplang panggang lebih mudah, karena Dengan inovasi ini diharapkan dapat membantu pemilik UMKM kemplang panggang hayati lebih mudah memasarkan produknya.

Berikut tahap – tahap pengemasan kemplang panggang hayati sebelum di inovasi :

1 Tahap Pemilihan Kemasan



(Gambar 3.3.1.1 Kemasan Plastik sebelum di inovasi)

Gambar diatas merupakan tampilan plastik yang selama ini digunakan untuk kemplang panggang hayati. Menurut saya kemasan di UMKM kemplang panggang hayati masih dibawah standar kualitas produk, karena selama ini kemasan yang digunakan adalah plastik ukuran kecil dan plastik nya yang tipis sehingga mudah saja rusak, kemudian hanya diikat dengan tali rapia saja sehingga jika kurang teliti saat pengikatan, angin dan debu akan mudah masuk kedalam kemasan yang mengakibatkan produk kemplang menjadi tidak renyah (Rusak).



(Gambar 3.3.1.2 Kemasan Plastik Sambal sebelum di inovasi)

Gambar diatas yaitu tampilan plastik yang selama ini digunakan untuk sambal kemplang panggang hayati. Menurut saya kemasan sambal di UMKM kemplang panggang hayati tidak menarik atau bisa dikatakan masih dibawah standar kualitas produk, karena selama ini kemasan sambal kemplang panggang hayati masih menggunakan tradisional yaitu sambal dimasukan kedalam plastik kecil, lalu perekatnya menggunakan lilin. Sehingga pengemasan seperti ini mengabiskan waktu dan membutuhkan kesabaran karena jika tidak teliti pengemasannya akan berantakan sehingga membuat plastik rusak dan terbakar karena terlalu lama saat perekatan dengan lilin.

2 Pengemasan Produk



(Gambar 3.2.1.3 Kemasan Kemplang Sebelum Di Inovasi)

Gambar diatas merupakan tampilan kemasan templang panggang hayati sebelum di inovasi, dalam satu kemasan hanya di isi 10 pcs dengan ukuran yang kecil, susunan kemplangnya yang tidak rapih membuat tampilan templang panggang hayati tidak menarik, lalu di ikat menggunakan tali rapia hitam sehingga tampilannya masih tradisional tidak ada yang membedakan dengan produk yang sudah banyak di pasaran.

3.1.2 Pembuatan Desain Merek

Kotler dan Amstrong (2012) menyatakan bahwa brand atau merek memiliki pengertian sebagai sebuah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain atau sebuah kombinasi di antaranya, yang bertujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen. Sedangkan menurut **Alma** (2014) merek adalah suatu tanda atau simbol yang memberikan identitas suatu barang atau jasa tertentu yang dapat berupa kata - kata, gambar, atau kombinasi keduanya.

Merek merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen. Dengan adanya merek dapat membedakan produk kita dengan produk pesaing. Dan dengan adanya merek produsen berusaha terus memperkenalkan merek yang dimiliki dari waktu ke waktu, terutama konsumen yang menjadi segmen. Dalam pembuatan merek pun harus memperhatikan hal-hal, seperti : memiliki makna, menarik, sederhana dan ringkas, mengandung keaslian, mudah dibaca atau diucapkan, mudah diingat, tidak sulit digambarkan, dan tidak mengandung konotasi yang *negatif*. Dengan adanya merek bisa dijadikan sebagai alat promosi, sehingga dapat mempromosikan hasil produksi cukup dengan menyebut merek nya, dan juga sebagai jaminan atas mutu barang yang diperdagangkan serta merek juga menunjukan asal barang tersebut dihasilkan. UMKM kemplang yang ada di Desa wates timur sudah memiliki merek yaitu bernama kemplang panggang Hayati, sebutan Hayati diambil dari nama ibunda bapak bastian. Merek sebelumnya masih banyak kekurangan, Karena dalam strategi pemasaran sangat penting memberikan informasi yang menyangkut produk yang kita jual, meliputi komposisi, halal, banyak isi, tanggal kadaluarsa dan *contact person*.



(Gambar 3.1.2.1 merek Sebelum Di Inovasi)

Gambar di atas merupakan merek UMKM sebelum di inovasi merek kemplang panggang hayati sebelumnya belum menyantumkan halal, *contact person*, banyak isi. Dan komposisi nya salah penepatannya seharusnya ikan terlebih dahulu karena ikan adalah bahan baku utama yang digunakan untuk memproduksi kemplang panggang. Warna yang digunakan warna yang pucat, kurangnya informasi yang dicantumnya dimerek tersebut dan susunan kata nya terlalu biasa saja membuat merek kemplang panggang hayati kurang menarik.

3.1.3 Pembuatan Media Pemasaran Secara Online Berupa Instagram

Belum adanya penjualan secara online membuat penjualan produk Kemplang Panggang Hayati terbatas hanya di sekitar kampung saja, maka itu di buatkan penjualan secara online melalui instagram agar memperluas dan mempermudah akses penjualannya untuk menunjang mobilitas penjualan.

Berikut ini merupakan pengertian promosi dan bauran promosi menurut beberapa para ahli diantaranya menurut **Kotler dan Armstrong** (2012:29), “ marketing as the process by which companies

create value for customers and build strong customer relationships in order to capture value from customers in return “ , artinya menyatakan bahwa pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan. Menurut **Basu Swastha Dharmmesta** (2014:9) mengemukakan bahwa bauran promosi adalah elemen-elemen utama komunikasi yang dikendalikan oleh pemasar, termasuk periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan tatap muka, dan pemasaran langsung. Sedangkan menurut **Kotler dan Armstrong** (2012:432) mengemukakan bahwa *promotion mix (marketing communications mix) is the specific blend of promotion tools that the company uses to persuasively communicate customer value and build customer relationships.* Artinya bauran promosi (bauran komunikasi pemasaran) adalah campuran *spesifik* dari alat-alat promosi yang digunakan perusahaan untuk secara persuasif mengkomunikasikan nilai pelanggan dan membangun hubungan pelanggan.

3.4 Rincian Laporan Keuangan UMKM Kemplang Panggang Hayati

Periode Agustus 2018

Nama Mahasiswa : Liya Pitriyanti

Npm : 1512120048

Jurusan : Akuntansi

Tabel 3.4.1 Rencana Kegiatan Individu

| No | Nama Program | Tujuan |
|----|---|---|
| 1. | Membuat rincian laporan keuangan UMKM kemplang panggang hayati. | Agar dapat mempermudah UMKM Kemplang Panggang Hayati mengetahui jumlah laba maupun rugi yang dihasilkan dari produksi kemplang selama satu bulan. |

Pada awal melakukan survei lokasi pembuatan usaha kemplang panggang hayati, UMKM kemplang panggang hayati belum melakukan pembukuan ataupun pembuatan laporan keuangan, sehingga UMKM kemplang panggang hayati tidak mengetahui berapa jumlah laba maupun rugi yang diperolehnya selama membuka usaha kemplang panggang ini.

Dalam hal ini saya melakukan pembukuan dan membuat rincian laporan keuangan UMKM kemplang panggang hayati periode per bulan, dengan demikian pemilik UMKM ini dapat mengetahui jumlah laba maupun rugi yang diperolehnya selama satu bulan.

1. Pengertian laporan keuangan

Menurut Kasmir (2013:7) dalam pengertian yang sederhana, laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Kondisi keuangan perusahaan terkini adalah keadaan keuangan perusahaan tertentu (untuk neraca) dan periode tertentu (untuk laporan laba rugi).

2. Tujuan laporan keuangan

Menurut Kasmir (2013:10) secara umum laporan keuangan bertujuan untuk memberikan informasi keuangan suatu perusahaan, baik pada saat tertentu maupun pada saat periode tertentu. Jelasnya adalah laporan keuangan mampu memberikan informasi keuangan kepada pihak dalam dan luar perusahaan yang memiliki kepentingan penting terhadap perusahaan.

Sedangkan tujuan dari pembuatan laporan keuangan ini sendiri adalah untuk mengetahui laba yang di peroleh oleh UMKM Kemplang Panggang Hayati perbulannya, hal ini dilakukan karena sejak awal dibukanya usaha ini, pihak pendiri usaha ini belum pernah melakukan perhitungan laba selama periode usaha ini berlangsung.

Pelaporan keuangan ini akan di buat melalui beberapa tahapan, taahapan-tahapan nya melalui hal-hal berikut ini :

a. Jurnal Umum

Menurut Supriyati (2011:50) jurnal umum (*General Journal*) adalah bentuk standar jurnal dua kolom. Sedangkan menurut Soemarso (2010:110) jurnal umum adalah bentuk jurnal yang terdiri dari dua kolom, jurnal umum kadang-kadang disebut juga bentuk memorial atau jurnal standar. Sedangkan menurut umum jurnal umum adalah sebuah jurnal yang dipergunakan melakukan pencatatan bukti transaksi keuangan yang muncul akibat terjadinya transaksi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu.

Tujuan dari pembuatan jurnal umum adalah untuk melakukan identifikasi, melakukan penilaian, dan melakukan pencatatan berbagai transaksi dalam perusahaan. Sedangkan tujuan pembuatan jurnal umum untuk UMKM Kemplang Panggang Hayati adalah sebagai pencatatan transaksi-transaksi yang dilakukan oleh UMKM ini selama satu bulan. Sebelum nya UMKM kempalang Panggang Hayati ini sendiri belum pernah melakukan pencatatan transaksi selama UMKM ini berdiri.

b. Buku Besar

Menurut Supriyati (2011:51) buku besar adalah suatu catatan berupa kumpulan akun-akun yang saling berhubungan dan suatu kesatuan tersendiri.

Menurut Soemarso (2010) buku besar adalah kumpulan dari perkiraan-perkiraan yang saling berhubungan dan merupakan satu kesatuan tersendiri. Menurut soemarso (2010) dalam bukunya

Akuntansi Suatu Pengantar, setelah bukti transaksi dicatat dalam jurnal, tahap selanjutnya adalah memindahkan data yang terdapat dalam jurnal ke dalam perkiraan-perkiraan yang bersangkutan di buku besar..

Akun-akun dalam buku besar dapat di kelompokkan menjadi 2 yaitu :

- a.** Akun rill, yaitu akun yang terdapat dalam neraca, seperti aktiva, hutang, kewajiban, dan modal.
- b.** Akun nominal, yaitu akun yang terdapat dalam laporan laba rugi, yaitu pendapatan dan beban.

Sebelumnya UMKM Kemplang Panggang Hayati ini belum pernah melakukan pembuatan laporan keuangan selama maupun melakukan pengelompokan akun-akun sejenis sesuai dengan transaksi yang telah dilakukan oleh pihak UMKM ini sendiri. Maka dari itu saya mengusulkan untuk membuatkan laporan keuangan dengan cara membuatkan buku besar agar jika sewaktu-waktu data transaksi diperlukan pihak UMKM tidak akan mengalami kesulitan mencari data yang dibutuhkan karena sudah dilakukan pengelompokan akun-akun sejenis.

c. Laporan Laba Rugi

Menurut Kasmir (2014:29) laporan laba rugi adalah laporan keuangan yang menggambarkan hasil usaha perusahaan dalam suatu

periode tertentu. Selisih antara pendapatan dan biaya merupakan laba yang diperoleh atau rugi yang diderita oleh perusahaan.

Sebelumnya UMKM Kemplang Panggang Hayati ini belum pernah melakukan pembuatan laporan keuangan maupun membuat laporan laba rugi, sehingga pihak pemilik UMKM ini tidak mengetahui jumlah laba ataupun rugi yang didapat dari proses produksi kempalng panggang ini sediri, maka dari saya mengusulkan untuk membuat laporan laba rugi UMKM Kemplang Hayati dapat mengetahui laba ataupun rugi yang diperoleh perbulannya maupun pendapatan pada periode tertentu.

d. Jurnal Penutup

Menurut Supriyati (2011:74) jurnal penutup adalah jurnal yang dibuat pada akhir periode untuk memindahkan saldo akun-akun nominal atau sementara ke akun modal (laba ditahan untuk perseroan terbatas) sehingga akun modal (laba ditahan) menunjukkan hasil akhir sesuai apa yang tercantum dalam neraca akhir.

Sebelumnya UMKM Kemplang Panggang Hayati ini belum pernah melakukan pembuatan laporan keuangan maupun membuat penutupan laporan keuangan pada periode sebelumnya, oleh karena itu saya mengusulkan untuk membuat jurnal penutup untuk satu periode produksi UMKM ini, membuat jurnal penutup ini ditujukan agar jumlah beban, ikhtisar laba/rugi dll menjadi nol, sehingga pada saat awal pembuatan laporan keuangan kembali jumlah beban yang

dihadarkan tidak lagi berpengaruh pada pelaporan keuangan periode berikutnya.

3.5 Pembuatan Perencanaan Anggaran UMKM Kemplang Panggang

Hayati

Nama Mahasiswa : Esa Bayu Marsetya

NPM : 1512110005

Jurusan : Manajemen (Keuangan)

Tabel 3.5.1. Kegiatan Individu

| No | Nama Program | Tujuan |
|-----------|--|---|
| 1. | Pembuatan Perencanaan Anggaran UMKM Kemplang Panggang Hayati | Untuk mengetahui harga jual produk dan memantau realisasi biaya produksi yang akan dikeluarkan. |

Keberhasilan sebuah usaha dapat diukur dari keuntungan yang diperoleh pada akhir periode, untuk itu dibutuhkan pembukuan yang dapat menggambarkan kondisi keuangan suatu usaha. Sehingga diperlukan suatu sistem akuntansi yang menghasilkan informasi keuangan yang dapat membantu pemilik usaha dalam mengambil keputusan lebih lanjut. Kegiatan ini dimulai dengan mendatangi rumah Bapak Bastian untuk melihat bagaimana penyusunan laporan keuangan yang digunakan untuk UMKM Kemplang Hayati. Dari hasil survei yang dilakukan, Bapak Bastian tidak melakukan pembukuan

terhadap uang yang masuk dan keluar untuk usaha Kemplang Hayati. sehingga keuangan UMKM tidak pernah terdata dengan baik. bahkan usaha yang dirintis tidak mengetahui harga pokok penjualan, keuntungan, dll.

Jadi saya mengambil kesimpulan bahwa setiap berproduksi tidak mengetahui berapa pengeluaran dan pendapatan yang diraih oleh usaha ini. Sangat di sayangkan sekali jika suatu usaha tidak mengetahui hal tersebut jadi pemilik home industri tidak mengatahui posisi keuangan pada usahanya. Perencanaan yang telah saya buat sebelum dilaksanakan kegiatan praktek kerja pengabdian masyarakat, saya implementasikan pada tanggal 10 Agustus 2018 di Pekon Wates Timur Kec. Gading Rejo Kab.Pringsewu:

1. Pengertian Anggaran

Salah satu fungsi manajemen adalah perencanaan (*planning*). Perencanaan merupakan tindakan yang dibuat berdasarkan fakta dan asumsi mengenai gambaran kegiatan yang dilakukan pada waktu yang akan datang dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Perencanaan berarti menentukan sebelumnya kegiatan yang mungkin dapat dilakukan dan bagaimana cara melakukannya. Keberhasilan suatu kegiatan dalam pencapaian tujuannya yang efisien dan efektif ditentukan oleh adanya perencanaan yang matang, organisasi yang tepat, serta pengelolaan yang baik.

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”. Tujuan penyusunan anggaran bagi perusahaan adalah memprediksi tingkat aktivitas operasi dan keuangan perusahaan di masa mendatang. Tujuan utama penyusunan anggaran adalah menyediakan informasi kepada pihak manajemen perusahaan untuk digunakan oleh manajemen dalam proses pengambilan keputusan.

Nafarin (2013:11), mengemukakan bahwa walaupun anggaran yang harus disusun perusahaan terdiri dari berbagai jenis anggaran, tetapi pada dasarnya anggaran perusahaan dapat dikategorikan ke dalam beberapa kelompok anggaran, yaitu:

A. Anggaran Operasional

Anggaran operasional adalah rencana kerja perusahaan yang mencakup semua kegiatan utama perusahaan dalam memperoleh pendapatan didalam suatu periode tertentu. Di dalam kelompok anggaran ini biasanya terkandung pula ramalan tentang beberapa kondisi tertentu yang berada di luar kendali manajemen penjualan.

B. Anggaran Modal

Modal (Capital) menunjukkan aktiva tetap yang digunakan untuk produksi Anggaran (budget) adalah sebuah rencana rinci yang memproyeksikan aliran kas masuk dan aliran kas keluar selama beberapa periode pada saat yg akan datang. Penganggaran modal (capital budgeting) adalah keseluruhan proses mulai dari perencanaan sampai dengan pengambilan keputusan untuk pengeluaran sejumlah dana (investasi) dimana jangka waktu kembalinya dana tersebut melebihi waktu 1 tahun.

Sebelum melakukan perencanaan anggaran, UMKM Kemplang Panggang Hayati sudah memiliki pembukuan yang sederhan, tetapi pembukuan ini tidak menghitung tentang perencanaan anggaran melainkan hanya menghitung biaya-biaya yang dikeluarkan mengikuti dengan biaya tepung sagu yang dihabiskan 1 karung besar.

Pembukuan lamanya sebagai berikut :

Tabel 3.5.2 Pembukuan Lama UMKM Kemplang Panggang HAYATI

| Nama Item | Satuan | Harga |
|-------------------|-----------|--------------|
| Tepung Sagu | 25 Kg | Rp.300.000 |
| Ikan | 3 Kg | Rp.30.000 |
| Garam | 3 Pcs | Rp.10.500 |
| Sambal | 10 Kg | Rp.48.000 |
| Plastik Bungkus | 12 Pcs | Rp.21.000 |
| Print Kertas Logo | 24 Lembar | Rp.30.000 |
| Gas | 2,5 Kg | Rp.50.000 |
| Gaji Pengadon | 25 Hari | Rp.700.000 |
| Gaji Pemanggang | 1 Hari | Rp.30.000 |
| Jumlah | | Rp.1.219.500 |

3.6 Program Laporan Keuangan Sederhana UMKM Kemplang

Hayati

Nama Mahasiswa : Sandi Yulisman

NPM : 1512110354

Jurusan : Manajemen

Tabel 3.6.1. Kegiatan Invidivdu

| No | Nama Program | Tujuan |
|----|---|---|
| 1. | Program laporan keuangan sederhana pada UMKM Kemplang Panggang Hayati | Untuk mengetahui harga jual produk dan memantau realisasi biaya produksi yang akan dikeluarkan. |

Laporan keuangan menjadi salah satu ilmu yang sangat penting untuk dipelajari. Memiliki pengetahuan tentang laporan keuangan harus dimulai sedini mungkin. Melalui Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini saya ingin memberikan pengenalan tentang pembuatan laporan keuangan pada Pekon Wates Timur. Karena penggerak Kerupuk Kemplang Hayati masih belum mengerti tentang pembuatan laporan keuangan.

Jadi saya mengambil kesimpulan bahwa setiap berproduksi tidak mengetahui berapa pengeluaran dan pendapatan yang diraih oleh usaha ini. Sangat di sayangkan sekali jika suatu usaha tidak mengetahui hal

tersebut jadi pemilik home industri tidak mengatahui posisi keuangan pada usahanya. Perencanaan yang telah saya buat sebelum dilaksanakan kegiatan praktek kerja pengabdian masyarakat, saya implementasikan pada tanggal 1 September 2018 di Pekon Wates Timur Kec. Gading Rejo Kab.Pringsewu.

1. Mengadakan pelatihan penyusunan anggaran UMKM

Pelatihan penyusunan anggaran UMKM yang saya lakukan meliputi:

a. Pelatihan penentuan Biaya Operasional Produksi

Dalam proses produksi, tentunya tidak terlepas dari biaya produksi, baik biaya bahan baku, biaya overhead, maupun biaya tenaga kerja. dalam akuntansi sendiri, biaya produksi harus dibukukan secara mendetail, terlebih biaya yang dikeluarkan tidak sedikit. Tujuannya adalah agar semua biaya yang dikeluarkan dapat diketahui secara pasti dan dapat menjadi bahan evaluasi bagi produsen.

Selain itu juga digunakan untuk menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP) secara tepat, agar harga yang ditetapkan sesuai dengan permintaan pasar, dan juga tidak menyebabkan kerugian akibat biaya produksi yang berlebih. Maka dari itu, sehubungan dengan adanya kegiatan pembuatan produk olahan kemplang, saya memiliki rencana kegiatan “Penentuan Harga Pokok Penjualan dan Pelatihan Pencatatan Laporan Keuangan

Sederhana”. Adapun teori-teori yang menjadi landasan terlaksananya kegiatan ini, dijabarkan sebagai berikut.

1. Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi adalah penjumlahan seluruh pengorbanan sumber ekonomi yang digunakan untuk mengubah bahan baku menjadi produk. Perhitungan Harga pokok Produk dapat digunakan untuk menentukan harga jual yang akan diberikan kepada pelanggan sesuai dengan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Menurut **Ahmad** (2012:42), mengungkapkan Harga pokok produksi adalah biaya yang terjadi sehubungan dengan produksi yaitu jumlah biaya bahan langsung dan tenaga kerja langsung.

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

Menurut **Siregar** (2014:28), biaya-biaya produksi dibedakan berdasarkan elemen-elemen, yang dimana elemen tersebut dibedakan menjadi tiga yaitu :

1. Biaya bahan baku langsung

Biaya bahan baku adalah besarnya nilai bahan baku yang dimasukkan ke dalam proses produksi untuk diubah menjadi barang jadi.

2. Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja adalah besarnya biaya yang terjadi untuk menggunakan tenaga karyawan dalam mengerjakan proses produksi

3. Biaya Overhead pabrik

Biaya overhead pabrik adalah biaya-biaya yang terjadi di pabrik selain biaya bahan baku maupun biaya tenaga kerja langsung.

Sebelum menggunakan Laporan Keuangan Sederhana, Bapak Bastian selaku pemilik usaha umkm kemplang panggang hayati mencari hasil keuntungan hanya menggunakan 2 item saja yaitu dengan harga kemplang perbuah dan jumlah kemplang perproduksi.

Bapak Bastian menggunakan perhitungan sebagai berikut :

Tabel 3.4.1 Perhitungan Keuntungan Lama UMKM Kemplang Panggang Hayati

| |
|---|
| Keuntungan= Harga kemplang perbuah x jumlah kemplang perproduksi |
| =Rp.150 x 950 buah = Rp. 142.500 |

Jadi, perhitungan lama yang digunakan UMKM Kemplang Panggang Hayati dengan cara harga kemplang perbuah yaitu sebesar Rp.150 x jumlah kemplang perproduksi sebanyak 950 buah akan mendapatkan hasil perhitungan sebesar Rp.142.500.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN EVALUASI

4.1 Pembahasan

Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan wujud dari pengabdian diri mahasiswa IIB Darmajaya kepada masyarakat untuk memberikan dampak positif agar kondisi masyarakat sasaran menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya dalam kaitannya pengembangan dan pengelolaan daerah-daerah potensial yang menjadi sasaran, yaitu yang memiliki keanekaragaman hasil bumi atau komoditas unggulan yang selama ini belum dikelola dengan baik serta membangun sistem informasi desa guna meningkatkan manajemen pemerintahan desa. Selain itu kegiatan PKPM merupakan suatu bentuk penerapan dedikaasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, sehingga hal ini merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh seorang sarjana.

Selama berlangsungnya kegiatan PKPM di Desa Wates Timur program dan kegiatan penunjang yang telah berjalan dan dapat tercapai tujuannya sesuai dengan harapan adalah :

4.1.1 Program strategi Pengawasan pada produk UMKM

Nama Mahasiswa : Maya Elsa Ernawati

NPM : 1512110264

Jurusan : Manajemen (Sumber Daya Manusia)

4.1.1.1 Inovasi strategi pengawasan produksi

Merupakan tahapan penting dalam proses produksi kemplang panggang hayati, karena hal pertama yang harus diperhatikan oleh pengolah makanan adalah kebersih lingkungan maupun kebersihan yang akan di produksi itu sendiri. Maka dibuatkanlah inovasi kebersihan agar dapat memberikan hasil produksi yang sehat untuk di konsumsi dan menambah minat konsumen. Dengan kebersihan yang terjaga pasti akan memberikan daya tarik itu sendiri walaupun konsum tidak tau seberapa bersih dan higenis hasil produksi tetapi tetap seorang pengusaha harus memberikan yang terbaik terhadap konsumen itu sendiri dan memberikan kepercayaan kepada konsumen agar produk kita semakin berkembang dan meningkat. Dan selain itu dalam proses pengadonan bahan utama kemplang panggang hayati harus menggunakan sarung tangan guna untuk kebersihan dan keseterilan dalam produksi dalam pengadonan harus menggunakan penutup

kepala dan masker mulut agar produk tidak terkontaminasi oleh keringat dan kotoran-kotoran yang melekat di badan kita.maka dari itu saya merekomendasikan sebaiknya karyawan menggunakan sarung tangan,masker mulut, penutup kepala dan kain kecil penutup baju (celemek) berikut gambar dari hasil ovservsi.



Gambar 4.1.1 Inovasi Kebersihan Produksi (Pengadonan dan Pencetakan Produk)

Dan untuk pemindahan hasil cetakan dan penjemuran juga harus menggunakan alat yang bisa menjaga kebersihan produk hal tersebut dilakukan agar produksi dapat memberikan kemutuan terhadap kemplang panggang hayati dan memberikan dampak positif serta dapat memberikan kemajuan dalam peroses pengolahan hal ini juga dapat mengembangkan home industri kemplang panggang hayati agar lebih maju dan lebih besar lagi.



4.1.1.1 Tahap Strategi Pengawasan Produk (Pemindahan Produk ke dalam Loyang)

Hal tersebut dilakukan karena akan berdampak positif untuk kedepanya supaya home industri dapat berkembang dan lebih maju serta berkembang dan hasil produksi dapat lebih bersih dari sebelumnya dan tentunya akan baik lagi untuk asyarakat dalam mengonsumsi kemplang tersebut.



Gambar 4.1.1.2 Tahap Strategi Pengawasan Produk (Penjemuran Kemplang Panggang)

Inovasi tahap penjemuran menggunakan sarung tangan dan penutup mulut serta hidung dilakukan agar hasil produksi yang telah di jemur tidak lagi terkontaminasi oleh tangan dan keringat serta hal-hal lain yang dapat mengakibatkan produksi tersebut menjadi kotor. Maka dari itu inovasi tersebut dapat memberikan kehigenisan dan keunggulan pada produk tersebut, tentunya dari inovasi tersebut lambat laun akan memberikan inovasi – inovasi lain agar hasil produksi dapat memberikan mutu serta kualitas yang baik.

b. Pengajuan Penambahan Karyawan

Karena terhambat oleh ketenaga kerjaan peroses produksi kemplang panggang hayati tidak berjalan dengan baik atau tidak produktif oleh karna itu saya memberikan pengarahan dan saran untuk pemilik kemplang panggang hayati agar mereka dapat melakukan penambahan karyawan agar penambahan karyawan dapat membantu dan memproduktifkan kinerja tersebut selain itu agar target produksi tercapai sesuai dengan target tersebut bahkan akan meningkatkan jumlah produksi hingga dua kali lipat dan home industri tersebut akan berjalan dengan baik dan berkembang, selain itu penambahan karyawan dapat menambah target produksi sehingga permintaan pun terpenuhi. Dari hasil ovservasi saya pihak home industri menambahkan dua tenaga kerja sekaligus jadi semua karyawan kemplang panggang hayati menjadi 4 (empat) yaitu Ibu yani melakukan peroses pengadonan hingga mencetak selain itu ibu Tuti bertugas untuk melakukan pemindahan produk dan pengukusan hingga penjemuran, dan dua karyawan lainya melakukan pemanggangan hingga pembungkusan.

Dan hasil dari ovservasi yang saya lihat pencapain hasil produksipun meningkat dan dengan adanya pembagian tersebut maka proses produksi kemplang panggang hayati berjalan dengan lancar.

c. Keselamatan dan Kesehatan Kerja

Adanya untuk memperhatikan keselamatan dan kesehatan kerja ini tentunya akan memberikan dampak yang baik terhadap kesejahteraan karyawan atau tenaga kerja, sebaiknya tenaga kerja kemplang panggang hayati ini terutama di bagian peroses pemanggangan harus sangat memperhatikan keselamatan serta kesehatan kerja dengan menggunakan pelindung khusus dari bara api maupun debu karena jika tidak diperhatikan maka karyawan akan dalam bahaya disebabkan oleh asap debu dan panas dari bara api, selain itu tempat yang digunakan dalam pemanggangan harus di tempat yang terbuka supaya ada udara yang keluar masuk sehingga asap dan debu dapat hilang karena tiupan angin, dalam hal tersebut saya memberikan masukan dan inovasi agar peroses pemanggangan menggunakan pelindung berikut adalah hasil dari inovasi tersebut



Gambar 4.1.1.4 Keselamatan dan Kesehatan Kerja (Proses Pemanggangan Menggunakan Pelindung)



4.1.1.5 Keselamatan dan Kesehatan Kerja (Proses Pemanggangan Menggunakan Pelindung)

4.1.2 Program Pembuatan Merek Kemplang Hayati

Nama : Dhimaz Chandra Bagaswara

NPM : 1511010032

Jurusan : Teknik Informatika

4.1.2.1 Pembuatan Merek Kemplang Panggang Hayati

Kemplang Panggang Hayati sebelumnya sudah memiliki merek untuk produknya,tetapi merek yang dimiliki sebelumnya sangat sederhana dan kurang menarik bagi para konsumen yang akan membelinya.Jadi kami Mahasiswa PKPM IIB Darmajaya memberikan inovasi merek pada kemplang panggang Hayati,kami membuat ulang merek agar lebih bagus dan menarik untuk dilihat para konsumen yang akan membeli.

Dimerek tersebut kamipun memberikan merek siger Lampung,merek kabupaten Pringsewu,dan tidak lupa yaitu merek IIB Darmaja agar konsumen tahu bahwa merek ini yang membuat adalah Mahasiswa PKPM IIB Darmajaya.



Gambar 4.2.1 Inovasi Merek

Merek Kemplang panggang Hayati yang baru sangatlah berbeda dari yang lama, sekarang ada logo Kabupaten Pringsewu sebagai simbol bahwa kemplang panggang Hayati ini berasal di Kabupaten Pringsewu, logo Siger yang merupakan lambang daerah Lampung, logo Darmajaya agar konsumen tahu bahwa merek ini yang membuat adalah Mahasiswa PKPM IIB Darmajaya, logo halal, dan *contact person*.

4.1.2.1 Pembuatan Blog Pekon Wates Timur

Perkembangan teknologi komputer khususnya dunia *internet* saat ini semakin pesat. Kebutuhan akan akses *internet* dalam kehidupan sehari-hari menjadi penting, hal ini ditandai dengan maraknya penyedia layanan *internet* dari operator seluler yang menawarkan biaya yang sangat terjangkau, berbeda dengan beberapa tahun yang

lalu dimana biaya untuk berlangganan *internet* masih sangat mahal. Dengan mudahnya masyarakat mengakses *internet*, setiap orang ingin mencari informasi yang mereka butuhkan melalui *Blog* atau *blog*. Untuk memudahkan mencari *Blog* yang ada di *internet*, diperlukan sebuah mesin pencari atau ***Search Engine***(Cahyono, 2013).

“Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat

waktu, yang digunakan keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan”. menurut **Sutabri** (2014: 3)

Pembuatan *Blog* Pekon Wates Timur Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu. Dari hasil survey lapangan atau observasi yang telah dilakukan oleh Mahasiswa PKPM IIB Darmajaya, diketahui Pekon Wates Timur terdapat temuan permasalahan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi. Sebagian masyarakat memang sudah menggunakan fasilitas teknologi yang sudah memadai tetapi belum memiliki akses *internet* yang baik. Hal tersebut dikarenakan letak geografis Pekon Wates Timur yang jauh dari pusat perkotaan sehingga menyebabkan keterlambatan Pekon

menyerap informasi terbaru dalam menyesuaikan diri terhadap kemajuan-kemajuan teknologi.

Alasan inilah yang kemudian menjadikan Mahasiswa IIB Darmajaya melalui program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) membantu pemerintahan Pekon memperkenalkan Pekon Wates Timur kepada masyarakat luas melalui sebuah media elektronik, yaitu akan dibuatnya sebuah Blog Pekon. Sehingga diharapkan masyarakat akan mudah mendapatkan informasi mengenai Pekon Wates Timur, dan potensi yang ada di Pekon pun akan dapat dilihat oleh masyarakat Indonesia bahkan dunia.

1. Tahap pengumpulan data untuk Blog.

Awalnya kami melakukan pelatihan yang sudah dikoordinasikan oleh pihak Darmajaya, Pelatihan tersebut memberikan kami pengetahuan tentang cara membangun Blog. Melalui pelatihan tersebut kamipun mendapat intruksi untuk segera mengumpulkan data-data Pekon seperti sejarah Pekon, profil Pekon, dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan di Pekon Wates Timur Kecamatan Gading Rejo.

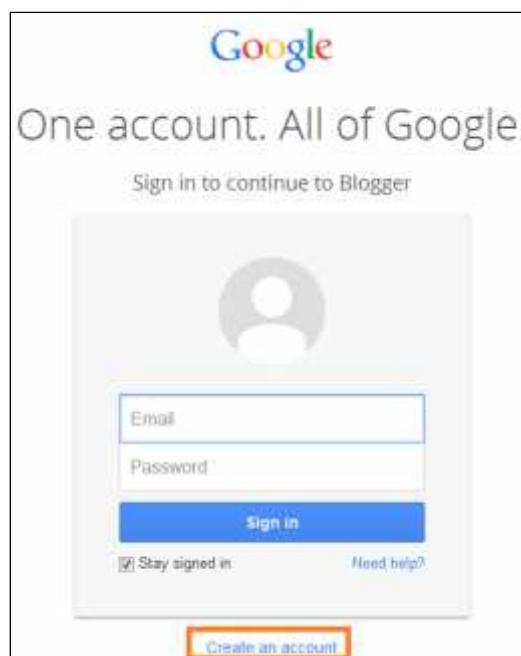
2. Mengimplementasikan Pembangunan Blog.

Dalam mengimplementasikan Blog melalui data-data Pekon yang telah kami kumpulkan kamipun mulai membangun dan mengisi data-data tersebut di Blog.

3. Melakukan pelatihan sekaligus serah terima Blog kepada aparatur Pekon Wates Timur.

Setelah berhasil memasukan data-data kedalam situs Blog kami mulai mengenalkan Blog tersebut ke aparatur Pekon , dengan mengajarkan tata cara untuk bagaimana mengoprasikan Blog tersebut,dan kami menjelaskan fungsi dari fitur – fitur yang ada dalam BLOG tersebut.

4. Langkah langkah dalam pembuatan Blog.



Gambar 4.2.2.1 Akun G-mail

- a Isi data dan informasi yang diminta lalu klik tombol Next Step, lakukan konfirmasi.
- b Email watestimur17@gmail.com
- c Password *****.

- d Selanjutnya kembali ke blogger.com dan *login* dengan akun yang baru saja dibuat.



Gambar 4.2.2.2 Langkah Awal Membuat Blog

- e Isi judul dengan judul Wates Timur, kemudian masukkan alamat *blog* yang nantinya menjadi tujuan para pengunjung. Pilihlah nama yang mudah diingat dan semenarik mungkin. Lalu pilih *template* yang tersedia di dalam kolom tersebut, dan tutup dengan mengklik *Buat Blog*.



Gambar 4.2.2.3 Langkah Kedua Membuat Blog

- f Di halaman ini bisa mengisi *blog* dengan konten apapun selama dalam aturan yang sudah ditentukan. Pernah membuat pesan *email* atau Facebook, hampir sama tetapi di Blogger.com konten akan terbuka dan dapat dibaca oleh jutaan orang di seluruh dunia.
- g Jika sudah selesai klik tombol Publikasikan dan akan dihantarkan ke halaman daftar konten seperti ini. Untuk melihat hasil tulisan , klik Lihat ***blog***.



Gambar 4.2.2.4 Blog Sudah Jadi

a. **Blog pekon Wates Timur**

Merupakan program utama yang pokok dan wajib dikerjakan dan dilakukan oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer IIB Darmajaya yang sedang melaksanakan tugas pengabdian masyarakat.Tujuan dan maksud dari pembuatan Blog ini adalah untuk mengenalkan pekon Wates Timur baik mengenai sistem pemerintahan potensi desa maupun berita- berita kepada masyarakat luas melalui media Internet. Sebelumnya pekon

belum mempunyai situs resmi yang dapat di akses oleh masyarakat luas.

Setelah blog pekon Wates Timur Sudah jadi,kini masyarakat dusun Tambah Mulyo dan dusun sidodadi sangat mudah untuk mendapatkan informasi,ataupu pengumuman-pengumuman seputar pekon Wates Timur

Proses untuk masuk ke Blogger Wates Timur



Gambar 4.2.2.5 Langkah awal Membuat Blogger

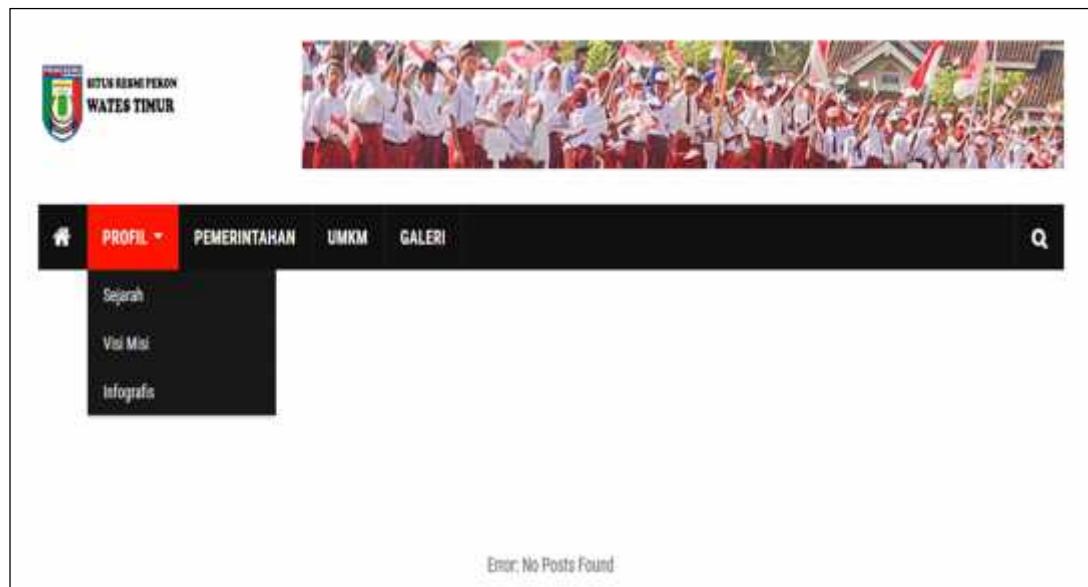
Email : watestimur17@gmail.com

Password : ****

Link dari blok pekon Wates Timur
<http://pekonwatestimur.blogspot.com>



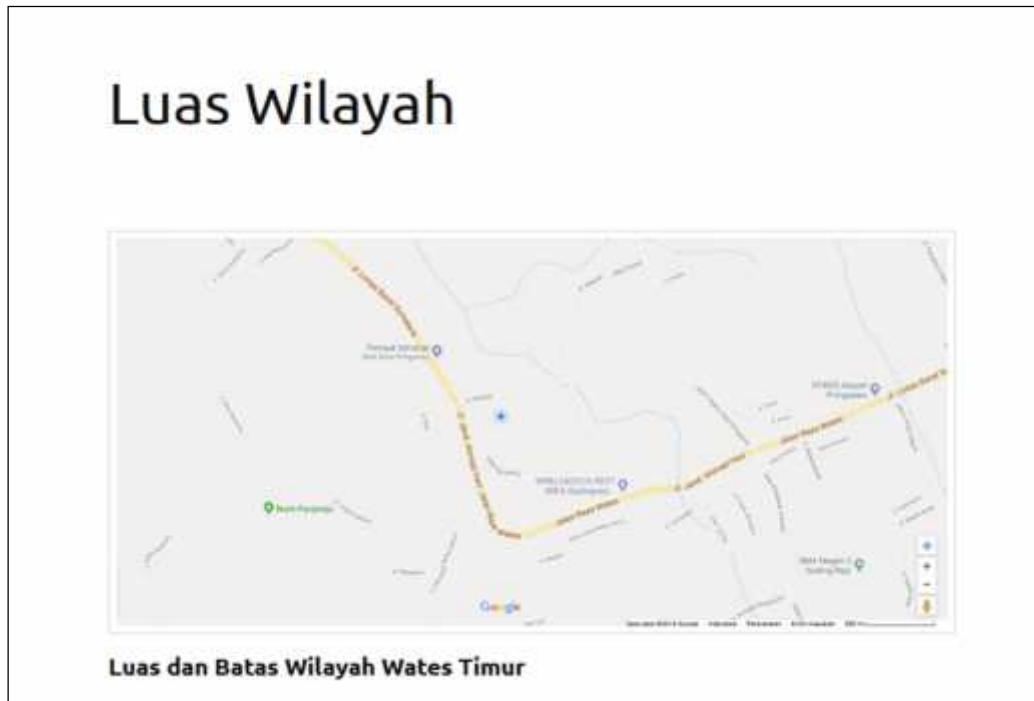
Gambar 4.2.2.6 Tampilan Awal BLOG



Gambar 4.2.2.7 Tampilan Website Wates Timur

Dalam menu Profil terdapat sub menu, antara lain :

- a Sejarah
- b Visi misi
- c Infografis



Gambar 4.2.2.8 Peta Pekon Yang Ada Pada Menu Infografis

4.2.1.2 Pelatihan Blog kepada aparatur pekon

Setelah kami melakukan survei ke kantor pekon, ternyata belum ada seorang aparatur pekon yang dapat mengoperasikan blog atau sering disebut operator. Jadi kami Mahasiswa PKPM IIB Darmajaya memberikan pelatihan blog kepada aparatur pekon Wates Timur

Pelatihan Blog bertujuan agar adanya operator dari pekon dapat mengenal fitur-fitur yang ada dan mengetahui cara pengoperasiannya untuk mengedit ataupun memposting berita terbaru tentang pekon Wates Timur.



Gambar 4.3.1 Saat Pelatihan Blog Kepada Aparatur Pekon

4.1.3 Program Inovasi Kemasan, Pembuatan Desain Merek Pada Kemplang Panggang Hayati dan Pembuatan Media Pemasaran Secara *Online* Berupa Instagram.

Nama : Mega Amelia Sumirat

Npm : 1512110011

Jurusan : Manajemen (Pemasaran)

4.1.3.1 Inovasi Kemasan

Merupakan tahapan penting dalam proses produksi kemplang panggang hayati, karena hal pertama yang dinilai oleh konsumen sebelum mencoba sebuah produk adalah melihat kemasannya terlebih dahulu. Maka dibuatkanlah inovasi kemasan agar dapat menarik minat konsumen. Dengan kemasan di desain semenarik mungkin agar mendapat penilaian yang bagus dari masyarakat sekitar.

Berikut tahap – tahap pengemasan kemplang panggang hayati sesudah di inovasi

a Tahap Pemilihan Kemasan



(Gambar 4.1.3.1.1 Kemasan Plastik Sesudah di inovasi)

Gambar diatas yaitu tampilan plastik yang akan saya gunakan untuk mengganti plastik sebelumnya, menurut saya plastik ini cocok digunakan untuk kemplang panggang hayati, karena Pemilihan kemasan sendiri merupakan tahapan yang sangat penting dimana kemasan menjadi pertahanan pertama produk dari kerusakan dan faktor yang merusak kualitas produk. Pemilihan kemasan ini berdasarkan survey yang telah dilakukan. Kami memilih kemasan yang dapat menunjang ketahanan dan kualitas produk agar dapat sampai ke tangan konsumen dalam keadaan terbaik. Kemasan yang digunakan untuk produk kemplang panggang hayati adalah plastik yang aman, plastik yang tebal, kaku dan mengkilat sehingga membuat tampilan kemplang panggang hayati lebih menarik, siap bersaing di pasar dan tidak mudah rusak saat pengemasan.



(Gambar 4.1.3.1.2 Kemasan Plastik Sambal Inovasi)

Gambar diatas yaitu tampilan plastik sambal yang akan saya gunakan untuk mengganti plastik sebelumnya, plastik diatas merupakan plastik klip bening, berukuran (10x7) dengan isi 100 lebar. menurut saya plastik ini cocok digunakan untuk sambal kemplang panggang hayati, karena plastik klip mempermudah pengemasan kemplang dan membuat kemasan sambal kemplang panggang hayati lebih cepat, rapih dan menarik. Bukan hanya itu saja kelebihan menggunakan plastik klip ini, dengan menggunakan plastik klip ini mempermudah konsumen disaat mereka tidak mau mengabiskan sekaligus kemplang dan ingin melanjutkan memakan nya nanti, jadi sambal yang belum abis tinggal direkatkan kembali dengan mudah sehingga membuat sambal tidak berantakan.

b Pengemasan Produk



(Gambar 4.1.3.1.3 Kemasan Kemplang Sesudah Di Inovasi)

Gambar diatas merupakan tampilan kemasan kemplang yang sudah di inovasi. Dalam satu kemasan kemplang kami mengisinya dengan 15 pcs kemplang, berbeda dengan pengemasan sebelumnya yang hanya berisi 10 pcs dengan ukuran yang kecil – kecil, mengisi lebih banyak bertujuan agar lebih enak dilihat dan sesuai dengan harga yang sudah ditentukan dan bertujuan agar konsumen merasa puas dengan isinya yang lebih banyak dan ukuran kemplang yang lebih besar dari sebelumnya. Kemudian kemasan yang telah terisi kemplang ini di press menggunakan alat modern yaitu menggunakan mesin press plastik impulse sealer yang berfungsi untuk menutup kemasan agar produk kemplang panggang hayati tidak dimasuki angin dari luar maupun terkena kotoran dari luar yang dapat merusak produk.

4.1.3.2 Pembuatan Desain Merek

Merupakan salah satu tahapan penting dalam proses produksi kemplang panggang hayati, karena merek merupakan identitas dari

usaha tersebut. Merek bisa dijadikan sebagai alat promosi, sehingga dapat mempromosikan hasil produksi cukup dengan menyebut nama merek, dan juga sebagai jaminan atas mutu barang yang diperdagangkan serta merek juga menunjukan asal barang tersebut dihasilkan. Dengan menginovasi merek agar merek menjadi lebih menarik dan memberikan makna yang sebenarnya, merek yang sudah diperbarui memiliki informasi yang lengkap dan terarah.



Gambar 4.1.3.2.1 merek Sesudah Di Inovasi

Dengan itu saya memiliki ide untuk memperbarui merek sebelumnya menjadi lebih menarik lagi. Disesuaikan dengan strategi pemasaran, disini saya menambahkan contact person, banyak isi, label halal yang sudah diurus, mengganti desain tulisan dan warna yang lebih cerah menjadikan merek kemplang panggang hayati lebih menarik. Saya juga menambahkan logo pringsewu dan logo lampung bertujuan agar memberikan informasi bahwa kemplang panggang hayati dihasilkan atau diproduksi dari kabupaten pringsewu. Dengan tujuan agar hasil penjualan UMKM tersebut dapat meningkat, UMKM tersebut lebih mudah di ingat dan mudah untuk dihubungi apabila

ingin memesan Kemplang Panggang Hayati baik dalam jumlah sedikit ataupun dalam jumlah banyak.

4.1.3.3 Pembuatan Media Pemasaran Secara *Online* Berupa Instagram

Dengan dibuatkannya Program ini bertujuan untuk mempermudah proses penjualan, dimana proses penjualan membutuhkan suatu media agar produk yang di hasilkan dapat terjual dengan adanya pemasaran secara online diharapkan produk UMKM dapat diketahui oleh masyarakat luas dan dapat meningkatkan pendapatan produksi atau meningkatkan laba yang dihasilkan dan UMKM dapat menjadi lebih berkembang lagi dari yang sekarang.

Berikut Tahapan Pembuatan Media *Marketing Home Industri* :

a Mencari Informasi Tentang *Home Industri*

Kegiatan ini kami mulai dari mencari informasi mengenai . Awalnya kami mendatangi rumah bapak Bastian, yang merupakan tempat pembuatan Kemplang Panggang Hayati tersebut. Kemudian kami mulai mengumpulkan informasi mencari apa yang menjadi kendala pada UMKM tersebut. Pengumpulan informasi tersebut kami lakukan dengan mewawancara bapak Bastian beserta istrinya, pemilik UMKM. Kemplang Panggang Hayati Dari hasil wawancara kami mengetahui bahwa Kemplang Panggang Hayati tersebut mengalami kendala pada sistem *marketing* dan pengembangan usaha Kemplang Panggang Hayati itu sendiri.

b Merencanakan Pembuatan Sistem Marketing Dari Informasi yang telah didapat pada UMKM Kemplang Panggang Hayati.

Kami melakukan perencanaan bersama untuk membuat sistem marketing *online* seperti sosial media yaitu instagram. Menurut kami, sosial media merupakan media bisnis online yang paling cocok di zaman sekarang untuk mengoptimalkan *marketing* UMKM karena dengan menggunakan media tersebut Kemplang Panggang Hayati yang sudah lama dirintis ini.

c Melakukan Persetujuan Pembuatan Sistem *Marketing*

Kami kembali mendatangi rumah bapak Bastian pemilik UMKM Kemplang Panggang Hayati untuk melakukan persetujuan perencanaan yang akan kami lakukan terhadap UMKM Kemplang Panggang Hayati tersebut.

d Mengumpulkan data UMKM

Kami mulai mengumpulkan data-data yang dibutuhkan untuk pembuatan media *marketing* Kemplang Panggang Hayati seperti gambar dari produk, nama Kemplang Panggang Hayati dan *profile* mengenai *Home Industri* tersebut.

e Pembuatan Media Sosial seperti Instagram

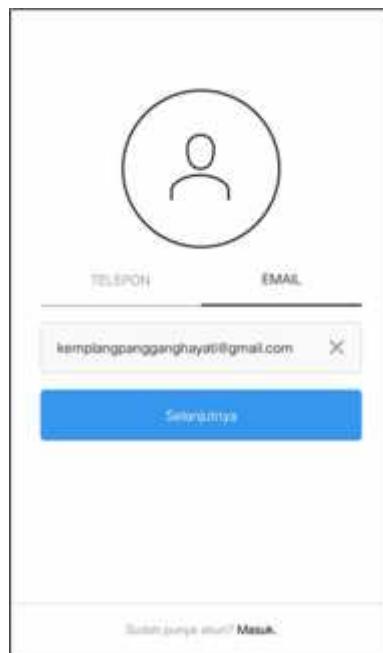
Setelah data-data yang dibutuhkan dan UMKM sudah memiliki merek kemudian kami mulai membuat instagram dan untuk mengoptimalkan marketing pada UMKM Kami mulai memasukkan data-data Kemplang Panggang Hayati meliputi gambar, harga, lokasi, dan penjelasan mengenai Kemplang Panggang Hayati.

Tahap – tahap pembuatan instagram kemplang panggang hayati:

- Masuk ke aplikasi Instagram lalu klik buat akun



- Lalu masukan email kemplang panggang hayati lalu klik selanjutnya.



- Setelah mendaftarkan email lalu masukan nama pengguna dan kata sandi, diusahakan kata sandi yang mudah ingat oleh diri sendiri



- c. Maka akan muncul gambar seperti, berarti aku instagram kemplang panggang hayati sudah jadi dan siap untuk digunakan



- d. Setelah ditambahkan informasi UMKM kemplang dan ditambahkan data seperti foto dan nomor telepon yang bisa dihubungi jika ada yang ingin memesan kemplang panggang hayati.



(Gambar 4.1.3.3.1 Akun Instagram)

<https://www.instagram.com/kemplangpangganghayati/>

f Menjelaskan Penggunaan Instagram

Setelah media sosial selesai dibuat, kami memberikan penjelasan cara penggunaan media sosial instagram kepada bapak Bastian beserta istrinya. Diharapkan bapak Bastian dapat menjalankan sendiri dalam memasarkan Kemplang Panggang Hayati dan menyalurkan pengetahuan yang dia miliki kepada beberapa anggota lainnya yang membantu dalam pembuatan produk Kemplang Panggang Hayati.



(Gambar 4.1.3.3.2 Menjelaskan Cara Penggunaan Instagram)

4.1.4 Program Pembuatan Dan Perincian Laporan Keuangan UMKM Kemplang Panggang Hayati Periode Agustus 2018

Nama Mahasiswa : Liya Pitriyanti

Npm : 1512120048

Jurusan : Akuntansi

Dengan adanya pembuatan laporan keuangan secara terperinci, mulai dari pembuatan jurnal umu, buku besar, laporan laba rugi, dan jurnal penutup. Maka pemilik UMKM dapat mengetahui jumlah laba maupun rugi yang di peroleh dari penjualan produk nya. Namun bukan itu saja pemilik UMKM tidak hanya semata-mata mengetahui laba atau rugi yang dihasilkan secara begitu saja, tetapi dengan pembuatan rincian laporan keuangan pemilik dapat mengetahui pos-pos apa saja yang mempengaruhi jumlah laba ataupun rugi yang didapat. Selain mengetahui jumlah laba ataupun rugi yang didapat pemilik juga dapat mengetahui jumlah pengeluaran (beban) selama satu bulan proses produksi.

Berikut adalah bentuk laporan keuangan UMKM Kemplang Panggang Hayati periode produksi selama satu bulan yang terdiri dari

- a. Jurnal umum
- b. Buku besar
- c. Laporan laba rugi
- d. Jurnal penutup

Tabel 4.1.4.1 Jurnal Umum UMKM Kemplang Panggang Hayati
Periode Agustus 2018

| No | Tanggal | Keterangan | Ref | Dr | Cr |
|----|-----------|---|-----|---------|---------|
| 1. | 1 agustus | Kas | | 500.000 | |
| | | Modal bastian | | | 500.000 |
| | | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | | 223.300 | |
| | | Kas | | | 223.300 |
| | | Pembelian arang | | 60.000 | |
| | | Kas | | | 60.000 |
| | | Pembelian plastik | | 28.000 | |
| | | Kas | | | 28.000 |
| | | Pembelian gas | | 20.000 | |
| | | Kas | | | 20.000 |
| | | Beban cetak merek | | 10.000 | |
| | | Kas | | | 10.000 |
| | | Beban operasional (bensin) | | 8.000 | |
| | | Kas | | | 8.000 |
| | | Kas | | 380.000 | |
| | | Pendapatan penjualan | | | 380.000 |

| | | | | | |
|----|-----------|---|--|---------|---------|
| 2. | 2 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | | 86.300 | |
| | | Kas | | | 86.300 |
| | | Beban operasional (bensin) | | 8.000 | |
| | | Kas | | | 8.000 |
| | | Kas | | 380.000 | |
| | | Pendapata penjualan | | | 380.000 |
| 3. | 3 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | | 86.300 | |
| | | Kas | | | 86.300 |
| | | Pembelian plastik | | 28.000 | |
| | | Kas | | | 28.000 |
| | | Pembelian gas | | 20.000 | |
| | | Kas | | | 20.000 |
| | | Beban cetak merek | | 10.000 | |
| | | Kas | | | 10.000 |
| | | Beban operasional (bensin) | | 8.000 | |
| | | Kas | | | 8.000 |
| | | Kas | | 380.000 | |
| | | Pendapatan penjualan | | | 380.000 |
| 4. | 4 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | | 86.300 | |
| | | Kas | | | 86.300 |
| | | Pembelian arang | | 60.000 | |
| | | Kas | | | 60.000 |

| | | | | |
|----|-----------|---|---------|---------|
| | | Beban operasional (bensin) | 8.000 | |
| | | Kas | | 8.000 |
| | | Kas | 380.000 | |
| | | Pendapatan penjualan | | 380.000 |
| 5. | 6 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | 86.300 | |
| | | Kas | | 86.300 |
| | | Beban operasional (bensin) | 8.000 | |
| | | Kas | | 8.000 |
| | | Kas | 380.000 | |
| | | Pendapata penjualan | | 380.000 |
| 6. | 7 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | 86.300 | |
| | | Kas | | 86.300 |
| | | Pembelian plastik | 28.000 | |
| | | Kas | | 28.000 |
| | | Pembelian gas | 20.000 | |
| | | Kas | | 20.000 |
| | | Beban cetak merek | 10.000 | |
| | | Kas | | 10.000 |
| | | Beban operasional (bensin) | 8.000 | |
| | | Kas | | 8.000 |
| | | Kas | 380.000 | |
| | | Pendapatan penjualan | | 380.000 |

| | | | | | |
|----|------------|---|--|---------|---------|
| 7. | 8 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | | 86.300 | |
| | | Kas | | | 86.300 |
| | | Beban operasional (bensin) | | 8.000 | |
| | | Kas | | | 8.000 |
| | | Kas | | 380.000 | |
| | | Pendapata penjualan | | | 380.000 |
| 8. | 9 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | | 86.300 | |
| | | Kas | | | 86.300 |
| | | Pembelian arang | | 60.000 | |
| | | Kas | | | 60.000 |
| | | Beban operasional (bensin) | | 8.000 | |
| | | Kas | | | 8.000 |
| | | Kas | | 380.000 | |
| | | Pendapatan penjualan | | | 380.000 |
| 9. | 10 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | | 86.300 | |
| | | Kas | | | 86.300 |
| | | Pembelian plastik | | 28.000 | |
| | | Kas | | | 28.000 |
| | | Pembelian gas | | 20.000 | |
| | | Kas | | | 20.000 |
| | | Beban cetak merek | | 10.000 | |
| | | Kas | | | 10.000 |

| | | | | | |
|-----|---------------|---|--|---------|---------|
| | | Beban operasional (bensin) | | 8.000 | |
| | | Kas | | 8.000 | |
| | | Kas | | 380.000 | |
| | | Pendapatan penjualan | | | 380.000 |
| 10. | 11 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | | 178.300 | |
| | | Kas | | | 178.300 |
| | | Beban operasional (bensin) | | 8.000 | |
| | | Kas | | | 8.000 |
| | | Kas | | 380.000 | |
| | | Pendapatan penjualan | | | 380.000 |
| 11. | 13 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | | 86.300 | |
| | | Kas | | | 86.300 |
| | | Beban operasional (bensin) | | 8.000 | |
| | | Kas | | | 8.000 |
| | | Kas | | 380.000 | |
| | | Pendapata penjualan | | | 380.000 |
| 12. | 14 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | | 86.300 | |
| | | Kas | | | 86.300 |
| | | Pembelian arang | | 60.000 | |
| | | Kas | | | 60.000 |

| | | | | |
|-----|---------------|---|---------|---------|
| | | Pembelian plastik | 28.000 | |
| | | Kas | | 28.000 |
| | | Pembelian gas | 20.000 | |
| | | Kas | | 20.000 |
| | | Beban cetak merek | 10.000 | |
| | | Kas | | 10.000 |
| | | Beban operasional (bensin) | 8.000 | |
| | | Kas | | 8.000 |
| | | Kas | 380.000 | |
| | | Pendapatan penjualan | | 380.000 |
| 13. | 15 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | 86.300 | |
| | | Kas | | 86.300 |
| | | Beban operasional (bensin) | 8.000 | |
| | | Kas | | 8.000 |
| | | Kas | 380.000 | |
| | | Pendapata penjualan | | 380.000 |
| 14. | 16 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | 86.300 | |
| | | Kas | | 86.300 |
| | | Beban operasional (bensin) | 8.000 | |
| | | Kas | | 8.000 |
| | | Kas | 380.000 | |
| | | Pendapata penjualan | | 380.000 |
| 15. | 17 | Pembelian bahan | 86.300 | |

| | | | | | |
|-----|---------------|---|--|---------|--|
| | agustus | baku dan bahan pembantu | | | |
| | | Kas | | 86.300 | |
| | | Pembelian plastik | | 28.000 | |
| | | Kas | | 28.000 | |
| | | Pembelian gas | | 20.000 | |
| | | Kas | | 20.000 | |
| | | Beban cetak merek | | 10.000 | |
| | | Kas | | 10.000 | |
| | | Beban operasional (bensin) | | 8.000 | |
| | | Kas | | 8.000 | |
| | | Kas | | 380.000 | |
| | | Pendapatan penjualan | | 380.000 | |
| 16. | 18 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | | 86.300 | |
| | | Kas | | 86.300 | |
| | | Pembelian arang | | 60.000 | |
| | | Kas | | 60.000 | |
| | | Beban operasional (bensin) | | 8.000 | |
| | | Kas | | 8.000 | |
| | | Kas | | 380.000 | |
| | | Pendapatan penjualan | | 380.000 | |
| 17. | 20 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | | 86.300 | |
| | | Kas | | 86.300 | |

| | | | | | |
|-----|---------------|---|--|---------|---------|
| | | Beban operasional (bensin) | | 8.000 | |
| | | Kas | | 8.000 | |
| | | Kas | | 380.000 | |
| | | Pendapata penjualan | | | 380.000 |
| 18. | 21 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | | 86.300 | |
| | | Kas | | 86.300 | |
| | | Pembelian plastik | | 28.000 | |
| | | Kas | | 28.000 | |
| | | Pembelian gas | | 20.000 | |
| | | Kas | | 20.000 | |
| | | Beban cetak merek | | 10.000 | |
| | | Kas | | 10.000 | |
| | | Beban operasional (bensin) | | 8.000 | |
| | | Kas | | 8.000 | |
| | | Kas | | 380.000 | |
| | | Pendapatan penjualan | | | 380.000 |
| 19. | 24 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | | 86.300 | |
| | | Kas | | 86.300 | |
| | | Beban operasional (bensin) | | 8.000 | |
| | | Kas | | 8.000 | |
| | | Kas | | 380.000 | |
| | | Pendapata penjualan | | | 380.000 |
| 20. | 25 | Pembelian bahan | | 178.300 | |

| | | | | | |
|-----|---------------|---|--|---------|---------|
| | agustus | baku dan bahan pembantu | | | |
| | | Kas | | | 178.300 |
| | | Pembelian arang | | 60.000 | |
| | | Kas | | | 60.000 |
| | | Beban operasional (bensin) | | 8.000 | |
| | | Kas | | | 8.000 |
| | | Kas | | 380.000 | |
| | | Pendapatan penjualan | | | 380.000 |
| 21. | 27 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | | 86.300 | |
| | | Kas | | | 86.300 |
| | | Pembelian plastik | | 28.000 | |
| | | Kas | | | 28.000 |
| | | Pembelian gas | | 20.000 | |
| | | Kas | | | 20.000 |
| | | Beban cetak merek | | 10.000 | |
| | | Kas | | | 10.000 |
| | | Beban operasional (bensin) | | 8.000 | |
| | | Kas | | | 8.000 |
| | | Kas | | 380.000 | |
| | | Pendapatan penjualan | | | 380.000 |
| 22. | 28 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | | 86.300 | |
| | | Kas | | | 86.300 |

| | | | | |
|-----|---------------|---|---------|---------|
| | | Beban operasional (bensin) | 8.000 | |
| | | Kas | | 8.000 |
| | | Kas | 380.000 | |
| | | Pendapata penjualan | | 380.000 |
| 23. | 29 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | 86.300 | |
| | | Kas | | 86.300 |
| | | Beban operasional (bensin) | 8.000 | |
| | | Kas | | 8.000 |
| | | Kas | 380.000 | |
| | | Pendapata penjualan | | 380.000 |
| 24. | 30 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | 86.300 | |
| | | Kas | | 86.300 |
| | | Pembelian arang | 60.000 | |
| | | Kas | | 60.000 |
| | | Pembelian plastik | 28.000 | |
| | | Kas | | 28.000 |
| | | Pembelian gas | 20.000 | |
| | | Kas | | 20.000 |
| | | Beban cetak merek | 10.000 | |
| | | Kas | | 10.000 |
| | | Beban operasional (bensin) | 8.000 | |
| | | Kas | | 8.000 |
| | | Kas | 380.000 | |
| | | Pendapatan | | 380.000 |

| | | | | | |
|-----|---------------|---|--|-------------------|-------------------|
| | | penjualan | | | |
| 25. | 31 agustus | Pembelian bahan baku dan bahan pembantu | | 86.300 | |
| | | Kas | | | 86.300 |
| | | Beban operasional (bensin) | | 8.000 | |
| | | Kas | | | 8.000 |
| | | Kas | | 380.000 | |
| | | Pendapata penjualan | | | 380.000 |
| | | Pembayaran gaji karyawan | | 1.450.000 | |
| | | Kas | | | 1.450.000 |
| | | Total | | 15.062.500 | 15.062.500 |

Keterangan :

1. Bahan baku dan bahan pembantu

Bahan baku merupakan bahan utama yang digunakan dalam pembuatan suatu produk, yang semula dari bahan mentah kemudian diproduksi menjadi barang jadi yang siap diperjual belikan. Bahan baku dari produksi kemplang panggang ini sendiri adalah ikan dan tepung sagu.

Bahan pembantu merupakan bahan yang digunakan dalam proses produksi yang bersifat sebagai bahan yang membantu proses pembuatan suatu produk yang dapat meningkatkan efisiensi produk.

Bahan pembantu / penolong dari produksi kemplang ini sendiri yaitu garam, cabai, gula merah, bawang putih, dan asam jawa.

Pembelian bahan baku dan bahan pembantu untuk pembuatan produk kemplang dilakukan dengan beberapa periode, ada yang menggunakan

periode pembelian produk per hari, per 10 hari da nada juga yang periode satu bulan.

Berikut pengelompokan pembelian produk bahan baku dasar maupun bahan penolong pembuatan kemlang panggang hayati per periode pembeliannya beserta rincian harganya :

- 1) Periode pembelian per hari
 - a) Ikan 1kg rp.10.000
 - b) Tepung sagu 7kg rp.72.800 dengan harga per kg rp.10.400
 - c) Garam 1 bungkus rp.3500
- 2) Periode pembelian per 10 hari
 - a. Cabai 4kg rp.80.000 dengan harga per kg rp.20.000
 - b. Gula merah 1kg rp.12.000
- 3) Periode pembelian per bulan
 - a. Bawang putih 1kg rp.12.000
 - b. Asam jawa 1,5kg rp.45.000 dengan harga per kg 30.000

2. Bahan pelengkap dan bahan pelengkap lainnya

Bahan pelengkap adalah bahan yang mempunyai nilai guna yaitu untuk menambah nilai guna atau nilai ekonomis suatu produk. Bahan pelengkap dari produk kemlang ini sendiri adalah plastik kemasan, tali rapia, dan merek dari produk ini sendiri. Sedangkan bahan pelengkap lainnya dari produk ini sendiri adalah gas dan arang.

Berikut pengelompokan pembelian bahan pelengkap berdasarkan periode pembeliannya beserta rincian harganya :

- 1) Periode pembelian per 2 hari
- Plastik kemasan 1kg rp.28.000
 - Gas rp.20.000
 - Cetak merek rp.10.000

- 2) Periode pembelian 3 hari

- Arang rp.60.000

Tabel 4.1.4.2 Buku Besar UMKM Kemplang Panggang Hayati
Periode Agustus 2018

Table 4.4.2.1. Kas

| Tanggal | Uraian | Ref | Dr. | Cr. | Saldo | |
|---------|--------|-----|---------|---------|---------|-----|
| | | | | | Dr. | Cr. |
| 2018 | | | | | | |
| 1 | Saldo | | 500.000 | | 500.000 | |
| Agustus | | | | | | |
| | Kas | | | 223.300 | 276.700 | |
| | Kas | | | 60.000 | 216.700 | |
| | Kas | | | 28.000 | 188.700 | |
| | Kas | | | 20.000 | 168.700 | |
| | Kas | | | 10.000 | 158.700 | |
| | Kas | | | 8.000 | 150.700 | |
| | Kas | | 380.000 | | 530.700 | |
| 2 | Kas | | | 86.300 | 444.400 | |
| Agustus | | | | | | |
| | Kas | | | 8.000 | 436.400 | |
| | Kas | | 380.000 | | 816.400 | |
| 3 | Kas | | | 86.300 | 730.100 | |
| Agustus | | | | | | |
| | Kas | | | 28.000 | 702.100 | |
| | Kas | | | 20.000 | 682.100 | |

| | | | | | | |
|---------------|-----|--|---------|--------|-----------|--|
| | Kas | | | 10.000 | 672.100 | |
| | Kas | | | 8.000 | 664.100 | |
| | Kas | | 380.000 | | 1.044.100 | |
| 4 Agustus | Kas | | | 86.300 | 957.800 | |
| | Kas | | | 60.000 | 897.800 | |
| | Kas | | | 8.000 | 889.800 | |
| | Kas | | 380.000 | | 1.269.800 | |
| 6 Agustus | Kas | | | 86.300 | 1.183.500 | |
| | Kas | | | 8.000 | 1.175.500 | |
| | Kas | | 380.000 | | 1.555.500 | |
| 7 Agustus | Kas | | | 86.300 | 1.469.200 | |
| | Kas | | | 28.000 | 1.441.200 | |
| | Kas | | | 20.000 | 1.421.200 | |
| | Kas | | | 10.000 | 1.411.200 | |
| | Kas | | | 8.000 | 1.403.200 | |
| | Kas | | 380.000 | | 1.783.200 | |
| 8 Agustus | Kas | | | 86.300 | 1.696.900 | |
| | Kas | | | 8.000 | 1.688.900 | |
| | Kas | | 380.000 | | 2.068.900 | |
| 9 Agustus | Kas | | | 86.300 | 1.982.600 | |
| | Kas | | | 60.000 | 1.922.600 | |
| | Kas | | | 8.000 | 1.914.600 | |
| | Kas | | 380.000 | | 2.294.600 | |
| 10 Agustus | Kas | | | 86.300 | 2.208.300 | |
| | Kas | | | 28.000 | 2.180.300 | |

| | | | | | | |
|---------------|-----|--|---------|---------|-----------|--|
| | Kas | | | 20.000 | 2.160.300 | |
| | Kas | | | 10.000 | 2.150.300 | |
| | Kas | | | 8.000 | 2.142.300 | |
| | Kas | | 380.000 | | 2.522.300 | |
| 11 Agustus | Kas | | | 178.300 | 2.344.000 | |
| | Kas | | | 8.000 | 2.336.000 | |
| | Kas | | 380.000 | | 2.716.000 | |
| 13 Agustus | Kas | | | 86.300 | 2.629.700 | |
| | Kas | | | 8.000 | 2.621.700 | |
| | Kas | | 380.000 | | 3.001.700 | |
| 14 Agustus | Kas | | | 86.300 | 2.915.400 | |
| | Kas | | | 60.000 | 2.855.400 | |
| | Kas | | | 28.000 | 2.827.400 | |
| | Kas | | | 20.000 | 2.807.400 | |
| | Kas | | | 10.000 | 2.797.400 | |
| | Kas | | | 8.000 | 2.789.400 | |
| | Kas | | 380.000 | | 3.169.400 | |
| 15 agustus | Kas | | | 86.300 | 3.083.100 | |
| | Kas | | | 8.000 | 3.075.100 | |
| | Kas | | 380.000 | | 3.455.100 | |
| 16 agustus | Kas | | | 86.300 | 3.368.800 | |
| | Kas | | | 8.000 | 3.360.800 | |
| | Kas | | 380.000 | | 3.740.800 | |
| 17 agustus | Kas | | | 86.300 | 3.654.500 | |
| | Kas | | | 28.000 | 3.626.500 | |

| | | | | | | |
|---------------|-----|--|---------|---------|-----------|--|
| | Kas | | | 20.000 | 3.606.500 | |
| | Kas | | | 10.000 | 3.596.500 | |
| | Kas | | | 8.000 | 3.588.500 | |
| | Kas | | 380.000 | | 3.968.500 | |
| 18 agustus | Kas | | | 86.300 | 3.882.200 | |
| | Kas | | | 60.000 | 3.822.200 | |
| | Kas | | | 8.000 | 3.814.200 | |
| | Kas | | 380.000 | | 4.194.200 | |
| 20 agustus | Kas | | | 86.300 | 4.107.900 | |
| | Kas | | | 8.000 | 4.099.900 | |
| | Kas | | 380.000 | | 4.479.900 | |
| 21 agustus | Kas | | | 86.300 | 4.393.600 | |
| | Kas | | | 28.000 | 2.365.600 | |
| | Kas | | | 20.000 | 4.345.600 | |
| | Kas | | | 10.000 | 4.335.600 | |
| | Kas | | | 8.000 | 4.327.600 | |
| | Kas | | 380.000 | | 4.707.600 | |
| 24 agustus | Kas | | | 86.300 | 4.621.300 | |
| | Kas | | | 8.000 | 4.613.300 | |
| | Kas | | 380.000 | | 4.993.300 | |
| 25 agustus | Kas | | | 178.300 | 4.815.000 | |
| | Kas | | | 60.000 | 4.755.000 | |
| | Kas | | | 8.000 | 4.747.000 | |
| | Kas | | 380.000 | | 5.127.000 | |
| 27 agustus | Kas | | | 86.300 | 5.040.700 | |

| | | | | | | |
|---------------|-----|--|---------|-----------|-----------|--|
| | Kas | | | 28.000 | 5.012.700 | |
| | Kas | | | 20.000 | 4.992.700 | |
| | Kas | | | 10.000 | 4.982.700 | |
| | Kas | | | 8.000 | 4.974.700 | |
| | Kas | | 380.000 | | 5.354.700 | |
| 28 agustus | Kas | | | 86.300 | 5.268.400 | |
| | Kas | | | 8.000 | 5.260.400 | |
| | Kas | | 380.000 | | 5.640.400 | |
| 29 agustus | Kas | | | 86.300 | 5.632.400 | |
| | Kas | | | 8.000 | 5.624.400 | |
| | Kas | | 380.000 | | 6.004.400 | |
| 30 agustus | Kas | | | 86.300 | 5.918.100 | |
| | Kas | | | 60.000 | 5.858.100 | |
| | Kas | | | 28.000 | 5.830.100 | |
| | Kas | | | 20.000 | 5.810.100 | |
| | Kas | | | 10.000 | 5.800.100 | |
| | Kas | | | 8.000 | 5.792.100 | |
| | Kas | | 380.000 | | 6.172.100 | |
| 31 agustus | Kas | | | 86.300 | 6.085.800 | |
| | Kas | | | 8.000 | 6.077.800 | |
| | Kas | | 380.000 | | 6.457.800 | |
| | Kas | | | 1.450.000 | 5.007.800 | |
| | | | | | | |

Table 4.1.4.2 Modal pak bastian

| Tanggal | Uraian | Ref | Dr. | Cr. | Saldo | |
|-----------|--------|-----|-----|-----|-------|---------|
| | | | | | Dr. | Cr. |
| 2018 | | | | | | |
| 1 Agustus | Saldo | | | | | 500.000 |
| | | | | | | |

Table 4.1.4.3 Ikhtisar laba rugi

| Tanggal | Uraian | Ref | Dr. | Cr. | Saldo | |
|------------|--------------------|-----|-----------|-----------|-------|-----------|
| | | | | | Dr. | Cr. |
| 2018 | | | | | | |
| 1 Agustus | Saldo | | | | | |
| 31 Agustus | Ikhtisar laba rugi | | | 9.500.000 | | 9.500.000 |
| | Ikhtisar laba rugi | | 2.592.000 | | | 6.908.000 |
| | Tutup akun | | 6.908.000 | | | 0 |
| | | | | | | |

4.1.4.4 Pendapatan penjualan

| Tanggal | Uraian | Ref | Dr. | Cr. | Saldo | |
|-----------|---------------|-----|-----|---------|-------|-----------|
| | | | | | Dr. | Cr. |
| 2018 | | | | | | |
| 1 Agustus | Saldo | | | | | |
| | Pen.penjualan | | | 380.000 | | 380.000 |
| 2 Agustus | Pen.penjualan | | | 380.000 | | 760.000 |
| 3 Agustus | Pen.penjualan | | | 380.000 | | 1.140.000 |
| 4 Agustus | Pen.penjualan | | | 380.000 | | 1.520.000 |
| 6 Agustus | Pen.penjualan | | | 380.000 | | 1.900.000 |
| 7 Agustus | Pen.penjualan | | | 380.000 | | 2.280.000 |

| | | | | | | |
|------------|--------------|--|--|---------|--|-----------|
| 8 Agustus | Pen.penjulan | | | 380.000 | | 2.260.000 |
| 9 Agustus | Pen.penjulan | | | 380.000 | | 3.040.000 |
| 10 Agustus | Pen.penjulan | | | 380.000 | | 3.420.000 |
| 11 Agustus | Pen.penjulan | | | 380.000 | | 3.800.000 |
| 13 Agustus | Pen.penjulan | | | 380.000 | | 4.180.000 |
| 14 Agustus | Pen.penjulan | | | 380.000 | | 4.560.000 |
| 15 Agustus | Pen.penjulan | | | 380.000 | | 4.940.000 |
| 16 Agustus | Pen.penjulan | | | 380.000 | | 5.320.000 |
| 17 Agustus | Pen.penjulan | | | 380.000 | | 5.700.000 |
| 18 Agustus | Pen.penjulan | | | 380.000 | | 6.080.000 |
| 20 Agustus | Pen.penjulan | | | 380.000 | | 6.460.000 |
| 21 Agustus | Pen.penjulan | | | 380.000 | | 6.840.000 |
| 24 Agustus | Pen.penjulan | | | 380.000 | | 7.220.000 |
| 25 Agustus | Pen.penjulan | | | 380.000 | | 7.600.000 |
| 27 Agustus | Pen.penjulan | | | 380.000 | | 7.980.000 |
| 28 Agustus | Pen.penjulan | | | 380.000 | | 8.360.000 |
| 29 Agustus | Pen.penjulan | | | 380.000 | | 8.740.000 |

| | | | | | | |
|---------------|---------------|--|---------------|---------|--|-----------|
| 30 Agustus | Pen.penjualan | | | 380.000 | | 9.120.000 |
| 31 Agustus | Pen.penjualan | | | 380.000 | | 9.500.000 |
| | Tutup akun | | 9.500.0 00 | | | 0 |

Table 4.1.4.5. Beban gaji

| Tanggal | Uraian | Ref | Dr. | Cr. | Saldo | |
|-----------|------------|-----|-----------|-----------|-----------|-----|
| | | | | | Dr. | Cr. |
| 2018 | | | | | | |
| 1 Agustus | Saldo | | | | | |
| | B.Gaji | | 1.450.000 | | 1.450.000 | |
| | Tutup akun | | | 1.450.000 | 0 | |

Table 4.1.2.6 Beban cetak merek

| Tanggal | Uraian | Ref | Dr. | Cr. | Saldo | |
|---------------|---------------|-----|--------|-----|--------|-----|
| | | | | | Dr. | Cr. |
| 2018 | | | | | | |
| 1 Agustus | Saldo | | | | | |
| | B.cetak merek | | 10.000 | | 10.000 | |
| 3 Agustus | B.cetak merek | | 10.000 | | 20.000 | |
| 7 Agustus | B.cetak merek | | 10.000 | | 30.000 | |
| 10 Agustus | B.cetak merek | | 10.000 | | 40.000 | |
| 14 Agustus | B.cetak merek | | 10.000 | | 50.000 | |
| 17 Agustus | B.cetak merek | | 10.000 | | 60.000 | |
| 21 | B.cetak merek | | 10.000 | | 70.000 | |

| | | | | | | |
|---------|---------------|--|--------|--------|--------|--|
| Agustus | | | | | | |
| 27 | B.cetak merek | | 10.000 | | 80.000 | |
| Agustus | | | | | | |
| 30 | B.cetak merek | | 10.000 | | 90.000 | |
| | Tutup akun | | | 90.000 | 0 | |

Table 4.1.4.7 Beban perlengkaapan (barang habis pakai)

| Tanggal | Uraian | Ref | Dr. | Cr. | Saldo | |
|------------|------------|-----|---------|---------|---------|-----|
| | | | | | Dr. | Cr. |
| 2018 | | | | | | |
| 1 Agustus | Saldo | | | | | |
| | BHP | | 108.000 | | 108.000 | |
| 3 Agustus | BHP | | 48.000 | | 156.000 | |
| 4 Agustus | BHP | | 60.000 | | 216.000 | |
| 7 Agustus | BHP | | 48.000 | | 264.000 | |
| 9 Agustus | BHP | | 60.000 | | 324.000 | |
| 10 Agustus | BHP | | 48.000 | | 372.000 | |
| 14 Agustus | BHP | | 108.000 | | 480.000 | |
| 17 Agustus | BHP | | 48.000 | | 528.000 | |
| 18 Agustus | BHP | | 60.000 | | 588.000 | |
| 21 Agustus | BHP | | 48.000 | | 636.000 | |
| 25 Agustus | BHP | | 60.000 | | 696.000 | |
| 27 Agustus | BHP | | 48.000 | | 744.000 | |
| 30 Agustus | BHP | | 108.000 | | 852.000 | |
| | Tutup akun | | | 852.000 | 0 | |

Table 4.1.4.8 Beban operasional

| Tanggal | Uraian | Ref | Dr. | Cr. | Saldo | |
|------------|-------------------|-----|-------|-----|---------|-----|
| | | | | | Dr. | Cr. |
| 2018 | | | | | | |
| 1 Agustus | Saldo | | | | | |
| | B.operas ional | | 8.000 | | 8.000 | |
| 2 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 16.000 | |
| 3 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 24.000 | |
| 4 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 32.000 | |
| 6 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 40.000 | |
| 7 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 48.000 | |
| 8 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 56.000 | |
| 9 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 64.000 | |
| 10 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 72.000 | |
| 11 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 80.000 | |
| 13 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 88.000 | |
| 14 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 96.000 | |
| 15 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 104.000 | |
| 16 Agustus | B.operas | | 8.000 | | 112.000 | |

| | | | | | | |
|------------|-------------------|--|-------|---------|---------|--|
| | ional | | | | | |
| 17 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 120.000 | |
| 18 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 128.000 | |
| 20 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 136.000 | |
| 21 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 144.000 | |
| 24 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 152.000 | |
| 25 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 160.000 | |
| 27 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 168.000 | |
| 28 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 176.000 | |
| 29 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 184.000 | |
| 30 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 192.000 | |
| 31 Agustus | B.operas ional | | 8.000 | | 200.000 | |
| | Tutup akun | | | 200.000 | 0 | |

Laporan Laba Rugi
 UMKM Kemplang Panggang Hayati
 Periode Agustus 2018

Pendapatan

| | |
|----------------------|-----------|
| Pendapatan Penjualan | 9.500.000 |
|----------------------|-----------|

Beban

| | |
|--------------------------|--------------------|
| Beban Cetak Merek | 90.000 |
| Beban Gaji | 1.450.000 |
| Beban Perlengkapan (BHP) | 852.000 |
| Beban Operasional | 200.000 |
| Total Beban Usaha | <u>(2.592.000)</u> |
| Laba Bersih | 6.908.000 |

Table 4.1.4.9 Jurnal Penutup UMKM Kemplang Panggang Hayati
Periode Agustus 2018

| No | Tanggal | Uraian | Ref | Dr | Cr |
|----|---------------|-----------------------------|-----|------------------|------------------|
| | 2018 | | | | |
| 1. | 31 agustus | Pendapatan penjualan | | 9.500.000 | |
| | | Ikhtisar laba rugi | | | 9.500.000 |
| | | | | | |
| | 31 Agustus | Ikhtisar laba rugi | | 2.592.000 | |
| | | Beban Cetak Merek | | | 90.000 |
| | | Beban Gaji | | | 1.450.000 |
| | | Beban Perlengkapan (BHP) | | | 852.000 |
| | | Beban Operasional | | | 200.000 |
| | | | | | |
| | 31 Agustus | Ikhtisar laba rugi | | 6.908.000 | |
| | | Modal bastian | | | 6.908.000 |
| | | | | | |
| | | Total | | 19.000.00 | 19.000.00 |
| | | | | 0 | 0 |

4.1.5 Pembuatan Perencanaan Anggaran UMKM Kemplang Panggang

Hayati

Nama Mahasiswa : Esa Bayu Marsetya

NPM : 1512110005

Jurusan : Manajemen (Keuangan)

Program ini bertujuan untuk menentukan perencanaan anggaran olahan Kemplang Panggang Hayati berdasarkan biaya-biaya produksi yang dikeluarkan. Selain itu, pembuatan perencanaan anggaran ini pun diberikan guna mencatat setiap pengeluaran selama perhari produksi. Hasil kegiatan ini owner UMKM produk Kemplang Panggang Hayati mengetahui berapa jumlah pengeluaran selama sehari berproduksi, dan membuat pembuatan perencanaan anggaran.

Tabel 4.1.5.1 Biaya Bahan Baku UMKM Kemplang HAYATI

| No | Kebutuhan | Satuan | Harga/Satuan | Jumlah |
|--------------------------------|-------------|--------|--------------|------------------|
| 1 | Tepung Sagu | 7 Kg | Rp.12.000 | Rp.84.000 |
| 2 | Ikan | 1 Kg | Rp.10.000 | Rp.10.000 |
| 3 | Garam | 1 Pcs | Rp.3.500 | Rp.3.500 |
| Jumlah Biaya Bahan Baku | | | | Rp.97.500 |

Tabel 4.1.5.2 Biaya Bahan Penolong UMKM Kemplang HAYATI

| No | Kebutuhan | Satuan | Harga/ Satuan | Jumlah |
|------------------------------|-------------------|----------|------------------|------------------|
| 1 | Plastik Bungkus | 4 Pcs | Rp.7.000 | Rp.28.000 |
| 2 | Print Kertas Logo | 8 Lembar | Rp.1.250 | Rp.10.000 |
| Jumlah Bahan Penolong | | | | Rp.38.000 |

Tabel 4.1.5.3 Biaya Overhead Pabrik UMKM Kemplang HAYATI

| No | Kebutuhan | Satuan | Harga/ Satuan | Jumlah |
|-------------------------------------|--------------------|---------|------------------|------------------|
| 1 | Biaya Transport | 2 Liter | Rp.10.000 | Rp.20.000 |
| 2 | Biaya Lain-lain | 2 Item | Rp.18.000 | Rp.18.000 |
| Jumlah Biaya Overhead Pabrik | | | | Rp.38.000 |

Tabel 4.1.5.4 Biaya Tenaga Kerja UMKM kemplang HAYATI

| No | Kebutuhan | Satuan | Jumlah |
|----------------------------------|------------|--------|------------------|
| 1 | Biaya Gaji | 2 | Rp.58.000 |
| Jumlah Biaya Tenaga Kerja | | | Rp.58.000 |

4.1.6 Program Laporan Keuangan Sederhana UMKM Kemplang Panggang Hayati

Nama Mahasiswa : Sandi Yulisman

NPM : 1512110354

Jurusan : Manajemen

Program laporan keuangan sederhana merupakan kegiatan yang bertujuan agar pemilik UMKM dapat mengenal apa itu laporan keuangan dan dapat mengimplementasikan ilmu laporan keuangan kedalam pembuatan produk UMKM sehingga penjualan dan laba yang didapatkan dapat dengan mudah dihitung dan dengan menguasai laporan keuangan sederhana pemilik UMKM dapat dengan mudah untuk menghitung seluruh produksinya.

Tabel 4.1.6.1 Biaya Bahan Baku UMKM Kemplang Panggang Hayati

| No | Kebutuhan | Satuan | Harga/Satuan | Jumlah |
|--------------------------------|------------------|---------------|---------------------|------------------|
| 1 | Tepung Sagu | 7 Kg | Rp.12.000 | Rp.84.000 |
| 2 | Ikan | 1 Kg | Rp.10.000 | Rp.10.000 |
| 3 | Garam | 1 Pcs | Rp.3.500 | Rp.3.500 |
| Jumlah Biaya Bahan Baku | | | | Rp.97.500 |

Berdasarkan tabel diatas dengan rincian tepung sagu sebanyak 7 kg dengan jumlah harga Rp.84.000, kemudian ikan sebanyak 1 kg dengan jumlah harga Rp.10.000, kemudian garam sebanyak 1 pcs dengan jumlah harga Rp.3.500. Sehingga setelah dilakukan perhitungan akan menghasilkan 950 buah kemplang panggang dengan jumlah biaya bahan baku sebesar Rp.97.500.

Tabel 4.1.6.2 Biaya Bahan Penolong UMKM Kemplang Panggang Hayati

| No | Kebutuhan | Satuan | Harga/Satuan | Jumlah |
|------------------------------|------------------|---------------|---------------------|------------------|
| 1 | Plastik Bungkus | 4 Pcs | Rp.7.000 | Rp.28.000 |
| 2 | Print KertasLogo | 8 Lembar | Rp.1.250 | Rp.10.000 |
| Jumlah Bahan Penolong | | | | Rp.38.000 |

Berdasarkan tabel diatas dengan rincian plastik bungkus sebanyak 4 Pcs dengan harga .Rp.28.000, kemudian print kertas logo sebanyak 8 lembar dengan rincian perlembar nya berisi 12 kertas logo dengan harga Rp.10.000. Sehingga dari perhitungan tabel diatas akan mendapatkan 95 bungkus kemplang panggang dengan jumlah bahan penolong Rp.38.000.

Tabel 4.1.6.3 Biaya Overhead Pabrik

| No | Kebutuhan | Satuan | Harga/Satuan | Jumlah |
|-------------------------------------|------------------|---------------|---------------------|------------------|
| 1 | Biaya Transport | 2 Liter | Rp.10.000 | Rp.20.000 |
| 2 | Biaya Lain-lain | 2 Item | Rp.18.000 | Rp.18.000 |
| Jumlah Biaya Overhead Pabrik | | | | Rp.38.000 |

Berdasarkan tabel diatas dengan rincian biaya transport yang menggunakan 2 liter bensin dapat mengantarkan pemilik UMKM Kemplang Panggang Hayati keliling warung-warung langganannya dengan harga sebesar Rp.20.000. Kemudian biaya lain-lain akan menolong kepentingan yang tak terduga dengan jumlah harga sebesar Rp.18.000. Sehingga dari perhitungan tersebut mendapatkan Jumlah Biaya Overhead Pabrik sebesar Rp.38.000.

Tabel 4.1.6.4 Biaya Tenaga Kerja

| No | Kebutuhan | Satuan | Jumlah |
|----------------------------------|------------|--------|------------------|
| 1 | Biaya Gaji | 2 | Rp.58.000 |
| Jumlah Biaya Tenaga Kerja | | | Rp.58.000 |

Berdasarkan tabel diatas dengan rincian biaya gaji, biaya gaji ini terdiri dari biaya gaji pengadon yang membuat adonan sebanyak 7 Kg dengan gaji sebesar Rp.28.000 perharinya dan biaya gaji pemanggang yang akan menghasilkan 950 buah kemplang panggang dengan gaji sebesar Rp.30.000 . Sehingga didapatkan hasil jumlah biaya tenaga kerja sebesar Rp.58.000.

Tabel 4.1.6.5 Total Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Produk persekali Produksi

| Unsur Biaya Produksi | Total Biaya | Unit Produksi | Biaya Per-Unit |
|-----------------------|-------------|---------------|----------------|
| Biaya Bahan Baku | Rp.97.500 | 95 | Rp.1,026 |
| Biaya Bahan Penolong | Rp. 38.000 | 95 | Rp.400 |
| Biaya Overhead Pabrik | Rp.38.000 | 95 | Rp.1257 |
| Biaya Gaji | Rp.58.000 | | |
| Total HPP | Rp. 231.500 | 95 | Rp.2.437 |

Berdasarkan tabel diatas dengan rincian biaya bahan baku sebesar Rp.97.500 yang dapat menghasilkan 950 buah kemplang panggang , dengan biaya bahan penolong sebesar Rp.38.000 yang akan menghasilkan 95 bungkus kemplang panggang, dengan biaya overhead pabrik sebesar Rp.38.000 yang dapat mengantarkan pemilik UMKM Kemplang Panggang

Hayati ketempat warung langganannya, dan biaya gaji dari pegawai sebesar Rp.58.000 yang menghasilkan 950 buah kemplang panggang. Sehingga menghasilkan total harga pokok produksi sebesar Rp.231.500.

Tabel 4.1.6.6.Perhitungan Laba Bersih

| Perhitungan Anggaran Produk Kemplang HAYATI | |
|---|--|
| Harga Pokok Penjualan Per-unit | $= \frac{\text{Total Biaya Operasional}}{\text{Jumlah Unit Produksi}}$ |
| | $= \frac{231.500}{95}$ |
| | $= \text{Rp.2.437}$ |
| Keuntungan Per-unit | $= \text{Harga Jual} - \text{Harga Pokok Penjualan}$ |
| | $= 4000 - 2437$ |
| | $= 1563$ |
| Harga Jual Produk Per-unit Per-Unit | $= \text{Harga Pokok Penjualan} + \text{Keuntungan}$ |
| | $= 2437 + 1563$ |
| | $= 4000$ |
| Penjualan Produk | $= \text{Harga Jual Per-unit} \times \text{Jumlah Unit}$ |
| | $= 4000 \times 95$ |
| | $= 380.000$ |
| Laba | $= \text{Penjualan} - \text{Biaya Operasional}$ |
| | $= 380.000 - 231.500$ |
| | =Rp.148.500 |

Perhitungan keuntungan yang digunakan UMKM Kemplang Panggang Hayati sebelum menggunakan laporan keuangan sederhana adalah Rp.142.500 persekali produksi. Sedangkan perhitungan keuntungan UMKM Kemplang Panggang Hayati setelah menggunakan Laporan keuangan sederhana adalah Rp.148.500.



Tabel 4.1.6.7 Lampiran Foto Pelatihan Laporan Keuangan Sederhana

4.1.7 Program Pembuatan Video

Merupakan kegiatan wajib yang harus dilakukan untuk mendokumentasikan aktivitas-aktivitas apa yang dilakukan di kampung dan aktivitas kami dalam melakukan tugas Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM). Seperti Perlombaan 17 Agustus 2018, Rapat Bersama Aparat Pekon, Kegiatan sehari hari dan Kegiatan lainnya di Pekon Wates Timur.

Dokumentasi yang kami berikan kepada kepala kampung sebagai bentuk kenangan dari mahasiswa PKPM IIB Darmajaya dan masyarakat pun dapat melihat video dokumenter pada saat mereka merayakan Hari Ulang Tahun Republik Indonesia yang ke-73.

Hasil kegiatan ini masyarakat Pekon Wates Timur mempunyai video dokumentasi yang berisi potensi pekon, kegiatan perlombaan HUT RI, dan lain-lain.



Tabel 4.1.7.1 Lampiran Foto Video Documentar

4.1.8 Program Partisipasi dalam Merayakan HUT RI ke 72

Bertepatan dengan tanggal 17 Agustus 2018, kami berkesempatan ikut serta dalam kepanitiaan acara HUT RI yang ke-73 di Pekon Wates Timur, Kecamatan Gading Rejo, kegiatan perlombaan dari tanggal 14 Agustus 2018 – 28 Agustus 2018. Kami mengadakan perlombaan tarik tambang ibu-ibu antar pekon, estafet tepung, meniup bola, memecahkan air dan lomba kerupuk, dengan mengadakan perlombaan tersebut bertujuan agar masyarakat dapat mengenal PKPM Darmajaya Pekon Wates Timur Acara lebih dekat, seluruh acara perlombaan berjalan dengan lancar dan meriah.

Hasil kegiatan ini adalah nahasiswa PKPM bisa lebih dekat dengan masyarakat, dan masyarakat terbantu dalam merayakan HUT RI Ke 73 karena mahasiswa PKPM ikut berpartisipasi kepantian, penjurian dan lain-lain.



Tabel 4.1.8.1 Lampiran Foto Agustusan

4.1.9 Pelatihan Dasar Komputer Kepada SD N 3 Wates Timur

Merupakan program yang bertujuan untuk melatih anak-anak SD N 3 Wates Timur. Anak-anak belum semua nya paham dalam pengoperasian dasar komputer.

Hasil Kegiatan ini anak-anak SD N 3 Wates Timur bisa lebih mengetahui tentang teknologi informasi seperti Microsoft Office.



Tabel 4.1.9.1 Lampiran Foto Pelatihan Dasar Komputer

4.2 Evaluasi Kegiatan

Dari 9 Program yang direncanakan dan dijalankan, hanya 1 yang belum berhasil yaitu sosialisasi tentang Investasi karena terkendala oleh dana dan alat yang tidak memadai. Tidak hanya program itu saja yang terkendala tetapi juga program lainnya pun masing-masing memiliki kendala yang disebabkan faktor internal dan eksternal, walaupun dengan adanya kendala dalam proses tersebut kami tetap bersemangat sehingga kendala dapat teratasi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian program yang telah kami laksanakan di pekon Wates Timur dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan pembuatan serta pengembangan website pekon sebagai media online sumber informasi di Pekon Wates Timur agar dapat dimanfaatkan sebaik mungkin sebagai media penyebaran informasi seputar pekon.
2. Dalam bidang kewirausahaan, kami mengembangkan produk kemplang dengan strategi marketing, kemasan sehingga menjadi produk olahan kemplang yang memiliki nilai jual dan potensi pasar yang cukup baik. Hal ini memberikan peluang untuk pemilik UMKM dapat meningkatkan taraf ekonomi.
3. Sosialisasi dan pelatihan ilmu komputer kepada SD N 3 Pekon Wates Timur berjalan dengan lancar sehingga aparat pekon dapat lebih mengerti tentang ilmu komputer yang telah diberikan seperti pelatihan pengenalan microsoft office.
4. Pengawasan produksi bertujuan untuk mengawasi dan mengevaluasi semua perkembangan produksi UMKM sehingga dapat terkontrol dan terencana.
5. Penentuan harga pokok penjualan yang tepat, menjadikan produk yang akan dijual di pasar, dapat diterima oleh konsumen. Selain itu, penyusunan laporan keuangan dapat dijadikan sebagai pengambilan keputusan, memudahkan penghitungan harga pokok penjualan, dan dapat menjadi bahan evaluasi untuk kedepannya.
6. Dibidang keuangan pelatihan yang diberikan kepada pemilik UMKM kemplang panggang hayati berjalan dengan lancar, memberikan

pengetahuan tentang laporan keuangan sederhana, menghitung HPP, laba dan untuk mengetahui jumlah pengeluaran saat berproduksi.

7. Mahasiswa PKPM IIB Darmajaya juga ikut berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh Pekon Wates Timur seperti dalam rangka HUT RI Ke-73, rapat pembentukan panitia, kegiatan hiburan kuda lumping(jaranan) dan lain-lain. Selain itu Mahasiswa PKPM IIB Darmajaya juga membuat suatu dokumentasi berbentuk video yang akhirnya menjadi sebuah video dokumenter pekon yang berisi tentang informasi seputar pekon.

5.2 Saran

Saran-saran atau masukan yang dapat kami berikan adalah sebagai :

5.2.1 Untuk Masyarakat Pekon Wates Timur

1. Menganalisis dan memanfaatkan apa saja potensi-potensi yang ada di dalam Pekon yang belum dimanfaatkan secara maksimal, untuk diolah menjadi sesuatu yang memiliki nilai jual sehingga secara tidak langsung menciptakan lapangan pekerjaan baru dan mengurangi angka pengangguran yang ada.
2. Aparat pekon harus memanfaatkan blog Pekon Wates Timur yang sudah dibuat oleh Mahasiswa PKPM IIB Darmajaya, agar masyarakat luas dapat mengetahui potensi-potensi baru yang ada di Pekon Wates Timur.
3. Peran keuangan dalam mengukur hasil kegiatan pada usaha, sebaiknya tidak hanya mengetahui posisi keuangan atau anggaran dalam jangka pendek saja, tetapi juga harus digunakan untuk mengetahui posisi keuangan atau anggaran dalam jangka panjang.
4. Pemilik usaha sebaiknya melakukan penilaian kinerja secara periodik (sebulan sekali) dan terencana sehingga dapat diketahui apa saja yang perlu dilakukan oleh pemilik usaha dalam rangka meningkatkan kinerja karyawan dan pengembangan usahanya.

5. Selalu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam bidang ilmu pengetahuan teknologi, bisnis, yang dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan karakter masyarakat yang lebih baik lagi.

5.2.2 Untuk Institusi

1. Kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat ini sebaiknya diadakan kembali pada periode mendatang, karena kegiatan ini memberikan nilai positif bagi mahasiswa dalam mengembangkan potensi dalam diri, sehingga terciptanya empati dalam diri mahasiswa melalui program interaksi dan sosialisasi terhadap masyarakat setempat.
2. Kedepannya dalam melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat panitia pelaksana dan pihak-pihak yang terkait lebih mempersiapkan dengan matang lagi terutama dalam menjalin koordinasi dengan lapangan/Pekon terkait lokasi pelaksanaan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM).

DAFTRAR PUSTAKA

- Kasmir, 2014. *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Riyanto Bambang, (2014) Laporan *Finansiil (Financial Statement)*, Edisi Keempat. Yogyakarta. Cetakan ke sepuluh: Penerbit BPFE.
- Sora, N., 2014, <http://pengertianapapun.blogspot.com/2014/10/pengertian-diagram-dan-jenis-jenisnya-beserta-contohnya.html>, 5 Maret 2015.
- Sutabri,2014,*definisi teknologi informasi*, Edisi Keempat.Yogyakarta. Cetakan ke sepuluh: Penerbit BPFE.
- Marni, Titin. 2014. *Pengaruh Perputaran Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Pada BMT AT TAQWA MUHAMMADIYAH*. Fakultas ekonomi. Universitas Muhammadiyah. Sumatera Barat
- Sulistianingrum, Silviana Dwi. 2012. *Pengaruh Perputaran Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Perusahaan Property And Real Estate Terdaftar Di BEI*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Tanjungpurantianak
- Cahyono,2013,*Pengembangan Teknologi Komputer/dunia internet* Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, and Gary Amrstrong. 2012. *Prinsip prinsip pemasaran*. edisi13.jilid 1.Jakarta:Airlangga

Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, CV. Alfabeta, Bandung: 2009

Simamora (2004), *Riset Pemasaran*, Penerbit Gramedia Utama, Jakarta

Cipta, H. *Analisis Penerapan Penganggaran Berbasis Kinerja (Performance Based Budgeting) Pada Pemerintah Daerah(Studi Eksploratif Pada Pemerintah Kabupaten Tanah Datar)*. Tesis Program PascaSarjana. Universitas Andalas. 2011

Budgetary Control No .213. Financial Management Development, 2012.

Ahmad, Firdaus, dan Abdullah, Wasilah. 2012. *Akuntansi Biaya*. Edisi 3 Salemba Empat

Siregar, Baldric, dkk. 2013. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.

LAMPIRAN









