

## Peningkatan Produktivitas UMKM Kue Kering dan Tik Tuk di Desa Cipanas Melalui Program Pendampingan Community Development

Winnie Wiwa Soetijoso<sup>1</sup>, Miranda Indira Saputera<sup>2</sup>, Shabira Anindhita<sup>3</sup>, Mahardika Dwiputra<sup>4</sup>, Rivo Andika<sup>5</sup>, Erick Gerardo<sup>6</sup>, Aditya Santosa Putra<sup>7</sup>, Kartika Paramita<sup>8\*</sup>

<sup>1</sup>Program Studi *Branding*, Universitas Prasetiya Mulya; <sup>2</sup>Program Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya; <sup>3</sup>Program Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya; <sup>4</sup>Program Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya; <sup>5</sup>Program Studi Akuntansi, Universitas Prasetiya Mulya; <sup>6</sup>Program Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya, <sup>7</sup>Program Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya, <sup>8</sup>Dosen Universitas Prasetiya Mulya

Corresponding Author: kartika.paramita@pmb.ac.id

|  |  |
|--|--|
| <p><b>Abstract</b></p> <p><i>The Community Development Program aims to help The Micro Small &amp; Medium Enterprises (MSME) in developing their business. Through this activity, it is intended for builders to be able to increase sales and marketing widely. The method used is mentoring and monitoring of the direct practices applied by partners regarding the production process of cookies and tik-tuk. The success of this activity is in the form of a standard operating procedure (SOP). Partners also get additional equipment that supports the production process. Marketing partner products is made online to reach a broad target market. Product innovation starts from the presence of brands, logos, and packaging made to attract customers with new products introduced to the market.</i></p>   | <p><b>Keywords:</b><br/>MSMEs, Cookies,<br/>Tik-Tuk,<br/>Mentoring,</p>            |
| <p><b>Abstrak</b></p> <p>Program Community Development bertujuan untuk membantu UMKM dalam mengembangkan bisnisnya. Melalui kegiatan ini, diperuntukan bagi builder untuk dapat meningkatkan penjualan maupun pemasaran secara luas. Metode yang digunakan yaitu pendampingan serta pemantauan dari praktek langsung yang diterapkan oleh mitra mengenai proses produksi kue kering dan tik-tuk. Pencapaian keberhasilan dari kegiatan ini berupa pembuatan standar operasi prosedur (SOP). Mitra juga mendapatkan peralatan tambahan yang mendukung proses produksi. Distribusi produk melalui warung dan sekolah. Pemasaran produk mitra dibuat secara online agar bisa menjangkau target pasar yang luas. Inovasi produk mulai dari adanya merek, logo, dan packaging dibuat untuk menarik customer dengan adanya produk baru yang dikenalkan ke pasar.</p> | <p><b>Kata Kunci:</b><br/>UMKM,<br/>Kue Kering,<br/>Tik-Tuk,<br/>Pendampingan,</p> |

## PENDAHULUAN

Desa Cipanas merupakan daerah pegunungan dengan potensi wisata yang besar. Maka terdapat banyak sekali aktivitas ekonomi yang berlangsung. Dengan potensi wisata tersebut maka usaha bisnis makanan bisa berupa makanan khas dan oleh-oleh. Untuk wilayah Cipanas, UMKM sudah menjadi penghasilan utama bagi mayoritas warga. Bisnis kue kering menjadi salah satu bisnis yang cukup digemari orang dalam menjual produk. Kue kering seperti kue bangkit susu maupun kue bihun merupakan kue tradisional yang masih diolah dan dijual oleh masyarakat Cipanas.

Dalam jurnal ini, akan dibahas mengenai industri rumahan kue kering. Kue kering cukup digemari oleh masyarakat, maka penjual kue kering pun cukup banyak di daerah sekitar Cipanas. Ragam kue kering yang dijual pun cukup variatif, mulai dari kue lebaran yang sudah cukup banyak dikenal, seperti kastengel, putri salju, nastar, dan lainnya. Ada juga kue-kue kering yang masih belum banyak dijual di pasaran, seperti kue bihun, tik-tuk dan kue bangkit susu. Kue kering ini masih bersifat musiman, dimana hanya dipesan ketika ada momen-momen tertentu seperti Hari Raya, acara keluarga, dan lainnya. Tetapi untuk jenis tik-tuk cukup digemari untuk dikonsumsi sehari-hari. Karena merupakan industri rumahan, maka proses produksi masih berlangsung secara sederhana dan pemasaran pun belum menarik pasar yang luas, hanya baru di daerah-daerah sekitar. Dalam bisnis ini masih banyak aspek-aspek yang dapat dikembangkan agar bisnis dapat lebih berkembang dan maju.

Pengabdian kepada masyarakat penting untuk dilakukan sebagai mahasiswa mahasiswi dengan rangka untuk kesejahteraan masyarakat dan juga sebagai kontribusi nyata untuk membantu kemajuan bisnis masyarakat. Mahasiswa dan mahasiswi juga belajar beradaptasi dengan lingkungan baru dan belajar pengalaman serta hal baru seputar usaha di Desa Cipanas. Dalam hal ini, mahasiswa/wi terbagi dalam kategori *builder* yang berjumlah 6-7 mahasiswa/wi per kelompok dan terdiri secara seimbang antara mahasiswa dan mahasiswi. *Builder* secara langsung mendampingi mitra dan tinggal bersama dengan mitra dalam masa *live-in*. *Builder* bertanggung jawab dalam meningkatkan kapasitas mitra melalui aktivitas bisnis yang dijalankan.

## PERUMUSAN MASALAH

Awal Ibu Iis memulai bisnis kue kering dan tik tuk karena beliau sudah belajar membuat kue sejak remaja serta beberapa kali mengikuti pelatihan memasak. Selain itu Ibu Iis juga ingin mencari sumber pendapatan lain bagi keluarganya untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dalam sehari-hari. Lalu beliau juga berkeinginan untuk tetap beraktivitas tinggi dan aktif dengan kegiatan bisnisnya. Kondisi awal mitra dalam bisnis kue keringnya masih kurang dalam beberapa aspek, yaitu tidak tersedianya buku keuangan dimana hal tersebut penting untuk mengetahui keuntungan penjualan dan juga pengeluaran modal. Mitra hanya bisa memperkirakan jumlah laba yang didapat sehingga tidak akurat. Mitra hanya mempunyai pengetahuan keuangan yang kurang dan dibutuhkan pelatihan untuk dapat menghitung jumlah laba bersih yang didapat. Mitra memang mempunyai catatan kecil tentang keuntungan tapi kurang jelas dan tidak sesuai kaidah yang benar. Terkadang mitra hanya bisa mengira keuntungan yang diperoleh sehingga tidak tahu apakah produk yang

terjual hasilnya untung atau rugi. Padahal hal tersebut merupakan poin penting dimana bisa melihat apakah penjualan produk menghasilkan benefit bagi mitra.

Lalu produksi mitra juga tidak berlandaskan pada standar sehingga kondisi awalnya bentuk kue kering tidak sama karena keterbatasan cetakan kue serta peralatan masak yang kurang memadai. Kelompok akan menerapkan produksi berbasis dari standar operasi prosedur yang akan dibuat untuk meningkatkan kualitas produksi produk. Jadwal produksi mitra yang tidak menentu terkadang membuat mitra melakukan produksi jika produk tersebut stoknya sudah habis. Dengan adanya jadwal produksi yang dibuat maka mitra akan secara rutin melakukan kegiatan produksi. Pemasaran kue kering dan tik tuk tidak terlalu luas karena hanya pada beberapa lokasi offline di sekitar rumah dan juga dari acara maupun kegiatan yang diikuti oleh mitra.

Dengan melihat aktivitas maupun ikut praktek dalam pembuatan proses produksi, telah ditemukan masalah-masalah yang menghambat perkembangan bisnis. Adapun poin masalah sebagai berikut:

- Mitra kurang memiliki pengetahuan mengenai pembukuan keuangan
- Tidak terdapatnya standar operasi prosedur dalam proses produksi
- Kurangnya peralatan memadai untuk pembuatan kue kering dan tik tuk
- Jadwal produksi yang tidak menentu
- Pemasaran produk kurang luas

## **TELAAH LITERATUR**

Penulis membahas mengenai *Intended and Emergent Strategy* yaitu bagaimana faktor internal organisasi (struktur organisasi, pengetahuan organisasi, dan level *empowerment* manager) mempengaruhi pengambilan keputusan strategi dan kesuksesan strategi tersebut dipengaruhi oleh faktor lingkungan eksternal dan kompetisi oleh Mintzberg (1985). Jurnal ini mencerminkan bagaimana *constraint* tersebut mempengaruhi kemampuan bisnis dalam menerapkan strategi sehingga mempengaruhi hasil perkembangan dari usaha mikro tersebut. Change Matrix oleh Nadler & Tushman (1990) menjelaskan respons organisasi dalam waktu dan jenis perubahan. Pada matriks tersebut disebutkan terdapat dua situasi yaitu *anticipatory* dan *reactive*, serta dua jenis perubahan yaitu *incremental* dan *radical*. Usaha mikro Resep Bu Iis mewakili usaha mikro umumnya di desa tersebut yang memerlukan untuk melakukan perubahan untuk mendapatkan kelayakan bersaing di pasar lebih luas. Mitra melakukan perubahan yang secara umum bersifat incremental, seperti pendaftaran PIRT dan penulisan SOP. Namun secara detail perusahaan mikro memerlukan perubahan secara radikal untuk mencapai hal tersebut, hal ini ditandai dengan perubahan kultur serta struktur dari organisasi. Konsep yang telah disebutkan berhubungan dengan pelaksanaan dan perencanaan strategi selama pendampingan dan setelahnya.

Thompson, Scott, dan Martin (2017) menekankan hubungan struktur organisasi dengan perkembangan organisasi, pada tahap awal terdapat entrepreneurial structure dan berkembang menjadi fungsional. Hal ini sesuai dengan keadaan Resep Bu Iis yaitu tidak ada pembagian tugas, jumlah pegawai cenderung sedikit, dan sangat bergantung pada pemilik bisnis. Pada bab selanjutnya akan dijelaskan bagaimana struktur ini memiliki pengaruh kepada kemampuan perusahaan serta perkembangan terhadap struktur ini. Jurnal ini mencerminkan tantangan yang dihadapi oleh mitra

dalam proses pendampingan dalam berbagai inovasi dan penulis telah memberikan beberapa usulan untuk inovasi masa depan strategi bisnis mitra. Selain itu pengamatan terhadap unsur *strategic leadership* (Kets de Vries, 1996) menjelaskan pentingnya peran karismatik dan *architectural* dalam pelaksanaan strategi sehingga berhasil dalam melakukan perubahan. Karismatik terletak pada visi dan misi serta kepribadian dari pemimpin sedangkan *architectural* merupakan struktur dan manajemen organisasi. Pendampingan terhadap usaha mikro menekankan pentingnya peran kepemimpinan dan struktur organisasi sebagai arahan dalam kontribusi terhadap perkembangan bisnis.

Standard Operating Procedure (SOP) menurut Agus Dwiyanto (1999) adalah suatu prosedur tetap yang bersifat standard, sehingga siapa saja, kapan saja dan dimana saja dilakukan Kabupaten Indragiri Hilir, secara keseluruhan belum berjalan dengan optimal. Hal ini berhubungan dengan aspek monitoring hasil dari strategi yang dijalankan, SOP ini pun berperan penting untuk proses pendampingan kelompok ini untuk meningkatkan produktivitas. Berdasarkan penelitian faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kesuksesan bisnis mikro di Malaysia yang dilaksanakan oleh Jamak et al. (2017) disebutkan target terukur dan memiliki sistem atau proses teratur meningkatkan motivasi terhadap pekerja dan level efisiensi operasional. Selain itu, Penulis akan menganalisis jika hal tersebut berlaku dan berdampak signifikan pada bisnis mikro di Desa Cipanas, Indonesia.

Brand menurut Watkins (1986) adalah Sebuah nama, terminology, simbol, desain dan kombinasi dari hal tersebut yang digunakan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang atau kelompok penjual dan berfungsi untuk membedakan dari milik kompetitor. Melalui pendampingan, penulis mempelajari bahwa mitra belum memiliki logo dan merek. Penulis melalui jurnal menganalisis efektifitas dari brand dan logo. Selain itu, Riezebos (2013) melaporkan bahwa merek memiliki pengaruh terhadap pengaruh brand dengan persepsi konsumen dan *willingness* untuk membayar lebih tinggi. Melalui wawancara, mitra menyatakan bahwa mitra menginginkan adanya logo atau merek untuk meningkatkan harga dari produk mitra, penulis menyelidiki sejauh mana hal ini berdampak pada bisnis mikro atau kecil.

Van de Panner, et al. (2003) menjelaskan dalam peluncuran produk terdapat dua hal yang mempengaruhi kesuksesan marketing dari produk yaitu teknologi dan commercial, pada teknologi terdapat dua hal yaitu faktor proyek dan perusahaan sedangkan pada commercial terdapat faktor produk dan market. Salah satu faktor dari perusahaan adalah pengalaman dan Hal ini berhubungan dengan peluncuran produk baru serta inovasi dari produk Resep Bu Iis, dalam faktor perkembangan variasi dan peluncuran produk pada acara Saung Rahayat dan tokopedia. Trott (2017) menjelaskan hubungan *seasonality* dengan kesuksesan penetrasi produk kepada masyarakat, berdasarkan wawancara dengan mitra, hal ini memiliki pengaruh yang kuat dalam aktivitas produksi kue kering. Kedua konsep tersebut mencerminkan situasi yang dihadapi oleh industri kue kering di desa Cipanas.

## METODE

Dalam pengembangan bisnis, dilakukan berbagai tahapan agar bisnis dapat lebih berkembang dibandingkan dengan sebelumnya, termasuk dengan peningkatan penjualan ataupun pengembangan pemasaran. Dalam kegiatan ini berikut tahapan-tahapan yang dilakukan:

1. Pembuatan merek, logo, dan label

Hal pertama yang dilakukan adalah membuat merek untuk bisnis ini. Sebelumnya, produk kue-kue Ibu Iis belum memiliki merek. Pembeli hanya mengetahui bahwa kue-kue tersebut dibuat oleh Ibu Iis karena sebagian besar membeli langsung kepada Ibu Iis. tetapi, karena tidak ada merek, maka ketika dijual melalui warung atau melalui pihak ketiga, maka pembeli akan kesulitan mengetahui merek spesifik dari produk tersebut, dan menjadi kurangnya pemasaran produk Ibu Iis. Dengan adanya merek juga menambah kredibilitas dari produk yang dimiliki. Merek yang dipilih adalah Resep Bu Iis karena sederhana dan mudah dikenal. Logo yang dipilih juga dapat mencerminkan mitra. Label juga dibuat untuk masing-masing produk dengan mencantumkan komposisi, contact person via WA, nama toko di Tokopedia dan berat netto produk. Pembuatan merek dan logo dilakukan agar produk dapat lebih mudah dikenali oleh masyarakat dan dapat menjadi pembeda dari produk mitra dengan produk lain. Adanya merek dan logo juga dapat meningkatkan kepercayaan dan menarik customer. Merek juga diharapkan dapat meningkatkan customer, baik yang akan melakukan pembelian berulang atau customer baru yang mengenali produk ini.

2. Pembuatan SOP produksi

Pada proses produksi, dibutuhkan adanya pedoman agar proses produksi seragam dan produk memiliki kualitas yang sama. Sebelumnya, Ibu Iis tidak memiliki panduan pembuatan produk. Karena sebagian besar masih dilakukan sendiri, maka Ibu Iis sudah sangat mahir dalam proses penakaran dan pembuatan. Sebelumnya, takaran bahan mengikuti jumlah yang ada di kemasan. Begitu pula dengan proses pengemasan hanya mengandalkan perkiraan dari kemasan itu sendiri. Sehingga kami membuat SOP agar produk seragam dan dapat memandu jika nantinya akan ada tenaga kerja tambahan. Pembuatan SOP produksi meliputi dari tahapan-tahapan proses produksi, standar kualitas produk, dan standar ukuran produk. Hal ini agar proses produksi dapat lebih lancar dan produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang lebih baik.

3. Penambahan alat-alat produksi

Untuk menunjang proses produksi yang lebih lancar, diperlukan adanya penambahan alat-alat produksi. Ibu Iis sebelumnya sudah memiliki alat-alat produksi, tetapi ada beberapa yang sudah lama dan tidak bisa berfungsi secara maksimal. Seperti oven yang sudah tidak maksimal sehingga terkadang kue yang dihasilkan dapat berbau asap. Ibu Iis juga belum memiliki blender untuk menghaluskan bumbu tik-tuk dan juga timbangan untuk menakar seluruh bahan dan dalam proses pengemasan. Maka dari itu kami menambah alat-alat produksi berupa oven, timbangan, blender, dan lainnya. Alat-alat ini diperlukan agar kualitas produk dapat lebih baik, dan juga proses produksi dapat berlangsung lebih cepat dan meminimalisir adanya cacat produksi.

#### 4. Media Pemasaran

##### a. Media Online

Sebelumnya, pemasaran produk hanya dilakukan melalui mulut ke mulut, sehingga pemasaran belum dilakukan secara luas. Media sosial yang digunakan oleh Ibu Iis hanya Whatsapp dan aplikasi tersebut hanya sebagai media pemesanan. Melalui pengamatan dan wawancara dengan narasumber, whatsapp tersebut belum digunakan untuk media iklan atau promo. Pada masa ini, berbelanja semakin banyak dengan metode online. Dalam hal ini dipilih dengan dua metode. Pertama adalah dengan menggunakan e-commerce, yaitu Tokopedia, agar customer dapat lebih mudah menemukan produk dan juga pemasaran produk dapat merambah pasar yang lebih luas, karena tidak hanya masyarakat sekitar, tetapi juga dapat menarik customer dari luar daerah. Metode kedua adalah dengan menggunakan media sosial untuk memasarkan produk. Hal ini agar pemasaran juga dapat lebih luas dan produk lebih dapat dikenal. Sosial media yang digunakan adalah Instagram sebagai media pemasaran, dan juga WhatsApp yang digunakan sebagai media pemesanan oleh customer. Sebelumnya Ibu Iis juga sudah melakukan penjualan melalui WhatsApp yang dibantu oleh anaknya. Sebagian besar customer yang menghubungi melalui WhatsApp adalah rekan dan kenalan dari anaknya. Maka itu dengan adanya media pemasaran online lain, dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan produk.

##### b. Metode Offline

Walaupun mulai beralih pada penggunaan media sosial, metode penjualan offline pun masih sangat dibutuhkan karena awal mula penghasilan mitra dari metode offline. Ibu Iis sebelumnya hanya memakai metode offline dalam pemasarannya, seperti dengan menawarkan ke masyarakat sekitar dan juga dengan menitipkan produk di warung-warung sekitar. Kita tidak ingin memberhentikan metode offline tersebut. Metode offline tersebut yaitu pesanan di hari raya, pesanan tetangga untuk snack dirumah, dan titip jual di warung. Dengan metode tersebut, bisa tetap dilakukan untuk customer retention dimana loyal customer yang berlangganan produk Ibu Iis dapat membeli produk dengan adanya inovasi rasa baru dan merek di kemasan. Customer untuk metode offline itu sendiri berasal dari kenalan atau kerabat dari keluarga mitra yang artinya promosinya masih bersifat word of mouth.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### 1. Pembuatan merek, logo dan label

Untuk membuat merek, logo dan label dibutuhkan seseorang dengan keahlian desain grafis. Karena hal tersebut di luar keahlian kelompok, maka diputuskan untuk menggunakan jasa pihak ketiga untuk melakukan desain merek, logo dan label. Proses pembuatan ketiga hal tersebut dilakukan tanpa kontak secara langsung melainkan melewati social media sehingga ada sedikit hambatan untuk memberikan feedback dari kedua pihak. Pada akhirnya telah ditetapkan merek bernama Resep Ibu Iis, yang mengedepankan nama mitra serta 'Resep' yang mengartikan kumpulan metode pembuatan makanan yang sudah disempurnakan. Untuk logo kami menggunakan gambar kartun ibu berhijab memegang sebuah toples berisi kue kering, yang menurut kelompok mencerminkan persona mitra. Untuk label produk, kami

mencatat semua komposisi produk sesuai dari resep mitra serta berat bersih dari produk. Ada juga informasi contact person aplikasi WhatsApp dan Tokopedia untuk memudahkan pelanggan meraih Resep Ibu Iis.

## 2. Pembuatan SOP produksi

Hasil dari pembuatan SOP itu sendiri adalah dapat dihitung dengan tepat *cost of goods sold* (COGS) yang kita keluarkan di setiap produk dengan ukuran masing-masingnya. Jika kita lihat sebelum adanya SOP tersebut, mitra mengalami kesulitan menghubungkan hasil dari produksi dengan berapa jumlah produk yang terciptakan. Dari takaran per produk yang tidak pasti dan juga pendapatan yang didapatkan. Dengan perhitungan yang tepat, kami dapat menentukan price yang tepat untuk dapat digunakan pada setiap penjualan agar tidak terjadi kesalahan yang dapat menyebabkan kerugian penjualan. SOP itu pun berguna untuk orang baru yang ingin membuat atau membantu mitra dalam proses produksi, karena didalam SOP itu sendiri tertera tata cara atau pedoman cara membuat produk. Dengan hasil tersebut SOP sangat mempersingkat waktu dan meminimalisir cost. SOP yang ditetapkan adalah sebagai berikut :

1. Persiapan dan pembelian bahan baku dilakukan sebelum proses produksi (pada H-1).
2. Bahan baku harus digunakan dan diolah pada rentang waktu 1 bulan setelah pembelian (kecuali bahan yang mudah membusuk seperti telur, harus lebih cepat).
3. Peralatan yang akan digunakan saat proses harus dipastikan sudah bersih pada saat digunakan untuk menjaga kebersihan dan menjaga kualitas produk.
4. Loyang yang digunakan untuk memanggang kue diolesi dengan mentega terlebih dahulu.
5. Pemanggangan kue dan penggorengan Tik-Tuk diukur dengan menggunakan timer agar kue tidak gosong dan Tik-Tuk tidak keras.
6. Kue yang gosong atau rusak tidak dapat dilanjutkan dalam proses produksi.
7. Kue yang sudah dikemas jika sudah dingin harus cepat ditutup untuk menjaga kualitas produk.
8. Menimbang bahan baku agar sesuai dengan resep yang sudah ada.
9. Ketebalan adonan kurang lebih 0.5 cm, dan dicetak dengan cetakan yang sudah ditetapkan.
10. Bumbu balado untuk Tik-Tuk diproses dengan menggunakan blender agar halus.
11. Menimbang produk setelah dikemas sesuai dengan ukuran yang sudah ditetapkan.



Gambar 2.1 Adonan Kue



Gambar 2.2 Kue yang sudah dipanggang



Gambar 2.3 Pembuatan adonan kue

### 3. Alat produksi

Selama ini faktor produksi yang dijalani oleh mitra mengalami kurangnya efisiensi. Hal ini dikarenakan alat-alat yang ada kurang memadai, dari oven yang rusak hingga jumlah gas tidak tersedia banyak yang menghambat proses produksi optimum. Di luar itu ketidakadaan timbangan mempengaruhi potensi profit, dimana mitra tidak menggunakan takaran yang konsisten menimbulkan produk yang memiliki berat bersih diatas yang seharusnya. Blender juga dibutuhkan untuk mempercepat proses produksi yang sudah memakan waktu banyak agar menutup kemungkin membutuhkan untuk merekrut staff. Maka dari itu kelompok menggunakan dana yang disediakan untuk membeli peralatan yang kekurangan tersebut.



Gambar 3.1 Pembuatan adonan dengan mixer

#### 4. Pemasaran

Pemasaran awal secara offline adalah melalui pesanan dari kenalan mitra. Tetapi dibuat media sosial untuk pemasaran online dan akun tokopedia untuk penjualan secara online. Hal ini kita lihat bahwa untuk media online merupakan salah satu cara efektif dalam pemasaran untuk dikenal secara luas. Di instagram Resep Ibu Iis sendiri mencakup informasi tentang jenis produk yang dijual dan contact person. Namun untuk pembelian melalui Tokopedia karena bisa menghitung ongkos kirim serta terdapat fitur chat antara pembeli dan penjual. Tokopedia sendiri lebih aman dan terpercaya dan dapat dikunjungi oleh semua kalangan.

## KESIMPULAN

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dapat disimpulkan:

1. Pembuatan logo dan stiker yang kami lakukan sangat dibutuhkan karena merupakan sebuah identitas yang berupaya agar pembeli mengetahui informasi tentang produk dan lebih terlihat bukan produk sembarangan. Oleh karena itu, logo adalah salah satu hal wajib bagi produk yang diperjual belikan. Pemberian identitas logo juga berperan dalam pemasaran dimana ketika suatu produk memiliki label maka customer lebih mudah untuk mengingat merek dan bisa dipasarkan secara luas. Kelompok melihat respon dari current customer yang antusias dengan tersedianya label logo baru di packaging produk. Pemasaran produk dengan logo baru juga membantu pemasaran untuk customer *acquisition* dimana terus mencari dan mendapatkan customer baru dan mempertahankan *current* customer dengan retention. Dengan adanya logo baru Resep Bu Iis juga mampu meningkatkan penjualan karena pemberian stimulasi ke customer untuk melakukan pembelian produk yang tentunya berbeda dari sebelumnya. Kelompok juga melakukan interview ke beberapa customer yang melakukan pembelian produk dan mayoritas merasa tertarik dengan adanya inovasi logo juga pembaruan dari rasa produk yang bervariasi.
2. Program penyusunan SOP produksi bermanfaat bagi mitra untuk menjaga konsistensi kualitas produk yang diproduksi oleh mitra, sehingga tidak terjadi kesalahan dalam produksi dan bisa tetap menjaga kepercayaan konsumen. Dengan ada SOP, untuk periode sekarang mitra bisa melakukan langkah-langkah yang sudah tertera pada prosedur produksi dan jika orang lain yang ikut membantu produksi produk juga bisa langsung mengetahui langkah produksi dengan melihat kertas prosedur produksi.
3. Program pembuatan media pemasaran online dirasa dapat menumbuhkan angka pelanggan baru diluar dari kenalan mitra. Karena e-commerce yang kita masuki saat ini adalah salah satu aplikasi no 1 dalam membantu pemasaran online. Maka dari itu kami memilih menggunakan e-commerce sebagai media pemasaran online.
4. Metode offline kita gunakan juga agar pelanggan lama yang telah terbiasa melakukan pesanan offline tidak berkurang dan tetap melakukan pembelian, maka dari itu kami tidak ingin menghilangkan metode offline tersebut. Karena metode offline itu sendiri yang telah membuat bisnis dari mitra kami berjalan sampai saat ini.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Desk of Community Development, fasilitator, dan dosen atas bimbingan pada kegiatan ini. Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Kecamatan Cipanas, Desa Cipanas, dan khususnya kepada mitra yang telah membantu terlaksananya kegiatan Community Development ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Watkins. Trevor (1986) *the economics of the brand*, Maidenhead, Mcgraw Hill Book Company

Agus Dwiyanto, 1999. "Penilaian Kinerja Organisasi Pelayanan Publik". Makalah Seminar Kinerja Organisasi Sektor Publik Kebijakan dan Persiapannya. Yogyakarta. Jurusan Ilmu Administrasi Negara FISIPOL UGM

Jamak, A. B. S. A., Ghazali, Z., & Sharif, M. A. M. (2017). Micro-enterprise growth strategies: A conceptual model. *Global Business and Management Research*, 9(1), 581-591. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1903429195?accountid=12763>

Mintzberg, H., & Waters, J. (1985). Of Strategies, Deliberate and Emergent. *Strategic Management Journal*, 6(3), 257-272. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/2486186>

Nadler, D. A. and M. L. Tushman (1990). "Beyond the Charismatic Leader: Leadership and Organizational Change." *California Management Review* 32(10): 77-87.

Riezebos, R. (2003) *Brand Management: A Theoretical and Practical Approach*, Prentice Hall, Harlow.

Thompson, J., Scott, J. M., & Martin, F. (2017). *Strategic management: Awareness and change*. Andover: Cengage Learning EMEA.

Trott, P. (2017). *Innovation management and new product development* (6th ed.). Harlow: Pearson.

van der Panne, G., van Beers, C. and Kleinknecht, A. (2003) Success and failure of innovation: a review of the literature, *International Journal of Innovation Management*, vol. 7, no. 3, 309-38.

Vries, M. K. (1996). Leaders who make a difference. *European Management Journal*, 14 (5), 486-493. doi:10.1016/0263-2373(96)00042-4

## LAMPIRAN



Gambar 1. Kue Bihun



Gambar 2. Kue Bangkit Susu



Gambar 3. Tik Tuk Balado



Gambar 4. Tik Tuk Original