

(HOME INDUSTRI TEMPE DI ERA PANDEMI COVID 19 KELURAHAN GUNUNG
SULAH KECAMATAN WAY HALIM BANDAR LAMPUNG, LAMPUNG)

PRAKTEK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT (PKPM)



Disusun Oleh :

MUHAMMAD IQBAL (1612110148)

INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG
TAHUN 2021

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN

PRAKTEK KERJA PENGABDIAN MASYARAKAT (PKPM)

(Home Industri Tempe Di Era Pandemi Covid 19 Kelurahan Gunung sulah
Kecamatan Way Halim Bandar Lampung, Lampung)

Oleh:

Muhammad Iqbal (1612110148)

Telah memenuhi syarat untuk diterima

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Pembimbing Lapangan



Suwandi, SE.,M.M



Mujiono

Ketua Program Studi



Dr. Anggalia Wibasuri, S.Kom., MM

NIK. 11310809

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL	iv
KATA PENGANTAR.....	v
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan manfaat	5
1.4 Mitra yang terlibat	6
BAB II PELAKSANAAN PROGRAM	
2.1 Program-program yang dilaksanakan	7
2.1.1 Rencana kegiatan	27
2.1.2 Hasil kegiatan dan dokumentasi	29
2.1.3 Dampak kegiatan.....	33
BAB III PENUTUP	
3.1 Kesimpulan.....	34
3.2 Saran	35
3.3 Rekomendasi	36
LAMPIRAN	
A. Denah Desa	37
B. From Observasi	37
C. Hasil Observasi	38
D. Pemasangan Poster Covid	39
DAFTAR PUSTAKA	41

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Laporan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat ini yang berjudul :
(Home industri Tempe Di Era Pandemi Covid 19 Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Bandar Lampung)

Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan kepada saya adari awal kegiatan sampai selesai
2. Bapak dan Ibu beserta keluarga besar yang telah memberikan semangat, do'a dan motivasi kepada saya.
3. Bapak Ir. Firmansyah YA,M.B.A.,M.Sc, selaku Rektor IIB Darmajaya
4. Bapak Suwandi,S.E,M.M selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) yang telah memberikan bimbingan, petunjuk serta saran-saran yang sangat berharga dalam kegiatan PKPM sampai penulisan laporan PKPM
5. Dr.Anggalia Wibasuri S.Kom,M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen IIB Darmajaya.
6. Bapak Sukemi, selaku RT Gunung Sulah beserta jajarannya
7. Bapak Sukemi selaku Ketua Home Industri Tempe serta bapak-bapak anggota kelompok Home Industri Tempe.
8. Segenap Masyarakat Gunung Sulah yang senantiasa mendukung setiap agenda kegiatan yang saya lakukan.

Saya menyadari, meskipun seluruh kemampuan telah dicurahkan untuk menyempurnakan baik isi maupun materinya, tetapi tentunya terdapat kekurangan-kekurangan. Hal ini disebabkan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, namun kami mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun kepada laporan ini dan dapat disempurnakan di masa-masa yang akan datang.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pelaksanaan PKPM

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 berkaitan dengan salah satu syarat kelulusan untuk program S1 di Kampus IIB Darmajaya, pihak kampus mewajibkan seluruh mahasiswanya untuk melaksanakan Mata Kuliah Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM). Pada salah satu kampus yang telah ditentukan, dimana proses secara teori yang telah diserap di Kampus senantiasa dapat diterapkan di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Bandar Lampung. Aspek yang mendapat sorotan penulis yaitu aspek manajemen pemasaran, produksi, SDM, dan keuangan. Hal ini dinilai perlu karena begitu banyak potensi yang terdapat di Kelurahan Gunung Sulah dari mulai Perindustrian Home Industri dan Industri-Industri kecil menengah masyarakat dan lain-lain.

Home industri adalah perusahaan dalam skala kecil biasanya perusahaan ini hanya menggunakan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi administrasi dan pemasaran sekaligus secara bersamaan. Bila dilihat dari modal usaha dan jumlah tenaga kerja yang diserap tentu lebih sedikit daripada perusahaan-perusahaan besar. Pada umumnya penulis menyimpulkan bahwa potensi (Home Industri Tempe) ini dapat dikenal keluar daerah Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Bandar Lampung, Lampung dan diketahui banyak orang serta pengusaha-pengusaha secara tidak langsung dapat berdampak positif dan dapat memajukan potensi daerah tersebut. Selain dari itu Usaha Tempe secara ideal konsep dari Home Industri yang terdapat di Kelurahan Gunung Sulah yaitu Usaha Tempe diharapkan selain dari mata pencaharian juga merupakan penambahan pendapatan masyarakat yang otomatis meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Aspek yang mendapat sorotan penulis yaitu aspek manajemen pemasaran produksi SDM dan keuangan. Aspek yang strategis pemasaran karena merupakan jantung dari perusahaan Home industry Tempe sampai saat ini masih mengalami penurunan penjualan dan pendapatan di masa pandemi covid 19 ini tetapi sebelum pada masa pandemi covid 19 Home Industri Tempe masih aktif dalam melakukan produksi dilihat dari segi usaha kecil menengah Tempe dari bahan baku kedelai yang di minati oleh masyarakat.

Namun demikian di era covid pemasaran produk ini masih terkendala begitu banyaknya masyarakat yang berminat untuk membeli Tempe dengan desain minimalis yang terkini tetapi Penjualan Home Industri Tempe mempunyai beberapa kendala yaitu tentang mahal nya bahan baku Kedelai pemasaran produk, karena di daerah ini dalam memproduksi tempe harus menunggu Panen nya Kedelai dari Petani sekitar tersebut dan dalam pemasarannya masih berbasis tradisional atau manual Kelurahan Gunung Sulah ini yang masyarakatnya memproduksi Tempe masih dikerjakan secara individu. Sedangkan target pemasaran hanya melalui mulut ke mulut dalam pemasaran usaha tersebut dan produksi Tempe belum disesuaikan dengan

jumlah bahan baku dari komposisi kilogram Kedelai Hal ini mengakibatkan belum maksimalnya pemasaran Bertolak hal diatas maka penulis akan berencana mendesain model pemasaran berbasis online Lebih detail lagi model yang didesain terkait era covid 19 Ini.

Penulis mencoba untuk membentuk perancangan *E-Commerce*(facebook) *bedasarkan latar belakang permasalahan di atas* dengan kelompok usaha agar produk yang di jual bukan hanya Produk dari salah satu dari perorangan namun menjadi produk dari masyarakat Kelurahan Gunung Sulahserta melihat kurang maksimalnya pemasaran Tempe tersebut, maka mekanisme yang perlu dilakukan adalah melakukan inovasi dan membuat perancangan *E-Commerce* untuk pemasaran Tempe yang dirasa mampu mengatasi permasalahan permasalahan yang terjadi dalam pemasaran Tempe.

E-Commerce ini di harapkan mampu meningkatkan kualitas penjualan dan penambahan pemasukan bagi pemilik home industritersebut demikian juga pemasukan usaha Tempe di Gunug Sulah dengan demikian hal itu menjadi tantangan bagi penulis untuk mengabdikan diri kepada masyarakat dan dapat memperoleh pengalaman dan ilmu dari berbagai perbedaan dan persamaan antara teori dan praktek. Berdasarkan analisa di atas tersebut penulis membuat Laporan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini dengan judul (Home Industri TempeDi Era Pandemi Covid 19 kelurahan Gunung SulahKecamatan Way Halim Bandar Lampung)

1.2 Rumusan masalah:

Berdasarkan latar belakang di atas, saya merumuskan permasalahan yang ada dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana tingkat kemahalan bahan baku Kedelai dan menentukan Harga Pokok Penjualan (HPP) serta membuat laporan laba/rugi
2. Bagaimana pemasaran produk dengan menggunakan metode marketing berbasis online / *E-Commerce* dalam pemasaran Tempe tersebut
3. Apakah model pemasaran masih tradisional (dari mulut ke mulut dan sudah disesuaikan dengankomposisi kilogram Kedelai sebagai bahan baku Tempe) kelurahan gunung sulah merupakan kelurahan yang berkembang

Penduduknya yang mayoritas Usaha Tempe, Tahu dan Oncom menjadi salah satu faktor yang menyebabkan sulitnya usaha home industri untuk tumbuh dan berkembang. Minimnya pengetahuan tentang berwirausaha, serta pendidikan yang minim turut mempengaruhi lambatnya perkembangan ekonomi di Kelurahan Gunung Sulah.

Adapun masalah yang dapat diidentifikasi:

- a. Kurang adanya inovasi dalam pengolahan produksi Tempe.
- b. Kurangnya pemahaman pemilik usaha Tempe tentang Media marketing untuk mempromosikan produknya.
- c. Kurangnya pemahaman pemilik usaha Tempe tentang perhitungan HPP dan Laba/Rugi.
- d. Kurangnya kemampuan penguasaan teknologi dalam memasarkan produknya.
- e. Para pemilik usaha Tempe di Kelurahan Gunung Sulah masih dilakukan secara perorangan.

Kerangka pemecahan masalah:

Berdasarkan identifikasi langkah awal yang harus dilakukan:

1. Mengembangkan Usaha Home Industri yang sudah ada di Kelurahan Gunung Sulah, karena berdasarkan hasil survey yang dilakukan sebelumnya, Kelurahan Gunung Sulah sudah terdapat Home Industri. Home Industri di Kelurahan Gunung Sulah sudah cukup berkembang dengan baik namun belum memiliki inovasi. Inovasi yang kami berikan adalah bagaimana berinovasi dalam perubahan kemasan dan bentuk dari Tempe agar menjadi sebuah hasil karya.
2. Melakukan pelatihan perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) dan perhitungan laba rugi kepada pemilik Home Industri Tempe. Diharapkan dengan adanya sistem pembukuan sederhana ini, sekecil apapun laba yang diperoleh akan tetap terlihat dan dapat digunakan untuk perputaran modal.
3. Melakukan Pembuatan Media Marketing untuk produk yang sudah dihasilkan. Media marketing berguna untuk memasarkan produk yang sudah diciptakan kepada masyarakat tidak hanya masyarakat di Kelurahan Gunung Sulah namun masyarakat yang berada di luar

Kelurahan Gunung Sulah Media marketing yang akan dibuat adalah secara online yaitu melalui *Instagram, Facebook* dan *Whatsapp Business*.

4. Pembuatan social media facebook, Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada Home Industri Tempe Kelurahan Gunung Sulah belum memiliki sosial media yang berguna untuk mempromosikan potensi-potensi Home Industri, setelah melakukan pembuatan facebook kegiatan yang akan dilakukan selanjutnya adalah melakukan pengenalan dan pemrosesan Sosial Media kepada pemilik Home Industri Home Industri.
5. Membentuk Kelompok Usaha Home Industri Tempe yang mampu menjadi wadah bagi pemilik-pemilik usaha Tempe di Kelurahan Gunung Sulah agar dapat memaksimalkan dan memperkenalkan produk usaha secara luas.

1.3 Tujuan Pelaksanaan program:

Tujuan dari pembuatan program ini adalah sebagai berikut

1. Untuk mendesain tingkat bahan baku Kedelai dan menentukan harga pokok penjualan (hpp) serta membuat laporan laba/rugi
2. Untuk menyusun program pemasaran produk dengan menggunakan metode marketing berbasis *online /e-commers* dalam pemasaran Tempe tersebut
3. Untuk pengenalan melalui sosialisasi model pemasaran masih tradisional dari mulut ke mulut dan sudah disesuaikan dengan komposisi kilogram Kedelai sebagai bahan tempe

Manfaat Pelaksanaan Program:

Manfaat dari pembuatan program ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan home industri Tempe di Kelurahan Gunung Sulah dapat berkembang dengan pesat dan akan muncul uasaha home industri baru lain yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Kelurahan Gunung Sulah.

2. Diharapkan produk yang dihasilkan menjadi suatu ciri khas yang dimiliki Kelurahan Gunung Sulah dan konsumen mengenali produk yang akan dipasarkan.
3. Diharapkan laporan keuangan home industri Tempe tercatat dengan jelas.
4. Diharapkan dapat membantu dalam memasarkan produk sehingga produk Tempe bisa tersebar di berbagai wilayah.
5. Diharapkan pemilik home industri Tempe di Kelurahan Gunung Sulah dapat mengelola sosial media pada home industri dan nantinya di linkkan ke facebook Kelurahan ini sebagai media komunikasi dan informasi dengan masyarakat luas.

1.4 Mitra Yang Terlibat:

Mitra yang terlibat dalam program kegiatan ini, yaitu:

1. Ditujukan pada Pemilik Home Industri Tempe yang ada di Kelurahan Gunung Sulah. Alasan dipilihnya objek ini adalah karena Pemilik (Home Industri) Tempe merupakan Home Industri yang sudah ada namun masih memerlukan inovasi pada hasil produksi, kemasan serta pemasaran produk.

Ditunjukkan kepada mitra pengguna Home Industri Tempe yang ada di Kelurahan Gunung Sulah di karenakan objek ini merupakan objek yang penting untuk bertujuan membeli produk yang dipasarkan di sosial media facebook.

BAB II PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program-program yang dilaksanakan.

Tabel 2.1 Pembuatan Strategi untuk Pemasaran Tempe.

Rencana Kegiatan	Tujuan Kegiatan	Penyelesaian	Keterangan
Membuatkan strategi pemasaran yang sesuai untuk home industri Kelurahan Terutama untuk Tempe	Agar meningkatkan pendapatan penjualan pada produk serta mengukur minat konsumen terhadap Tempe	7 Hari	Terlaksana

Strategi Pemasaran adalah upaya memasarkan sebuah produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi meningkat dan dapat dikenal dipasaran. Karena Manajemen operasional bisa juga diartikan sebagai pengelolaan (perencanaan pengorganisasian pengarahan pengoordinasian dan pengendalian) semua kegiatan yang berhubungan dengan barang dan jasa secara langsung. Strategi pemasaran menurut, Kotler dan Amstrong, Menurut (Kotler and Amstrong, 2012, p.72) pengertian Strategi Pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen.

Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran, perusahaan mengkombinasikan empat variabel yang sangat mendukung didalam menentukan strategi pemasaran kombinasi keempat variabel di kenal dengan istilah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk (*product*) harga (*price*) distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*).

- a. Product, Setiap home industri harus bisa menentukan produk yang dapat menjadi andalan dan bagaimana cara bagaimana mengembangkan produk andalannya tersebut Misalnya menambah disign produk, warna produk Hal yang paling penting dan harus dijaga adalah kualitas dari produk andalan dan inovasi produk Seperti produk Tempe yang berada di Kelurahan Gunung Sulah ini yang di buat oleh kelompok usaha dan Mahasiswa PKPM home industri Tempe merupakan home industri yang cukup berhasil di Kelurahan Gunngg Sulah karena hasil produksinya banyak diminati banyak orang sehingga konsumennya mencapai keluar Bandar Lampung.
- b. Price Penentuan produk sangat menentukan dalam kesuksesan proses penjualan penetapan harga sangat berpengaruh terhadap penjualan maupun pemasaran produk yang ditawarkan Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa Untuk harga di Tempe ini dijual dari harga Rp.2000 Per setiap produk untuk Tempe variasi.
- c. Place Dalam strategi pemasaran, adanya pemilihan tempat atau lokasi usaha yang strategis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha Home industri Tempe yang dikelola oleh home industri dan Mahasiswa PKPM ini bertempat di Kelurahan Gunung Sulah Kec Way Halim Bandar lampung, Lampung.
- d. Promotion Kegiatan promosi bisnis merupakan bagian dari strategi pemasaran yang sangat dibutuhkan sebuah usaha baik usaha kecil maupun usaha yang sudah berkembang besar Promosi sering digunakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan permintaan atau penjualan barang dan jasa yang ditawarkan sehingga meningkatkan laba yang diperoleh Untuk pemasaran Tempe ini kita memanfaatkan media sosial seperti *WhatsApp*, *facebook* yang saat ini masih ramai digunakan oleh masyarakat dan bisa untuk media promosi suatu produk atau jasa.

Berikut Hasil Pemanfaat Media Sosial instagram dalam mempromosikan Tempe di Kelurahan Gunung Sulah.

Gambar 2.1 fsosial media facebook



Gambar Strategi Pemasaran Tempe variasi melalui media facebook

Strategi diffrensiasi produk

Differensiasi produk adalah cara perusahaan atau produsen memenangkan persaingan atas pemasaran produknya dengan cara membuatnya berbeda perbedaan produk Tempe Kelurahan Gunung Sulah dengan Tempe lainnya ini karena produk Tempe ini sangat bervariasi dari segi rasa konsumen bisa memilih dengan produk sejenis dari pesaing dengan memberikan model dan design dari produknya Menurut *Kotler* (2009:385) differensiasi produk dapat didefinisikan sebagai tindakan untuk menetapkan kumpulan perbedaan perbedaan yang mempunyai nilai guna membedakan penawaran produsen dari pesaingnya.

Dari pernyataan ini dapat diambil kesimpulan bahwa ada 2 hal yang harus menjadi fokus perhatian dalam differensiasi produk yaitu:

- a. Model dari Tempe menjadi komponen penting dari pembuatan Tempe karena menjadi salah satu daya tarik konsumen.

- b. Nilai tambah yang ada di Tempe ini yaitu bentuknya yang unik misalnya Tempe variasi

Dalam diferensiasi ini produsen menetapkan perbedaan produknya berdasarkan fisik, ada beberapa unsur dalam melakukan diferensiasi produk yaitu home industri Tempe ini mempunyai harga yang terjangkau dan kualitas yang bagus serta dapat membuat konsumen tertarik dengan hasil produk yang di produksi oleh home industri Tempe ini.

Metode Model Bisnis (Tempe variasi) dalam Home industri Tempe

Tabel 2.1.1 Rencana Kegiatan

Rencana kegiatan	Tujuan kegiatan	Penyelesaian	Keterangan
Membuat model bisnis lebih modern, guna menarik konsumen untuk tertarik dengan hasil produk.	Agar lebih memperluas pemasaran dan menarik peminat Tempe Kelurahan Gunung Sulah	3 hari	Terlaksana

Model bisnis Tempe pada dasarnya digunakan untuk merintis sebuah bisnis baru, ditujukan agar usaha atau bisnis yang akan dijalankan dapat sesuai dengan keinginan pemilik usaha baik dari segi pemasaran, jumlah produksi biaya yang digunakan baik dari biaya bahan baku maupun biaya bahan mentah dan biaya petani Tempe maupun pendapatan yang dihasilkan dari usaha atau bisnis yang dijalankan Home industri Tempe merupakan salah satu Tempe yang dikembangkan di Kelurahan Gunung Sulah bahkan Tempe Kelurahan Gunung Sulah kami jadikan sebuah peluang usaha oleh home industri di Kelurahan Gunung Sulah.

Home industri Gunung Sulah adalah salah satu UMKM yang baru dibentuk karena sebelumnya masih dikerjakan secara perorangan di karnakan bahan baku yang cukup Mahalkarena mahalnnya harga Kedelai tetapi sebagian pengrajin masih ada yang bisa produksi Tempe karena para pengrajin ada

beberapa saja yang sudah tidak aktif lagi oleh karna itu dibentuklah suatu organisasi di Kelurahan Gunung Sulah khususnya untuk para penggiat usaha home industri Gunung Sulah agar dapat bekerja sama dengan semua penggiat Tempe di Kelurahan Gunung Sulah ini dengan inovasi yang telah di lakukan.

Tabel 2.3 Model Bisnis Tempe variasi Pada Home Industri Tempe

Key partner	Key Activities	Value proposition	Customer Relationships	Customer Segment	Key Resources	Channels	Cost Structure
Toko Warung	Produksi Packing Dan penjualan produk berup a pesan an	Melayani Produk melalui pesanan memaksimalkan waktu produksi menjaga kualitas produk hargaditan gan konsumen penegema san yang steril dan higienis	Melayani Konsumen dengan cara yang baik dan sopan dengan proses pelayanan yang cepat dengan tidakmen gecewakan	Semua Semu a kalanga n remaja yang dewasa IRT/Pe kerja	Produksi Kayu beras dan alat sederhana	Me ngg una kan med ia sosi al wha tsaa p face boo k sert a cont ak pers on yang dap	Produksi bahan baku tempe. Pengelolaan packing serta penjualan keuntungan

						at dihu bun gi reve nue stre am den gan peju alan tem pe baik lang sun g mau pun ditit ipka n ke war ung atau toko	
--	--	--	--	--	--	--	--

Model Bisnis Tempekita yang digunakan pada Home industri Tempe di Kelurahan Gunung sulah seperti yang telah dijabarkan pada bagan diatas, berikut uraian model bisnis Gunung Sulah yang digunakan:

1. Customer Segment: Segmen dari produk ini adalah semua kalangan baik untuk remaja, ibu rumah tangga dan pekerja. Hal ini menunjukkan bahwa produk home industri Gunung Sulah dapat dikonsumsi untuk segala usia.
2. Value Proposition: home industri Gunung Sulah lebih berfokus pada proses pelayanan serta memberikan produk yang berkualitas untuk konsumen dengan waktu yang tepat sehingga konsumen puas akan pelayanan yang diberikan oleh Home industri tempe.
3. Channels: Dalam home industri Tempe juga memanfaatkan teknologi yang mudah digunakan oleh para pengurus dari home industri Tempe yaitu dengan menggunakan Media Sosial seperti, Facebook, WhatsApp dan dengan menggunakan nomor telepon sebagai penghubungan antar konsumen dengan produsen home industri Tempe.
4. Customer Relationship: Customer Relationship yang dibangun dalam Home Industri Tempe adalah dengan memberikan tanggapan yang cepat terhadap pemesanan konsumen baik secara langsung maupun melalui Media Sosial yang digunakan, hal ini bertujuan agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan ketika ingin bertanya maupun ketika ingin membeli Tempe.
5. Revenue Streams: Pendapatan yang dihasilkan semata mata berdasarkan penjualan home industri Tempe selama masa aktif produksi, hal ini dapat dipastikan karena pendapatan utama dari Home industri Tempe telah dipasarkan baik dalam lingkungan Kelurahan maupun diluar Kelurahan.
6. Key Resource: Kunci inti dalam proses produksi dari Home industri Tempe pada dasarnya memiliki kebutuhan seperti proses Pengelolaan beras pada umumnya.
7. Key Partners: Partner dalam proses produksi dari home industri Tempe antara lain adalah para penggiat Tempe, yang mana merupakan partner utama dalam pembuatan produk Tempekita.

8. Key Activities: Kegiatan inti dari home industri Tempe adalah melakukan penjualan Tempe kepada para konsumen yang telah mengetahui keberadaan dari home industri Tempe, selain itu dengan pengembangan kemasan yang menambah minat konsumen dalam pembelian menjadi kegiatan untuk menginovasikan kemasan serta merk dari home industri Tempe sendiri, home industri Tempe juga melayani pemesanan dalam jumlah besar sesuai dengan keinginan konsumen.
9. Cost Structure: Biaya yang dikeluarkan selama proses produksi Tempe selain Kemasan yang digunakan adalah biaya untuk bahan baku kemasan.

Masalah dan solusi pada model bisnis Tempe

a. Masalah

Seperti yang telah dijabarkan di atas, dapat disimpulkan bahwa masalah inti pada Tempe untuk home industri Tempe adalah pada Channels atau media yang digunakan untuk mempermudah baik konsumen maupun pengurus dari home industri Tempe dalam proses promosi dan penjualan secara luas dengan menggunakan media sosial, namun pada kenyataannya dilapangan adalah banyak dari pengurus yang kurang mengerti dalam mengoperasikan media sosial dengan baik sehingga tidak banyak dari pengurus yang dapat mengelola akun media sosial walau pada sebenarnya hanya Admin yang merupakan perwakilan dari pengurus home industri Tempe yang dapat mengelola akun media sosial guna mempermudah hubungan antar konsumen dengan produsen.

b. Solusi

Dikarenakan banyaknya dari para pengurus yang belum dapat mengoperasikan media sosial dengan baik, penulis membantu dengan membuat akun media sosial facebook yang dapat digunakan dengan baik oleh para pengurus baik admin yang dipercaya maupun beberapa pengurus lainnya, setelah dibuatkan akun media sosial kami memberikan Username serta password dari akun media sosial yang telah dibuatkan agar dapat digunakan sebagai sarana promosi produk home industri Tempe secara luas sehingga dapat meningkatkan penjualan dari home industri Tempe secara

berkala, dan mendapatkan masukan serta kritik dari para konsumen sehingga home industri Tempe dapat berkembang menjadi home industri yang lebih baik lagi serta memiliki produk yang berkualitas dan terpercaya dimata konsumen Dalam model bisnis Tempe diatas dapat dilihat bahwa home industri Tempe memiliki tujuan agar pengurus dari home industri Tempe dapat mengetahui dengan jelas aktifitas serta biaya yang diperlukan dalam menjalankan usaha home industri Tempe ini, selain itu agar dapat memperluas jangkauan produksi serta meningkatkan kualitas produk pada home industri Tempe.

Diharapkan dengan adanya model bisnis Tempe ini home industri Tempe dapat berjalan secara terstruktur serta sesuai dengan harapan dari pengurus home industri Tempe Setelah dilakukan penerapan model bisnis berbasis sosial setelah dilakukan penerapan model bisnis berbasis sosial media untuk home industri Tempe Gunung Sulah Pengurus menunjukkan hasil survei bahwa mampu meningkatkan kualitas serta kuantitas dalam menjalankan pemasaran dengan sosial media usaha Home industri Tempe di Kelurahan Gunung Sulah.

Tabel 2.4 membuat inovasi desain logo pada home industri Tempe.

Rencana kegiatan	Tujuan kegiatan	Penyelesaian	Keterangan
Membuat Logo untuk Home Industri Tempe.	Agar masyarakat luas lebih mengenal Produk dan meningkatkan daya tarik konsumen dengan konsep Konten yang menarik untuk mengembangkan Produk Tempe.	3 hari	Terlaksana

Metode pelaksanaan

1. Desain Logo Produk

Logo merupakan suatu gambar atau sekedar seketsa yang memiliki arti tertentu yang mewakili arti sebuah produk. Logo harus memiliki filosofi dan kerangka dasar berupa konsep dengan tujuan melahirkan sifat yang berdiri sendiri atau mandiri logo lebih lazim dikenal oleh penglihatan atau visual. Seperti ciri khas berupa warna dan bentuk logo tersebut.

Pembuatan Desain Logo pada home industri Tempe adalah faktor penting dalam kegiatan pemasaran, yang bertujuan untuk menawarkan dan memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh produsen dan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen dengan bertujuan untuk mengembangkan produk Tempe itu sendiri *Desain Logo* juga dipandang dapat menaikkan gengsi atau status seorang pembeli. Dalam pembuatan *Desain Logo* pun harus memperhatikan hal-hal, seperti: sederhana dan ringkas, mengandung keaslian, mudah dibaca atau diucapkan, mudah diingat, tidak sulit digambarkan, dan tidak mengandung konotasi yang negative Dengan adanya desain Logo produk juga bisa dijadikan sebagai sarana untuk alat promosi dan dengan hanya melihat nama dari logo produk kita sudah bisa mengetahui asal dari produk tersebut. Desain Logo Produk yang baik juga dapat menarik konsumen untuk membeli sebuah produk dari home industri Tempe itu sendiri Dengan diberikan Inovasi Desain Logo pada Produk Tempe harapannya agar hasil penjualan dapat lebih meningkat dari sebelumnya.

Gambar 2.2 Logo Tempe.



Hal yang harus diperhatikan dalam membuat logo

a. Warna

Pemilihan warna yang tepat menjadi salah satu hal yang begitu krusial saat anda membuat logo. Sebab jika warna yang anda pilih adalah warna yang salah, maka bisa jadi pesan serta emosi yang ingin anda sampaikan kepada masyarakat menjadi rancu dan kacau. Warna yang dipilih untuk logo sebaiknya warna yang mudah diingat dan sederhana. Pemilihan warna yang sederhana juga bisa menghemat biaya produksi anda dalam pembuatan logo.

b. Bentuk

Yang harus diperhatikan bentuk logo yang ingin didesain. Sebab setiap bentuk logo baik lurus, bundar, siku, dan lain sebagainya bisa mempunyai arti tersendiri.

c. Selera

Saat anda menentukan pembuatan logo, anda juga harus mengingat selera setiap orang adalah berbeda dan sangat subjektif. Selain itu, anda juga harus memperhatikan keseimbangan dengan mencari tahu atau menemukan seberapa baik logo yang telah dibuat. Anda bisa mencoba dengan memutar atau membolak-balikkan logo tersebut untuk menemukan kemungkinan lain yang bisa menjadikan logo lebih berkembang.

d. Opini

Di dalam pembuatan sebuah logo, maka tidak ada yang salah untuk menanyakan kritik, pandangan, serta masukan dari orang lain. Karena dengan hal tersebut, kita bisa lebih mengembangkan kreativitas serta bisa memenuhi selera pemesan Logo itu dapat diibaratkan sebagai wajah Setiap orang dapat dengan mudah mengenali satu sama lain hanya dengan cara melihat wajah mereka Begitu pula dengan logo-Logo menjadi visi penyampaian citra positif lewat tampilan sederhana yang hadir dalam bentuk symbol Karena fungsi dasar logo adalah sebagai identitas maka pembuatan logo harus unik dan mudah diingat.

Tabel 2.5 Perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) untuk Home industri Tempe

No.	Rencana kegiatan	Tujuan kegiatan	Penyelesaian	keterangan
1	Membuat perhitungan harga pokok produksi Tempe	Agar pemilik mengetahui besaran dana yang dikeluarkan dalam memproduksi Tempe	7 hari	Terlaksana
2.	Membuat perhitungan harga pokok produksi Tempe variasi	Agar pemilik mengetahui besaran dana yang dikeluarkan dalam memproduksi Tempe variasi	7 hari	Terlaksana

➤ 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.

➤ Komponen biaya harga pokok produksi

Biaya produksi terdiri dari dua yakni biaya komersial dan biaya manufaktur, biaya manufaktur adalah biaya pabrik yakni jumlah dari elemen-elemen biaya di antaranya Biaya bahan baku dari penjelasan di disamping biaya bahan baku disebut juga biaya utama Sedangkan biaya komersial adalah biaya yang timbul atau yang terjadi dikarenakan kegiatan diluar dari proses produksi seperti biaya pemasaran dan biaya administrasi umum.

Penjelasan mengenai biaya bahan baku:

a. Biaya bahan baku

Terjadi karena adanya pemakaian bahan baku. Biaya bahan baku merupakan harga pokok bahan baku yang dipakai dalam produksi untuk membuat barang atau produk, biasanya 100% bahan baku merupakan masuk dalam produk yang telah jadi.

Tabel 2.6 Biaya Bahan Baku

No	Bahan baku	Harga bahan baku	Harga bahan baku perset
1	Kedelai	Rp. 8.000 x 1 Kg	8.000
2	Tempe variasi	Rp. 2 bungkus x 2.000	4000
Total biaya bahan baku			12.000

b. Analisis Biaya Bahan Baku:

Dari tabel di atas terdapat perhitungan bahan baku pada Home Industri Tempeyang menjadi bahan baku langsung dalam pembuatan Tempe variasi adalah Kedelai. Kayu tersebut digunakan untuk mengolah Kedelai menjadi Tempe. Di beli dalam jumlah ikatan dan harga 1 Kg Kedelai Rp. 8.000/Kg, sedangkan Tempe dihitung per bungkus dengan harga kisaran Rp. 1.000-2.000 dan Tempe per bungkus dengan kisaran Rp. 1.000-2.000 sehingga bahan baku terhitung Rp. 12.000,- / set Tempe dengan ukuran per bungkus.

Tabel 2.7 Perhitungan Biaya Penolong

No	Bahan baku	Perhitungan	Harga bahan baku/perset
1	Sticker	1 lembar x 10.000	10.000
2	Kemasan/plastic	1pcs (25 kemasan) x Rp. 62.500	62.500
Total biaya bahan baku penolong			72.500

Analisis Biaya Penolong:

Dari tabel di atas dapat diketahui terdapat biaya penolong sebesar Rp. 72.500

Total biaya operasional.

No	Jenis biaya operasional	Biaya
1	Biaya bahan baku	Rp.12.000
2	Biaya penolong	Rp.72.500
Total biaya operasional		Rp. 84.500

Tabel 2.8 Perhitungan Total Biaya Operasional

Jadi, untuk setiap pembuatan satu set Tempe variasi yang sudah jadi dan siap dikirim, harga pokok produksi yang dibutuhkan sebesar Rp. 84.500,-

Harga pokok produksi: Rp. 84.500

Tabel 2.9 Perhitungan Total Harga Penjualan

Jenis harga penjualan	Biaya (RP)
Tempe per kemasan.	Rp. 2.000
Total harga penjualan.	Rp. 2.000

Jadi, untuk setiap penjualan satu set Tempe yang sudah jadi dan siap dikirim sebesar 2.000,-

Tabel 1 2.9 Perhitungan laba rugi home industri Tempe.

Pendapatan		
Biaya-biaya		
Beras dan sagu 12.000		
Tempe 2.000		
Sticker	10.000	
Kemasan plastik	62.500	
Total biaya-biaya		Rp.84.500
Laba bersih		Rp. 235.500

Pembukuan sederhana seperti diatas diharapkan mampu menjadi dasar untuk mengetahui besaran pengeluaran dana dalam sekali produksi dan besaran laba yang dapat diterima dalam sekali produksi tersebut dan menjadi tolak ukur perkembangan Home industri Tempe.

Tabel 2.10 Pembuatan Editing Video untuk Produk Home Industri Tempe.

Rencana kegiatan	Tujuan kegiatan	Penyelesaian	Keterangan
Membuat Editing Video untuk Home industri Tempe	Membuat videoyang menarik dengan konsep yang menarik untukmengembangkanP roduk Tempe.	5 hari	Terlaksana

Editing Video

Video adalah suatu informasi yang ditampilkan dalam sebuah gambar bergerak sehingga lebih mudah untuk dapat dimengerti secara cepat dan memperlihatkan informasi Home industri .Video sendiri didasari oleh adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Sebab karena itu di jaman perkembangan teknologi informasi komunikasi yang begitu cepat ini sangat di perlukan suatu video profil Home industri untuk mempermudah dalam menyebarkan informasi dari suatu Home industri guna memperkenalkan produk yang dibuat kepada masyarakat luas.

3.5.2 Persiapan membuat Editing Video

Dalam proses pembuatan video ada beberapa hal yang harus dipersiapkan mulai dari media pengambilan gambar dan video dalam hal ini kamimenggunakan kamera Hp vivo y12 sebagai media pengambil gambar software editing video yaitu Adobe Premier 2020



gambar: Proses pembuatan Editing Video untuk Home industri Tempe.

3.5.3 Tujuan Pembuatan Video

Tujuan dari pembuatan video home industri ini sendiri adalah untuk memperkenalkan home industr iTempe kepada masyarakat di sosial media sasaran yang ingin dicapai yaitu para pengguna sosial media seperti di facebook, Whatsapp dan lain-lain

Tabel 2.11 Pembuatan facebookhome industri Tempe

Rencana	Tujuan	Penyelesaian	Keterangan
Kegiatan Membuat sosial media facebook home industri Tempe variasi desa peninjauan	Untuk memudahkan pemasaran melalui teknologi yang tersedia	7 hari	Terlaksana

Facebook adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan aktivitas berjejaring lainnya. Facebook adalah layanan jejaring sosial berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat yang diluncurkan pada bulan Februari 2004. Per September 2012, perusahaan ini didirikan oleh Mark Zuckerberg yang saat ini menjadi CEO dari Facebook.

Facebook adalah aplikasi media sosial berbasis Android untuk smartphone, iOS untuk iPhone, BlackBerry, Windows Phone dan sekarang juga dapat dijalankan di komputer atau PC. Namun, ketika digunakan pada komputer, ini tidak sepenuhnya identik dengan ponsel Anda. Secara umum menggunakan Instagram untuk berbagi foto atau video. Prinsip ini cenderung berbeda dari aplikasi media sosial lainnya di mana penggunaan kata-kata atau status publik berada di garis depan. Seperti halnya aplikasi media sosial lainnya, Anda dapat menemukan banyak teman di Facebook menggunakan istilah +Add Friend.

Dengan begitu banyak pengikut akun Anda sudah memiliki banyak teman. Interaksi dapat dilakukan dengan suka atau komentar bersama ke posting atau teman Anda. Anda juga dapat menggunakan pesan atau pesan langsung (masanger) InstaStory yang paling populer saat ini adalah dalam bentuk berbagi kegiatan langsung atau video langsung. **Facebook juga bisa disebut dengan media sosial yang dicintai oleh banyak orang.** Penggunaannya sangat beragam, mulai dari anak-anak hingga orang tua dari siswa hingga pebisnis. Media sosial, yang berfokus pada platform foto dan video, menjadi semakin populer hingga dapat dibandingkan dengan Instagram dan Twitter.

Fungsi facebook:

1. Interaksi antara pengguna facebook

Ini tentunya merupakan fungsi utama dari setiap aplikasi media social. Sebelumnya dinyatakan bahwa interaksi spesifik Facebook dapat melalui berbagi foto atau video dan mengirim pesan (Masanger). Ada juga fitur perekaman langsung atau fitur Insta Story yang populer yang memungkinkan untuk berbagi kegiatan mereka melalui video langsung sambil berinteraksi dengan teman-teman yang menontonnya.

2. Rekomendasi tempat hiburan

Tidak dapat dipungkiri bahwa sebagian besar foto atau video yang dibagikan di Facebook memberikan informasi dan keindahan tujuan wisata. Semua orang menginginkan perjalanan liburan yang diambil dalam foto atau video dan kemudian dibagikan di Facebook. Bagi teman atau pengguna lain, ini tentu merupakan keuntungan karena mereka bisa mengenal keindahan tempat wisata, tanpa harus mencari di internet.

3. Mencari dan berbagi informasi atau ilmu pengetahuan

Tentu saja, di antara banyak pengguna Facebook, Anda akan menemukan akun non-pribadi / pribadi dengan informasi atau keahlian di bidang tertentu. Contohnya termasuk akun yang berbagi informasi kesehatan, informasi tujuan wisata, informasi yang jelas atau misterius, dan sebagainya. Menggunakan video juga dapat digunakan untuk berbagi tutorial, meskipun waktunya terbatas. Tentu saja ini bisa menjadi nilai positif dalam dirinya sendiri jika Anda menggunakan Instagram.

4. Sebagai sarana pemasaran

Pada saat ini, ada banyak pelaku bisnis atau penjual produk / layanan yang mulai menggunakan pemasaran online, Tidak hanya di situs web resmi. Anda dapat menggunakan media sosial. Dan dengan semakin populernya

Instagram, tentu saja menawarkan keuntungan tersendiri ketika produk atau layanan dipasarkan di sini, serta fitur penerbitan foto yang dapat dengan jelas menggambarkan produk yang Akan di tawarkan.

Tabel 2.12 Pengenalan penggunaan sosial media dan facebook kelompok usaha home industri Tempe.

Rencana kegiatan	Tujuan kegiatan	Penyelesaian	Keterangan
Pengenalan fungsi dan penggunaan facebook dan media sosial kepada administrator home industri Tempe.	Agar dapat menggunakan media sosial yang telah dibuat. Dan dapat membuat konten yang menarik sebagai bahan penunjang Produksi produk.	3 hari	Terlaksana

Dewasa ini banyak sekali media sosial bermunculan dengan berbagai fitur yang bisa di manfaatkan untuk sarana berpromosi Promosi bisa dilakukan melalui jejaring sosial yang mampu menghapus jarak dan waktu Oleh karena itu penggunaan media sosial seperti instagram, whatsapp, facebook, sebagai sarana promosi produk semakin gencar dilakukan Sudah selayaknya bagi para pengusaha untuk memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk menarik perhatian para konsumen.

Pengertian media sosial.

Media sosial adalah sebuah media online, pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki forum dan dunia virtual Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang di seluruh dunia Menurut Chris Garrett Media sosial adalah alat, jasa, dan komunikasi yang memfasilitasi hubungan antara orang dengan satu sama lain dan memiliki kepentingan atau kepentingan yang sama.

Fungsi media sosialmedia sosial merupakan salah satu dari sistem komunikasi Maka dari itu, ada beberapa fungsi media sosial jika dikaitkan dengan system komunikasi, antara lain:

a. Administrasi

Media sosial dapat digunakan untuk mengorganisasikan profil home industri Tempe dalam jaringan sosial yang relevan dan relatifdimana posisi pasar anda sekarang dengan membentuk sebuah media sosial masyarakat dapat dengan mudah menemukan home industri dan segala jenis bentuk administratifnya.

b. Mendengarkan dan Belajar

Melalui media sosial, home industri dapat mendengarkan dan belajar dari apa yang ada di media tersebut Informasi dari media sosial membuat home industri tahu mengenai apa yang pasar inginkan dan bagaimana memuaskan mereka Informasi yang relevan dapat membantu home industri untuk mencapai visi dan misi mereka.

c. Berpikir dan Perencanaan

Dengan melihat tahap 1 dan 2 apa yang akan organisasi lakukan untuk memuaskan pasar, maka organisasi bisa berpikir dan menetapkan perencanaan berkomunikasi ke pasar. Bagaimana teknologi sosial dapat meningkatkan efisiensi operasional hubungan pasar.

d. Pengukuran

Setelah melihat langkah 1-3, home industri dapat memiliki pengetahuan dan data yang relevan dengan pasar dari data tersebut perusahaan dapat mengukur dan dapat menetapkan langkah-langkah efektif untuk mengukur apakah metode yang digunakan adalah metode yang terbaik.

Pengaruh penggunaan media sosial pada Home industri

Penggunaan media sosial pada home industri memberikan manfaat di antaranya sebagai sarana kontak personal dengan konsumen, bermanfaat sebagai sarana promosi/advetising, mendata kebutuhan konsumen menyampaikan respon ke konsumen dan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis Di samping itu, media sosial juga bermanfaat sebagai forum diskusi online, memantau pelanggan secara online, survei pelanggan, mendata kebutuhan penyalur, mendata kebutuhan pemasok serta untuk menampilkan galeri produk Penggunaan media sosial secara tepat akan menarik para pengusaha untuk mempromosikan produk-produknya dengan berbagai fitur yang menarik sehingga lebih terlihat menarik jika dibuatkan suatu konten dan esensi editing yang menarik Sehingga daya tarik konsumen yang melihat promosi produk di media sosial akan menaruh daya beli konsumen Penggunaan media sosial di era big data ini seakan menjadikan kebutuhan pokok yang keberadaannya sangat dicari banyak orang bagaimana tidak, satu menit saja seseorang tidak melihat gadget mereka seakan ada sesuatu yang kurang bayangkan makan saja 3 kali sehari dengan durasi waktu yang cukup lama namun, ketika kita semenit saja tidak melihat gadget dan mengecek media sosial.

Tabel 2.13 kegiatan

Tanggal	Kegiatan	Lokasi
15 Febuari 2021	Bimbingan bersama dosen pembimbing lapangan untuk berdiskusi dan berkonsultasi mengenai kegiatan program kerja PKPM	IIB darmajaya
16Febuari 2021	Penyerahan berkas ke Kelurahan dan meminta izin ke home industri TempeKelurahanGunung Sulahuntuk melaksanakan kegiatan program kerja di	Kantor Kelurahan dan home industri

	home industri tersebut.	
17Februari 2021	Pengenalan Home Industri dan pengenalan diri ke warga warga sekitar	Home industri dan Kelurahan Gunung Sulah
18-26Feb 2021	Pembuatan Tempe	Home industri
27-28Feb 2021	-	-
1Maret 2021	Proses packing Tempe	Home industri
2Maret2021	Pembuatan sosial media facebook	Home industri
3 Maret 2021	Memperkenalkan sosial media facebook ke home industri	Home industri
4 Maret 2021	Foto produk Tempe untuk di post ke Facebook agar memperkenalkan produk tersebut ke masyarakat luar	Home industri
6-7 Maret 2021	Hari libur	-
8Maret 2021	Pasang poster pencegahan covid 19	Sekolah sd, smk ,musholla,posyandu , dan rumah-rumah warga
9Maret 2021	Survey dan pembelian masker	Pasar Way Halim
10Maret 2021	Pembagian masker ke masyarakat Kelurahan Gunung Sulah	Kelurahan Gunung Sulah

11-12Maret 2021	Pengajaran home industri ke Kelurahan Gunung Sulah	Kelurahan Gunung Sulah
13Maret 2021	-	-
14Maret 2021	Penyerahan media sosial media facebook ke home industri	Home industri
14Maret 2021	Membimbing penggunaan sosial media facebook ke home industri	Home industri
14Maret 2021	Penyerahan cinderamata ke home industri Tempe	Home industri
15Maret 2021	Menemui Lurah beserta serketarisnya untuk pamitan sekaligus meminta ttd untuk form observasi kegiatan pkpm	Kantor Kelurahan Gunung Sulah
15 Maret 2021	Pelepasan peserta pkpm	Kantor Kelurahan Gunung Sulah

2.1.1.1 Hasil kegiatan dan dokumentasi



Pembahasan Pemasaran

Home industri Tempe yang ada di Gunung Sulah, Kelurahan Gunung Sulah, merupakan usaha hasil inovasi pemanfaatan Kedelai. tapi usaha ini dalam bidang penjualanya masih kurang efektif dengan membuat *facebook* masalah yang ada mampu dapat di atasi setelah dilakukan pengumpulan data, maka

produk selanjutnya akan dipasarkan pada media *online* yang berupa *sosial media*, setelah dirancang menggunakan *aplikasi*, maka masyarakat yang sebelumnya belum mengenal kripik nasi akan mengetahui informasi tentang kripik nasi tersebut. data yang telah terkumpul kemudian akan menjadi bahan untuk membuat informasi pada *facebook* tersebut.

Realisasi pemecahan masalah dalam kegiatan PKPM ini dilakukan dengan mengadakan kegiatan berupa:

1. Melakukan observasi pada home industri Tempe yang akan dikembangkan
2. Melakukan peninjauan sejauh mana perkembangan home industri Tempe tersebut.
3. Mengumpulkan data-data tentang home industri Tempe tersebut.
4. Dengan dilakukannya promosi melalui *facebook*, yang bertujuan agar orang-orang yang belum mengetahui home industri Tempe tersebut mulai mengetahui home industri Tempe sehingga daya minat masyarakat akan produk home industri Tempe semakin meningkat dan di kenal oleh masyarakat luas.
5. Setelah adanya pembuatan *facebook* penjualan Tempe lebih meningkat karena pembeli dan peminatnya bukan di dalam daerah saja, melainkan di luar daerah sehingga pemasukan atau penghasilan home industri Tempe lebih tinggi.

Pembahasan model bisnis

Tahap ini adalah dimana harus menentukan metode bisnis yang tepat untuk menjalankan kegiatan usaha pada home industri Tempe sehingga nantinya dapat meminimalisir kesalahan dimasa-masa yang akan datang.

Pembahasan Pembuatan Logo

Tahap ini adalah tahap dimana sebuah produk telah memiliki nama merk/brand. Membuat logo brand merupakan langkah yang tidak boleh tertinggal karena dengan adanya nama merk yang disertai logo akan membuat tampilan produk lebih menarik dan mudah diingat oleh konsumen.

Perhitungan laba atau rugi

Pelatihan perhitungan harga jual dan laba kotor yang kami laksanakan menggunakan perhitungan yang sederhana sehingga home industri Tempedapat mudah memahaminya sebelum melaksanakan perhitungan kami terlebih dahulu menjelaskan mengenai pengertian dan tujuannya perhitungan harga pokok produksi, keuntungan, penjualan dll.

Pembahasan Video Editing

Pembuatan video ini dilakukan untuk dokumentasi PKPM IIB Darmajaya didalam laporan video terdapat banyak kegiatan yang mahasiswa lakukan selama PKPM. Kegiatan Kelurahan Gunung Sulah yang dilakukan mahasiswa di foto dan video sebagai bentuk dokumentasi yaitu dari kegiatan pengenalan komputer di SDN 1 Gunung Sulah, pembuatan logo, pengembangan Home industri ,pemasaran produk, pembuatan HPP, Pemasangan poster covid 19 di Setiap Harinya, dan kegiatan lain-lain yang menyangkut kegiatan PKPM mahasiswa, sehingga dokumentasi dibuat menjadi video kegiatan mahasiswa PKPM IIB Darmajaya.

Pembahasan pembuatan facebook

Pada kemajuan teknologi saat ini maka sebuah usaha apapun sangat membutuhkan sentuhan teknologi untuk memperkenalkan produk-produk mereka kepada orang banyak Maka Home Industri Tempe dirasa tepat untuk dibuatkan sosial media facebook penunjang penjualan maupun promosi produknya.

Pembahasan pengenalan media sosial facebook

Sebelum dibuatkannya media sosial facebookhome industri Tempeini administrator dirasa belum memahami fungsi dan cara menggunakan sosial media facebook, sehingga dirasa perlu untuk diperkenalkan kepada administrator agar dapat mengelola dan mempromosikan setiap kegiatan yang ada di home industri Tempe.

Rencana kegiatan individu pembuatan strategi pemasaran untuk produk home industri Tempe.

Rencana kegiatan ini yaitu mengembangkan produk dan minat konsumen terhadap home industri Tempe. Membuat strategi pemasaran yang sesuai untuk home industri Kelurahan terutama untuk Tempe agar meningkatkan nilai jual pada produk Tempe.

Rencana kegiatan individu membuat model bisnis Kedelai pada home industri Tempe

Rencana kegiatan ini yaitu untuk memberikan pengetahuan kepada anggota kelompok usaha untuk memiliki kemampuan dalam menentukan model bisnis yang akan dijalankan sehingga nantinya ketika terbentuknya suatu kelompok usaha sudah memiliki model bisnis yang tepat untuk menjalankan usaha Tempe ini.

Rencana kegiatan individu pembuatan media marketing untuk produk Tempe

Rencana kegiatan individu pembuatan media marketing untuk produk home industri Tempe rencana ini yaitu membantu dalam memasarkan produk home industri Tempe dengan memanfaatkan kemajuan teknologi agar lebih dikenal masyarakat. Kegiatan ini memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produknya. Rencana kegiatan individu pelatihan sederhana perhitungan harga pokok penjualan (hpp) untuk home industri Tempe. Rencana kegiatan ini yaitu membantu dalam membuat penyusunan laporan keuangan yang meliputi Harga Pokok Penjualan (HPP) laba/rugi, dan pemberian kartu stock sehingga laporan keuangan Home industri menjadi rapi dan jelas.

Rencana kegiatan individu video editing.

Rencana kegiatan ini bertujuan untuk melakukan dokumentasi kegiatan di home industri, sehingga nantinya dapat di dokumentasikan dalam laporan PKPM dan mempromosikan di media sosial agar masyarakat luar tertarik dengan produk home industri Tempe.

Rencana kegiatan individu pembuatan instagram kelompok usaha home industri Tempe.

Rencana kegiatan ini yaitu pembuatan facebook untuk kelompok usaha home industri serta pelatihan dan pengenalan facebook ke anggota kelompok home industri kegiatan ini bertujuan untuk membantu home industri Tempe agar semua kegiatan yang terdapat di kelompok usaha home industri dapat diketahui masyarakat luas dan dapat menjadi tempat untuk mempromosikan produk dan potensi Kelurahan Gunung Sulah.

Rencana kegiatan individu pelatihan pengenalan sosial media facebook kelompok usaha home industri Tempe. Rencana kegiatan ini yaitu memberikan pelatihan kepada administrator kelompok usaha home industri agar dapat menggunakan teknologi yang ada untuk meningkatkan pengetahuan bagi administrator kelompok usaha home industri Tempe di bidang teknologi komputerisasi.

Dampak kegiatan:

- a. Meningkatkan jiwa kewirausahaan bagi masyarakat di Kelurahan Gunung sulah di era pandemi covid 19 ini.
- b. Dengan memberdayakan usaha home industri, membantu perekonomian masyarakat dan terbukanya peluang usaha.
- c. Memberikan inspirasi bagi masyarakat dalam upaya memanfaatkan potensi-potensi usaha yang terdapat di Kelurahan Gunung Sulah.
- d. Dengan adanya usahahome industri di Kelurahan Gunung Sulah, diharapkan ke depan dapat menyerap tenaga kerja dan menumbuhkan inovasi bagi masyarakat di sekitar pemilik usaha.
- e. Dengan adanya sosial media facebookhome industri diharapkan dapat memberikan informasi tentang Tempe sehingga masyarakat dapat mengetahui potensi – potensi yang ada di Kelurahan Gunung Sulah.

BAB III

PENUTUP

3.1 KESIMPULAN

Masyarakat sangat antusias dalam membantu program kerja Mahasiswi PKPM IBI Darmajaya 2021 yang dibuktikan dengan kesediaan waktu dan keaktifan masyarakat untuk turut berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh Mahasiswa PKPM IBI Darmajaya 2021 Berdasarkan serangkaian kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) IBI Darmajaya 2021 di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Bandar Lampung Lampung yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan yaitu.

1. Kurang adanya inovasi Pengolahan produksi home industri Tempe di era pandemi covid 19

Diharapkan home industri Tempe di Kelurahan Gunung Sulah dapat berkembang dengan pesat dan adanya inovasi pengolahan produksi tempe di era pandemi covid 19 dan akan muncul usaha home industri baru lain yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Gunung Sulah.

2. Pemberian materi tentang media marketing

Program ini bertujuan agar produk yang siap di jual akan lebih cepat terjual dikarenakan menggunakan media marketing Kelurahan Gunung Sulah sebagai pelopor pembuatan Tempe yang memiliki desain dan model yang menarik. Adapun pelatihannya sebagai berikut :

- a. Pelatihan Perhitungan Sederhana HPP dan Laba/Rugi

Home industri Tempe Kegiatan ini membantu home industri kripik nasi dalam perhitungan hpp dan laba/rugi secara sederhana sehingga home industri telah memiliki laporan keuangan yang bisa terus dipakai untuk memantau keuntungan setiap produksi dan dapat terdata dengan jelas.

- b. Pemberian materi penguasaan teknologi dalam memasarkan produk
Dengan adanya pemberian materi ini diharapkan penjualan produk tempe di kelurahan gunung sulah kecamatan way halim bandar lampung, lampung dan meningkatkan omset penjualan dari sebelumnya
- c. Pembuatan sosial media facebookhome industri.
Dengan adanya pembuatan instagram home industri ini, home industriTempe Gunung sulah dapat memasarkan potensi yang ada dan facebookhome industri ini juga dapat diakses oleh siapapun sehingga tidak menutup kemungkinan akan ada *stakeholder* yang tertarik oleh potensi Kelurahan Gunung Sulah.

3.2 Saran

Setelah melaksanakan seluruh kegiatan PKPM IBI Darmajaya 2021, selanjutnya dapat memberikan masukan dan saran yang bertujuan untuk memberikan informasi demi kebaikan seluruh masyarakat diKelurahan Gunung Sulah, Kecamatan Way Halim Bandar Lampung Lampung yaitu:

1. Hendaknya supaya kerjasama dalam pelaksanaan seluruh kegiatan yang terjalin antara penggiat Tempe dan masyarakat dengan Mahasiswa PKPM IBI Darmajaya 2021 dapat terus berjalan dan mengubah perekonomian masyarakat.
2. Hendaknya usaha dan partisipasi masyarakat untuk aktif dalam kegiatan guna menambah pengetahuan dan keterampilan masyarakat.
3. Hendaknya penyediaan sarana dan prasarana internal Kelurahan untuk lebih mengoptimalkan fungsi-fungsinya sehingga masyarakat dapat menikmati dengan baik dan bermanfaat.

Karena Kelurahan Gunung Sulah ini memiliki rencana untuk dijadikan sebagai Kelurahan Home Industri maka disarankan untuk kedepannya perlu adanya Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) diadakan kembali di Kelurahan Gunung Sulah ini untuk membantu mencari dan mengembangkan potensi-potensi yang ada.

3.3 Rekomendasi

1. Rekomendasi kegiatan usaha pembuatan Tempe bagi masyarakat Indonesia dengan teksturnya yang Menarik dan Tebal ini makin menambah selera makan dengan Tempe yang menjamin kesehatan.
2. Rekomendasi kegiatan penempelan poster pencegahan covid 19 di Kelurahan Gunung Sulah yang bertujuan agar masyarakat dapat menghindari hal-hal yang terkait covid 19 dengan melihat poster pencegahan tersebut secara offline, tanpa harus melihat di jejaring sosial.