

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KEGIATAN**

#### **3.1 Laporan Kegiatan 1 ( Nyoman Misdiana )**

Kegiatan 1 yaitu memperluas jaringan pemasaran pada BUMDes Berkah Jaya. Dimana BUMDes Berkah Jaya Selapan telah berdiri pada tahun 2017. Badan Usaha Milik Desa ini memproduksi beberapa produk, diantaranya air mineral layak minum yang dikonsumsi oleh hampir seluruh warga desa selapan, air mineral dengan PH 11 yang memiliki kegunaan untuk pengobatan produk ini hanya untuk kalangan tertentu, selanjutnya ada beauty water yang dapat digunakan pada wajah sebagai nutrisi tambahan untuk memanjakan kulit wajah, selanjutnya ada Strong Acid water yang dapat juga digunakan untuk wajah dan juga dapat digunakan sebagai alat pembersih bagian mulut. Produk tersebut diproduksi dengan menggunakan mesin Kangen Water dimana dalam prosesnya terdapat beberapa tahap untuk dapat menghasilkan setiap produk. Dari survey kami dapat menyimpulkan bahwa dalam pelaksanaannya Badan Usaha Milik Desa ini sudah dapat dikatakan baik, mulai dari proses produksi hingga pengemasan. Namun, tidak dipungkiri bahwa masih terdapat kendala-kendala dalam pelaksanaan usaha tersebut. Salah satunya adalah pada tingkat pemasaran yang masih rendah sehingga produk belum diketahui khalayak ramai. Untuk itu perlu dilakukan peningkatan dalam pemasaran produk yaitu dengan memanfaatkan teknologi saat ini yaitu dengan cara online dimana cara ini cukup ampuh untuk memasarkan sebuah produk.

- **Pemasaran Produk Secara Online Dengan Facebook Dan Instagram**

Pembuatan social media disini bertujuan untuk memasarkan ke khalayak ramai supaya produk apa yang ada di desa tersebut orang-orang pada mengetahui, dalam cara memasarkannya ini kami membuat beberapa social media yaitu Facebook Dan Instagram. Kenapa kami membuat social media untuk memasarkan ini karna sudah terbukti ampuh di jaman modern ini sudah banyak orang menjual produknya di facebook dan instagram. Berikut cara pembuatan Facebook Dan Instagram untuk menjual produk Beauty water dari desa Selapan.

**a) Facebook.**

Untuk pertama kita sebelum membuat account facebook kita harus mendaftarkan e-mail terlebih dahulu dan disini kita sudah mempunyai email dengan nama : pekonselapan01@gmail.com

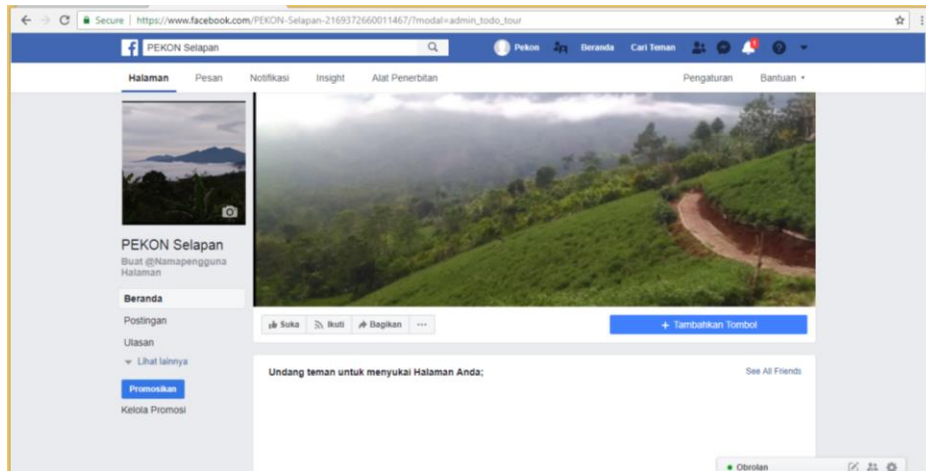
Lalu kita buka alamat facebook.com dan akan muncul tampilan seperti di bawah, setelah itu kita daftarkan account kita.



**Gambar 3** proses pendaftaran facebook

Setelah selesai melakukan pendaftaran lalu kita login dengan username :

[pekonselapan01@gmail.com](mailto:pekonselapan01@gmail.com) dan password : \*\*\*\*\* Itu adalah username dan password acount facebook yang telah kami buat, setelah masuk maka akan masuk ke halaman home.

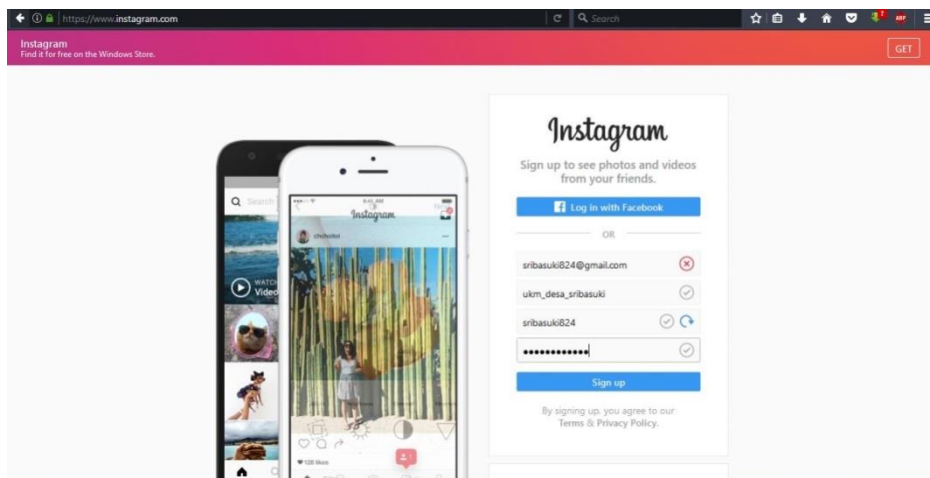


**Gambar 4 Tampilan penjualan produk di facebook.**

#### **b) Instagram.**

Sama halnya dengan facebook disini instagram juga harus mendaftar dulu kita menggunakan e-mail yang sama untuk mendaftar dengan email :

[pekonselapan01@gmail.com](mailto:pekonselapan01@gmail.com) terus kita masukan password : \*\*\*\*\* , lalu daftarkan.



**Gambar 5**

**Proses**

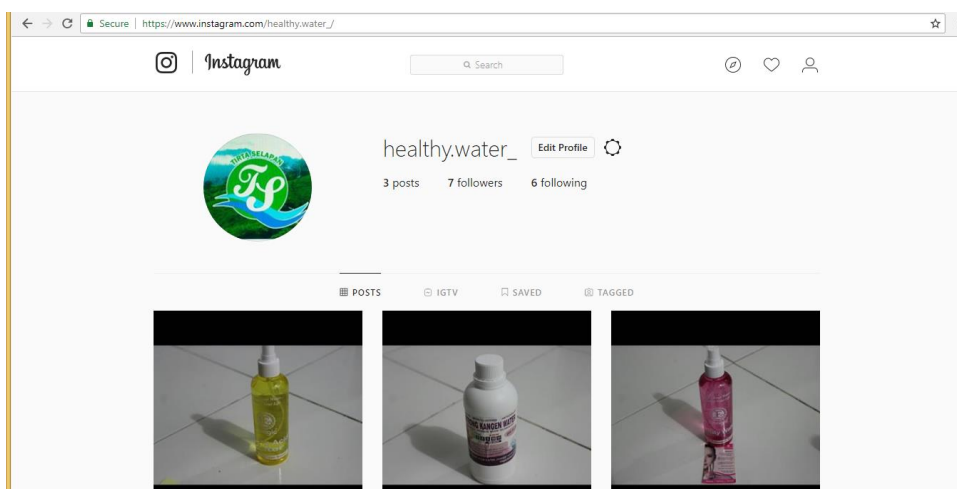
**Pendaftaran**

**Instagram**

Setelah daftar

lalu kita login

dan masuk ke home, setelah masuk ke halaman home disana kita langsung mengupload foto produk untuk siap dia pasarkan



**Gambar 6 Tampilan Penjualan Produk Di Instagram**

### 3.2 Laporan Kegiatan 2 ( Tandy Yudha Tama)

Kegiatan ke 2 ini yaitu Pelatihan penggunaan Aplikasi Ms.Excel dalam input data dan perhitungan transaksi BUMDes Berkah Jaya. Laporan keuangan merupakan salah satu aspek penting dalam sebuah usaha. Dimana data transaksi pada badan usaha milik di catat dan di hitung pada laporan keuangan. Pencatatan dan perhitungan transaksi pada badan usaha milik desa ini masih secara manual, perhitungannya masih menggunakan kalkulator dimana sangat banyak sekali transaksi yang terjadi sehingga sering terjadi keliru dalam perhitungan. Teknologi yang kian berkembang mempermudah kita dalam segala urusan, namun hal ini masih belum sepenuhnya diterapkan di Desa Selapan. Untuk mempermudah hal tersebut, maka kami memberikan pelatihan penggunaan aplikasi Ms.Excel dalam input data dan perhitungan transaksi sehingga dapat mempermudah dalam pelaksanaannya dan juga lebih efisien dan efektif. Berikut tahap pelaksanaannya ;

Tahapan kegiatan untuk melaksanakan program pelatihan penggunaan Aplikasi Ms.Excel dalam input data dan perhitungan transaksi BUMDes Berkah Jaya adalah sebagai berikut :

1. Mempersiapkan materi

Sebelum proses pelatihan dilakukan, perlu adanya persiapan materi. Materi yang disampaikan pada pelatihan ini terkhusus pada pengenalan penggunaan aplikasi ms.excel yang dapat digunakan dalam input data dan perhitungan transaksi BUMDes Berkah Jaya.

2. Pelaksanaan kegiatan

Pelaksanaan kegiatan Pelatihan penggunaan Aplikasi Ms.Excel dalam input data dan perhitungan transaksi BUMDes Berkah Jaya dilaksanakan pada 20 Agustus 2018

kegiatan tersebut memperkenalkan aplikasi microsoft excel pada pengurus BUMDes khususnya bendahara.

Microsoft excel adalah sebuah program aplikasi lembar kerja spreadsheet yang dibuat dan didistribusikan oleh microsoft corporation untuk sistem operasi Microsoft Windows dan Mac Os. Aplikasi ini memiliki fitur kalkulasi dan pembuatan grafik yang dengan menggunakan strategi marketing Microsoft yang agresif, menjadikan Microsoft Excel sebagai salah satu program komputer yang populer digunakan di dalam komputer mikro hingga saat ini. Perlu diadakanya pelatihan ini karena aplikasi ini adalah aplikasi yang sering di gunakan dalam input data dan perhitungan transaksi perusahaan. Dengan demikian, pelatihan ini dapat memudahkan pengurus BUMDes khususnya pada bendahara dalam perhitungan transaksi.



**Gambar 7 Pelatihan penggunaan Aplikasi Ms.Excel**

### 3.3 Laporan Kegiatan 3 (Arif Herlambang)

Kegiatan ketiga yaitu inovasi pengemasan dan pembuatan merek pada UKM Keripik pisang. Selain BUMDes Berkah Jaya yang memproduksi air kesehatan, Desa selapan juga memiliki Usaha Kecil Menengah (UKM) yang di kelola oleh ibu-ibu PKK yang juga masih berada didalam BUMDes Berkah Jaya yaitu usaha Keripik Pisang. Usaha ini telah berdiri baru 2 bulan, minat masyarakat terhadap produk ini masih sedikit dikarenakan beberapa hal diantaranya, kemasan yang kurang menarik, kurangnya pemasaran, dll. Dari hasil survey tersebut dapat kami simpulkan bahwa usaha ini memiliki peluang untuk berkembang. Sebelum mengembangkan usaha ini, berikut kita ketahui tahapan dalam produksi keripik pisang :

#### 1. Bahan-bahan pembuatan keripik pisang :

- Pisang Kapas
- Gula
- Bumbu Balado
- Kapur Sirih
- Garam
- Minyak goreng

#### 2. Alat- alat yang di butuhkan

- Wajan
- Pisau

- Alat Penyerut Pisang
- Kompor Gas
- Oven

### 3. Tahapan Pembuatan Keripik Pisang

- Kupas terlebih dahulu pisang lalu diserut menggunakan alat penyerut pisang.
- Setelah itu rendam pisang dengan air yang sudah di campur dengan kapur sirih. Redam selama kurang lebih 30 menit, kemudian tiriskan.
- Jika sudah tiris, masukan pisang ke dalam wadah, taburi dengan garam kemudian aduk hingga merata.
- Panaskan minyak, lalu goreng pisang hingga matang ( berwarna kuning kecoklatan), setelah itu angkat dan tiriskan.
- Khusus yang rasa manis rebus air secukupnya bersama gula, masak sampai gula larut. Kemudian masukan daun pandan ke dalam rebusan gula sampai tercium bau wangi dan larutan gula mengental.
- Masuka kripik pisang yang sudah digoreng kedalam larutan gula, aduk sampai semua kripik pisang terselimuti larutan gula, kemudian angkat dan dinginkan. Khusus rasa balado aduk bumbu balado bersamaan dengan kripik yang masih original.
- Kripik pisang siap dikemas sesuai rasa masing masing.

Uraian diatas adalah tahapan produksi keripik pisang. Dengan melihat produk kripik pisang yang dihasilkan dapat dikatakan berkualitas dan sudah berinovasi terhadap produk itu sendiri dimana memiliki 3 varian rasa yaitu original, manis, dan balado. Namun, dalam



pengemasannya produk ini masih menggunakan plastik biasa dengan menggunakan streples untuk perekatnya, sehingga membuat produk ini kurang diminati karena tampilannya yang kurang menarik. Dan, produk tersebut belum memiliki identitas sehingga masyarakat belum mengenal produk tersebut. Melihat kondisi tersebut, kami berupaya untuk memberi inovasi terhadap produk keripik pisang yaitu dengan mengganti kemasan yang lebih menarik dan menambahkan merek pada produk tersebut.

Salah satu daya tarik dari suatu produk adalah dilihat dari segi cara pengemasan (*packing*). Pengemasan merupakan suatu cara atau perlakuan pengamanan terhadap makanan atau bahan pangan, agar makanan atau bahan pangan baik yang belum diolah maupun yang telah mengalami pengolahan, dapat sampai ke tangan konsumen dengan selamat, secara kuantitas maupun kualitas untuk melindungi produk dari goresan atau cacat produk yang membuat produk menjadi rusak. Selain itu juga kemasan produk tidak hanya difungsikan pada saat proses pendistribusian barang ke beberapa distributor, tapi kemasan produk juga bisa melindungi produk ketika berada di toko-toko retail. Dengan adanya kemasan pada produk dapat mencirikan produk tersebut dan berusaha menawarkan dirinya di tengah-tengah banyaknya

pesaing tak hanya itu kemasan pun dapat dijadikan sebagai alat promosi untuk daya tarik pembeli sehingga bentuk, warna dan dekorasi dari kemasan perlu diperhatikan dalam proses perancangannya.

Ada beberapa pendapat tentang pengertian kemasan: menurut (Titik Wijayanti 2012) Pengertian kemasan adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan

informasi kepada setiap konsumennya tentang produk yang ada di dalamnya. menurut (Rodriguez 2008) adalah Kemasan atau pengemasan aktif adalah kemasang yang merubah kondisi dari bahan pangan dengan penambahan senyawa aktif sehingga mampu memperpanjang umur simpan dari bahan pangan yang dikemas dan juga meningkatkan keamanan serta tetap mempertahankan kualitas. Inovasi dalam kemasan produk diperlukan agar penjualan keripik pisang lebih menarik konsumen karena selama ini kemasan yang digunakan adalah plastic biasa dengan menggunakan streples sebagai perekatnya. Dengan inovasi sekarang ini kemasan keripik pisang ukm berkah jaya dapat lebih menarik konsumen sehingga diharapkan dapat membantu lebih mudah memasarkan produknya.

Merk (*brand*) merupakan salah satu faktor penting dalam kegiatan pemasaran, karena kegiatan memperkenalkan dan menawarkan produk barang dan atau jasa tidak terlepas dari merk yang dapat diandalkan. Merk juga merupakan pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan oleh konsumen sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Merk merupakan strategi jangka panjang yang memiliki nilai ekonomis bagi konsumen maupun bagi si pemilik merk.

Dalam pemuatan merk harus memperhatikan hal-hal berikut ini: sederhana dan ringkas, mengandung keaslian, mudah dibaca atau di ucapkan, mudah diingat, tidak sulit digambarkan, dan tidak mengandung konotasi yang negatif. Dengan adanya merk bisa dijadikan sebagai alat promosi, dengan hanya menyebut nama merk konsumen sudah mengetahui produk tersebut serta merk juga menunjukan asal barang tersebut dihasilkan.

Design merk yang baik dapat menarik konsumen untuk membeli sebuah produk dan menghasilkan kemasan yang memilik tingkat efektifitas, efesiensi dan fungsi yang sesuai baik dalam produksi kemasan sampai kegunaan kemasan. Dengan itu, perlu diberikan merk dagang

pada UKM Berkah Jaya yang berada di Desa Selapan dengan mencantumkan nama usaha tersebut, dan contact person yang bisa dihubungi. UKM Keripik Pisang yang berada di Desa Selapan belum memiliki merk dagang dengan diberikannya merk dagang harapannya agar hasil penjualan dapat lebih meningkat, dengan merk tersebut masyarakat mudah mengingatnya dan mudah untuk dihubungi apabila ingin memesan keripik pisang dalam jumlah sedikit ataupun dalam jumlah banyak.



**Gambar 8 kemasan hasil inovasi**

Kemasan yang kami sarankan seperti pada gambar diatas, kemasan tersebut dan telah diberi merk lebih memiliki daya tarik yang tinggi dibanding kemasan sebelumnya. Kemasan tersebut lebih tebal membuat keripik pisang tidak mudah hancur sehingga kualitas produk tetap terjaga dan perekatnya berbentuk klip jadi tidak perlu menggunakan streples seperti sebelumnya, dengan demikian diharapkan produk tersebut dapat dikenal di pasaran sehingga minat daya beli terhadap produk tersebut meningkat dan penjualan pun menjadi meningkat.



**Gambar 9 Kemasan Keripik sebelum diberi inovasi**



**Gambar 10 Hasil kemasan yang sudah diberi inovasi dan penambahan desain merek.**

### 3.4 Laporan Kegiatan 4 (Jeni Astriani)

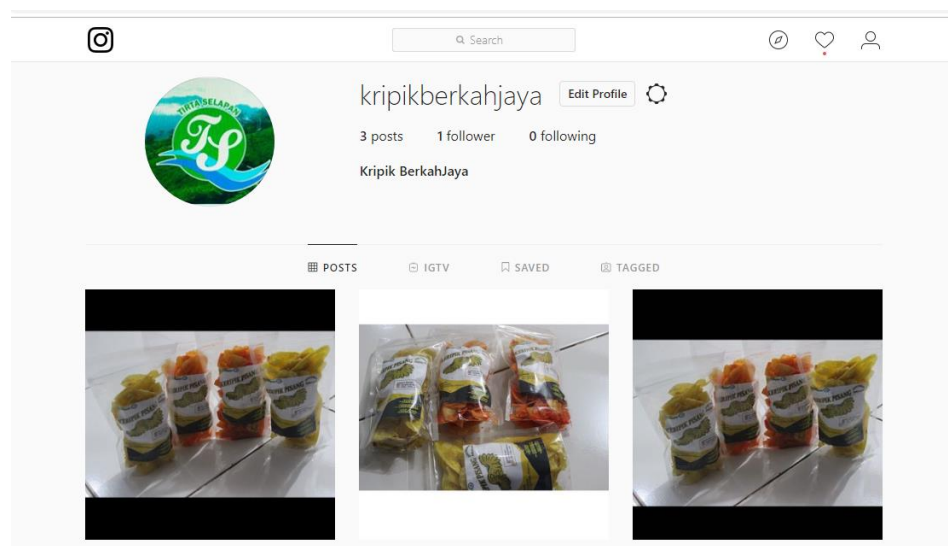
Pemasaran produk keripik pisang milik UKM Berkah Jaya melalui media sosial. Produksi Keripik pisang milik UKM Berkah Jaya sebelumnya hanyalah mengandalkan pemesan, keripik pisang hasil produksi terkadang lama disimpan karena belum adanya pemesan yang mengambil, karena keripik pisang dijual perbungkusnya kepada masyarakat di daerah selapan, sehingga perhitungan penjualannya kurang maksimal. Dengan adanya kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM), kami memberikan solusi dengan cara pengembangan bisnis produk dengan media online, karena perkembangan jaman saat ini sangatlah pesat dan penggunaan internet semakin meluas. Dengan memasarkan produk keripik pisang milik ukm berkah jaya ke media sosial seperti website, Instagram, facebook, membuat pemasaran produk keripik pisang ini semakin luas bukan hanya tingkat kecamatan namun dapat meluas ke tingkat daerah.

Pemasaran produk melalui media sosial sangatlah membantu dalam proses pemasaran karena tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial mempunyai pengaruh besar sebagai tempat pengumpulan informasi dan salah satu strategi pemasaran yang efektif.

Dalam memecahkan masalah dan merealisasikan ide-ide yang telah direncanakan di Desa Selapan khususnya pada usaha keripik pisang berkah jaya, yaitu dengan :

### A. Pemasaran produk usaha Keripik pisang

Tak dapat dipungkiri bahwa media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, Twitter dan aplikasi messenger seperti line, BBM, whatsapp dan sebagainya bukanlah hal yang tabu di kalangan masyarakat saat ini. Tidak heran bahwa media sosial saat ini digunakan sebagai alternative bagi setiap pemilik bisnis untuk memasarkan produk atau memperkenalkan bisnisnya dengan cepat. Memasarkan produk yang kita miliki melalui jasa media sosial adalah salah satu strategi pemasaran (*Marketing Strategy*) yang efektif, mengingat besarnya pengaruh media sosial ini sebagai tempat pengumpulan informasi bagi aspek dan lapisan masyarakat modern saat zaman sekarang. Dengan memasarkan produk keripik pisang milik ukm berkah jaya ke media sosial seperti website, Instagram, facebook, membuat pemasaran produk keripik pisang ini semakin luas bukan hanya tingkat kecamatan namun dapat meluas ke tingkat daerah. Tahap yang telah dilakukan pada pengembangan bisnis ini adalah dengan membuat media sosial instagram.



**Gambar 11 Tampilan Instagram usaha kecil menengah keripik pisang**

### 3.5 Laporan Kegiatan 5 (Esa Berliana)

#### 3.5.1 Perencanaan Anggaran

Perencanaan adalah fungsi utama dari pemimpin. Perencanaan tersebut disusun dalam bentuk uang. Anggaran adalah suatu rencana kuantitatif (satuan jumlah) periodik yang disusun berdasarkan program yang telah disahkan. Anggaran (*budget*) merupakan suatu rencana tertulis mengenai kegiatan suatu organisasi yang dinyatakan secara kuantitatif untuk jangka waktu tertentu dan umumnya dinyatakan dalam satuan uang, tetapi dapat juga dinyatakan dalam satuan barang/jasa (Nafarin,2007)

Anggaran merupakan pernyataan mengenai estimasi kinerja yang hendak dicapai selama periode waktu tertentu yang dinyatakan dalam ukuran finansial (Mardiasmo, 2011).

Anggaran dibagi menjadi dua yaitu :

1. Anggaran Operasional

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

2. Anggaran Modal

Anggaran modal menunjukkan rencana jangka panjang dan pembelanjaan atas aktiva tetap seperti peralatan, kendaraan, perabotan dan sebagainya.

Anggaran merupakan rincian kegiatan perolehan dan penggunaan sumber-sumber yang dimiliki dan disusun secara formal dan dinyatakan dalam bentuk satuan uang. Anggaran disebut juga sebagai perencanaan keuangan organisasi, penyusunan anggaran merupakan tahapan awal dari sebuah organisasi.

Berikut tabel 4. Perencanaan Anggaran selama 1 bulan

Tabel 4.1 Biaya Bahan Baku

No	Bahan Keripik Pisang	Unit	Satuan	Harga Per-unit	Total Harga
1	Pisang	60	Kg	Rp 2.000	Rp 120.000
2	Gula	3	Kg	Rp 11.000	Rp 33.000
3	Garam	3	Bungkus	Rp 6.000	Rp 18.000
4	Bubuk rasa balado	2	Bungkus	Rp 5.000	Rp 10.000
5	Bubuk rasa coklat	2	Bungkus	Rp 5.000	Rp 10.000
6	Bubuk rasa jagung bakar	2	Bungkus	Rp 5.000	Rp 10.000
7	Bubuk rasa barbeque	2	Bungkus	Rp 5.000	Rp 10.000
8	Minyak goreng	8	Liter	Rp 11.000	Rp 88.000
<b>TOTAL BIAYA BAHAN BAKU</b>					Rp 299.000



Tabel 4.2. Biaya Peralatan

No	Nama Peralatan	Jumlah	Satuan	Harga Peralat	Total Harga
1	Cetakan Keripik Pisang	3	Buah	Rp 25.000	Rp 75.000
2	Wajan	2	Buah	Rp 65.000	Rp 130.000
3	Kompor	1	Buah	Rp 200.000	Rp 200.000
4	Pisau	8	Buah	Rp 13.000	Rp 104.000
<b>TOTAL BIAYA PERALATAN</b>					Rp 509.000

Tabel 4.3 biaya bahan penolong

No	Material	Unit	Satuan	Harga Perunit	Total Harga
1	Plastik Kemasan	5	Bungkus	Rp 19.000	Rp 95.000
2	Gas	2	Tabung	Rp 22.000	Rp 44.000
3	Stiker/label	5	Lembar	Rp 2.000	Rp 10.000

<b>TOTAL BIAYA BAHAN PENOLONG</b>	Rp 149.000
-----------------------------------	---------------

Tabel 4.4 Biaya Overhead Pabrik

No	Material	Unit	Satuan	Harga Perunit	Total Harga
1	Transportasi	-	-	-	Rp 50.000
<b>TOTAL BIAYA OVERHEAD PABRIK</b>					<b>Rp 50.000</b>

### 3.5.2 Harga Pokok Penjualan

#### A. Harga Pokok

Untuk mengelola suatu perusahaan dibutuhkan informasi mengenai harga pokok. Harga pokok merupakan suatu cara pembebanan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan barang dan jasa tertentu yang diperoleh. Harga Pokok adalah pengorbanan sumber ekonomis untuk memperoleh Aktiva ( Mulyadi,2000).

- Elemen yang membentuk Harga Pokok

1. Biaya Bahan Baku

Bahan baku merupakan suatu bagian yang membentuk bagian yang menyeluruh dari produk jadi

2. Biaya Tenaga Kerja Tenaga kerja merupakan unsur fisik atau mental yang dikeluarkan karyawan untuk mengolah produk

### 3. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

### **B. Harga Pokok Produksi**

Kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurangi persediaan produk dalam proses akhir. Harga pokok produksi terikat pada periode waktu tertentu. Harga pokok produksi akan sama dengan biaya produksi apabila tidak ada persediaan produk dalam awal dan akhir ( Bastian Butami dkk,2010).

### **C. Harga Pokok Penjualan**

Harga pokok penjualan merupakan harga perolehan dari barang yang dijual oleh perusahaan ( Mulyadi,2005). Harga pokok penjualan adalah biaya yang muncul dari barang yang diproduksi dan dijual dalam kegiatan bisnis. Harga Pokok Penjualan umumnya ada pada perusahaan dagang. Karena kegiatan utama perusahaan dagang adalah memperjualbelikan barang dagang.

Usaha UKM Berkah Jaya dalam sebulan memproduksi keripik pisang dapat mencapai 60 kg singkong. Berikut ini perhitungan harga jual Keripik pisang :

#### **Biaya Operasional**

- Biaya Bahan Baku : Rp 299.000
- Biaya Bahan Penolong : Rp 509.000

- Biaya Overhead Pabrik : Rp 149.000
- Jumlah Biaya Operasional : Rp 1.007.000

### Tabel 5

#### Harga Pokok Produksi

- Keripik pisang dalam 1 bulan memproduksi 60 kg pisang akan menghasilkan 250 bungkus dengan berat 1/4 kg per bungkus.

Rp 1.007.000

$$\frac{\text{Rp 1.007.000}}{250 \text{ bungkus}} = \text{Rp 4.028} \approx \text{Rp 4.500}$$

250 bungkus

- Laba ( 40 % dari Harga Pokok Produksi)

$$\text{Rp 3.000} \times 40\% = \text{Rp 1.200}$$

#### Harga Pokok Penjualan

- Keripik pisang dengan berat 1/4 kg

$$\text{Rp 4.500} + \text{Rp 1.800} = \text{Rp 6.300}$$

Berdasarkan perhitungan diatas dapat dilihat rician harga jual dibawah ini :

Tabel 6. rincian harga jual setiap kemasan

Berat	Harga pokok produksi	Laba	Harga Pokok penjualan

1 bungkus per 1/4 kg	4.500	Rp 1.800	Rp 6.300
-------------------------	-------	----------	----------

Ketercapaian penerapan Program dalam Aspek Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Berdasarkan kegiatan Usaha Mandiri Eyek-eyek Gurih, dalam sebulan produksi singkong, pemilik Usaha Mandiri dapat mencapai 320 bungkus Eyek-eyek Gurih dijual dengan 1 bungkus per ½ kg. Dalam sebulan produksi yang diperoleh pemilik usaha mandiri sebesar :

$$250 \quad \times \quad \text{Rp } 6.300 \quad = \text{Rp } 1.575.000$$

Berikut ini perhitungan Laporan Laba/Rugi UKM Keripik Pisang

Tabel 7. Laporan Laba/Rugi UKM Keripik Pisang

<b>Penjualan</b>		Rp1.575.000
<b>Biaya-biaya :</b>		
Pisang	Rp 120.000	
Gula	Rp 33.000	
Garam	Rp 18.000	
Bubuk rasa balado	Rp 10.000	
Bubuk rasa coklat	Rp 10.000	
Bubuk rasa jagung bakar	Rp 10.000	
Bubuk rasa barbeque	Rp 10.000	

Minyak goreng	Rp	88.000	
Cetakan Keripik Pisang	Rp	75.000	-
Wajan	Rp	130.000	-
Kompor	Rp	200.000	
Pisau	Rp	104.000	
Plastik Kemasan	Rp	95.000	
Gas	Rp	44.000	
Stiker/label	Rp	10.000	
Transportasi	Rp	50.000	
<b>TOTAL BIAYA</b>			Rp 1.007.000
	<b>LABA BERSIH</b>		Rp568.000

Jadi, laba yang diperoleh selama 1 bulan dengan tingkat penjualan 250 bungkus/bulan adalah sebesar Rp 568.000

### 3.6 Laporan Kegiatan 6 ( Putri Diana Sari )

Kasus investasi bodong di Indonesia terus saja bertambah. Satgas Waspada Investasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat dalam satu dekade tercatat ada 132 kasus penipuan berkedok investasi mencakup seluruh Indonesia yang salah satunya adalah daerah Lampung, dan di yakini masih banyak terdapat kasus-kasus penipuan berkedok investasi yang masih belum tercatat. Menurut Ketua Satgas Investasi, Tongam Luban Tobing, dari seluruh kasus tersebut yang paling banyak adalah penipuan investasi dengan system MLM dan investasi forex seperti

komoditas logam mulia. Total kerugiannya tak tanggung-tanggung, mencapai angka triliun rupiah. Kasus yang terjadi saat ini lebih banyak memakan korban yang berada di pedesaan. Terdapat banyak factor yang mempegaruhi masyarakat yang berada di pedesaan tergiur akan investasi yang nyatanya adalah illegal, slaah satunya adalah kurangnya informasi mengenai investasi tersebut dan tidak mengetahui investasi yang legal yang ada di Indonesia. Banyak upaya yang dilakukan pemerintah dalam mengatasi permasalahan tersebut, salah satunya adalah dengan lebih menekankan pada tindakan preventif dari OJK dengan memberikan edukasi pada masyarakat agar tak sampai tergiur. Kami mahasiswa sebagai agent of change untuk dapat memberikan partisipasi terhadap permasalahan investasi bodong tersebut yang saat ini masih marak terjadi khususnya pada daerah pedesaan.

Di Desa Selapan sendiri untuk kasus investasi bodong memang sedikit terjadi hanya terdapat beberapa keluarga saja yang mengalami hal tersebut. Walaupun kasusnya masih sedikit, lebih baik untuk kita segera mengantisipasi agar tidak terjadi kasus yang cukup banyak. demikian, kami mengadakan sosialisasi atau dap dikatakan berbagi informasi terkait dengan “bahaya investasi bodong” dan juga memberikan informasi terkait investasi legal yang ada di Indonesia khususnya pada investasi saham.

Kegiatan tersebut kami lakukan pada hari 29 Agustus 2018 dilakukan pada malam hari dikarenakan kondisi masyarakat yang memungkinkan hadir pada malam hari karena pada siang hari masyarakat desa di sibukkan diri dengan aktivitas berkebun. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan informasi dan pemahaman sehingga masyarakat dapat mengetahui ciri-ciri dari investasi bodong tersebut sehingga masyarakat dapat mengantisipasi diri untuk tidak tergiur

terhadap investasi yang ilegal tersebut sehingga dapat mengurangi angka kasus investasi di Indonesia khususnya di daerah Lampung. Selain itu, kami juga menyampaikan terkait investasi legal yang ada di Indonesia khususnya adalah investasi saham, dimana memang sangat minim sekali masyarakat pedesaan yang mengetahui hal tersebut. Kegiatan tersebut berhasil dilaksanakan dengan sambutan antusias warga masyarakat Desa Selapan, hampir seluruh undangan hadir pada kegiatan tersebut. Kegiatan ini turut dihadiri oleh seluruh aparatur desa selapan



**Gambar 12 Kegiatan sosialisasi waspada investasi bodong**





**Gambar 13 Kegiatan sosialisasi waspada investasi bodong**

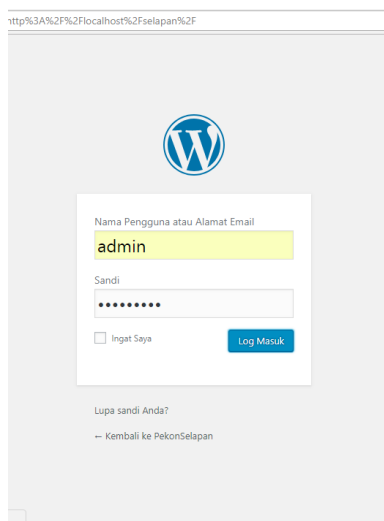
### **3.7 Laporan Kegiatan 7 (Septiawan Ade Syahputra)**

#### **1. Sosialisasi Penerapan Sistem Informasi Di Pekon Selapan**

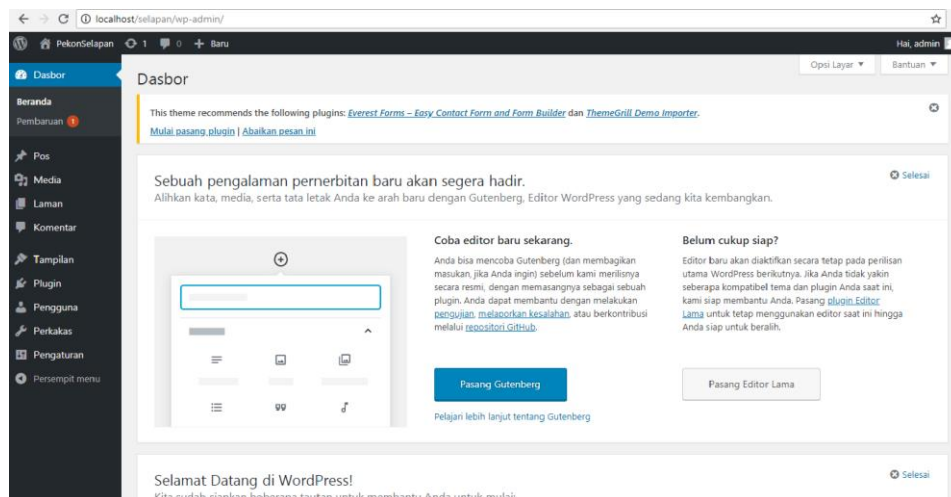
Melakukan sosialisasi kepada Aparat Pemerintah Pekon/ Desa di Selapan tentang penerapan ( SIKAM ) Sistem Informasi Kampung dan Website Desa. SIKAM tersebut mencakup semua informasi dari Desa Selapan. Misalkan Sejarah Desa, Visi Misi Desa Saat ini, Struktur Aparatur Pemerintahan Desa, Lembaga naungan Desa Seperti PKK, BUMDes, Data Penduduk Desa Luas Wilayah Dan Batas Wilayah, dan lainnya. Sedangkan website desa dapat memberikan suatu informasi kepada masyarakat atas kejadian atau kegiatan yang ada di desa/ pekon Selapan. Penerapan system informasi desa di kecamatan Pardasuka ini merupakan bagian dari konsep Digital Village yang dikembangkan oleh IIB DARMAJAYA.

## 2. Proses Pembuatan Web Desa

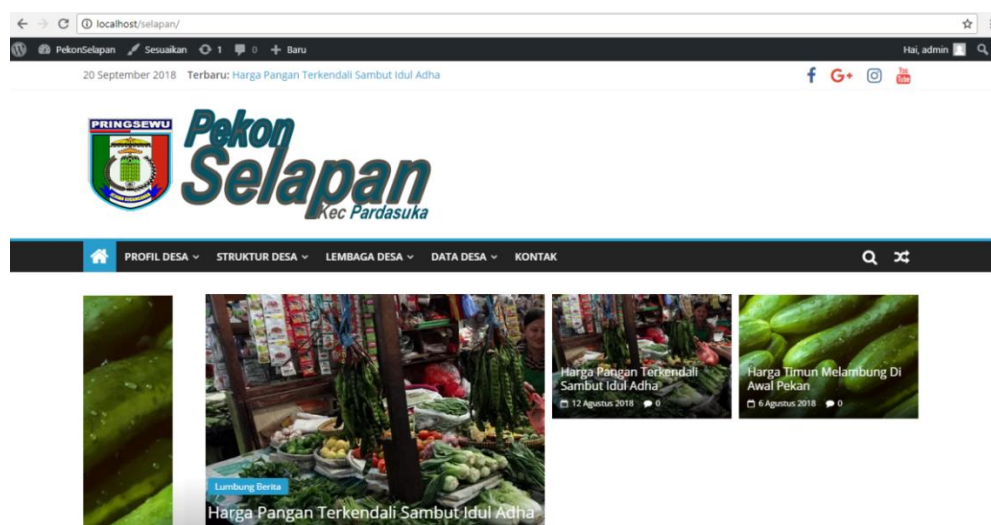
Untuk saat ini kendala yang di dapat adalah mendapatkan domain desa.id, diantaranya harus mendaftarkan alamat desa ke desa.id/ domain.go.id. jadi, sementara ini saya menggunakan localhost untuk penginputan data-data desa, agar dapat teralisasi dengan nyata saya berencana untuk menggunakan domain .com/ .id saja, penentuan hosting dan lain lain sebagai mahasiswa informatika darmajaya saya akan bertanggung jawab atas desa yang saya tinggali untuk menjalankan Praktek Kuliah Pengabdian Masyarakat.



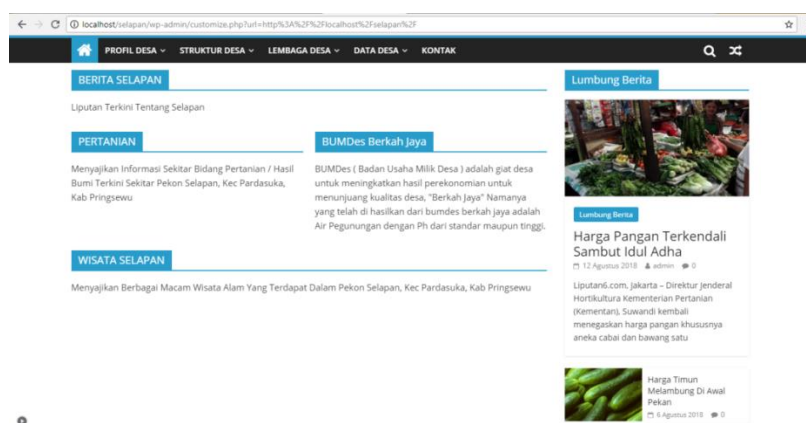
**Gambar 14 Halaman wp-admin**



Gambar 15 Halaman Dashbor



Gambar 16 Halaman Utama



### **Gambar 17 Bagian Halaman Utama**

Website yang kami buat memiliki 6 top menu yaitu :

a. Home

Menu ini adalah shortcut menuju halaman utama

b. Profil Desa

Menu Profil Desa menjelaskan Sebagian informasi tentang desa selapan, Profil desa memiliki sub menu :

- Sejarah Desa
- Visi Misi Desa

c. Struktur Desa

Menu Struktur Desa Menjelaskan sebagian informasi tentang struktur desa selapan, struktur desa memiliki sub menu :

- Struktur Aparatur Pemerintah Desa

d. Lembaga Desa

Lembaga desa menjelaskan sebagian informasi Tentang Ukm yang dimiliki oleh desa, Lembaga Desa memiliki sub menu :

- BUMDes

e. Data Desa

Data Desa menjelaskan sebagian informasi tentang data-data yang dimiliki desa

Data desa memiliki sub menu :

- Peta Desa
- Data Masyarakat

f. Kontak

Kontak menjelaskan sebagian informasi tentang nomor atau email yang bisa digunakan untuk menghubungi aparatur desa

g. Terdapat Fav Icon Media Sosial seperti Facebook, Google+, Instagram, Dan Youtube