

## **PENGARUH MOTIVASI MITRA TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH “Mommy Snack”**

Bernardto Fidelis<sup>1</sup>, Cahyani Valencia<sup>2</sup>, Fiona Wiryawan<sup>3</sup>, Jordan Joel Rintis<sup>4</sup>, Natalie Lazuardi<sup>5</sup>, Rashif Ardi Wibowo<sup>6</sup>, Nurhayati Nurhayati<sup>7\*</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya; <sup>3</sup>Program Studi Akuntansi, Universitas Prasetiya Mulya; <sup>5</sup>Program Studi *Branding*, Universitas Prasetiya Mulya; <sup>7</sup>Program Studi Teknologi Pangan, Universitas Prasetiya Mulya.

Email: [bernardto.fidelis@student.pmbs.ac.id](mailto:bernardto.fidelis@student.pmbs.ac.id), [cahyani.valencia@student.pmbs.ac.id](mailto:cahyani.valencia@student.pmbs.ac.id), [fiona.wiryawan@student.pmbs.ac.id](mailto:fiona.wiryawan@student.pmbs.ac.id), [jordan.rintis@student.pmbs.ac.id](mailto:jordan.rintis@student.pmbs.ac.id), [natalie.lazuardi@student.pmbs.ac.id](mailto:natalie.lazuardi@student.pmbs.ac.id), [rashif.ardi@student.pmbs.ac.id](mailto:rashif.ardi@student.pmbs.ac.id), [nurhayati@pmbs.ac.id](mailto:nurhayati@pmbs.ac.id)

(Corresponding Authors)

***Abstract** -This research is motivated by that high motivation of “mitra” in carrying out her daily business operation. This activity aims to find out how the business motivation within the micro, small and medium enterprises (SMEs) “do-er (pelaku)”, namely in the packaged snacks sector, will affect performance and the sustainability of a business. Two subjects that the researcher would like to raise are the kinds of partner’s motivation and its effect on the business sustainability. In conducting this research, the literature review used is the theories of business motivation, factors that influence motivation, and the affect of motivations on business continuity. The research method used is by library study, observation, and interview. The researcher concluded that the forms of motivation that have been carried out by partners have proven to have a big influence in providing results, namely the sustainability of the partners' business up to now.*

**Keywords**  
*MSME,  
motivation,  
business  
sustainability.*

**Abstrak** – Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kelompok yang melihat semangat tinggi mitra dalam menjalankan usahanya sehari-hari. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana motivasi bisnis dalam diri pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yaitu mitra kelompok di bidang makanan ringan dalam kemasan yang nantinya akan mempengaruhi performa bisnis dan efeknya pada keberlanjutan sebuah usaha. 2 hal yang diangkat oleh kelompok adalah bagaimana bentuk motivasi mitra dan efeknya pada keberlangsungan usaha mitra. Dalam melakukan penelitian ini, telaah literatur yang digunakan adalah pengertian dari motivasi usaha, faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi, motivasi apa saja yang dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha, dan tinjauan motivasi keberlangsungan usaha. Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan study research, observation, dan wawancara. Peneliti menyimpulkan bahwa bentuk motivasi-motivasi yang telah dilakukan oleh mitra terbukti berpengaruh besar dalam memberikan hasil yaitu keberlangsungan usaha mitra hingga saat ini.

**Kata Kunci**

UMKM, motivasi, keberlanjutan usaha.

**Pendahuluan**

*Community Development* merupakan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang berbentuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang diselenggarakan oleh S1 Universitas Prasetiya Mulya dan dijalankan oleh mahasiswa S1 Universitas Prasetiya Mulya seluruh jurusan semester 6. *Community Development* memiliki visi membangun desa yang mandiri, berkelanjutan, dan unggul dengan sentuhan kewirausahaan yang berbasis potensi dan kearifan lokal. Selain itu memiliki misi untuk membangun ekosistem wirausaha melalui pemanfaatan potensi lokal yang baik untuk pengembangan bisnis di desa, meningkatkan motivasi, kapasitas, dan pengetahuan manajemen bisnis masyarakat pedesaan, memfasilitasi keorganisasian masyarakat lokal dalam upaya kemandirian pengembangan desa, dan penguatan hubungan kerjasama antara masyarakat, aparatur pemerintah, dan pelaku usaha di desa.

Pada kesempatan kali ini, *builder* 050 yaitu sekelompok orang yang terdiri dari mahasiswa Universitas Prasetiya Mulya dari berbagai jurusan ditempatkan di Desa Gadog untuk mengembangkan usaha dari mitra yang bergerak dalam industri makanan ringan dan aneka kue kering. Sebagai *builder*, kelompok bertanggung jawab untuk meningkatkan kapasitas mitra melalui aktivitas bisnis yang dijalankan. Usaha mitra yaitu Mommy Snack yang didirikan sejak tahun 2017 oleh Ibu Dedeh dapat berjalan dengan bantuan tenaga kerja yang merupakan keluarga dari mitra sendiri. Produk Mommy Snack terdiri dari makanan ringan dan *cookies*.

Makanan ringan yang dihasilkan terdiri dari 10 jenis yaitu Basreng, Seblak, Pangsit Roll, Pangsit Rasa, Mie Tak, Mie Lidi, Mie Bihun, Makaroni Gimbal, Makaroni Keong, Makaroni Brindil, Kue Putri Salju, Kue Lidah Kucing, dan lain sebagainya; produk tersebut juga memiliki berbagai varian rasa seperti jagung manis, pedas, keju manis, keju, balado dan lainnya. Sedangkan untuk produk kue kering yaitu Mommy

Cookies, memiliki variasi bentuk yang berbeda-beda sehingga menjadi keunikan produk Mommy Cookies sendiri. Produk Mommy Snack kini telah didistribusikan melalui jalur *offline* berupa *reseller* yakni toko oleh-oleh di area Cipanas, Bogor, Cianjur seperti Raja Fashion Outlet, Kampoeng Brasco, Okeke, Bogor Raincake, dan lain sebagainya.

Dengan melihat produk-produk yang telah dihasilkan oleh mitra dan juga dimana produk tersebut dapat ditemui; dapat dikatakan bahwa mitra tentunya memiliki keinginan untuk mengembangkan usahanya sehingga dapat menjadi usaha yang semakin besar, *profitable*, dan berkelanjutan. Maka, dari cara bekerja dan hasil pekerjaan mitra, terlihat bahwa mitra sendiri memiliki motivasi yang tinggi untuk mengembangkan usaha tersebut dan membuat usaha yang telah dibangun oleh mitra menjadi usaha yang berkelanjutan.

### **Perumusan Masalah**

Berdasarkan analisa situasi mitra selama masa *live-in* berlangsung kelompok dapat melihat bahwa sebenarnya mitra memiliki motivasi untuk mengembangkan bisnisnya melalui hal tersebut kelompok menemukan bahwa hal tersebut menarik dan dapat ditelusuri lebih lanjut berkaitan dengan keberlangsungan dari usaha mitra itu sendiri; maka dari itu, hal yang dapat menjadi pembahasan adalah antara lain:

1. Bagaimana bentuk motivasi yang dilakukan oleh mitra dalam mempertahankan keberlangsungan usaha mitra?
2. Bagaimana pengaruh dari bentuk motivasi yang telah dilakukan terhadap keberlangsungan bisnis mitra?

### **Telaah Literatur**

#### **Teori Motivasi Usaha**

##### **1. Pengertian Motivasi Usaha**

Motivasi merupakan salah satu faktor yang berada dalam diri suatu individu yang biasa dibidang dorongan sehingga seseorang dapat memenuhi kebutuhan dan tujuan. Motivasi adalah gabungan dari kebutuhan dan keinginan suatu individu yang dapat menyebabkan perilaku individu tersebut dalam melakukan suatu usaha tertentu. Usaha yang dimaksud adalah usaha yang kreatif atau inovatif sehingga suatu individu dapat membangun suatu nilai.

Dalam dunia pekerjaan, motivasi sangatlah dibutuhkan oleh karyawan karena dengan adanya motivasi yang baik tentu akan sangat berpengaruh terhadap performa karyawan yang akan bekerja dalam suatu organisasi tersebut, semakin tinggi bentuk motivasi yang diberikan oleh perusahaan maka akan semakin tinggi pula motivasi yang dimiliki karyawan dalam bekerja dan terlebih lagi karyawan akan membantu untuk mencapai tujuan kinerja dari perusahaan. (George & Jones, 2002).

Selain itu, Mangkunegara (2005,61) mengatakan bahwa motivasi terbentuk dari sikap karyawan ketika menghadapi suatu situasi kerja di perusahaan. Motivasi merupakan suatu hal yang ada dalam diri karyawan dimana hal tersebut merupakan energi dari karyawan tersebut dalam mencapai tujuan perusahaan yang ingin dicapai. Motivasi kerja maksimal dapat muncul ketika sikap mental karyawan

terhadap situasi kerja merupakan sikap yang pro dan positif.

Robbins dan Judge (2007) mendefinisikan motivasi sebagai proses yang menjelaskan intensitas, arah dan ketekunan usaha untuk mencapai suatu tujuan.

## 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi Usaha

Pattigrew (1998) dalam Walton (1999) mengemukakan bahwa motivasi wirausaha (*entrepreneurial motivations*) salah satu faktor penting untuk kinerja perusahaan. Studi yang dilakukan oleh Knight 1983 (dalam Rambat, L dan Jero W ; 1988) menyatakan bahwa wirausaha utamanya tidak termotivasi oleh *financial incentive*, tetapi oleh keyakinan untuk melepaskan diri dari lingkungan yang tidak sesuai/diinginkan, disamping guna menemukan arti baru di kehidupannya. Faktor motivasi yang dimaksud dapat dibagi menjadi beberapa hal seperti berikut :

- a. *The foreign refuge*, dikarenakan terdapat peluang-peluang ekonomi di negara lain yang lebih menguntungkan, sering kali mendorong orang untuk meninggalkan negaranya yang tidak stabil secara politis untuk berwirausaha.
- b. *The corporate refugee*, Dalam menjalankan pekerjaan menjadi karyawan biasa sering kali merasa tidak puas atas apa yang mereka kerjakan, sehingga banyak pekerja yang ingin mencari peluang dan mulai menjalankan bisnisnya sendiri. Vol 3, No. 002 (2016) Khusnul Khatimah Irwan 15
- c. *The parental refugee*, Pengalaman dan pendidikan dalam berbisnis banyak didapatkan dalam bisnis yang sudah dibangun oleh keluarga individu individu tersebut dan mencoba seiring berjalanya waktu sejak masih bersekolah.
- d. *The feminist refugee*, para wanita yang merasa telah diperlakukan secara diskriminatif dibandingkan dengan kaum laki-laki baik dalam sistem pendidikan, lingkungan kantor/perusahaan, maupun dalam masyarakat, akan berusaha membuktikan bahwa dirinya mampu, caranya yaitu dengan mendirikan usahanya sendiri.
- e. *The housewife*, selain mengurus anak dan rumah tangganya para ibu rumah tangga akan mencoba membantu suaminya dalam hal keuangan karena kebutuhan-kebutuhan anak yang semakin tinggi.
- f. *Educational refugee*, banyak orang yang gagal dalam studinya atau mereka yang tidak cocok dengan sistem pendidikan yang ada, menjadi terpacu untuk berwirausaha.

## 3. Motivasi dalam Mempertahankan Keberlanjutan Usaha

Menurut Ashari (2010) motivasi mempertahankan keberlanjutan usaha adalah suatu keinginan untuk melanjutkan suatu usaha dan secara garis besar terhindar dari suatu kebangkrutan. Ashari mengatakan motivasi yang dilakukan untuk mempertahankan keberlanjutan suatu usaha harus dimulai dari 2 faktor yaitu:

### a. Faktor Internal

- 1) Melakukan manajemen yang efisien untuk menghindari adanya kerugian yang pada

- 2) akhirnya menyebabkan perusahaan menjadi tidak lancar.
- 3) Menjaga ketidakseimbangan modal yang dimiliki dengan jumlah piutang-hutang yang dimiliki.

b. Faktor Eksternal

- 1) Mengantisipasi perubahan dalam keinginan pelanggan, serta menjaga konsistensi pelanggan untuk pindah berbelanja sehingga pendapatan dapat tetap meningkat. Vol 3, No. 002 (2016) Khusnul Khatimah Irwan 16
- 2) Melakukan koordinasi dan hubungan terhadap pengusaha lainnya yang menyediakan bahan baku.
- 3) Mengantisipasi faktor Debitur untuk menjaga agar tidak terjadi kecurangan dengan lari dari tanggung jawab utang.
- 4) Menjaga hubungan yang tidak harmonis dengan kreditur juga dapat berakibat fatal terhadap kelangsungan hidup perusahaan.
- 5) Melakukan produksi yang baik dan selalu memperbaiki diri sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lain dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
- 6) Mengantisipasi kondisi perekonomian secara global.

#### 4. Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan Usaha adalah sebuah kondisi di saat perusahaan memiliki kecukupan dana untuk menjalankan dan mengembangkan usahanya. Untuk memahami keberlanjutan usaha, indikator yang dapat dilihat sebagai dasarnya terlihat dari berbagai aspek di dalam perusahaannya itu sendiri. Menurut Pickle (1989) di dalam penelitiannya yang dilakukan terhadap 97 manajer perusahaan kecil, ditemukan lima karakteristik kepribadian yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha kecil.

1. *Drive*
2. *Mental Ability*
3. *Human Relations Ability*
4. *Communications Ability*
5. *Technical Knowledge*

Di dalam penelitiannya, Luk (1996) mengaitkan keberhasilan usaha industri kecil tersebut terlihat dari inovasi dan perilaku mau mengambil resiko terhadap hal baru. Hasil penelitian Murphy menunjukkan juga keberhasilan mempertahankan usaha kecil dibantu dengan adanya kerja keras, dedikasi, dan komitmen terhadap pelayanan dan kualitas. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Algifari(2003) keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara teknis dan efisiensi secara ekonomis. Untuk menarik garis besar dalam beberapa penelitian, variabel keberhasilan usaha diperlihatkan dari efisiensi produk, perluasan produk, profitabilitas dan kepercayaan publik.

#### 5. Tinjauan Motivasi Usaha Terhadap Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan usaha tentu merupakan hasil dari tinjauan sebuah motivasi, pembahasannya lebih

ditekankan kepada keberlanjutan usaha itu sendiri, karena dengan berlanjutnya usaha tersebut merupakan sebuah kondisi dimana saat sebuah perusahaan menjalankan dan mengembangkan sebuah usahanya. Badan usaha akan dianggap oleh suatu prinsip keberlanjutan usaha yang terus melakukan proses penyelesaian proyek, perjanjian dan kegiatan yang sedang berlangsung.

### Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Gadog, Kabupaten Cianjur. Durasi penelitian ini dilakukan selama 2 (dua) bulan masa penelitian mulai dari Bulan Januari hingga bulan Februari 2019. Penelitian ini dilakukan oleh kelompok dengan cara mengikuti seluruh kegiatan operasional usaha mitra selama periode *live-in*.

Dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam pembuatan karya ilmiah ini, kelompok mengumpulkan data yaitu melalui 3 hal yaitu pertama; melalui penelitian kepustakaan (*library research*), kedua; observasi (*observation*) yaitu dengan mengamati situasi dan kondisi dari mitra selama bekerja dalam melaksanakan usahanya sehari-hari, dan juga ketiga; melalui wawancara (*interview*) dengan mitra itu sendiri.

Dalam karya ilmiah ini, kelompok akan melakukan analisa dengan menggunakan metode kualitatif; dimana bahasan nantinya akan dianalisis melalui teori-teori yang ada dan melalui kegiatan keseharian yang dilakukan oleh mitra dalam melaksanakan usahanya.

### Informasi Terkait Mitra

#### 1. Profil Mitra

PROFIL MITRA USAHA	
<b>Nama Pemilik Usaha (Mitra Utama)</b>	Ibu Dedeh
<b>Tempat dan Tanggal Lahir</b>	Cianjur, 15 Mei
<b>Alamat Tempat Tinggal</b>	Jl. Gadog 2, Gadog, Pacet, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat - 43253.
<b>Nomor Handphone</b>	+62 831 1331 3778
<b>Latar Belakang Pendidikan</b>	<input type="checkbox"/> Selesai SD <input type="checkbox"/> Selesai SMP <input checked="" type="checkbox"/> Selesai SMA <input type="checkbox"/> S1 <input type="checkbox"/> S2 <input type="checkbox"/> S3 <input type="checkbox"/> Lain-lain
<b>Jumlah Tanggungan (cantumkan jumlah)</b>	<input type="checkbox"/> Istri <input checked="" type="checkbox"/> 3 Anak <input type="checkbox"/> Cucu <input type="checkbox"/> Saudara <input type="checkbox"/> Lain-lain, sebutkan

<b>Kegiatan sehari-hari</b>	Melakukan produksi barang penjualan Berbelanja kebutuhan produksi
<b>Pengalaman dan Keaktifan Organisasi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pernah menjadi Ketua PKK desa</li> <li>• Sering mengikuti acara arisan</li> <li>• Menjadi anggota IWAPI (Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia)</li> </ul>

## 2. Profil Usaha

PROFIL USAHA	
<b>Tanggal dan Lokasi Pendirian Usaha</b>	Maret 2016
<b>Sejarah Pendirian Usaha</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Mulai dari awal <input type="checkbox"/> Membeli dari pihak lain <input type="checkbox"/> Warisan orang tua <input type="checkbox"/> Waralaba [franchise] <input type="checkbox"/> Agen / Cabang usaha lain <input type="checkbox"/> _____
<b>Status Legal Perusahaan</b>	<input type="checkbox"/> TDP (Tanda Daftar Perusahaan) <input type="checkbox"/> SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) <input checked="" type="checkbox"/> NPWP <input type="checkbox"/> Lain-lain, _____
<b>Bidang dan Sektor Usaha</b>	Makanan
<b>Jenis Produk / Layanan</b>	Aneka kue kering dan makanan ringan <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bakso Goreng</li> <li>• Seblak Garing</li> <li>• Mie Tak</li> <li>• Mie Bihun</li> <li>• Mie Lidi</li> <li>• Pangsit Roll</li> </ul>
<b>Merk Produk / Layanan</b>	“MOMMY COOKIES” dan “MOMMY SNACK”
<b>Alamat Perusahaan</b>	Kampung Cinangsih RT 01 RW 06 Kecamatan Pacet Kabupaten Cianjur Puncak Bogor
<b>Email Perusahaan/Website</b>	shopee.co.id/dessyanira15 www.facebook.com/mommysnack.id

Narasumber	Kutipan
Ibu Dedeh	<p><b>A1:</b> “Saya membuat bisnis ini untuk menambah penghasilan di rumah”</p> <p><b>A2:</b> “Berjualan supaya berkah bantu-bantu anak-</p>

	<p>anak, buat dapet uang sebagai <i>reseller</i>”</p> <p><b>A3:</b> “Takutnya entar pelanggan Mommy pergi semua, kalo berhenti jualan”</p>
--	--

## Pembahasan

Setelah melakukan observasi selama masa *live-in*, mitra dapat dikatakan memiliki motivasi tinggi berupa usaha (*effort*) yang tinggi dalam upaya mengembangkan bisnisnya dengan tujuan untuk keberlangsungan dari usaha tersebut. Bentuk-bentuk motivasi dalam diri yang dapat dilihat dari usaha yang dilakukan oleh mitra adalah antara lain:

### 1. Upaya Mitra Mencari dan Mengikuti *Bazaar*

Dalam mengembangkan usahanya dan meningkatkan *brand awareness* dari usaha mitra, mitra seringkali mencari acara dimana mitra dapat ikut berpartisipasi dengan membuka *stand* dan menjual produk-produknya. Maka dari itu, mitra hingga saat ini masih terus menerus mencari acara-acara maupun bazaar yang ada di daerah Cipanas yang ditawarkan oleh pihak PLUT (Pusat Layanan Unit Terpadu) baik yang dekat dengan tempat tinggalnya maupun tempat yang berada di luar daerah mommy snacks.

Selain itu, usaha juga terlihat dari keikutsertaan mitra untuk bergabung menitipkan barang/produk di bazaar tertentu dengan temannya. Mitra telah mengikuti bazaar, yang diadakan di:

- Dekranasda Cianjur
- Gedung DPRD Cianjur
- Gedung Assakinah Cianjur
- Lapangan Joglo Cianjur
- Kuningan, Jakarta
- Alun-alun Cianjur
- Hotel Yasmin Cipanas
- Taman Mini Cibubur
- Gedung Sate Bandung

### 2. Kesiediaan Mitra dalam Mengikuti PKM/*Community Development*

Melalui kesiediaan mitra mengikuti kegiatan PKM dalam hal ini adalah *community development* dapat terlihat bahwa mitra sendiri ingin menjadi pengusaha yang semakin maju dan terbuka untuk berbagai pengetahuan baru yang berguna untuk usahanya sendiri.

Mitra sendiri sangat terbuka untuk *insight*/saran baru yang bertujuan untuk kemajuan dari usaha yang nantinya akan berhubungan dengan keberlangsungan usaha mitra, hal tersebut terlihat dari keterbukaan mitra dan usaha mitra untuk menerapkan rekomendasi yang diberikan oleh anak-anak dari *community development*.

Dengan telah mengikuti program *community development* sebanyak 2 (dua) kali juga membuktikan bahwa mitra sangat terbuka untuk segala *input* dalam memajukan usahanya. Berikut merupakan bukti dari mitra yang telah mengikuti kegiatan *community development* sebanyak dua kali:

**Keikutsertaan dalam *Community Development***





***community development 2018***



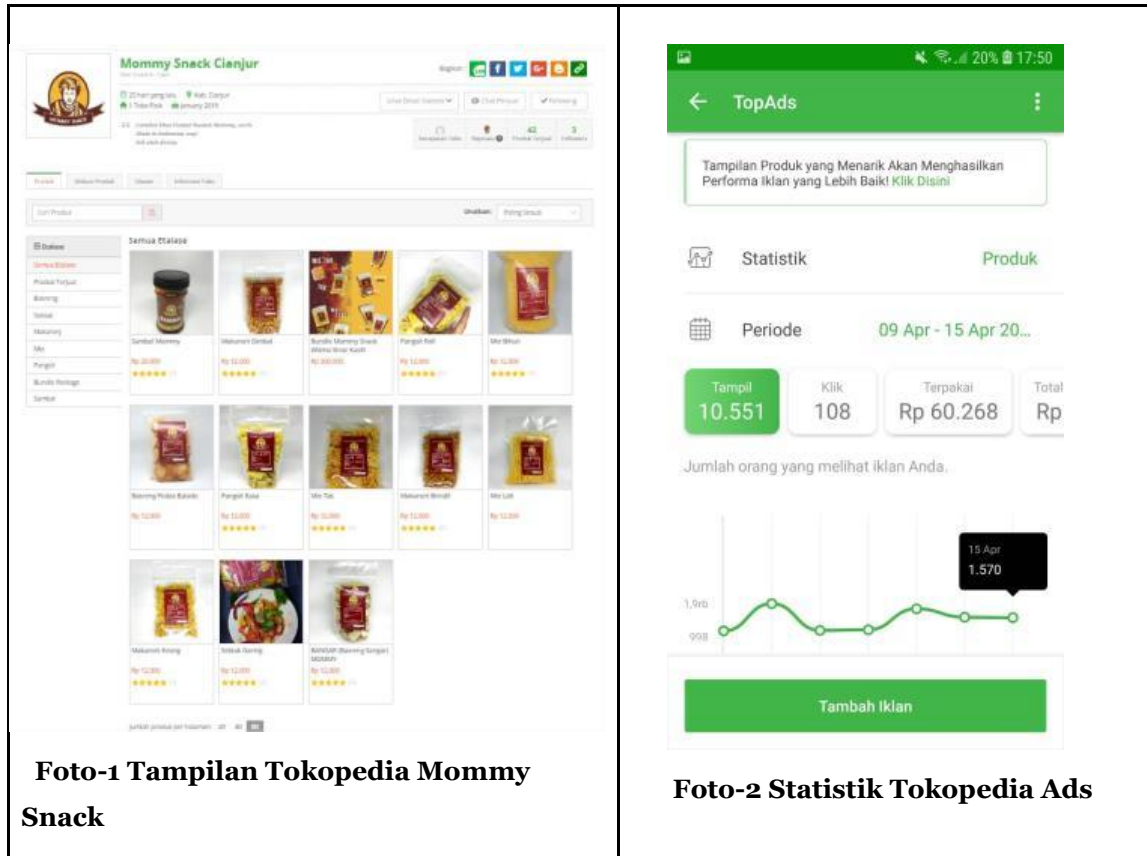
***community development 2019***

Berikut merupakan bentuk *improvement* yang bersedia mitra lakukan selama keikutsertaan *community development 2019*:

- **Ekspansi Pasar melalui Utilisasi E-Commerce**

Dalam kegiatan *community development* ini, mitra secara terbuka menerima masukan dari kelompok dalam mengembangkan usahanya; salah satunya adalah dengan penggunaan Tokopedia dalam menggapai *market* dan distribusi produk yang lebih luas lagi.

**Ekspansi Pasar melalui Utilisasi E-Commerce**



**Foto-1 Tampilan Tokopedia Mommy Snack**

**Foto-2 Statistik Tokopedia Ads**

- **Pengembangan Literasi Keuangan**

Mitra telah menyetujui format pencatatan pemasukan dan pengeluaran yang sudah dibuat oleh kelompok mahasiswa *community development* dan sudah melakukan sendiri pencatatan tersebut secara rutin. Mitra juga telah menyadari pentingnya pencatatan secara konsisten dan sesuai dengan keadaan sebenarnya. Kelompok telah mencari dan memberitahukan mitra harga pokok penjualan dan keuntungan yang didapatkan dari penjualan produk ini.

Pencatatan tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Harga Pokok Penjualan dengan benar dan keuntungan yang didapatkan. Selain itu mitra melakukan pemisahan keuangan pribadi dengan keuangan usaha sehingga kelompok membantu membuat rekening bank yang baru sehingga mitra dapat mengetahui pendapatan usaha dengan jelas. Kelompok juga mengajarkan perhitungan pendapatan yang didapatkan untuk ditabungkan ke dalam rekening Mommy Snack.

Berikut merupakan contoh dari format pencatatan pemasukan dan pengeluaran yang telah kelompok buat untuk Mommy Snack:

### Pengembangan Literasi Keuangan

**Keterangan:**

- Pemasukan Pemasukan adalah berdasarkan barang, merk, jumlah yang sudah diteliti / diorganisir
- Saldo Barang yang diteliti adalah halaman berikut:
  - satuan barang = SG
  - kemasan = MB
  - merk/merk = MK
  - merk lain = ML
  - merk lain = ML
  - kemasan khusus = MKG
  - merk/merk khusus = MKK
  - merk/merk khusus = MKB
  - merk/merk khusus = MKL
  - satuan barang = SG
  - merk/merk khusus = TCA
  - merk/merk khusus = BA
- Jumlah barang diorganisir dalam satuan PCS
- Barang barang adalah harga satuan barang yang diteliti
- Total adalah harga barang diorganisir sesuai barang
- Saldo barang adalah pengurangan pemasukan yang terjadi
- Saldo barang adalah hasil pengurangan saldo barang

Foto 3 - Keterangan Kode Produk

No	Tanggal	Daftar / Merk (no. merk, merk)	Kode Barang	Jumlah Barang	Harga	Total	Dipotong	Menyisakan
1	10-Jan-2019	Biji Fe	SG	1 kg	10.000	10.000		
			MB	100	10.000	1.000.000		
			ML	100	10.000	1.000.000		
			MG	100	10.000	1.000.000		
2	20-Jan-2019	Biji Fe	SG	1 kg	10.000	10.000		
			MB	100	10.000	1.000.000		
			ML	100	10.000	1.000.000		
			MG	100	10.000	1.000.000		
3	11-Jan-2019	Coklat	SG	1 kg	10.000	10.000		
			MB	100	10.000	1.000.000		
			ML	100	10.000	1.000.000		
			MG	100	10.000	1.000.000		
4	10-Jan-2019	Biji Fe	SG	1 kg	10.000	10.000		
			MB	100	10.000	1.000.000		
			ML	100	10.000	1.000.000		
			MG	100	10.000	1.000.000		
5	10-Jan-2019	Biji Fe	SG	1 kg	10.000	10.000		
			MB	100	10.000	1.000.000		
			ML	100	10.000	1.000.000		
			MG	100	10.000	1.000.000		
6	10-Jan-2019	Biji Fe	SG	1 kg	10.000	10.000		
			MB	100	10.000	1.000.000		
			ML	100	10.000	1.000.000		
			MG	100	10.000	1.000.000		

Foto 4 - Pembukuan Pemasukan

No	Tanggal	Nama Barang	Jumlah Barang	Harga Barang	Total
1	10-Jan-2019	Biji	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
2	10-Jan-2019	Biji	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000
		Biji Fe (Lain M&K)	1 kg	10.000	10.000

Foto 5 - Pembukuan Pengeluaran

Berdasarkan format yang telah disusun oleh kelompok, mitra menyatakan merasa lebih mudah untuk melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran terutama pada saat tingginya permintaan terhadap produk Mommy Snack. Selain itu mitra dapat mengetahui dengan jelas pemasukan yang telah didapatkan serta pengeluaran selama satu bulan periode pencatatan.

- **Branding Mommy Snack**

Setelah menjadi salah satu mitra dalam kegiatan *community development* di dua tahun berturut-turut. Mommy Snack mampu mengembangkan beberapa hal di sisi pemasarannya. Salah satunya adalah Mommy Snack yang sebelumnya tidak memiliki logo, saat ini sudah memiliki logo yang dikontribusikan oleh kegiatan *community development* 2018. Logo ini memiliki *branding* yang bertemakan merah marun di mayoritas warnanya. Keberadaan logo ini juga memungkinkan adanya pembuatan kemasan baru yang sekiranya membantu Mommy Snack memiliki diversifikasi yang lebih besar dibanding produk-produk sejenisnya.



### 3. Mitra Mengikuti berbagai Seminar Kewirausahaan

Dunia kewirausahaan yang semakin kompetitif membuat mitra sendiri ingin berusaha untuk menjadi *entrepreneur* yang lebih baik. Selain mengikuti kegiatan program *community development*, mitra sendiri dalam mengisi waktu luangnya juga untuk mengembangkan dirinya, mitra mencari dan mengikuti seminar-seminar berkaitan dengan *entrepreneurship*. Tujuan dari motivasi mitra ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan kredibilitas diri di dalam persaingan dunia wirausaha yang semakin ketat.

Mitra sendiri hingga saat ini telah mengikuti 4 (empat) seminar dan seminar-seminar tersebut diketahui oleh mitra melalui PLUT dan rekan sesama UMKM. Hasil dari partisipasi mitra dari seminar-seminar yang telah diikutinya adalah berupa sertifikat sebagai bukti keikutsertaan. Berikut merupakan bukti sertifikat mitra:

Nama Kegiatan	Sertifikat
<p>Kreasi Desa Wisata oleh Prasetiya Mulya dan Panorama Tours</p>	 <p><b>SERTIFIKAT</b> diberikan kepada: <b>Mommy Snack</b> Atas partisipasinya sebagai Peserta pada seminar "KREASI DESA WISATA" Yang diselenggarakan oleh Panorama Destination dan Universitas Prasetiya Mulya Cianjur, 29 Januari 2019 Manajer Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Prasetiya Mulya Ketua Pelaksana Ammar Altamara</p>
<p>Kegiatan Pencetakan 100 Ribu Wirausaha baru Jawa Barat Angkatan XLII Tahun Anggaran 2017</p>	 <p><b>Sertifikat</b> Nomor: 002.1 / 2018/PM/1111 Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Cianjur, menyampaikan bahwa: Nama: <b>DEDEH</b> Jenis Usaha: <b>Makanan dan Minuman</b> Kategori: <b>Cianjur</b> Terdapat Mengikuti Pelatihan Pencetakan 100 Ribu Wirausaha Baru Jawa Barat Angkatan XLII Tahun Anggaran 2017 yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Cianjur pada tanggal 21 September 2018 selama 8 jam di tempat ini. Yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Cianjur pada tanggal 21 September 2018 selama 8 jam di tempat ini. Yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Cianjur pada tanggal 21 September 2018 selama 8 jam di tempat ini. Cianjur, 21 November 2018 Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Cianjur Drs. H. Hanih Hanih, M.Pd. NIP. 1950011 195002 1 1004</p>
<p>Pelatihan Peningkatan Kapasitas Usaha Mikro Kecil Menengah di Kabupaten Cianjur (UMKM Naik Kelas 2018)</p>	 <p><b>SERTIFIKAT</b> Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Pengembangan &amp; Pembiayaan Kabupaten Cianjur, menyampaikan bahwa: Nama: <b>DEDEH</b> Jenis Usaha: <b>Makanan dan Minuman</b> Kategori: <b>Cianjur</b> Terdapat Mengikuti Pelatihan Peningkatan Kapasitas Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Cianjur pada tanggal 14 dan 15 September 2018 selama 8 jam di tempat ini. Yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Cianjur. Cianjur, 21 November 2018 Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Pengembangan &amp; Pembiayaan Kabupaten Cianjur Drs. H. Hanih Hanih, M.Pd. NIP. 1950011 195002 1 1004</p>

Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Berbasis Aplikasi UMKM



4. Upaya Posting dalam Media Sosial

Dalam kesehariannya, dapat dilihat bahwa mitra tidak hanya berfokus pada produksi namun juga masih memperhatikan *marketing* dari usahanya. Hal tersebut terlihat dari bagaimana mitra menjalankan media sosial Mommy Snacks. Mitra secara rutin mitra rutin melakukan *posting* baik *post* berupa produk maupun *post* untuk testimoni. *Posting* juga tidak hanya dilakukan oleh mitra dalam bentuk foto namun juga dalam bentuk *story*.

Mitra sendiri juga mempersiapkan *caption* untuk semua *posting* yang dilakukannya. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa mitra memiliki motivasi untuk menjaga keberlangsungan usahanya melalui media sosial yaitu dengan meningkatkan *brand awareness*, *customer engagement*, dan tentunya pada akhirnya untuk meningkatkan penjualan.

Salah satu teknik marketing yang dilakukan mitra juga adalah dengan mengadakan quiz dalam media sosial. Hal ini dilakukan mitra untuk berinteraksi dengan para penggemar Mommy Snack dan juga untuk meningkatkan brand awareness dari brand ini sendiri. Bagi customer yang dapat menjawab quiz dengan benar akan mendapatkan hadiah. Berikut merupakan bukti dari *posting* yang dilakukan oleh Mommy Snack:





**Foto 8,9 - Photoshoot produk secara mandiri oleh mitra**



**Foto 10-13 - Instagram story secara mandiri oleh mitra**

### 5. Upaya Ekspansi Usaha secara *Offline*

Hingga saat ini, mitra sendiri tidak cepat puas dengan apa yang sudah dicapainya. hal tersebut terlihat dari *channel offline* yang sudah ada yaitu sekitar 9 toko besar dan juga adanya *reseller-reseller* dari Mommy Snack itu sendiri. Namun, mitra juga tetap memperluas *channel* produk makanannya melalui ekspansi terkait rekan konsinyasi. Mitra hingga saat ini masih mencari-*channel offline* lainnya untuk mengembangkan usahanya. Berikut merupakan *list* dari *channel* produk Mommy Snack hingga saat ini:

Nama Toko	Alamat
Rumah Makan Kalimantan	Jl. Raya Pasekon, Cipanas, Cipendawa, Pacet, Bogor, Jawa Barat 16913
Okeke	Jl. Raya Cipanas No.8, Cipendawa, Pacet, Kabupaten Cianjur, Banten 42371
Warung Sate Shinta	Jl. Raya Cipanas No.20, Pasekon, Cipendawa, Pacet, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat 43253
Dinas Kesehatan Cianjur	Jl. Profesor Moh. Yamin No.8, Solokpandan, Kec. Cianjur, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat 43214
Bambang Family Dairy	Jalan Raya Puncak - Cianjur, Palasari, Kecamatan Cianjur, Sindangjaya, Cipanas, Sindangjaya, Cipanas, Cianjur Regency, West Java 43253
Raja Factory Outlet	Jl. Raya Cimacan Puncak, Palasari, Cipanas, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat 43253
Kampoeng Brasco	Jalan Kampung Hanjawar No.1, Palasari, Cipanas, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat 43253
Bumi Aki	Jl. Raya Puncak - Ciloto No 259, Jawa Barat, Indonesia
Toko Selamat Joglo	Jl. Siliwangi No.56, Sawah Gede, Kec. Cianjur, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat 43212

Toserba Yogya Cianjur	Jl. Arif Rahman Hakim No.56A, Solokpandan, Kec. Cianjur, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat 43214
Toko Tauco Cap Meong	Cijedil, Cugenang, Cianjur Regency, West Java 43252
Bandung Kunafe	Jl. Banda No.23, Citarum, Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115

### 6. Keikutsertaan dalam Organisasi Pengusaha

Dalam menjalankan usahanya, mitra tidak mengembangkan bisnis ini secara sendiri. Di sini, mitra mengikuti beberapa komunitas pebisnis yang saling membantu. Di komunitas ini mitra mendapatkan koneksi untuk menjalankan bisnisnya. Lewat komunitas ini juga, mitra mampu mendapatkan informasi-informasi yang tersebar di antara para pebisnis. Komunitas yang diikuti oleh mitra adalah IWAPI (Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia).

Adanya komunitas ini membantu mitra untuk saling berbagi antar pebisnis wanita, dari sini juga mitra mendapatkan motivasi lewat mendengar cerita-cerita inspiratif para pebisnis wanita yang ada di komunitas ini. Selain berbagi kisah inspiratif, para pebisnis di komunitas ini membagi tips dan trik dalam menjalani sebuah bisnis hingga sukses.

Para pebisnis pemula pun dapat saling belajar dari satu sama lain, lewat menceritakan keluhan-keluhan mereka. Fungsi inilah yang membantu mitra dalam mendapatkan koneksi dan kemampuan-kemampuan menghadapi permasalahan di dalam bisnisnya. berikut merupakan bukti keikutsertaan mitra dalam organisasi IWAPI:





<p><b>Foto 14 - Keikutsertaan Ibu Dedeh dalam IWAPI</b></p>	<p><b>Foto 15 - Anggota IWAPI</b></p>
---	---------------------------------------

## 7. Kemampuan Melihat Peluang Pengembangan Usaha


Berkat keikutsertaan mitra dalam berbagai pelatihan, seminar, dan kegiatan *community development*, mitra memiliki kemampuan untuk melihat potensi pengembangan usaha Mommy Snack, salah satunya melalui *product development*. Melihat minat pasar akan sambal pada produk bakso goreng yang dijualnya, mitra telah berinisiatif untuk memproduksi sambal secara terpisah, dan dengan bantuan tim mahasiswa dalam mencari vendor packaging sambal dan pembuatan *sticker packaging* sehingga produk langsung dapat dipasarkan.

Dengan adanya motivasi dari kelompok, mitra juga semakin mengerti pentingnya suatu nilai tambah atau *value* dalam suatu produk yang ditawarkan. Maka dari itu, kelompok meyakinkan mitra untuk melakukan diversifikasi produk dengan tambahan *value*. Salah satu produk yang dapat dipasarkan adalah makaroni manis. Belum ada perusahaan yang membuat makaroni manis. Mommy Snack menjadi mitra bisnis pertama yang menjual produk makaroni manis yang merupakan bentuk pengembangan produk dari makaroni gimbap yang dilapisi coklat dengan berbagai rasa (coklat original, coklat stroberi, cokelat permen karet, dan coklat melon).



Kedua produk di atas pertama kali dipasarkan dalam acara Saung Rahayat dan berhasil memperoleh minat masyarakat. Kelompok juga memanfaatkan Saung Rahayat sebagai kesempatan untuk melakukan *beta test* produk baru terhadap pasar. Mulai saat ini produk sudah dapat dibeli melalui *online* maupun *offline store*.

### 8. Perolehan Sertifikasi P-IRT

Sertifikasi P-IRT	
 <p><b>Foto 18 – Sertifikat P-IRT</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A. (Pangsit) P-IRT No. 2063203021271-21</li> <li>B. (Makaroni) P-IRT No. 2063203011271-21</li> <li>C. (Mie lidi, Mie tak) P-IRT No. 2063203031271-21</li> <li>D. (Seblak Garing) P-IRT No. 2063203021271-21</li> </ul>

Dalam menjalankan bisnis Mommy Snacks, mitra telah untuk memenuhi beberapa syarat dan ketentuan untuk memasukan produknya ke beberapa toko konsinyasi dengan cara membuat P-IRT (Produksi Pangan Industri Rumah Tangga). Dengan bantuan PLUT mommy snacks sudah mendaftarkan 4 jenis makanan berdasarkan jenis makanan yang berbeda yaitu Pangsit, Makaroni, Seblak Garing, dan Mie lidi/tak.

### Analisis Keberlanjutan Usaha

Berdasarkan hasil observasi terhadap situasi bentuk motivasi yang dimiliki oleh mitra, yaitu upaya (*effort*) dalam melakukan pengembangan menuju keberlangsungan usahanya; dapat dilihat bahwa mitra memiliki tingkat *competitiveness* yang tinggi. Berikut merupakan *key indicators* dari keberlanjutan usaha Mommy Snack, antara lain:

#### 1. Mommy Snack berdiri sejak 2016

Dengan melihat bahwa Mommy Snack masih ada hingga saat ini yaitu selama 3 tahun terhitung dari tahun 2016 hingga saat ini; dapat dikatakan bahwa usaha dari mitra masih berlangsung. Dalam menjalankan usahanya, Mommy Snack juga memiliki motivasi yang tinggi sehingga bisnis mitra masih berjalan.

#### 2. *Revenue* Fluktuatif

Berdasarkan *revenue* yang didapatkan oleh mitra, setiap bulannya mengalami pertumbuhan yang fluktuatif. Meskipun begitu, mitra tetap melanjutkan usahanya hingga saat ini. Berdasarkan tabel 1 dan 2, dapat diketahui bahwa *revenue* pada Januari 2018, Mommy Snack memiliki *net income* sebesar 140.131,93 jika dibandingkan dengan *net income* yang didapatkan pada Januari tahun 2019 mengalami peningkatan yang cukup signifikan sebesar 553%.

Walaupun pada realisasinya *net income* yang didapatkan setiap bulannya cenderung fluktuatif (berdasarkan data lampiran) namun hal tersebut tidak mematahkan semangat mitra untuk terus menjalankan Mommy Snack dan melakukan pengembangan-pengembangan yang diperlukan untuk tetap melakukan produksi.

Tabel 1 - Laporan *Income Statement* Live-in Sebelumnya (2018)

Ibu Dedeh - Aneka Makanan Kering (B.02)		
<i>Income Statement</i>		
For the period ended 31 January 2018		
<b>Revenue</b>		
Penjualan		940,000.00
Harga Pokok Penjualan		674,472.24
<b>Laba Kotor</b>		<b>265,527.76</b>
<b>Expenses</b>		
Less: Beban Operasi		
Biaya Transportasi	83,000.00	
Biaya Amortisasi	30,000.00	

Biaya Depresiasi Peralatan	12,395.83	
<b>Total Beban Operasi</b>		<b>125,395.83</b>
Laba Operasi		140,131.93
<i>Less:</i>		
Biaya Bunga		0
<b>Laba Sebelum Pajak</b>		<b>140,131.93</b>
<i>Less:</i>		
<i>Tax expense</i>		0
<b>Laba Bersih</b>		<b>140,131.93</b>

Tabel 2 - Laporan *Income Statement* Live-in (2019)

Ibu Dedeh -Aneka Makanan Kering (B.050)	
Income Statement	
For The Period ended of 31of January 2019	
<b>Revenue</b>	
Sales Revenue	Rp2,531,000
Cost Of Goods Sales	Rp1,446,533
<b>Gross Profit</b>	<b>Rp1,084,467</b>
<b>Expenses</b>	
Less: Transportation Expense	Rp120,000
Amortiation Expense	Rp37,500
Depreciation Expense	Rp12,500
Marketing Expense	Rp0
<b>Net Income Before Tax</b>	<b>Rp914,467</b>
Less: Tax Expense	Rp0
<b>Net Income</b>	<b>Rp914,467</b>

### 3. Kemampuan mitra mengidentifikasi peluang usaha

Dalam mengembangkan bisnisnya mitra selalu mencoba hal-hal baru yang sekiranya ia tangkap mampu untuk meningkatkan penghasilan bisnisnya. Salah satunya ia mencoba berbagai peluang-peluang usaha baru lewat *product development* di Mommy Snacks ini. Mitra menganggap dengan adanya lini baru produk miliknya akan menarik semakin banyak pelanggan. Hal ini ditunjukkan selama masa observasi lapangan yang kelompok lakukan selama 1,5 bulan mitra sudah mengusulkan dua jenis produk baru yang dapat dijual dan dipasarkan di sekitar orang-orang terdekat. Produk tersebut yaitu Sambal Mommy dan Makaroni Manis.

Di samping mengidentifikasi peluang usaha di dalam bisnisnya. Mitra juga mampu melihat potensi yang mampu mengembangkan bisnisnya dari luar. Mitra mengikuti berbagai kegiatan yang

mengakomodir UMKM yang ada di Indonesia. Salah satu contohnya adalah aktivitas Mommy Snack dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh PLUT. Selain itu, keikutsertaan Mommy Snack di dalam program Community Development yang bertujuan membantu para UMKM di desa-desa selama dua tahun berturut-turut. Hal-hal tersebut membuktikan kemampuan mitra dalam memanfaatkan peluang-peluang usaha perkembangan bisnisnya.

#### 4. Konsistensi yang dimiliki mitra dalam memproduksi produk

Tingkat konsistensi yang dimiliki mitra dapat diukur dari kegigihan mitra dalam memproduksi produk. Setiap hari mitra konsisten dalam memproduksi produk. Adanya banyak variasi produk dan varian rasa yang dijual oleh mitra tidak membuat mitra menjadi malas dalam memproduksi cemilan atau *snack* ini.

Setiap harinya mitra cukup konsisten memproduksi untuk reseller anak sekolah dan juga dalam melakukan konsinyasi ke toko-toko yang tersebar di daerah Cianjur dan Bogor. Demand yang cukup besar untuk disalurkan kepada reseller anak sekolah setiap harinya merupakan salah satu contoh jelas bahwa mitra memiliki konsistensi dan kegigihan yang tinggi dalam menjalankan usahanya.

Berikut merupakan tabel rata-rata produksi Mommy Snack per hari serta rata-rata produksi dalam Bulan Februari 2019:

Tanggal	Jenis Produk	Quantity	Total	Average	Tanggal	Jenis Produk	Quantity	Total	Average	Tanggal	Jenis Produk	Quantity	Total	Average
5-Feb-19	Makaroni Brindil	12			21-Feb-19	Sambal	1			28-Feb-19	Makaroni Gimbali	5		
	Basreng	12				Basreng	4	5			Basreng	7	12	
	Pangsit Roll	16			23-Feb-19	Basreng	10			29-Feb-19	Basreng	10		
	Mie Lidi	8	48	30.5		Pangsit Roll	10				Makaroni Gimbali	10		
6-Feb-19	Mie Tak	11				Makaroni Brindil	10				Mie Lidi	10		
	Mie Lidi	9				Mie Tak	6	36			Makaroni Brindil	5		
	Basreng	8			25-Feb-19	Mie Tak	3				Makaroni Keong	5		
	Pangsit Roll	11				Mie Lidi	2				Pangsit Roll	5		
	Makaroni Keong	9				Basreng	5				Pangsit Rasa	5	50	
	Makaroni Brindil	7	55			Pangsit Roll	5							
7-Feb-19	Mie Tak	3				Pangsit Rasa	2							
8-Feb-19	Basreng	5				Seblak	3							
15-Feb-19	Pangsit Roll	20				Makaroni Keong	3	23						
18-Feb-19	Mie Tak	11			27-Feb-19	Mie Tak	7							
	Mie Lidi	9				Mie Lidi	10							
	Basreng	8				Basreng	11							
	Pangsit Roll	11				Seblak	8							
	Makaroni Keong	9				Makaroni Gimbali	8							
	Makaroni Brindil	7	55			Pangsit Roll	10	54						

Terlihat bahwa setiap harinya mitra pasti melakukan produksi dengan jumlah tertentu seperti yang tertera di tabel, sehingga dapat terlihat pula bahwa mitra tetap konsisten dalam melakukan produksi produk.

### Analisis Keterkaitan Teori

Berdasarkan *key indicators* dari keberlanjutan usaha Mommy Snack yang telah dijelaskan, kelompok menarik kembali teori-teori motivasi usaha pada kajian literatur untuk dikaitkan pada mitra usaha, sebagai berikut:

#### 1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi Usaha Mitra

*The housewife*, selain mengurus anak dan rumah tangganya para ibu rumah tangga akan mencoba membantu suaminya dalam hal keuangan karena kebutuhan-kebutuhan anak yang semakin tinggi. Faktor ini mendukung keinginan mitra dalam terus mempertahankan bisnisnya.

Sebagai seorang istri, mitra memiliki kesadaran untuk menambah *revenue streams* dari keluarga. Menurut mitra, pendapatan tambahan ini menambah *self-satisfaction* dari mitra. Selain itu sebagai ibu rumah tangga, di samping melakukan kegiatan sehari-hari, untuk memenuhi kekosongan waktu maka dari itu mitra melanjutkan bisnis tersebut.

*Educational refugee*, banyak orang yang gagal dalam studinya atau mereka yang tidak cocok dengan sistem pendidikan yang ada, menjadi terpacu untuk berwirausaha. Menurut teori Education refugee ini, sesuai dengan Ibu Dedeh selaku pemilik dari Mommy Snack yang gagal dalam melanjutkan studinya ini. Ibu dedeh adalah seorang wirausaha yang tamat dengan pendidikan terakhir SMA. Pendidikan yang minim ini tidak menghalangi ibu dedeh untuk merintis usahanya. Pelajaran yang semestinya mitra dapatkan saat jenjang kuliah, mitra dapatkan dengan cara mengikuti kursus dan seminar. Dengan adanya kursus dan seminar yang mitra ikuti, bisnis ini dapat terus berkembang dan berjalan dengan baik.

## 2. Motivasi Mitra untuk Mempertahankan Keberlangsungan Usaha

Motivasi untuk terus mempertahankan keberlangsungan bisnis sendiri, yang didapatkan melalui observasi terhadap mitra. Faktor-faktor yang meningkatkan keinginan mitra untuk terus mempertahankan usaha tersebut. Faktor tersebut dapat muncul dari internal dan eksternal mitra.

### Faktor Internal:

1. Mitra ingin menjaga kesehatan finansial keluarga dengan membantu menambah *revenue streams* di dalam rumah tangganya.
2. Melakukan kegiatan yang menambah *human capital* mitra sendiri, lewat mempelajari ilmu-ilmu mengenai manajemen UMKM. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir akibat yang terjadi jika bisnis milik mitra tidak berjalan lagi. Mitra memahami bahwa memperluas ilmu dapat memberikan keberlangsungan bisnis.

### Faktor Eksternal:

1. Banyaknya *reseller* yang dimiliki mitra, memberikan motivasi mitra untuk terus mempertahankan keberlangsungan bisnisnya. Di sini mitra memiliki berbagai jenis *reseller* dari yang siswa SMP dan SMA hingga toko oleh-oleh yang berada di dalam wilayah Kota Bogor dan Kabupaten Cianjur. Di sini mitra tidak ingin memberhentikan usahanya dikarenakan banyaknya hubungan dengan para *reseller-resellernya*. Ibu Dedeh merasa Mommy Snack memiliki peran yang signifikan terhadap para *reseller-resellernya*, maka dari itu ia mempertahankan kelangsungan bisnisnya.
2. *Customer loyalty* yang dimiliki oleh para konsumen Mommy Snack menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi mitra untuk terus mempengaruhi motivasi untuk menjaga keberlangsungan bisnis.

### **Kesimpulan**

Motivasi merupakan sebuah hal yang dimiliki setiap individu, tentunya bentuk konkrit dari motivasi tersebut berbeda-beda tiap individunya. Di sini terlihat bahwa motivasi dalam cukup berpengaruh terhadap keberlangsungan sebuah UMKM. Bentuk pengaplikasian motivasi tersebut pun dapat terlihat dalam beberapa hal yang dilakukan di aspek-aspek bisnis. Berbagai upaya yang dilakukan oleh mitra dapat memberikan pengaruh terhadap perkembangan dan keberlangsungan bisnis miliknya.

Upaya-upaya yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dapat dimaksimalkan memberi contoh kepada UMKM sekitar bahwa ada banyak sekali peluang yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan keuntungan bagi bisnisnya. Bentuk-bentuk pemanfaatan sumber daya tersebut terlihat dari konsistensi produksi produk yang berjalan selama bertahun-tahun, upaya pengembangan pemasaran bisnis, upaya pengembangan bisnis secara fundamental, dan upaya dalam bergabung di sebuah komunitas. Upaya-upaya tersebut tidak akan terjadi tanpa adanya dorongan yang kuat milik mitra untuk terus mempertahankan usahanya ini.

Munculnya motivasi dalam diri mitra memang tidak muncul dengan sendirinya, banyak faktor yang berperan dalam tumbuhnya motivasi mitra dalam mempertahankan bisnis tersebut. Adanya permintaan dari eksternal dan kebutuhan dari dalam sendiri merupakan hal-hal yang dapat mendorong motivasi di dalam diri mitra. Setiap faktor yang mempengaruhi motivasi ini, memiliki peran masing-masing bagi upaya-upaya dari mitra dalam bisnis. Dari sini dapat dikatakan bahwa motivasi merupakan sebuah aspek penting dalam keberlangsungan bisnis UMKM.

### **Ucapan Terimakasih**

Kami mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan perlindungannya kami sekelompok dapat menyelesaikan seluruh kegiatan Community Development 2019

dengan lancar. Kami juga mengucapkan terimakasih kepada pihak yang membantu kelompok selama menjalankan kegiatan Community Development seperti Bapak Kepala Desa, Bapak RW dan RT setempat karena sudah menerima kami dan memberikan ijin bagi kami untuk mengembangkan usaha mitra di desa Gadog.

Kami mengucapkan terima kasih kepada pihak Prasetya Mulya karena telah memberikan kami kesempatan untuk menerapkan pembelajaran yang telah kami dapatkan untuk diterapkan dalam dunia nyata dan dapat mengembangkan kemampuan kewirausahaan kami menjadi lebih baik lagi. Dengan terjun langsung selama sebulan ini, kelompok sangat memahami bagaimana cara mengembangkan suatu bisnis. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada pihak DoC serta fasilitator karena telah membantu membimbing dan menemani kami selama Community Development berlangsung hingga akhir, dan membantu kami untuk mengembangkan usaha mitra lebih baik lagi. Terima kasih atas bantuan dan *support* dari pihak fasilitator saat menjalani kegiatan yang telah direncanakan kelompok.

Kami juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Ibu Dedeh selaku mitra dan keluarga karena telah baik dan menerima kami sebagai keluarga baru untuk membantu mengembangkan usaha mitra menjadi lebih baik lagi. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dedeh telah memberikan tempat tinggalnya dan merawat kami dengan sangat baik saat berada di Desa Gadog ini.

## Daftar Pustaka

- Algifari, 2003. Ekonomi Mikro Teori dan Kasus, Edisi ke-1, cetakan pertama, Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, Yogyakarta.
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1-13.
- Assadurachman, A. (2017). Marketplace Barang Bekas Kos Yogyakarta.
- Ashari, 2010. Manajemen Mutu Sumber Daya Manusia, Ghalia Indonesia, Bogor
- Becchetti, L., Castriota, S., & Tortia, E. C. (2013). Productivity, wages and intrinsic motivations. *Small Business Economics*, 41(2), 379-399.
- Drebbin, Allan R., *Advanced Accounting: Akuntansi Keuangan Lanjutan*, alih bahasa oleh Freddy Saragih et.al., Ed. Revisi, Cet. ke-1, Jakarta: Erlangga, 1991.
- George, J., M., & Jones, R. 2002. *Understanding and Managing Organizational Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Glancey, K., Greig, M., & Pettigrew, M. 1998. Entrepreneurial Dynamics in Small Business Service Firms. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. Vol. 4 (3). pp. 249-268.
- IRWAN, K. K. (2017). PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEBERLANJUTAN USAHA KAPAL PHINISI DI KABUPATEN BULUKUMBA. *Economics Bosowa*, 2(3), 12-25.
- Luk, S. T. K., 1996. *Succes in Hongkong: Factors Self Reported by Successful Small Business Owners*,



Mangkunegara, Anwar Prabu. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Cetakan Ketiga. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.

Phillip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi a, Jakarta Erlangga, 2001 h. 69.  
Effendy Rustam, *Marketing Manajemen*, Malang: Penerbit Institut Ekonomi dan Manajemen, 2001, h.109

Pickle, H.B. & Abrahamson, R.L., 1989. *Small Business Management*. Singapore: John Wiley & Son (SEA) Pte. Ltd.

Purnama, C. (2011). Motivasi dan kemampuan usaha dalam meningkatkan keberhasilan usaha industri kecil (Studi pada industri kecil sepatu di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(2), 177-184.

Walton. J. 1999. *Strategic Human Resources Management*. London: Prentice Hall.