

BAB IV

PEMBAHASAN DAN EVALUASI

4.1 PEMBAHASAN

Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan bentuk pendidikan pengayaan pengetahuan dan pemberdayaan kemampuan yang langsung menyentuh kepada kebutuhan masyarakat maupun pemerintah setempat dalam mengembangkan dan mengelola 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 dedikasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, sehingga hal ini merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh seorang sarjana. Selama berlangsungnya PKPM di desa Trirahayu program dan kegiatan penunjang yang telah berjalan dan dapat tercapai tujuannya sesuai dengan harapan adalah:

4.1.1 Sosialisasi Pengenalan Dasar Komputer (Modyta Anggraini)

Bertujuan untuk pengenalan tentang dasar-dasar ilmu komputer agar kedepannya anak-anak sudah tidak asing lagi dengan komputer. Memiliki sekitar 40 siswa kelas 6 SD Negeri 13 kecamatan Negeri Katon, dan kami mendapatkan kesempatan mengajar didalam waktu pembelajaran dengan durasi waktu 1,5 jam setiap hari sabtu sebanyak 2 kali pertemuan.

Saat ini mayoritas pekerjaan masyarakat Desa Trirahayu menjadi membuat mereka melupakan perkembangan jaman yang semakin modern. Begitupun dengan anak-anak di Desa Trirahayu, sangat minim pengetahuan mengenai ilmu komputer terlebih di SDN 13 Kecamatan Negeri Katon yang belum menerapkan mata pelajaran TIK.

Dengan adanya permasalahan sasaran anggota PKPM IIB Darmajaya tentang pengenalan dasar-dasar komputer sangat tepat ditujukan kepada siswa/siswi SDN 13

Kecamatan Negeri Katon di Desa Trirahayu sebagai generasi mendatang yang akan semakin modern.

Metode Pelaksanaan

a. Survey Lapangan

Sebelum melaksanakan program pengenalan dasar-dasar komputer perlu dilakukan survey lapangan agar materi yang tepat sasaran dan bermanfaat. Metode survey yang digunakan adalah metode observasi yang kami laksanakan sebelum berjalan kegiatan PKPM IIB Darmajaya. Didapatkan informasi mengenai pengetahuan tentang ilmu komputer yang sangat minim yang dimiliki masyarakat Desa dan anak-anak desa sebagai generasi selanjutnya. Dalam hal ini, materi pengenalan dasar pengoperasian komputer, dan pengenalan aplikasi komputer sangat tepat digunakan sebagai bahan ajaran pelatihan.

Mempersiapkan Materi

Sebelum proses sosialisasi, terlebih dahulu melakukan penyusunan materi yang akan disampaikan agar proses penyampaian informasi berjalan dengan baik dan sesuai rencana. Materi yang disampaikan untuk sosialisasi antara lain:

- a. Pengenalan Sistem Komputer
- b. Pengenalan Aplikasi Office
- c. Pengenalan Aplikasi paint

Melaksanakan Pelatihan Ilmu Komputer

Setelah semuanya selesai di konsep, perlu diberikan pemberian informasi kepada responden tujuan sosialisasi agar tidak salah informasi, setelah itu dapat dilakukan sosialisasi dan pelatihan ilmu komputer di desa Trirahayu. Terdapat beberapa hal yang menjadi bahan sosialisasi tersebut, antara lain:

1. Pengenalan Sistem Komputer

Sistem komputer terdiri dari bagian yaitu:

- Hardware / perangkat keras, yaitu bagian komputer yang dapat dilihat dan diraba atau nyata, macam-macam hardware ada input, output, dan proses. Contoh hardware adalah monitor, mouse, keyboard, printer, speaker, processor, dll.
- Software / perangkat lunak, yaitu program yang berjalan pada komputer sehingga bentuknya dapat dilihat tapi tidak dapat diraba alias semu. Macam-macam software ada sistem operasi dan sistem aplikasi. Contoh dari software adalah windows, microsoft office, adobe photoshop, adobe premier, dll.
- Brainware / pengguna, yaitu siapa saja yang mengoperasikan komputer itu sendiri, terdapat beberapa macam pengguna komputer seperti operator, hacker, programmer, dll.

2. Pengenalan aplikasi office

Microsoft office adalah perangkat lunak paket aplikasi perkantoran buatan Microsoft dan dirancang untuk dijalankan dibawah sistem operasi Microsoft Windows dan Mac OS X. Beberapa aplikasi didalam microsoft office yang terkenal adalah:

- Microsoft Word, adalah perangkat lunak pengolah kata (Word Processor) andalan Microsoft.
- 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 dengan menggunakan strategi marketing Microsoft yang agresif, menjadikan Microsoft Excel sebagai salah satu program komputer yang populer digunakan didalam komputer mikro hingga saat ini perlu diadakannya pelatihan office karena aplikasi ini adalah aplikasi yang sering digunakan oleh masyarakat terlebih perangkat desa, sehingga dengan adanya pelatihan ini dapat memperluas pengetahuan siswa/siswi sekolah dasar.
- Pengenalan Aplikasi paint

Paint adalah salah satu aplikasi yang digunakan untuk menggambar di komputer. Pelatihan ini dilakukan akan siswa/siswi SDN 13 Kecamatan Negeri Katon.

Kesimpulan Dan Saran

Kegiatan sosialisasi pengenalan dasar-dasar komputer pada siswa/siswi SDN 13 Kecamatan Negeri Katon Desa Trirahayu berjalan dengan lancar sesuai rencana. Dari kegiatan pelatihan ilmu komputer di desa Trirahayu diharapkan agar masyarakat lebih mengenal teknologi informasi, karena perkembangan yang semakin pesat ini menuntut kita semua untuk harus terus mengupdate diri agar tidak tertinggal oleh perkembangan jaman. Kepada siswa/siswi SDN 13 Kecamatan Negeri Katon diharapkan untuk terus mengasah kemampuannya di bidang ilmu komputer karena sekarang dan seterusnya kita tidak dapat menjauhkan diri dari teknologi informasi.

Gambar 4.1.1 sosialisasi pengenalan dasar komputer kepada siswa/siswi SDN 13 Negeri Katon



4.1.2 Sosialisasi Strategi Bersaing Dengan Ritel Modern (Lela Komariah)

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 dengan tujuan agar masyarakat desa yang membuka usaha warung dan toko dapat menerapkan strategi bersaing agar dapat bertahan dari gempuran ritel modern serta diharapkan dapat menerapkan strategi untuk dapat menarik minat konsumen dan mempertahankan konsumen untuk dapat menjadi pelanggan tetap. Sebanyak 23 warung yang kami rasa tepat untuk dapat menerima sosialisasi, kami meminta kesempatan sosialisasi dengan durasi 10 menit setiap warungnya.

Gambaran Umum dan Sasaran

Saat ini mayoritas pekerjaan masyarakat Desa Trirahayu menjadi membuat mereka melupakan perkembangan jaman yang semakin modern. Begitupun dengan masyarakat Desa Trirahayu yang membuka usaha warung dan toko sangat minim pengetahuan tentang strategi bersaing, terutama bersaing dengan ritel modern.

Dengan adanya permasalahan sasaran anggota PKPM IIB Darmajaya tentang sosialisasi strategi bersaing dengan ritel modern yang ditujukan kepada masyarakat Desa Trirahayu yang memiliki usaha warung dan toko.

Metode Pelaksanaan

Sebelum melaksanakan program sosialisasi strategi bersaing dengan ritel modern, perlu dilakukan survey lapangan agar materi yang tepat sasaran dan bermanfaat. Metode survey yang digunakan adalah metode observasi yang kami laksanakan sebelum berjalan kegiatan PKPM IIB Darmajaya. Didapatkan informasi mengenai pengetahuan tentang strategi bersaing yang sangat minim yang dimiliki

masyarakat Desa yang membuka usaha warung dan toko. Dalam hal ini, materi mengenai strategi menarik minat konsumen dan mempertahankan pelanggan sangat tepat digunakan sebagai bahan ajaran pelatihan.

Mempersiapkan Materi

Sebelum proses sosialisasi, terlebih dahulu melakukan penyusunan materi yang akan disampaikan agar proses penyampaian informasi berjalan dengan baik dan sesuai rencana. Materi yang disampaikan untuk sosialisasi antara lain:

1. Strategi warung (ritel tradisional) untuk dapat bersaing dengan ritel modern
2. Strategi penjualan untuk menarik minat konsumen
3. Strategi mempertahankan pelanggan

Melaksanakan Sosialisasi Strategi Bersaing Dengan Ritel Modern

Setelah semuanya selesai di konsep, perlu diberikan pemberian informasi kepada responden tujuan sosialisasi agar tidak salah informasi, setelah itu dapat dilakukan sosialisasi strategi bersaing dengan ritel modern di desa Trirahayu.

Strategi bersaing adalah strategi yang secara kuat menempatkan perusahaan terhadap pesaing dan yang memberi perusahaan terhadap pesaing dan yang memberi perusahaan keunggulan bersaing yang sekuat mungkin (Philip Kotler,2010). Terdapat beberapa hal yang menjadi bahan sosialisasi tersebut, antara lain:

1. Strategi warung (ritel tradisional) untuk dapat bersaing dengan ritel modern
 - Mencari pasokan barang dagangan yang lebih murah
Dimana sumber pembelian dengan harga yang kompetitif dapat membuat nilai harga jual lebih murah dan diterima dengan baik oleh konsumen.
 - Manfaatkan peluang untuk hantaran pembelian dengan kuantitas nilai tertentu
Sistem delivery bisa dilakukan dengan pertimbangan jarak lokasi antar yang dekat, dimana hal tersebut memenuhi aspek kepraktisan

konsumen golongan rumah tangga, dengan begitu, maka perlu ada line telepon yang dapat dihubungi untuk order pesanan belanja.

- Lakukan pembukuan secara administratif sederhana
Pencatatan biaya pembelian hasil penjualan harian termasuk biaya yang dipergunakan seperti transportasi, kebersihan, keamanan, dll. Sehingga dengan demikian dapat diketahui berapa besar nilai pendapatannya bersih atas penjualan, karena kelebihan ritel modern kekuatan sistem layanan termasuk pencatatan.
- Item produk jualan memang harus variatif
Karena ritel modern memanfaatkan kelengkapan jumlah barang dagangan. Tentu tidak perlu selengkap ritel modern, kecuali terdapat modalitas yang cukup, utamakan sembako menjadi bagian penting karena merupakan kebutuhan dasar. Selain itu galon dan gas menjadi kebutuhan dapur rutin serta berkelanjutan.
- Term pembayaran modern ritel adalah cash & carry
Celah ini dapat dimanfaatkan dan menjadi peluang karena ritel modern hanya menyediakan pembayaran tunai, yang mana pembayaran tempo merupakan kelebihan ritel tradisional.

2. Strategi penjualan untuk menarik minat konsumen

- Lakukan pendekatan terhadap konsumen
- Selalu observasi area pemasaran sebagai peluang bisnis
- Buat produk dan layanan yang dibutuhkan
- Berikan pelayanan yang efektif dan efisien
- Jaga kerapian tempat usaha
- Bangun strategi harga
- Lakukan promosi sederhana, misalnya kupon hadiah toples untuk konsumen yang belanja di atas Rp 50.000.00

3. Strategi penjualan untuk mempertahankan pelanggan

- Berikan perhatian khusus kepada pelanggan
- Ciptakan hubungan saling menguntungkan satu sama lain

- Lakukan pencatatan siapa saja konsumen yang datang ke tempat
- Tawarkan sesuatu yang menarik untuk menjaga kesetiaan pelanggan
- Ciptakan keuntungan kepada pelanggan

Kesimpulan Dan Saran

Kegiatan sosialisasi strategi penjualan untuk dapat bersaing dengan ritel modern yang ditujukan kepada masyarakat yang membuka usaha warung dan toko di Desa Trirahayu berjalan dengan lancar sesuai rencana. Dari sosialisasi tersebut diharapkan agar masyarakat yang memiliki usaha warung dan toko lebih sadar tentang bahayanya berdirinya ritel modern dalam keberlangsungan ritel tradisional, karena perkembangan jaman yang semakin pesat ini menuntut para pelaku usaha warung untuk dapat memiliki strategi penjualan yang terbaik demi kelangsungan usaha mereka. Dan setelah dilakukan sosialisasi sudah terlihat beberapa warung sudah menerapkan strategi bersaing untuk menarik minat konsumen, baik dari segi pelayanan serta promosi, salah satu contohnya adalah pemberian kupon setiap belanja di atas Rp 50.000,00 dan pemasangan banner sebagai informasi produk yang tersedia agar lebih mudah menarik calon konsumen.

gambar 4.1.2 sosialisai strategi bersaing dengan ritel modern



4.1.3 Sosialisasi Waspada Investasi Bodong (Lela Komariah & Mayda Sari)

Bertujuan untuk mencegah agar masyarakat di desa Trirahayu tidak lagi menjadi korban investasi bodong dengan memberikan informasi tentang pemahaman investasi kepada masyarakat di desa Trirahayu, dan kami mendapat kesempatan untuk memberikan sosialisasi kepada bapak-bapak dan ibu-ibu yang sedang mengadakan kegiatan pengajian rutin di masing-masing dusun, setiap malam senin-kamis untuk pengajian ibu-ibu dan malam jumat untuk pengajian bapak-bapak, dengan durasi 15-20 menit.

Gambaran Umum dan Sasaran

Saat ini mayoritas pekerjaan masyarakat Desa Trirahayu menjadi membuat mereka melupakan perkembangan jaman yang semakin modern. Masyarakat yang penghasilannya hanya mengandalkan dalam bertani yang penghasilannya tidak menentu sehingga dari hasil bertani mereka menginvestasikan sebagian dari hasil perrtaniannya, dikarenakan pemahaman mereka tentang berinvestasi berfikir selalu menguntungkan tanpa memiliki pemahaman yang benar tentang investasi membuat mereka sering kali menjadi korban penipuan berkedok investasi. Dengan adanya permasalahan tersebut sasaran anggota PKPM IIB Darmajaya tentang sosialisasi waspada investasi bodong kepada warga masyarakat di desa Trirahayu.

Metode Pelaksanaan

Sebelum melaksanakan program sosialisasi strategi bersaing dengan ritel modern, perlu dilakukan survey lapangan agar materi yang tepat sasaran dan bermanfaat. Metode survey yang digunakan adalah metode observasi yang kami laksanakan sebelum berjalan kegiatan PKPM IIB Darmajaya. Didapatkan informasi mengenai banyaknya masyarakat yang menjadi korban penipuan berkedok investasi dikarenakan rendahnya pemahaman mengenai investasi. Dalam hal ini, materi mengenai ciri-ciri investasi bodong dan investasi yang benar sangat tepat digunakan sebagai bahan sosialisasi.

Mempersiapkan Materi

Sebelum proses sosialisasi, terlebih dahulu melakukan penyusunan materi yang akan disampaikan agar proses penyampaian informasi berjalan dengan baik dan sesuai rencana. Materi yang disampaikan untuk sosialisasi antara lain:

1. Pemahaman mengenai ciri-ciri investasi bodong dan investasi yang benar
2. Contoh kasus yang marak terjadi di Kabupaten Pesawaran dan Pringsewu

Melaksanakan sosialisasi strategi bersaing dengan ritel modern

Setelah semuanya selesai di konsep, perlu diberikan pemberian informasi kepada responden tujuan sosialisasi agar tidak salah informasi, setelah itu dapat dilakukan sosialisasi waspada investasi bodong di desa Trirahayu. Terdapat beberapa hal yang menjadi bahan sosialisasi tersebut, antara lain:

1. Pemahaman mengenai ciri-ciri investasi bodong dan investasi yang benar
 - Ciri-ciri investasi bodong menurut pemaparan tim OJK (Otoritas Jasa Keuangan)
 - Menawarkan iming-iming keuntungan yang tidak masuk akal
 - Berfokus pada perekrutan
 - Tidak jelas asal usaha, nama pemilik, tempat usaha dan domisilinya
 - Bila ada barang, kualitas barang tidak sebanding dengan harganya
 - Ciri-ciri investasi yang benar menurut pemaparan tim OJK (Otoritas Jasa Keuangan)
 - Investasi yang menawarkan keuntungan yang sesuai dengan standar yang diterapkan oleh BI (Bank Indonesia) yaitu 10% per tahun melalui deposito dan saham.

2. Contoh kasus penipuan berkedok investasi yang terjadi di Kabupaten Pesawaran dan Pringsewu

- Jual kucing dalam karung
Yaitu kasus penipuan yang sangat berbahaya, dimana kasus tersebut memanfaatkan tokoh masyarakat yang berpengaruh, seperti kepala desa untuk lebih menarik minat dan kepercayaan masyarakat
- Beli surat berharga sebesar Rp 300.000,00 dan cicilan motor, rumah, hutang bank akan lunas
- Penawaran lapangan pekerjaan dengan gaji tinggi bebas resiko, hanya dengan syarat penyerahan sejumlah uang sebagai tanda pendaftaran
- Penarikan paksa kendaraan oleh preman atau pihak lising dengan alasan belum lunas
- Kasus berkah mandiri
berkah mandiri merupakan suatu usaha di bidang koperasi, dimana mereka menawarkan keuntungan sebesar 8% per minggu jika member menanamkan modal di usaha tersebut, dan keuntungan tersebut dapat di ambil setiap minggunya.

Kesimpulan Dan Saran

Kegiatan sosialisasi waspada investasi bodong yang ditujukan kepada masyarakat di Desa Trirahayu berjalan dengan lancar sesuai rencana. Dari sosialisasi tersebut diharapkan agar masyarakat yang memiliki pengetahuan mengenai investasi bodong yang diharapkan dapat mencegah bertambahnya masyarakat yang menjadi korban penipuan berkedok investasi di desa Trirahayu.

Gambar 4.1.3 sosialisasi waspada investasi bodong pada kegiatan penagjian rutin



4.1.4 Program Sharing Web Desa (Tiara Utami)

Kami melakukan sharing pengisian content web desa dan pembuatan web bisnis (e-commerce) untuk produk unggulan Ting-Ting Jahe. Dan kedepannya kami mengupayakan untuk mengkoneksikan web bisnis e-commerce dan web desa agar lebih berkesinambungan dan lebih membantu dalam mempromosikan web desa dan web bisnis e-commerce milik ibu Khadijah.

Gambaran Umum dan Sasaran

Mayoritas pekerjaan masyarakat di Desa Trirahayu adalah buruh tani dan juga perekonomian di desa mayoritas dari kalangan menengah ke bawah, sehingga sarana untuk mengetahui tentang perkembangan teknologi sangat minim. Hal ini menyebabkan masyarakat desa kurang mampu untuk mengikuti perkembangan di dunia teknologi. Mahasiswa IIB Darmajaya melalui program PKPM yang dilaksanakan di desa-desa ikut serta membantu kerjasama antara pemerintah Kabupaten Pesawaran dengan kampus IIB Darmajaya dalam merealisasikan program tersebut. Pada kesempatan ini salah satu desa yang menjadi sasaran Mahasiswa PKPM IIB Darmajaya adalah Desa Trirahayu yang terletak di Kecamatan Negeri Katon, Kabupaten Pesawaran.

Metode Pelaksanaan

Dalam pelaksanaannya, pengenalan sistem informasi berupa website bisnis ini peserta PKPM IIB Darmajaya bekerja sama dengan dosen technopreneur IIB Darmajaya melalui seminar technopreneurship dengan tema “Cara membangun bisnis berbasis teknologi untuk generasi muda yang mandiri.” Seminar ini bertujuan untuk membuka paradigma masyarakat terkait bisnis berbasis teknologi. Setelah masyarakat mulai mengenal bisnis berbasis teknologi, mahasiswa PKPM IIB Darmajaya berusaha membangun website bisnis sederhana dan sosial media agar mudah dan cepat di pahami oleh operator UKM Ting-Ting Jahe nantinya.



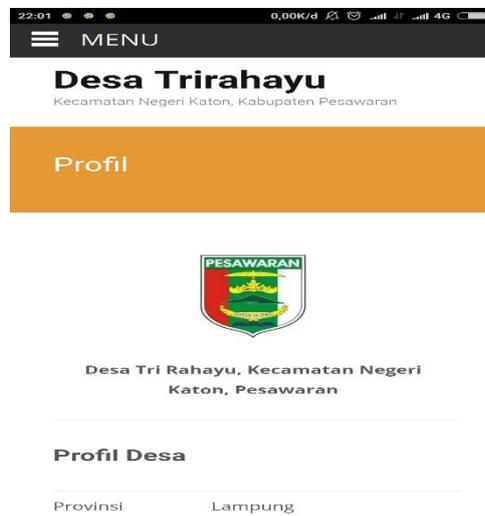
Gambar 1. Sharring content website desa dan Pembuatan website bisnis

1. Tahap Sharring content website desa

Konten yang terdapat dalam website desa Trirahayu yaitu :

a. Profil :

- Keterangan Umum Desa
- Batas Wilayah Kondisi Geografis



a. Berita



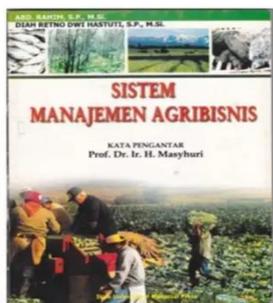
a. Produk Hukum



b. E-Library



Halaman ini merupakan kumpulan buku-buku digital atau bisa kita sebut halaman Perpustakaan digital yang dalam istilah asing disebut dengan *E-Library*.



Sistem Manalemen Agribisnis

c. Potensi Desa



Desa Trirahayu Kecamatan Negeri Katon Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung memiliki berbagai macam potensi, baik sumber daya alam, sumber daya manusia, kelembagaan, sarana prasarana maupun ekonomi dan sosial budaya. Berikut adalah beberapa potensi unggulan Desa Trirahayu:



1. Pertanian

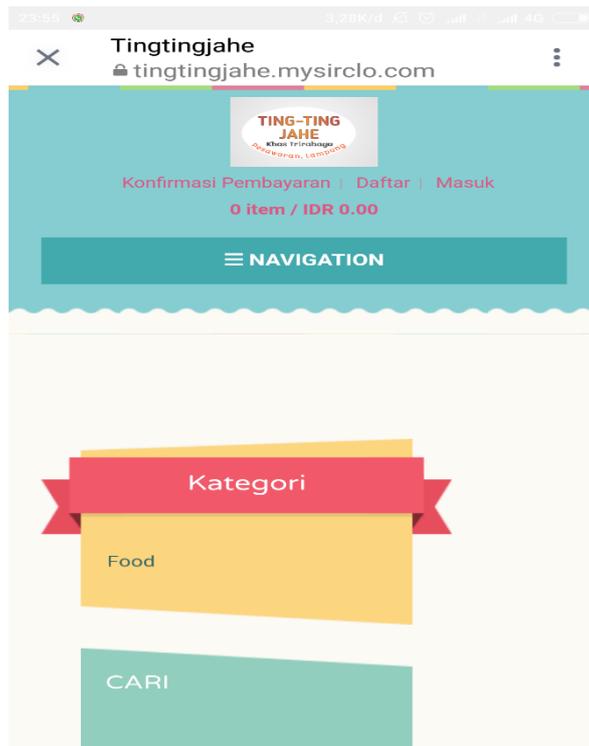
Desa Trirahayu adalah salah satu Desa penghasil jagung terbesar di kabupaten Pesawaran, oleh sebab itu tanaman jagung

a. Tahap pembuatan website bisnis menggunakan mysirclo.com

Disini mahasiswa PKPM IIB Darmajaya memilih mysirclo.com karena cukup mudah untuk di pahami dan tidak sulit untuk mendapatkan domain.



Gambar 1 pemasaran melalui Ig Ting-Ting Jahe



Gambar 2 Tampilan menu web bisnis ting-ting Jahe

23:55 0,11K/d 4G

Register
tingtingjahe.mysirclo.com

E-mail *

Password *

Confirm Password *

Name *

Mobile Phone *

Birthdate

DELIVERY ADDRESS

Address *

23:56 0,26K/d 4G

Register
tingtingjahe.mysirclo.com

Country *

-- Select Country --

State/Province *

City/District *

Postal Code *

Keep me updated with latest news and promotions

I agree to Terms of Use and Privacy Policy *

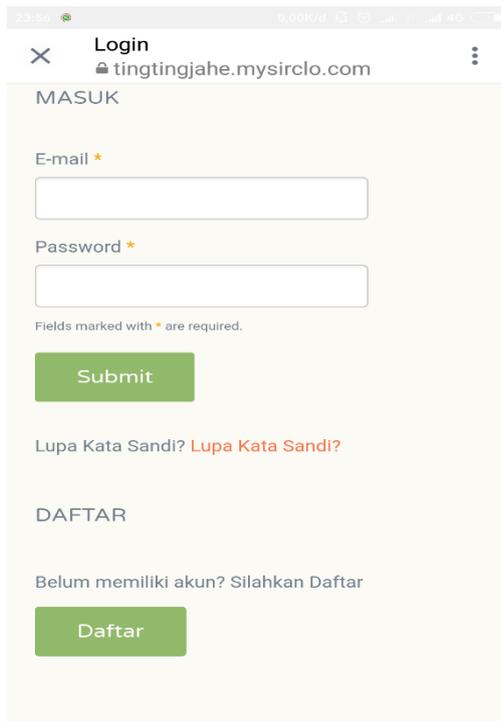
Saya bukan robot

reCAPTCHA
Privasi - Persyaratan

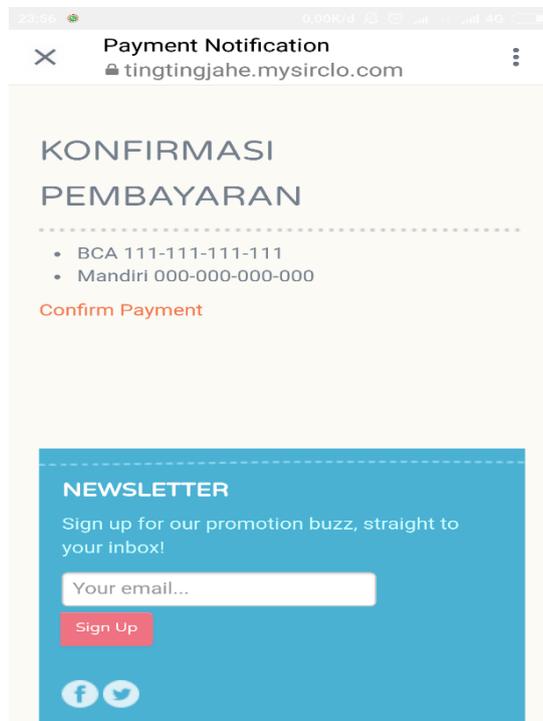
Fields marked with * are required.

Register

Gambar 3 Tampilan menu registrasi web bisnis Ting-Ting Jahe



Gambar 4 Tampilan menu Login web Ting-Ting Jahe



Gambar 5 Tampilan menu pembayaran web tingting jahe

4.1.5 Program Pengembangan Kemasan Produk Ting-Ting Jahe (Sulaiman Efendi)

Kami melakukan inovasi pengemasan pada produk Ting-Ting Jahe ini karena sebelumnya ibu Khadijah hanya menggunakan plastik biasa untuk membungkus ting-ting jahe dan tidak terdapat nama pengenalan atau merek yang tercantum di dalam kemasan ting-ting jahe tersebut. Inovasi dalam kemasan produk diperlukan agar penjualan ting-ting jahe lebih menarik konsumen karena selama ini kemasan yang digunakan adalah plastik transparan biasa dengan berat 0,5 kg, diperlukan kemasan yang kedap udara dikarenakan produk yang mudah rusak jika terkena udara luar. Dengan inovasi sekarang ini kemasan ting-ting jahe dapat lebih menarik minat konsumen dengan kemasan 100 gram sehingga lebih mudah untuk dibawa kemana-mana sehingga diharapkan dapat membantu usaha mandiri ting-ting jahe ibu Khadijah lebih mudah memasarkan produknya.

Gambar 4.1.5 kemasan Produk Ting-Ting Jahe Sebelum dikembangkan dan yang sudah dikembangkan



4.1.6 Desain Merek Pada Produk Ting-Ting Jahe (Kornelius Oki Wijaya)

Metode Pelaksanaan

Dalam memecahkan masalah dan merealisasikan ide-ide yang telah direncanakan di Desa Tri Rahayu khususnya pada usaha mandiri Ting-ting Jahe ibu Khodijah.

Pembuatan Desain Merk Pada Produk Ting-ting Jahe ibu Khodijah

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 menunjukkan asal barang tersebut dihasilkan.

Design merk yang baik dapat menarik konsumen untuk membeli sebuah produk dan menghasilkan kemasan yang memiliki tingkat efektifitas, efisiensi dan fungsi yang sesuai baik dalam produksi kemasan sampai kegunaan kemasan. Dengan itu, perlu diberikan merk dagang pada usaha mandiri Ting-ting Jahe yang berada di Desa Tri Rahayu dengan mencantumkan nama usaha tersebut. Usaha mandiri Ting-ting Jahe yang berada di Desa Tri Rahayu 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 Ting-ting Jahe dalam jumlah sedikit ataupun dalam jumlah banyak.

Gambar 4.1.6 Hasil desain Ting-ting Jahe dari Ibu Khodijah



4.1.7 Pembuatan Web Bisnis (E-Commerce) Produk Ting-Ting Jahe (Tiara Utami)

Produksi ting-ting jahe milik ibu Khadijah sebelumnya hanyalah mengandalkan pesanan, ting-ting jahe tidak di produksi jika tidak terdapat pesanan. Karena Ting-Ting Jahe dijual per kilogram kepada masyarakat di desa Trirahayu, sehingga perhitungan penjualannya kurang maksimal. Pengembangan bisnis produk dengan media online sangat diperlukan, karena perkembangan jaman saat ini sangatlah pesat dan penggunaan internet semakin meluas, terlebih ibu Khadijah sendiri yang memiliki sifat sangat tertutup terhadap orang-orang baru, sehingga beliau sering kali merasa kesulitan dalam memperkenalkan produk kepada konsumen. Dengan memasarkan produk ting-ting jahe milik ibu Khadijah ke media sosial seperti website, instagram, facebook, membuat pemasaran produk Ting-Ting Jahe ini semakin luas bukan hanya tingkat kecamatan namun dapat meluas ke tingkat daerah, serta diharapkan dapat mempermudah pemilik usaha sendiri untuk dapat mempromosikan produk lebih mudah dan cepat.

Metode Pelaksanaan

Dalam memecahkan masalah dan merealisasikan ide-ide yang telah direncanakan di Desa Tri Rahayu khususnya pada usaha mandiri Ting – Ting Jahe Ibu Khodijah.

- A. Pemasaran produk usaha mandiri Ting – Ting Jahe Ibu Khodijah Tak dapat dipungkiri bahwa media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan aplikasi *messenger* seperti *line*, *BBM*, *whatsapp* dan sebagainya bukanlah hal yang tabu di kalangan masyarakat. 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 Ting – Ting Jahe Ibu Khodijah ke media sosial seperti *website*, *Instagram*, *facebook*, membuat pemasaran produk Ting – Ting Jahe ini semakin luas bukan hanya tingkat kecamatan namun dapat meluas ke tingkat daerah Lainnya. Tahap yang telah dilakukan pada pengembangan bisnis ini adalah :

- Membuat Media Sosial *Facebook*



Gambar 14 Halaman Facebook Ting – Ting Jahe Ibu Khodijah

➤ Membuat Media Instagram



Gambar 15 Akun Instagram Ting – Ting Jahe Ibu Khodijah

➤ Website Ting - Ting Jahe Ibu Khodijah



Gambar 16 Halaman Website Ting – Ting Jahe Ibu Khodijah

4.1.8 Perencanaan Anggaran Dan Harga Pokok Penjualan (Mayda Sari)

Berikut tabel 3. Perencanaan anggaran 1 bulan

N0	BAHAN TING- TING JAHE	UNIT	SATUAN	HARGA PER-UNIT	TOTAL HARGA
1	Jahe	15	KG	Rp 10.000	Rp 150.000
2	kelapa parut	10	KG	Rp 7.000	Rp 70.000
3	gula pasir	30	KG	Rp 14.000	Rp 420.000
4	Mentega	1	BUNGKUS	Rp 5.000	Rp 5.000
6	tepung ketan	1	KG	Rp 12.000	Rp 12.000
7	tepung maizena	1	KG	Rp 12.000	Rp 12.000
8	Garam	1	BUNGKUS	Rp 1.000	Rp 1.000
TOTAL BIAYA BAHAN BAKU					Rp 670.000

Tabel 4. Biaya peralatan

NAMA PERALATAN	JUMLAH	SATUAN	HARGA PERALATAN	TOTAL HARGA
---------------------------	---------------	---------------	----------------------------	------------------------

tungku	1	Buah	Rp 35.000	Rp 35.000
Wajan	1	Buah	Rp 90.000	Rp 90.000
pengaduk kayu	1	Buah	Rp 15.000	Rp 15.000
Parut	1	Buah	Rp 10.000	Rp 10.000
Gunting	1	Buah	Rp 10.000	Rp 10.000
Pisau	1	Buah	-	-
Baskom	1	Buah	Rp 15.000	Rp 15.000
Alat pemipih	1	Buah	Rp 50.000	Rp 50.000
TOTAL BIAYA TETAP				Rp 225.000

Tabel 5. Biaya bahan penolong

MATERIAL	UNIT	SATUAN	HARGA PER- UNIT	TOTAL HARGA
Plastik	10	PCS	Rp 8.000	Rp 80.000
kertas minyak	10	LEMBAR	Rp 2.000	Rp 20.000
stiker/label	10	LEMBAR	Rp 14.000	Rp 140.000
JUMLAH BIAYA BAHAN PENOLONG				Rp 240.000

Tabel 6. biaya overhead pabrik

MATERIAL	UNIT	SATUAN	HARGA PER-UNIT	TOTAL HARGA
Transportasi	-	-	-	Rp 50.000
JUMLAH BIAYA OVERHEAD PABRIK				Rp 50.000

3.6.3 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

A. 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 waktu tertentu . harga pokok produksi akan sama dengan biaya produksi apabila tidak ada persediaan produk dalam awal dan akhir (bastian butami dkk,2010)

B. 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.

Usaha mandiri ting-ting jahe dalaam sebuulan memproduksi Ting –Ting jahe15 kg jahe. Berikut perhitungan harga jual ting-ting jahe :

Biaya operasional :

- biaya bahan baku : Rp 670.000
- biaya baahan penolong : Rp 240.000
- biaya overhead pabrik _____ : Rp 50.000

Jumlah biaya operasional : Rp 960.000

Harga pokok produksi :

Ting-ting jahe dalam 1 bln memproduksi 15 kg jahe akan menghasilkan 100 bungkus dengan berat ½ kg per bungkus :

$$\frac{\text{Rp } 960.000}{100\text{bks}} = \text{Rp.9.600} = \text{Rp } 10.000$$

-Laba (50% dari harga pokok produksi)

$$\text{Rp } 10.000 \times 50\% = \text{Rp } 5.000$$

Harga pokok penjualan:

-ting-ting jahe dengan berat ½ kg

$$\text{Rp } 10.000 + 5000 = \text{Rp } 15.000$$

Berdasarkan perhitungan di atas dapat di lihat rincian harga jual di bawah ini :

Berat	Harga pokok produksi	Laba	Harga pokok penjualan
-------	----------------------	------	-----------------------

1 bungkus ½ kg	Rp 10.000	50%	Rp15.000
----------------	-----------	-----	----------

Ketercapaian penerapan program dalam penyusunan laporan keuangan sederhana

Berdasarkan kegiatan usaha mandiri ting-ting jahe , dalam sebulan produksi jahe, pemilik usaha mandiri dapat mencapai 100 bungkus per ½ kg dalam sebulan produksi yang diperoleh pemilik usaha mandiri sebesar :

$$100 \times \text{Rp}15.000 = \text{Rp } 1.500.000$$

Berikut ini perhitungan laporan laba/rugi usaha mandiri Ting-Ting jahe :

TABEL 7. PERHITUNGAN LABA/RUGI

PENJUALAN		Rp 1.500.000
Biaya-Biaya:		
Jahe	Rp 150.000	
Kelapa	Rp 70.000	
Gula asir	Rp 420.000	
Mentega	Rp 5.000	
Tepung ketan	Rp 12.000	
Tepung maizena	Rp 12.000	

Garam	Rp 1.000	
Plastik	Rp 80.000	
Kertas minyak	Rp 20.000	
Stiker/label	Rp 240.000	
Transportasi	Rp 50.000	
Total Biaya		<u>Rp 960.000</u>
	Laba Bersih	<u>Rp 540.000</u>

3.1.8 Seminar Technopreneurship

Seminar technopreneurship ini dilaksanakan pada hari sabtu 25 Agustus 2018 di Aula Balai desa Trirahayu bertujuan untuk menumbuhkan jiwa wirausaha masyarakat desa Trirahayu dan diharapkan dapat mengembagkan potensi desa melalui pembangunan bisnis melalui teknologi informasi. Yang mana mahasiswa PKPM IIB Darmajaya menghadirkan narasumber yang kompeten di bidangnya yaitu bapak Yoeyong Rahsel, S.Pd.,M.M untuk dapat memberikan motivasi dan berbagi pengalaman tentang bisnis sukses yang beliau jalani saat ini.

Gambar 3.1.8 seminar technopreneurship



Berbagai kegiatan telah terlaksana sesuai dengan tujuan dan program yang telah ditentukan, dan yang menjadi fokus utama dalam PKPM IIB Darmajaya adalah penerapan digital village/ digital marketing dalam upaya membantu masyarakat serta pemerintah sehingga hasil yang telah dicapai secara langsung adalah terbentuknya sebuah sistem informasi berbasis internet untuk membantu masyarakat dalam pengenalan daerahnya dan berbagai fungsi lainnya.

4.2 EVALUASI

Didalam pelaksanaan Program Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yang dilakukan selama 1 bulan di desa Trirahayu, Kecamatan Negeri Katon Kab.Pesawaran banyak terdapat kegiatan yang terlaksana sesuai dengan rencana yang telah dipersiapkan. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa ada beberapa kegiatan yang tidak bisa terlaksana . adapun program yang telah direncanakan tetapi tidak dapat terlaksana selama kegiatan pengabdian masyarakat di desa Trirahayu adalah program pembuatan inovasi produk baru yaitu kerupuk daun jahe, inovasi kemasan dan desain produk rengginang, desain merk pupuk kompos organik serta program senam sore.

Meskipun terdapat program yang tidak terlaksana sesuai dengan perencanaan yang dibuat secara matang, bukan berarti pelaksanaan kegiatan PKPM dapat diartikan mengalami kegagalan. Karena hal tersebut bisa saja terjadi akibat penyesuaian situasi dan kondisi yang memungkinkan atau tidak. Dibalik adanya kegiatan yang tidak terlaksana, terdapat kegiatan yang terjadi diluar perencanaan. Kegiatan tersebut adalah seminar technopreneurship yang bertema “cara membangun bisnis dengan menggunakan teknologi informasi untuk generasi yang mandiri”, yang mana seminar tersebut adalah kegiatan yang dibutuhkan oleh masyarakat yang memiliki bisnis dan yang tertarik terhadap wirausaha, dan membutuhkan informasi dan motivasi dari seseorang yang telah memiliki pengalaman di bidang bisnis. Selain itu program yang diluar rencana dan terlaksana yaitu partisipasi peserta PKPM IIB Darmajaya dalam rangka lomba desa tingkat kabupaten dan HUT RI Ke-73 di desa Trirahayu.

