

BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Laporan Kegiatan 1 (Modyta Anggraini)

3.1.1 Judul Kegiatan

Pelatihan dasar-dasar komputer kepada siswa dan siswi sekolah dasar SDN 13 Kecamatan Negeri Katon.

3.1.2 Latar Belakang Kegiatan

Berdasarkan hasil survey sebelumnya, didapatkan informasi mengenai pengembangan ilmu komputer di desa Trirahayu sangat minim. Oleh karena itu, perlu diadakannya sosialisasi mengenai pengenalan dasar-dasar komputer di SDN 13 Kecamatan Negeri Katon modern oleh Anggota PKPM IIB Darmajaya.

3.1.3 Perumusan Masalah

Terdapat beberapa rumusan masalah yang ada pada kegiatan pengenalan dasar-dasar komputer di SDN 13 Negeri Katon, antara lain:

1. Pengetahuan tentang ilmu komputer di SDN 13 Negeri Katon sangat minim, seperti dasar-dasar komputer dan komponen komputer.
2. Siswa/siswi kelas 6 SDN 13 Kecamatan Negeri Katon seharusnya sudah mengenal dasar ilmu komputer karena perkembangan zaman yang semakin pesat dan modern.

3.1.4 Tujuan Kegiatan

Tujuan diadakannya pengenalan dasar-dasar komputer di SDN 13 Negeri Katon di desa Trirahayu ini adalah:

1. Siswa/siswi SDN 13 Negeri Katon di Desa Trirahayu lebih mengenal dasar dan komponen komputer seperti Hardware, software dan Brainware.
2. Siswa/siswi kelas 6 SDN 13 Kecamatan Negeri Katoni Desa Trirahayu dapat lebih mengenal dasar dari ilmu komputer dengan memperkenalkan perangkat-perangkat yang ada pada komputer dan mengenalkan aplikasi-aplikasi yang ada pada komputer.

3.2 Laporan Kegiatan 2 (Lela Komariah)

3.2.1 Judul Kegiatan

Sosialisasi penerapan strategi bersaing dengan ritel modern kepada masyarakat desa Trirahayu yang memiliki usaha warung dan toko.

3.2.2 Latar Belakang Kegiatan

Berdasarkan hasil survey sebelumnya , didapatkan informasi mengenai potensi ukm warung di desa Trirahayu, namun desa Trirahayu juga tidak lepas dari perkembangan zaman dimana telah berdiri ritel modern yaitu Indomart. Dengan segala kelebihan ritel modern tersebut tentu dapat mengurangi minat konsumen untuk melakukan pembelian pada ritel tradisional seperti warung dan toko. Oleh karena itu, perlu diadakannya sosialisasi tentang bagaimana strategi bersaing dengan ritel modern di desa Trirahayu oleh Anggota PKPM IIB Darmajaya.

3.2.3 Perumusan Masalah

Terdapat beberapa rumusan masalah yang ada pada kegiatan sosialisasi penerapan strategi bersaing dengan ritel modern kepada masyarakat desa Trirahayu yang memiliki usaha warung dan toko, antara lain:

1. Pengetahuan tentang strategi bersaing untuk menarik minat konsumen di desa Trirahayu masih sangat minim, seperti strategi menarik minat konsumen, dan memperhatikan konsumen.
2. Masyarakat yang membuka usaha warung dan toko di desa Trirahayu seharusnya sudah menerapkan strategi bersaing dengan ritel modern mengingat desa yang semakin berkembang dan telah masuknya ritel modern seperti Indomart.

3.2.4 Tujuan Kegiatan

Tujuan diadakannya sosialisasi penerapan strategi bersaing dengan ritel modern kepada masyarakat desa Trirahayu yang memiliki usaha warung dan toko ini adalah:

1. Masyarakat desa yang membuka usaha warung dan toko dapat menerapkan strategi bersaing agar dapat bertahan dari gempuran ritel modern.
2. Masyarakat desa yang membuka usaha warung dan toko dapat menerapkan strategi untuk dapat menarik minat konsumen dan mempertahankan konsumen untuk dapat menjadi pelanggan tetap.

3.4 Laporan Kegiatan 4 (Tiara Utami)

3.4.1 Judul Kegiatan

Sharring Content Website Desa dan pembuatan website bisnis UKM Ting-Ting Jahe di Desa Trirahayu, Kec. Negeri Katon, Kab. Pesawaran.

3.4.2 Latar Belakang Kegiatan

Dari hasil survey lapangan atau observasi yang telah dilakukan oleh Mahasiswa PKPM IIB Darmajaya, diketahui Desa Trirahayu terdapat temuan web desa yang sudah ada dan cukup baik. Namun, terdapat ukm desa sangat berpotensi untuk di kembangkan dan terhambat oleh kurang meluasnya pemasaran Ting-Ting Jahe yang hanya di pasarkan dalam lingkup masyarakat trirahayu. Oleh karena itu Mahasiswa IIB Darmajaya melalui program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) membantu UKM Ting-Ting Jahe memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas melalui media elektronik. Dengan di buatnya website beserta media social lainnya seperti facebook dan Instagram, di harapkan UKM Ting-Ting Jahe dapat di kenal lebih luas lagi.

3.4.3 Perumusan Masalah

Dari hasil observasi yang telah kami laksanakan mahasiswa PKPM IIB Darmajaya di Desa Trirahayu, dapat dirumuskan masalah, antara lain:

1. Kurang meluasnya pemasaran yang di lakukan UKM Ting-Ting Jahe.
2. Kurangnya pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran Ting-Ting Jahe.
3. Tidak adanya media yang di miliki UKM untuk mempublikasikan informasi terkait UKM Ting-Ting Jahe itu sendiri.

3.4.4 Tujuan Kegiatan

Tujuan di adakannya kegiatan ini, antara lain:

1. Memberikan sosialisasi mengenai bisnis berbasis teknologi
2. Memberikan pelatihan penggunaan teknologi dalam hal penggunaan internet dengan baik dan positif.
3. Membangun sistem informasi desa berupa Website bisnis, sehingga dapat membantu pemasaran UKM Ting-Ting Jahe.

3.5 Laporan Kegiatan 5 (Sulaiman Efendi)

3.5.1. Judul Kegiatan

Membuat inovasi pemasaran produk Ting-Ting Jahe pada usaha mandiri ibu Khadijah

3.5.2. Kerangka Pemecahan Masalah

Usaha mandiri Ting-Ting Jahe yang ada di desa Trirahayu merupakan usaha yang di tekuni oleh ibu Khadijah sejak tahun 2016 hingga sekarang. Usaha ini di kelola sendiri oleh karena itu, tidak terlalu banyak inovasi didalamnya baik dari segi pemasaran maupun produk masih di jual kiloan sehingga kurang efektif dan belum beredar di pasaran karena susahnya transportasi dan tempat mensuplai produk tersebut. Dengan adanya kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM), kami memberikan solusi untuk usaha Ting-Ting Jahe yang di kelola oleh ibu Khadijah dengan memberi inovasi baru pada kemasan produk Ting-Ting Jahe sehingga dapat terlihat lebih rapi dan praktis jika dijadikan sebagai buah tangan.

3.5.3. Realisasi Pemecahan Masalah

Penambahan inovasi kemasan pada produk Ting-Ting Jahe seperti ditambahkannya nama produk dan di press agar tertutup rapat dan rapi sehingga dapat lebih menarik minat beli konsumen dan meningkatkan penjualan produk Ting-Ting Jahe milik ibu Khadijah.

3.5.4. Sasaran Objek

Sasaran objek dan program kegiatan ini di tujukan pada usaha mandiri Ting-Ting Jahe Ibu Khadijah di desa Trirahayu khususnya pada usaha mandiri Ting-Ting Jahe Ibu Khadijah di desa Trirahayu, Kec.Negeri Katon, Kabupaten Pesawaran dalam bentuk inovasi pemasaran produk.

A. Pengembangan Kemasan pada produk Ting-Ting Jahe Ibu Khadijah

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 sudah mengalami pengolahan, dapat sampai ke tangan konsumen dengan selamat secara kuantitas maupun kualitas untuk melindungi produk dari goresan atau cacat produk yan membuat produk menjadi rusak. Selain itu juga kemasan produk tidak hanya difungsikan pada saat proses pendistribusian barang ke beberapa distributor, tapi kemasan produk juga dapat melindungi produk ketika berada ditoko took retail . dengan adanya kemasan pada produk dapat mencirikan produk tersebut dan berusaha menawarkan dirinya ditengah – tengah pesaing.

Tak hanya itu , kemasanpun dapat dijadikan sebagai alat promosi untuk daya Tarik pembeli sehingga bentuk , warna dan dekorasi dari kemasan perlu di perhatikan dalam proses perancangannya. Ada beberapa tentang pengertian kemasan :

Menurut (Titi wijayanti 2012 pengertian kemasan adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan informasi kepada setiap konsumennya tentang produk yang ada di dalamnya .)

Menurut (Rod Riguez 2008 adalah kemasan atau pengemasan aktif adalah kjemasan yang merubah kondisi dari bahan pangan dengan penambahan senyawa aktif sehingga mampu memperpanjang umur simpan dari bahan pangan yang di kemas juga meningkatkan keamanan serta tetap mempertahankan kualitas.)

Menurut (Klimcuk dan Krasovec 2006:33 pengertian kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk , struktur , material , warna , citar , tipografi , dan elemen- elemen design dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan .

Menurut (Danger 1992 : 49 Pengertian Kemasan adalah wadah atau pembungkus untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk di transportasi , di distribusikan , disimpan , dijual , dan dipakai.

Adanya wadah atau pembungkus dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan , melindungi produk yang ada di dalamnya , melindungi deari pencemaran serta gangguan fisik (gesekan , benturan dan getaran).

Inovasi dalam kemasan produk di perlukan agar penjualan ting-ting jahe lebih menarik konsumen karena selama ini kemasan yang digunakan adalah kantong plastik berukuran 1.5 kg .

Dengan inovasi sekarang ini kemasan ting – ting jahe lebih dapat menarik konsumen sehingga di harapkan dapat membantu usaha mandiri ting ting jahe ibu Khadijah lebih mudah memasarkan produknya.

3.6 Laporan Kegiatan 6 (Kornelius Oki Wijaya)

3.6.1. Judul Kegiatan

Pembuatan desain merk produk Ting-ting Jahe pada usaha mandiri ibu Khodijah.

3.6.2 Kerangka Pemecahan Masalah

Usaha mandiri Ting-ting Jahe ibu Khodijah yang ada di Desa Tri Rahayu ini belum memiliki merk dalam produknya sehingga banyak masyarakat kurang mengenal produk tersebut hanya beberapa masyarakat disekitar yang mengenalnya, dengan adanya kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM), kami memberikan solusi untuk usaha Ting-ting Jahe yang dikelola oleh ibu Khodijah dengan pembuatan desain merk pada produk tersebut sehingga dengan diberikan nama merk masyarakat dapat lebih mengetahui produk tersebut dan membantu dalam proses pemasarannya karena dengan adanya sebuah merk dapat menunjukan asal produk tersebut.

3.6.3 Realisasi Pemecahan Masalah

Dengan pembuatan desain merk pada produk Ting-ting Jahe dapat membuat produk tersebut dikenal dimasyarakat dan sebagai salah satu alat promosi

3.6.4 Sasaran Objek

Sasaran objek dan program kegiatan ini ditujukan pada usaha mandiri Ting-ting Jahe ibu Khodijah di Desa Tri Rahayu , Kecamatan Negeri Katon , Kabupaten Pesawaran dalam pembuatan desain merk pada produk tersebut.

3.7 Laporan Kegiatan 4 (Mayda Sari)

3.7.1 Judul Kegiatan

Perencanaan anggaran untuk produk usaha mandiri Ting-Ting Jahe milik ibu Khadijah.

3.7.2 Perencanaan Anggaran

Perencanaan merupakan salah satu fungsi manajemen dan fungsi ini merupakan dasar pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen lain nya.

perencanaan meliputi tindakan memilih dan menghubungkan fakta-fakta dan membuat serta menggunakan asumsi-asumsi mengenai masa yang akan datang dalam hal memvisualisasi serta merumuskan aktifitas-aktifitas yang di usulkan yang dianggap perlu untuk mencapai hasil yang di inginkan (winardi,2009)

anggaran merupakan suatu rencana yang disusun secara sistematis, yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan, yang dinyatakan dalam unit (kesatuan) moneter dan berlaku dalam jangka waktu (periode) tertentu yang akan datang.” Anggaran merupakan alat untuk merencanakan dan mengendalikan keuangan perusahaan dalam penyesuaian nya dilakukan secara periodik (munandar, 2001) anggaran dibagi menjadi dua yaitu :

1. Anggaran operasional

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

2. Anggaran modal

Anggaran modal menunjukkan rencana jangka panjang dan pembelanjaan atas 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.

3.7.3 HARGA POKOK PENJUALAN

A. Harga pokok

Untuk mengelola suatu perusahaan dibutuhkan informasi mengenai harga pokok. Harga pokok berarti jumlah pengeluaran dan beban yang diperkenankan, langsung atau tidak langsung atau tidak langsung untuk menghasilkan barang atau jasa didalam kondisi dan tempat dimana barang tersebut dapat digunakan atau di jual

Harga pokok produk merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang di ukur dengan satuan uang, yang telah terjadi untuk memperoleh suatu produk. Produk merupakan suatu output dari suatu proses produksi (mulyadi, 1993)

-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 dapat digolongkan :

-penggolongan biaya overhead pabrik menurut sifatnya:

Dalam perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan, biaya overhead paabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja

-penggolongan biaya overhead pabrik menurut perilakunya dalam hubungan nya dengan perubahan volume kegiatan

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 dikurang persediaan produk dalam proses akhir. Harga pokok produksi terikat pada periode waku tertentu . harga pokok produksi akan sama degan 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 bayaa yang muncul dari barang yang di produksi dan dijual dalam kegiatan bisnis. Harga pokok penjualan umumnya ada pada perusahaan dagang. Karena kegiatan utama perusahaan adalah memperjual belikan barang dagang.

3.8. Laporan Kegiatan 7 (Kelompok)

3.8.1 Judul kegiatan

Seminar technopreneurship dengan tema “cara membangun bisnis dengan menggunakan teknologi informasi untuk generasi yang mandiri”.

3.8.2 Latar Belakang Kegiatan

Berdasarkan hasil survei sebelumnya didapatkan informasi mengenai banyaknya potensi desa yang belum berkembang serta tingginya keinginan warga untuk dapat memiliki bisnis, namun pada jaman yang semakin modern ini masyarakat desa masih menggunakan pemasaran secara langsung kepada konsumen atau hanya dari mulut kemulut saja untuk memasarkan produknya, hal tersebut dikarenakan rendahnya pengetahuan akan teknologi informasi. Masyarakat membutuhkan motivasi dan dorongan dari pihak/tokoh yang sudah berpengalaman dalam bidang bisnis untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan dengan menggunakan teknologi informasi agar dapat menjadi desa dengan generasi yang mandiri. Oleh karena itu perlu diadakan seminar technopreneurship dengan mendatangkan narasumber yang kompeten di bidangnya oleh mahasiswa PKPM IIB Darmajaya.

3.8.3 Rumusan Masalah

Terdapat beberapa rumusan masalah yang ada pada kegiatan seminar technopreneurship, antara lain:

1. Pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi informasi sebagai cara untuk membangun bisnis masih sangat minim.
2. Masyarakat desa Trirahayu membutuhkan motivasi dan dorongan dari narasumber yang kompeten di bidang bisnis.

3.8.4 Tujuan Kegiatan

Tujuan diadakannya seminar technopreneurship di desa Trirahayu ini adalah:

1. Masyarakat desa Trirahayu dapat lebih memanfaatkan teknologi informasi dalam membangun dan mengembangkan bisnisnya
2. Membangun dan menumbuhkan semangat untuk berwirausaha