



# Pengembangan Usaha UMKM Enyoy Mochi di Desa Kadugede

Felix Alexander Finardi, Daniel Liyanto, Dea Liwarty Anastasya S, Dzulfaqar Arrafi, Ammar Munadi Suweco, Ni Made Febryangga Wijaya Putri, Yohana Devina Suwondo, Aulia Ardista Wiradarmo

Sekolah Bisnis dan Ekonomi Universitas Prasetiya Mulya BSD City Kavling Edutown I.1, Jl. BSD Raya Utama, BSD City, Tangerang 15339, Indonesia

Corresponding author: Aulia Ardista Wiradarmo | [aulia.wiradarmo@pmbs.ac.id](mailto:aulia.wiradarmo@pmbs.ac.id)

---

## ABSTRACT

---

*Program Community Development II at Universitas Prasetiya Mulya is a community service activity aimed at applying students' knowledge to serve the community, particularly in Kuningan. One of the partners in this program is Enyoy Mochi, started its mochi business in Kadugede since 2018. Founded by Ms. Azka Nur Azizah and her husband, Enyoy Mochi offers 18 mochi flavors. Enyoy Mochi faces challenges in operations, finances, marketing, and human resource management. Universitas Prasetiya Mulya's Community Development II group assists Enyoy Mochi in optimizing mochi dough production processes, designing marketing strategies and branding, enhancing social media engagement, and activating Grab services. Additionally, the group provides financial recording, aids in creating SOPs, and employment contracts.*

**Keywords:** Community Development, Kadugede, Finance, Assist MSME, Marketing

---

## SARI PATI

---

Program Community Development II Universitas Prasetiya Mulya merupakan kegiatan KKN yang bertujuan untuk menerapkan pengetahuan mahasiswa dalam pengabdian kepada masyarakat, terutama di Kuningan. Salah satu mitra program ini adalah Enyoy Mochi, UMKM yang memulai usaha mochi sejak 2018 di Kadugede. Didirikan oleh Ibu Azka Nur Azizah dan suaminya, Enyoy Mochi menawarkan 18 varian rasa mochi. Enyoy Mochi menghadapi tantangan dalam operasional, finansial, pemasaran, dan manajemen sumber daya manusia. Kelompok KKN Universitas Prasetiya Mulya membantu Enyoy Mochi dalam mengoptimalkan proses produksi adonan mochi, merancang strategi pemasaran dan branding, serta meningkatkan keterlibatan di media sosial dan layanan Grab. Selain itu, kelompok juga membantu pencatatan finansial, membantu pembuatan SOP, dan menyusun perjanjian kontrak kerja.

**Kata Kunci:** Community Development, Kadugede, Keuangan, Pendampingan UMKM, Pemasaran

## PENDAHULUAN

Program Comdev 2024 dilakukan untuk membantu mensejahteraan dan mengembangkan negara Indonesia dengan cara membantu usaha usaha kecil memiliki pondasi yang lebih baik. Hal ini sesuai dengan misi Prasetya Mulya yaitu "Melaksanakan pengabdian masyarakat melalui pemanfaatan kepakaran dalam ilmu bisnis, STEM, Hukum dan Studi Internasional yang berdampak terhadap kesejahteraan dan kemajuan bangsa dan negara Indonesia." Prasetya Mulya berharap dengan mengutus para mahasiswa dan mahasiswa akan membantu meraih misi dari lembaga pendidikan Prasetya Mulya.

Program Comdev 2024 ini dilaksanakan di Kabupaten Kuningan yang lokasinya berada di provinsi Jawa Barat bagian timur. Lokasi kabupaten yang berada di bawah kaki gunung yang membuat daerah Kuningan menjadi daerah yang subur dan memiliki pemandangan alam yang sangat indah. Pada tahun 2023, penduduk yang tinggal di kabupaten Kuningan berjumlah kurang lebih 1,2 juta jiwa [1] dengan penduduk miskin berjumlah 12,12% dari keseluruhan penduduk di kabupaten Kuningan [2]. Dengan rata rata kemiskinan yang masih lebih tinggi dari angka rata rata kemiskinan di Indonesia yaitu 9,36%.

Enyoy Mochi merupakan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang menjadi pelopor mochi pertama di Kuningan sejak 2018 dan berlokasi di kecamatan Kadugede. Terdapat 2 outlet yang berlokasi di alun-alun Kadugede (samping Masjid Baiturrahman) dan belakang Taman Kota Kuningan depan Kementerian Agama) dengan waktu operasional mulai dari pukul 09.00 WIB - 21.00 WIB. Usaha ini didirikan oleh Ibu Azka Nur Azizah (24 tahun) dan suaminya. Hingga saat ini terdapat 18 varian rasa mochi dengan beberapa menu best seller seperti coklat, coklat kacang, oreo coklat, keju coklat, dan daifuku coklat.

Dalam menyusun langkah strategis untuk membantu UMKM Enyoy Mochi, kelompok melaksanakan analisa dalam bentuk SWOT. SWOT adalah proses identifikasi berbagai faktor yang dilakukan secara sistematis agar bisa merumuskan strategi organisasi dengan tepat. Analisis dilakukan berdasarkan logika yang bisa mengoptimalkan kekuatan atau *Strengths* serta peluang atau *Opportunities*. Tapi secara beriringan, analisis ini juga harus bisa meminimalkan ancaman atau *Threats* dan kelemahan atau *Weaknesses*. Proses dalam pengambilan keputusan strategis diketahui memang selalu berhubungan langsung dengan kebijakan perusahaan, strategi, tujuan dan pengembangan misi [4]. (Rangkuti, 1997)

## Rumusan Permasalahan

Suatu usaha dapat berjalan dengan baik merupakan peran penting dari adanya Analisis SWOT, karena Analisis SWOT bertujuan untuk mengevaluasi posisi kompetitif dari sebuah perusahaan serta dapat mengembangkan perencanaan strategis. Analisis SWOT berisi tentang fakta-fakta yang terjadi dalam perusahaan sehingga membuat perusahaan dapat mengambil keputusan dengan benar serta mengantisipasi masalah yang kemungkinan akan terjadi dengan strategi-strategi yang dibuat berdasarkan analisis SWOT yang ada. Maka dari itu analisis SWOT dari Enyoy Mochi dapat ditunjukkan pada tabel 1.

Berdasarkan hasil analisis Enyoy Mochi memiliki beberapa permasalahan dalam aspek operasional, keuangan, pemasaran, dan juga sumber daya manusia. Dalam aspek operasional, mitra belum dapat mengoptimalkan kinerja dalam proses pembuatan adonan yang takarannya tidak konsisten dan menyebabkan tekstur adonan berubah-ubah. Dalam aspek keuangan, mitra mengalami kesulitan untuk secara rutin melakukan pencatatan harian dan pembukuan dikarenakan masih menggunakan metode manual. Dalam aspek pemasaran, mitra

**Tabel 1.** SWOT Analysis Enyoy Mochi

Strengths	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Varian rasa mochi yang beragam</li> <li>• Harga mochi yang terjangkau</li> <li>• Tekstur mochi yang lembut dan kaya isian</li> <li>• Bahan-bahan produksi mochi yang selalu baru (tidak dilakukan stok bahan baku)</li> <li>• Produk terjamin halal</li> <li>• Memiliki platform media sosial TikTok dan Instagram</li> <li>• Memiliki akun platform <i>e-commerce</i> seperti Shopee dan Tokopedia</li> <li>• Mulai menggunakan <i>printer struk</i> untuk membantu pencatatan penjualan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masa penyimpanan produk yang tidak lama sekitar 1-2 hari</li> <li>• Ketahanan <i>packaging</i> tidak mendukung pengiriman jauh</li> <li>• Kurangnya edukasi mitra mengenai manajemen keuangan (pembukuan usaha)</li> <li>• Tidak lengkapnya laporan keuangan</li> <li>• Kegiatan <i>marketing</i> seperti upload konten produk masih kurang intensif menarik</li> <li>• <i>E-commerce</i> sudah tidak aktif berjualan lagi</li> <li>• Tidak adanya SOP karyawan</li> <li>• Tidak disepakatinya perjanjian kontrak kerja</li> </ul>
Oportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tren produk mochi yang eksis di penyusunan</li> <li>• Varian rasa yang beragam meningkatkan minat orang-orang dalam membeli</li> <li>• Kompetitor mochi yang masih jarang di Kuningan</li> <li>• Media sosial akan meningkatkan penyebaran informasi dan memunculkan potensi konsumen yang baru</li> <li>• SOP ketenagakerjaan akan meningkatkan produktivitas kerja</li> <li>• <i>E-commerce</i> membantu peningkatan penjualan produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tren dan selera konsumen yang dinamis</li> <li>• Harga bahan baku yang tidak stabil</li> <li>• Kompetitor semakin banyak seiring berjalannya waktu</li> <li>• Semakin berkembangnya teknologi</li> <li>• Musim hujan yang mengakibatkan berkurangnya penjualan</li> <li>• <i>Supplier</i> bahan baku yang tidak menentu</li> <li>• Selera permintaan konsumen yang bervariasi</li> </ul>

**Tabel 2.** Permasalahan dan Solusi yang Ditawarkan

No	Permasalahan	Solusi
1.	Operasional: - Formula dalam pembuatan mochi masih membeli peralatan yang dapat menambah berubah-ubah sehingga tekstur pada kapasitas produksi produk terpengaruh.	Membuat SOP takaran pembuatan produk,
2.	Keuangan: - Mitra belum mampu membuat manfaat pencatatan keuangan dan aplikasi yang pencatatan pembukuan secara konsisten. dapat mempermudah membuat pembukuan - Mitra belum siap menanggapi pelanggan keuangan yang banyak sehingga bukti struk penjualan tidak digunakan secara konsisten - Mitra kurang mendapatkan pengetahuan dan ilmu dalam pentingnya pembuatan pembukuan terhadap bisnis yang dijalankannya.	Memberi edukasi pencatatan melalui <i>excel</i> ,

No	Permasalahan	Solusi
3.	Pemasaran: - Mitra belum bisa menggunakan akun-akun media 4enyus untuk sarana marketing dengan maksimal - Mitra mempunyai akun pada Gojek/Grab yang sudah tidak aktif	Mengidentifikasi <i>positioning</i> mitra, menawarkan <i>tagline</i> , mendesain ulang packaging yang membangun diferensiasi. Dari segi <i>marketing</i> , menawarkan pengaktifan 4enyusu penggunaan aplikasi pengantar makanan online seperti Gojek dan Grab serta implementasi digital <i>marketing</i> di 4enyus media seperti Tiktok dan Instagram.
4	Manajemen SDM: - Tenaga kerja pada mitra dalam melakukan operasional masih kurang dan dilakukan oleh Ibu Azka Nur Azizah sendiri yang dibantu dengan suami dan adiknya.	Penyusunan perjanjian kontrak kerja. Membuka lowongan karyawan berdasarkan kriteria yang tepat.

masih mengalami kendala dalam membuat *caption* dan 3enyusun strategi pemasaran produknya. Terakhir, mitra kekurangan karyawan dan mengalami permasalahan dengan karyawan saat ini yang tidak disiplin dan semena-mena.

2. Membantu meningkatkan perekonomian kabupaten Kuningan.
3. Membantu memperkuat pondasi pendidikan sejak usia dini di daerah setempat

## METODE

Dalam mencari akar permasalahan dan menyusun program kerja yang strategis berdasarkan tiap aspek atau bidang manajemen operasional, keuangan, pemasaran dan SDM, kelompok menggunakan analisis *Fishbone*. Analisis *Fishbone* (atau Ishikawa) adalah suatu pendekatan terstruktur yang memungkinkan dilakukan suatu analisis lebih terperinci dalam menemukan penyebab-penyebab suatu masalah, ketidaksesuaian, dan kesenjangan yang ada [5] (Gaspers, V. 2002.).

### Tujuan Kegiatan

Secara garis besar, tujuan dari kegiatan pengabdian “Community Development” dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu tujuan bagi mahasiswa dan bagi masyarakat. Tujuan bagi mahasiswa adalah:

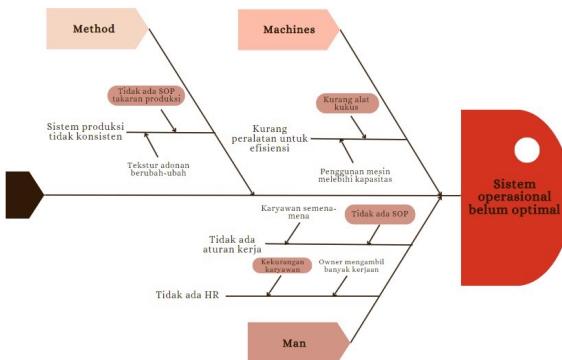
- Mahasiswa mampu mengorganisasi program pembelajaran pemberdayaan masyarakat berdasarkan berdasarkan bidang kompetensi yang dimiliki oleh masing masing individu.
- Mahasiswa mampu mengorganisasi perilaku yang menunjukkan kesadaran sosial lokal & kewarganegaraan.
- Mahasiswa dapat menerapkan secara langsung ilmu yang sudah didapat dari pembelajaran selama periode perkuliahan.
- Mahasiswa meningkatkan kepribadian sesuai dengan nilai CHAIN dan LEAMICA

Tujuan bagi masyarakat adalah:

1. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra mengenai kewirausahaan, manajemen serta pengadopsian teknologi;

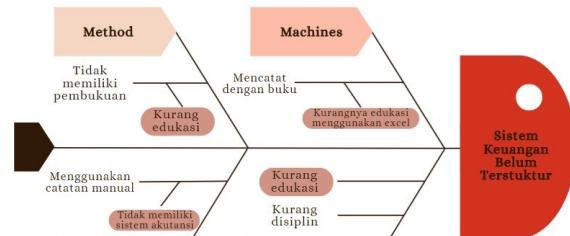
Berdasarkan hasil analysis dari usaha UMKM Enjoy Mochi, diagram *fishbone* di atas mengidentifikasi masalah operasional yang meliputi ketiadaan SOP operasional dan peralatan yang kurang memadai, menyebabkan tekstur mochi yang tidak konsisten serta proses produksi yang banyak menghabiskan waktu dan tenaga. Dalam aspek keuangan, terdapat kekurangan 5enyus pembukuan yang efektif dan edukasi penggunaan aplikasi pembukuan. Pada sisi pemasaran, Enyoy Mochi masih kurang memiliki strategi yang belum teroptimasi dan

### OPERATIONAL



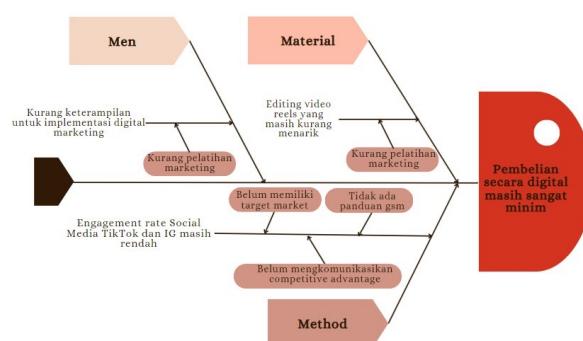
Gambar 1. Fishbone Operational

### FINANCIAL



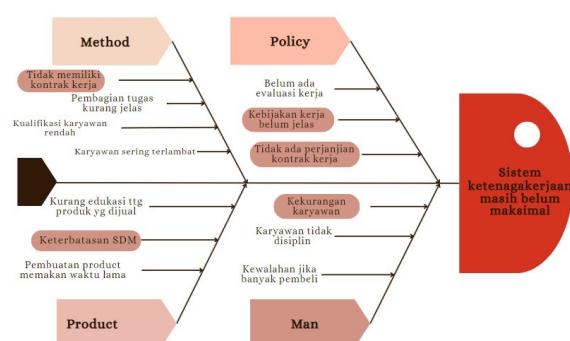
Gambar 2. Fishbone Keuangan

### MARKETING



Gambar 3. Fishbone Pemasaran

### HUMAN RESOURCE



Gambar 4. Fishbone Manajemen SDM

inaktivitas di platform pengantaran *online* menjadi penghambat. Sedangkan dalam aspek manajemen sumber daya manusia, terlihat adanya kekurangan tenaga kerja dan struktur kerja yang belum terorganisir dengan baik.

Berdasarkan akar permasalahan yang telah ditemukan, berikut merupakan program kerja yang dilaksanakan selama kegiatan *Community Development* di Desa Kadugede dengan tujuan untuk membantu mengembangkan UMKM Enyoy Mochi.

**Tabel 3.** Rincian Program Kerja

Program Kerja	Deskripsi Program Kerja
Aspek Operasional	Membantu penulisan SOP tertulis untuk takaran adonan mochi dan penggunaan mesin <i>mixer</i> . Pemilihan dan pembelian mesin <i>mixer</i> untuk mempermudah produksi adonan mochi.
Aspek Finansial	Menyusun <i>template</i> pencatatan yang mudah digunakan Mengedukasi penggunaan aplikasi <i>excel</i> Menghitung COGS produk
Aspek Pemasaran	Menyusun <i>competitive advantage</i> , menyusun target, menentukan <i>segmenting</i> , <i>targeting</i> dan <i>positioning</i> dari Enyoy Mochi serta target market dari Enyoy Mochi. Membantu aktivasi <i>grab food</i> untuk penjualan online. Meningkatkan estetika Enyoy Mochi untuk membangun dan memperkuat <i>branding</i> . Membantu pemasaran <i>online</i> menggunakan sosial media Instagram dan TikTok.
Aspek Sumber Daya Manusia	Membantu menyusun Surat Perjanjian Kontrak Kerja yang juga berisikan SOP ketenagakerjaan. Membantu merekrut pekerja baru.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Program Kerja Manajemen Operasional

Realisasi program manajemen operasional yang telah dilakukan oleh kelompok adalah melakukan peningkatan efisiensi produksi dari Enyoy Mochi. Sebelum kelompok melakukan pendampingan langsung di rumah mitra, pembuatan adonan masih menggunakan cara manual secara keseluruhan. Sehingga

kelompok memutuskan untuk melakukan pembelian standing mixer untuk mempercepat dan mempermudah proses pengulenan. Hal ini dilakukan demi menjaga kualitas dan konsistensi produk, mengurangi waktu dan tenaga yang diperlukan dalam memproduksi adonan, dan meningkatkan kebersihan hasil adonan produk.



Gambar 5. Produk *mochi* mitra Enyoy Mochi



Gambar 6. Mitra dengan mixer baru untuk produksi

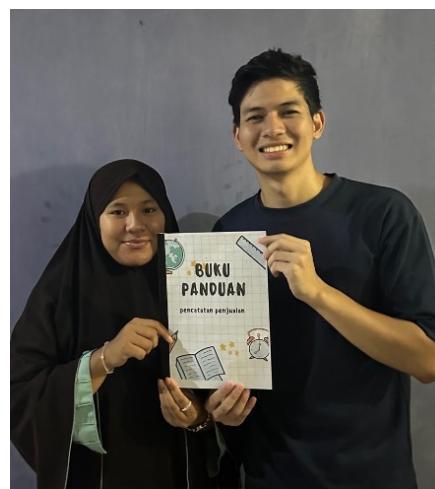
Selain melakukan pembelian standing mixer, kelompok juga membuat SOP (Standar Operasional Prosedur) produksi adonan Enyoy Mochi. Hal ini dilakukan karena masih ditemukannya hasil produksi yang tidak konsisten sehingga mempengaruhi ketahanan produk yang akan dijual di outlet. SOP ini berisi tahapan-tahapan dan takaran dalam pembuatan mochi, sehingga takaran dan konsistensi setiap produksi selalu sama walaupun diproduksi dalam jumlah yang besar.

#### Program Kerja Manajemen Keuangan

Program dalam aspek finansial yang dilaksanakan untuk Enyoy Mochi adalah pemberian pemahaman dan keterampilan dalam pencatatan keuangan melalui Excel dan

aplikasi pembukuan yang efisien. Kelompok mulai memberikan template penghitungan penjualan dan harga produk menggunakan excel. Kelompok juga mengajari mitra terkait dengan penggunaan template tersebut diikuti dengan pemberian buku panduan agar mitra menjadi tidak lupa cara pengoperasian atau penggunaan template tersebut.

Ketika melakukan pendampingan secara langsung, kelompok juga membantu mitra mengurus pembuatan QRIS, sehingga konsumen dapat melakukan pembayaran non-tunai. Ini pula membantu proses transaksi menjadi lebih fleksibel. Dalam hal penerimaan orderan, kelompok membantu mitra melakukan pencatatan yang lebih terstruktur menggunakan



Gambar 7. Penyerahan buku panduan pencatatan keuangan untuk mitra



Gambar 8. Kelompok dengan mitra berjualan di CFD

aplikasi pencatatan transaksi dan penggunaan printer struk.

#### Program Kerja Manajemen Pemasaran

Sebagai bentuk realisasi dari program pemasaran yang diajukan kelompok dalam rangka meningkatkan pertumbuhan media sosial Enyoy Mochi dan peningkatan penjualan, kelompok telah melakukan beberapa hal yang mendukung keberhasilan hal tersebut. Pertama, kelompok menyusun competitive advantage, kompetitor, menentukan segmenting, targeting dan positioning dari Enyoy Mochi serta target market dari Enyoy Mochi. Hal ini dilakukan agar target konsumen Enyoy Mochi menjadi lebih terfokus dan membantu dalam menjalankan kebijakan terkait program marketing lainnya. Melihat bahwa Enyoy Mochi belum memiliki tagline, maka kelompok mengajukan tagline “Pengen Ngemil? Nge-Nyoy aja yuk!” yang disambut baik oleh mitra.

Setelah melakukan analisis tersebut, kelompok juga membuat desain logo baru menjadi lebih berwarna, terlihat menarik, dan lucu sehingga lebih merepresentasikan produk mochi yang dijual. Logo yang diajukan pula mendapat respon dari mitra dan direalisasikan ketika masa pendampingan di Kuningan. Kelompok juga telah membantu dalam mendesain ulang katalog produk. Katalog ini dibuat berdasarkan rasa (series) sehingga lebih gampang dipahami pembeli, dimana ini berbeda dari katalog lama yang terlihat monoton dan sulit dipahami oleh pembeli.

Kelompok telah melakukan photoshoot produk untuk mendukung tampilan menu. Tidak hanya itu, adanya kegiatan saung rahayat pula mendukung kelompok untuk membuat desain banner yang baru dengan pencantuman logo baru, juga apron dengan warna yang lebih cerah. Hingga saat ini banner digunakan pada gerobak dari Enyoy Mochi.



Gambar 9. Logo terbaru Enyoy Mochi

Dalam program pemasaran, kelompok juga melakukan pengaktifan kembali akun Grabfood yang sempat berhenti. Melalui hal ini, para konsumen dapat melakukan pembelian dengan lebih mudah dan fleksibel dari rumah masing-masing. Ini juga akan membantu peningkatan penjualan dari Enyoy Mochi. Selama masa pendampingan, ada satu program yang sangat gencar dilakukan oleh kelompok yaitu melakukan upload konten secara rutin di Instagram dan TikTok. Hal ini dilakukan agar orang-orang yang berada di sekitaran kota Kuningan menjadi tahu mengenai Enyoy Mochi.



Gambar 9. Design menu Enyoy Mochi

### Program Kerja Manajemen Sumber Daya Manusia

Realisasi yang telah dilakukan kelompok terkait dengan program ini adalah adanya peningkatan produktivitas sumber daya manusia yang ada. Pembuatan SOP membantu karyawan menjadi lebih cepat dalam beradaptasi dan mengikuti pelatihan dengan baik. Dalam

rangka meningkatkan loyalitas, kelompok telah membantu mitra membuatkan template surat kontrak kerja yang mudah dipahami dan lebih singkat namun tidak menghilangkan nilai esensialnya. Kelompok juga ikut berpartisipasi aktif dalam meningkatkan bonding dengan karyawan baru agar lebih tercipta lingkungan kerja yang menyenangkan.



Gambar 10. Karyawan baru yang kelompok berhasil rekrut (paling kanan)

## Perkembangan Program Bulan Maret dan April 2024

Setelah kelompok menyelesaikan pendampingan secara langsung selama 20 hari di Kuningan bersama mitra Enyoy Mochi, program dilanjutkan dengan monitoring jarak jauh se-lama periode Maret dan April. Secara keseluruhan, penjualan Enyoy Mochi mengalami peningkatan penjualan pada bulan Maret sebesar Rp12.903.000,00 dengan jumlah produk yang terjual sebanyak 3.162 buah. Namun pada bulan April terjadi penurunan penjualan menjadi Rp9.450.000 dengan jumlah produk sebanyak 2.316 buah. Hal ini dikarenakan kondisi mitra yang kurang memungkinkan untuk melakukan produksi dan penjualan secara maksimal.

Pada Maret 2024, kelompok berhasil mengganti desain stiker pada kemasan produk Enyoy Mochi sesuai rencana branding, dengan mencantumkan logo halal. Setelah berdiskusi, kemasan plastik dan kertas tetap dipertahankan karena sudah memenuhi standar untuk pemesanan online. Mesin mixer juga membantu mitra dalam efisiensi tenaga dan waktu serta menghasilkan produk yang lebih konsisten sesuai SOP. Dalam aspek finansial, kelompok mengarahkan mitra untuk mencatat keuangan secara manual terlebih dahulu sebelum dimasukkan ke aplikasi oleh pemilik usaha, dengan tujuan untuk konsistensi pencatatan pengeluaran dan pemasukan untuk evaluasi usaha. Dalam marketing, kelompok memantau promosi media sosial dan mendorong mitra untuk selalu aktif,

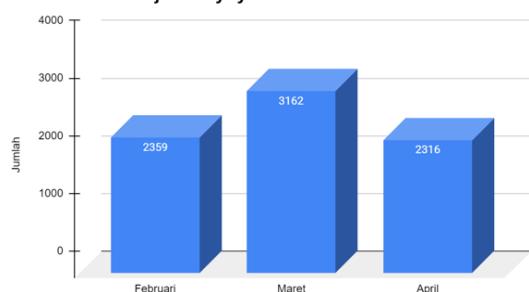
namun mitra belum sempat membuat konten karena kekurangan karyawan, namun promosi hampers lebaran tetap dijalankan. Selain itu, kelompok melakukan antisipasi kekurangan karyawan karena cuti dengan perekruit untuk cabang alun-alun Kadugede.

Pada April 2024, produksi Enyoy Mochi berjalan lancar seperti bulan sebelumnya karena adanya maksimalisasi penggunaan standing mixer. Namun, pencatatan keuangan tidak konsisten karena kesehatan mitra yang kurang, hal ini mengakibatkan kurangnya informasi akurat terkait pengeluaran dan pemasukan. Dalam aspek marketing, Enjoy Mochi belum memperbarui konten media sosial karena kesibukan saat lebaran dan kesehatan mitra. Terkait dengan sumber daya manusia, mitra merekrut karyawan baru untuk membantu suami dan memonitor usaha.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh kelompok pada mitra UMKM Enyoy Mochi di Kecamatan Kadugede dari bulan Februari hingga Juni telah memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha mitra. Melalui program kerja yang telah disusun secara strategis dalam menyelesaikan tantangan pada aspek operasional, finansial, pemasaran, dan sumber daya manusia, menghasilkan peningkatan efisiensi pada tiap aspek. Hal ini dapat dicapai dikarenakan kerja sama tiap anggota kelompok dalam membantu menyelesaikan program kerja

**Total Produk Terjual Enyoy Mochi**



**Total Pendapatan dan Net Income Enyoy Mochi**



Gambar 11. Total Produk Terjual dan Net Income Enyoy Mochi

dengan komunikasi dan tingkat kepedulian yang tinggi.

Selama proses pengabdian penjualan Enyoy Mochi mengalami peningkatan yang signifikan, hal ini dikarenakan aspek pemasaran yang berjalan dengan optimal dalam mempromosikan produk, selain itu juga aspek operasional yang memiliki peningkatan efisiensi waktu dan tenaga kerja dalam memproduksi adonan, sehingga dapat menghasilkan produk dengan jumlah yang lebih banyak. Aspek finansial membantu usaha dalam menentukan strategi harga yang sesuai dengan COGS dan memudahkan keputusan pembelian alat atau bahan berdasarkan kondisi keuangan yang tepat. Terakhir terbantunya usaha Enyoy Mochi dengan bertambahnya karyawan baru yang membantu penjualan *mochi*. Melihat perkembangan yang berhasil dicapai, mitra disarankan untuk konsisten melaksanakan strategi yang telah diterapkan dan terus berkembang dengan mengikuti program sejenis lainnya.

### Ucapan Terima Kasih

Kelompok KUM068 mengucapkan terima kasih kepada Universitas Prasetiya Mulya atas pendanaan dan konsultasi dalam Program *Community Development II* Tahun 2024, serta kepada masyarakat serta Pemerintah Daerah setiap desa di Kecamatan Kadugede, Kabupaten Kuningan, atas izin dan partisipasi aktif masyarakat setempat dalam pelaksanaan program pengabdian ini.

Kemudian kami juga ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada mitra dan keluarganya yang telah ramah dari awal proses observasi secara *online*, menjaga kami selama proses *live-in*, dan terus berkomunikasi bersama kelompok selama masa *monitoring* dan *evaluation*. Kelompok berterimakasih dan bersyukur terutama kepada Teteh Azka Nur Azizah yang telah memberikan kesempatan dalam membantu beliau untuk mengembangkan dan memotivasi kelompok serta pengalaman yang tidak akan didapatkan di kesempatan lainnya.

---

### REFERENSI

---

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kuningan. (n.d.). *Jumlah penduduk*. Retrieved June 15, 2024, from <https://kuningankab.bps.go.id/indicator/12/29/1/jumlah-penduduk.html>
- Katadata. (2023, December 31). *12,12% penduduk di Kab. Kuningan masuk kategori miskin*. Databoks. Retrieved June 15, 2024, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/31/12-12-penduduk-di-kab-kuningan-masuk-kategori-miskin#:~:text=Percentase%20penduduk%20miskin%20di%20kabupaten,yang%20dilapor%20kan%2012%2C76%20persen>
- Gaspers, V. 2002. Total Quality Management, Cetakan Kedua, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, F. 1997. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.