

Membangun *Positive Brand Image* dari Koperasi Sugih Makmur

Audi Christiana¹, Elizabeth Venny Setyadi², Rafelle Purnomo³, Raymond Setiadi⁴, Rafi Hidayat⁵, Kevin Heriyanto⁶, Muhammad Asbi⁷, Ihsan Iswaldi*

¹Program Studi Bisnis, Universitas Prasetya Mulya; ²Program Studi Branding, Universitas Prasetya Mulya; ³Program Studi Akuntansi, Universitas Prasetya Mulya; ⁴Program Studi Ekonomi Bisnis, Universitas Prasetya Mulya; ⁵Program Studi Bisnis, Universitas Prasetya Mulya; ⁶Program Studi Bisnis, Universitas Prasetya Mulya, ⁷Program Studi Bisnis, Universitas Prasetya Mulya

*ihsan.iswaldi@prasetyamulya.ac.id (Corresponding Author)

Abstract

As a plenary citizen, the development of humanity is an obligation to every human being. To accomplish our duty to serve the community in the region of Cianjur especially Ciputri Village Sarongge, we as writer did a "live in" program for a month from the 17th of January till the 14th of February 2019. This article is composed to report the potential, problems, and progress of our partner's business during this year's community development program. As Builder 023, we were assigned to help develop our partner's existing business "Koperasi Sugih Makmur" in terms of finance, marketing, and human resource management to minimize human error risks in the future such as bad cash flow. We also saw an opportunity of another potential business line, henceforth decided to develop strawberry jam as a new line of product. Existed since 28th February 2019, this new line of product has already gained improvements such as packaging, operational standards, and sales channels.

Abstrak

Sebagai warga paripurna, perkembangan manusia merupakan kewajiban bagi semua orang. Demi memenuhi kewajiban melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat di Wilayah Cianjur, Kecamatan Pacet, Desa Ciputri, Kampung Sarongge, penulis melakukan *live in* selama satu bulan mulai 17 Januari 2019 sampai dengan 14 Februari 2019. Artikel ini disusun untuk mengenalkan potensi dan permasalahan yang dihadapi mitra dan hal yang sudah dilakukan mitra dari program Community Development 2019. Koperasi Sugih Makmur dengan lini usaha kios sudah kembali dibangun dan diperbaiki sistem akuntansi, pemasaran, dan sumber daya manusianya yang meminimalisir risiko perputaran uang yang tidak sehat di kemudian hari. Lini produk baru selai stroberi yang dibangun atas peluang yang ada sejak 28 Januari 2019 sudah memiliki perantara penjualan, pengemasan, dan *flowchart* operasional yang jelas.

Keywords

Cash flow, Community Services, Cooperative, Stall, Strawberry Jam

Kata Kunci

Arus Kas, Koperasi, Proses Bisnis, Selai, Toko Kelontong

Pendahuluan

Setiap wilayah memiliki kelebihan, keunikan, kekurangan, dan masalah yang berbeda-beda. Indonesia memiliki 58,97 juta Usaha Menengah Kecil (UMK) yang tersebar di 34 provinsi. Sayangnya, menurut Yaqut dalam acara Ansor Fair 2018 dalam liputan6.com, “ada dua problem mendasar, pilar memandirikan. Pertama problem modal, kedua marketing.” Hal ini sesuai dengan permasalahan pemerataan pembangunan infrastruktur di Indonesia. Menurut Muharram dalam liputan6.com (2018), Pemerintah telah mengalokasikan biaya pelatihan-pelatihan dengan dana dekonsentrasi sebesar 3 miliar per provinsi. Meskipun demikian, hal ini menjadi perdebatan apakah masyarakat sudah siap bersaing menghadapi industri 4.0?

Kampung Sarongge tepatnya di RW 09 Desa Ciputri, Kecamatan Pacet, Jawa Barat memiliki beberapa UMK dari warga sekitar. Alokasi pemukiman warga dengan gerakan sahabat green di cincin gunung Gede Pangrango membuat sebagian warga yang bermata pencaharian sebagai petani beralih menjadi buruh, wiraswasta, beternak, dan berwirausaha. Miris, kegiatan berwirausaha hanya dapat dilakukan beberapa orang tanpa adanya partnership dan alur supply yang jelas. Semangat dari kegiatan organisasi juga harus pupus dikarenakan tidak siapnya sumber daya manusia dalam mengelola hal tersebut.

Koperasi Sugih Makmur (KSM) di Kampung Sarongge adalah sebuah koperasi dengan empat lini produk yaitu; simpan pinjam, saung sarongge dan wisata edukasi, penyewaan pick up, dan kios. Penulis dan Mitra Bapak Ridwan Sobari, Ketua KSM 2019, bersama-sama membangun kembali kios yang berhubungan langsung dengan lini produk simpan pinjam membangun kembali kegagalan yang dialami koperasi. Kegagalan yang dimaksud adalah masalah internal SDM, eksternal warga yang tidak membayar utang, dan kebangkrutan kios yang akhirnya harus ditutup sejak Desember 2017.

Prasetya Mulya BSD adalah sebuah Universitas Bisnis dan Ekonomi dengan program pengabdian masyarakat. Kegiatan Community Devepment dilaksanakan setiap tahun oleh Prasmulyan semester enam. Prasmulyan adalah warga paripurna, makhluk sosial yang menjalankan tugas dan tanggung jawab Allah dalam kehidupan bermasyarakat Maka dari itu, diharapkan mitra yang terlibat dapat memahami manajemen bisnis dasar, termotivasi untuk berinovasi, dan semakin sejahtera dengan naiknya pendapatan dari pengembangan usaha dengan ko-evolusi persaingan dan kerjasama sebagai penggerak kemajuan manusia yang digerakan oleh tim-tim Prasmulyan. Kegiatan ini meningkatkan kepekaan kewirausahaan, kepekaan sosial, dan kemampuan bersinergi dengan setiap situasi yang dihadapi prasmulyan.

Perumusan Masalah

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan penulis, berikut adalah perumusan masalah dari Kios Sugih Makmur:

1. Modal yang dimiliki habis karena rendahnya pemberdayaan manusia di Koperasi Sugih Makmur.
2. *Cash flow* tidak baik dikarenakan keanggotaan koperasi yang tidak disaring.
3. Rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap koperasi karena *cash flow* yang tidak baik dan permasalahan internal yang dimiliki koperasi.

Penulis merasa bahwa permasalahan tersebut membuat Kios KSM tidak berpotensi, namun, mitra dan kepengurusan berambisi kuat untuk kembali membangun kepercayaan masyarakat dengan pembagian tanggung jawab yang tidak berswadaya lagi. Penulis akhirnya membuat sebuah lini produk baru yang mempekerjakan Ibu Ros, mitra yang berkompeten membuat selai stroberi, yang diharapkan dapat mendukung marketing dari Kampung Sarongge dan kembali membangun kepercayaan masyarakat. Berikut adalah rumusan masalah yang dihadapi Stroberi Jam:

1. Produk baru dibuat Penulis belum memiliki merek dan izin yang memadai.
2. Supplier toples kaca yang sulit ditemukan.
3. Daya tahan selai stroberi tidak berpengawet membuat COGS meningkat namun resiko kerusakan lebih besar.

Telaah Literatur

Koperasi (Cooperative)

Menurut Rosana (2009), Koperasi didefinisikan sebagai perkumpulan manusia seorang-seorang yang dengan sesuka hatinya sendiri hendak bekerja sama untuk memajukan ekonomi masyarakat dan harus memenuhi ketentuan dan prasyarat di bidang modal sebagai salah satu aspek penting dalam memenuhi kegiatan usaha. Modal yang terkumpul tetap pula harus menjadi perhatian koperasi, meskipun banyaknya anggota koperasi merupakan ciri utama dari suatu koperasi. Dengan demikian Koperasi Sugih Makmur adalah suatu Lembaga organisasi masyarakat yang bertujuan untuk kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat.

Koperasi Sugih Makmur memiliki lini-lini bisnis seperti Koperasi Simpan Pinjam, Jasa Sewa Pick Up, Wisata Edukasi, dan Toko Kelontong. Sesuai dengan definisi koperasi sendiri, Pembagian hasil usaha dari seuruh lini dibagikan setiap akhir tahun dalam Sisa Hasil Usaha (SHU) sesuai dengan ketentuan dan kesanggupan koperasi. Koperasi Sugih Makmur membagi 50% untuk modal, 30% SHU untuk anggota, 15% untuk pengurus, dan 5% untuk sosial. Koperasi juga mempekerjakan beberapa orang dengan gaji buruh dan atau tidak dibayar berdasarkan gorong royong swadaya masyarakat.

Proses Bisnis (Cash Flow)

Menurut Davenport (1993) dalam Widiyanto (2017), “proses bisnis adalah aktivitas yang terukur dan terstruktur untuk memproduksi output tertentu untuk kalangan pelanggan tertentu. Terdapat di dalamnya penekanan yang kuat pada “bagaimana” pekerjaan itu dijalankan di suatu organisasi, tidak seperti fokus dari produk yang berfokus pada aspek “apa”. Suatu proses oleh karenanya merupakan urutan spesifik dari aktivitas kerja lintas waktu dan ruang, dengan suatu awalan dan akhiran, dan secara jelas mendefinisikan input dan output.” Setiap proses yang dimaksud harus memiliki standar dan prosedur yang jelas agar tidak terjadi kesalahpahaman pada pengurus maupun anggota dan masyarakat. Menurut Widiyanto (2017):

“Pengelolaan proses bisnis yang baik akan memberikan keuntungan- keuntungan pada organisasi perusahaan, yaitu: organisasi dapat lebih memfokuskan diri pada kebutuhan kustomer, organisasi mampu mengendalikan dan memprediksi setiap perubahan yang terjadi di lingkungan dalam ataupun luar, organisasi mampu melakukan pengukuran pada setiap perubahan pada kondisi perusahaan, organisasi mampu memperbaiki tingkat penggunaan sumber dayanya sehingga dapat menekan biaya pemakaian serendah mungkin, organisasi dapat mengelola dengan baik integrasi proses-proses antar bagian yang ada, organisasi dapat memonitor secara sistematis aktivitas-aktivitas pada setiap proses operasional dalam perusahaan, organisasi dapat dengan mudah menemukan kesalahan dalam proses dan

memperbaikinya secepat mungkin, dan organisasi dapat memahami setiap proses dan metode dari proses yang benar.”

Dengan demikian setiap proses bisnis yang didesain harus memiliki penanggung jawab terlatih yang bersedia menerima tugas dan tanggung jawab untuk kepentingan bersama. Koperasi Sugih Makmur dapat melakukan *benchmarking* terhadap koperasi-koperasi di Indonesia yang sudah lebih maju, namun perlu memiliki peningkatan standar kompetensi bagi pengurus dan warga sekitar demi mencegah kesalahpahaman. Koperasi dapat mencegah terjadinya *groupthink* dengan sering mengadakan transparansi dan acara kebersamaan.

Selai Stroberi (Strawberry Jam)

Selai Stroberi merupakan produk awetan buah stroberi yang dimasak melalui proses pasteurisasi tanpa penambahan air sehingga memiliki tekstur yang lunak. Menurut SNI-01-3746-1995, selai buah adalah produk pangan semi basah yang merupakan pengolahan bubur buah dan gula yang dibuat dari campuran tidak kurang dari 45% berat sari buah dan 55% berat gula. Campuran tersebut kemudian dipekatkan sampai diperoleh hasil akhir berupa padatan terlarut lebih dari 65% yang diukur menggunakan refraktometer.

Menurut Desrosier (1988) dalam Wijaya (2010), Tingkat keasaman buah dan gula yang tinggi dan kematangan buah yang optimal tidak memerlukan gula lebih dari 55 bagian karena buah tersebut telah mengandung gula alami. Pada saat pembuatan, buah dengan kandungan pektin rendah dapat ditambahkan pektin buatan. Meskipun demikian, proses pasteurisasi yang dilakukan Fresh Sarongge memberikan cita rasa asam yang unik dengan hanya menambahkan 16% gula. Kandungan pektin yang dimiliki stroberi cukup untuk membuat selai dengan tingkat air yang rendah sekali. Selai Strawberry Fresh Sarongge tahan 2 minggu di suhu ruang dan 1 bulan di dalam lemari pendingin tanpa menggunakan pengawet buatan.

Menurut Suryani et al. (2004) dalam Wijaya (2010), “selai yang bermutu baik mempunyai tanda spesifik yaitu: konsistensi kokoh, cemerlang, distribusi buah merata, tekstur lembut, flavor buah alami, dan tidak mengalami sineresis dan kristalisasi selama penyimpanan.”

Metode

Selama kegiatan *live-in* berlangsung, penulis melakukan metode penelitian *participative observation* dan wawancara terbuka untuk warga, organisasi, dan persaingan di Kampung Sarongge. Dalam memenuhi data yang dimiliki, penulis juga menggunakan metode pengambilan data sekunder dari beberapa kajian dan teori yang pernah dipelajari. Berbeda dengan penelitian dan pengembangan selai stroberi, dilakukan alpha dan beta testing menggunakan wawancara pertanyaan tertutup kepada konsumen, pengurus, serta ibu-ibu pengrajin yang pernah mengikuti pelatihan pembuatan selai stroberi.

Penulis menggunakan metode segmentasi konsumen berdasarkan perbedaan perilaku anggota koperasi menggunakan metode RFM Analysis. Targeting anggota dipilih berdasarkan perilaku perputaran uang yang paling menguntungkan bagi koperasi. Penulis menggunakan Business Process Diagram (*flowchart*) untuk menggambarkan alur proses dan tanggung jawab bagi pengurus koperasi dan penanggung jawab pembuatan selai stroberi. Dalam menjabarkan permasalahan yang ada, penulis menggunakan metode *SWOT Analysis* untuk kios dan selai stroberi dan menemukan solusi dan strategi yang tepat sesuai situasi yang berlaku. Berikut adalah *SWOT Analysis* dari Kios dan Selai Stroberi milik Koperasi Sugih Makmur.

Tabel 1. Identifikasi SWOT Kios Sugih Makmur

	<ul style="list-style-type: none"> - STRENGTH - Modal yang dimiliki cukup banyak. - Pekerja koperasi merupakan pekerja sukarela sehingga tidak perlu ada biaya gaji yang tinggi. - Akses ke pasar jauh - Fasilitas logistik yang memadai. 	<ul style="list-style-type: none"> - WEAKNESS - SDM lemah. - Prosedur yang masih kurang jelas. - Aturan yang tidak diterapkan. - Pengurus KSM yang terlibat dalam kepengurusan lain sehingga waktunya terbatas.
<ul style="list-style-type: none"> - OPPORTUNITY - Banyak Warga menginginkan adanya koperasi kembali. - One-stop-shopping: - Kemudahan mengantar barang ke banyak rumah warga sekaligus. 	<ul style="list-style-type: none"> - ATTACKING STRATEGY - Layanan servis facilitating supplementary innovation untuk jasa pengiriman gratis. - Memberikan insentif pada Anggota yang berdampak besar. 	<ul style="list-style-type: none"> - DEFENSIVE STRATEGY - Mendapatkan penyuluhan akutansi - Menggunakan sistem yang mendorong transparansi - Menyederhanakan administrasi yang tidak penting - Company Ad (Memberikan <i>evidence</i> keuntungan koperasi)

<ul style="list-style-type: none"> - THREAT - Warga banyak yang jadi memanfaatkan sistem utang, dan sebagian dari piutang tersebut tidak tertagih. - Tersedianya banyak warung di Desa Ciputri - Warung sudah mulai ada yang sistem mengutang sehingga pangsa pasar koperasi banyak yang terambil oleh warung. - Varian produk di warung lebih bervariasi - Tidak bisa beroperasi jika jalan diperbaiki/ dicor. 	<ul style="list-style-type: none"> - BUILD SOLUTION FOR AS - Prosedur yang ketat - Bekerja sama dengan warung menjadi partner - Mencari dana pemasukan lain (dengan mengusahakan melalui online) 	<ul style="list-style-type: none"> - BUILD SOLUTION FOR DS - Human Resource Management - Prosedur yang jelas dan sanksi yang ketat untuk partner dan anggota.
--	---	---

Tabel 2. Identifikasi SWOT Stroberi Jam Fresh-Sarongge

	<ul style="list-style-type: none"> - STRENGTH - Modal yang dimiliki cukup banyak. - Pekerja koperasi merupakan pekerja sukarela sehingga tidak perlu ada biaya gaji yang tinggi. - Akses ke pasar jauh - Fasilitas logistik yang memadai. 	<ul style="list-style-type: none"> - WEAKNESS - SDM lemah. - Prosedur yang masih kurang jelas. - Aturan yang tidak diterapkan. - Pengurus KSM yang terlibat dalam kepengurusan lain sehingga waktunya terbatas.
--	---	---

<ul style="list-style-type: none"> - OPPORTUNITY - Banyak Warga menginginkan adanya koperasi kembali. - One-stop-shopping: - Kemudahan mengantar barang ke banyak rumah warga sekaligus. 	<ul style="list-style-type: none"> - ATTACKING STRATEGY - Layanan servis facilitating supplementary innovation untuk jasa pengiriman gratis. - Memberikan insentif pada Anggota yang berdampak besar. 	<ul style="list-style-type: none"> - DEFENSIVE STRATEGY - Mendapatkan penyuluhan akutansi - Menggunakan sistem yang mendorong transparansi - Menyederhanakan administrasi yang tidak penting - Company Ad (Memberikan <i>evidence</i> keuntungan koperasi)
<ul style="list-style-type: none"> - THREAT - Warga banyak yang jadi memanfaatkan sistem utang, dan sebagian dari piutang tersebut tidak tertagih. - Tersedianya banyak warung di Desa Ciputri - Warung sudah mulai ada yang sistem mengutang sehingga pangsa pasar koperasi banyak yang terambil oleh warung. - Varian produk di warung lebih bervariasi - Tidak bisa beroperasi jika jalan diperbaiki/ dicor. 	<ul style="list-style-type: none"> - BUILD SOLUTION FOR AS - Prosedur yang ketat - Bekerja sama dengan warung menjadi partner - Mencari dana pemasukan lain (dengan mengusahakan melalui online) 	<ul style="list-style-type: none"> - BUILD SOLUTION FOR DS - Human Resource Management - Prosedur yang jelas dan sanksi yang ketat untuk partner dan anggota.

Hasil

Penulis mengurus dua lini produk yaitu servis Kios UKM-Mart dan Strawberry Jam Fresh Sarongge. Kios Sugih Makmur telah kembali beroperasi. Penulis mengadakan Rapat perdana yang dilaksanakan pada tanggal 20 Januari 2019 dan rapat pembukaan toko pada tanggal 31 Januari 2019. Rapat ini membuahkan hasil dibukanya kembali Kios pada 1 Februari 2019. Permasalahan internal akhirnya dibicarakan dan beberapa pengurus mulai aktif dan kompak berusaha membuka toko kembali.

Dalam segi marketing, penulis mengerucutkan keanggotaan koperasi yang tidak aktif dan yang tidak sesuai ketentuan baru. Hal ini dapat mengurangi utang tak terbayar yang merugikan *cash flow* serta nama baik koperasi di mata masyarakat. Kios juga melakukan *affiliate marketing* dengan lini produk wisata edukasi dan selai stroberi Fresh Sarongge. Sosialisasi dengan warung juga

membuahkan hasil dimana harga barang yang dijual sama atau mendekati harga di Kios. Meskipun demikian, belum ada respon positif keanggotaan dari warung karena pendataan keanggotaan masih berjalan.

Penulis membuat sistem pendataan keanggotaan baru menggunakan google drive sehingga setiap pengurus dapat saling memenuhi, melangkapi, dan memantau satu sama lain. Dalam Simpan Pinjam dan utang warung bagi anggota, kelompok juga memberikan prosedur baru yang ditandatangani oleh pengawas dan perwakilan dari kepengurusan koperasi.

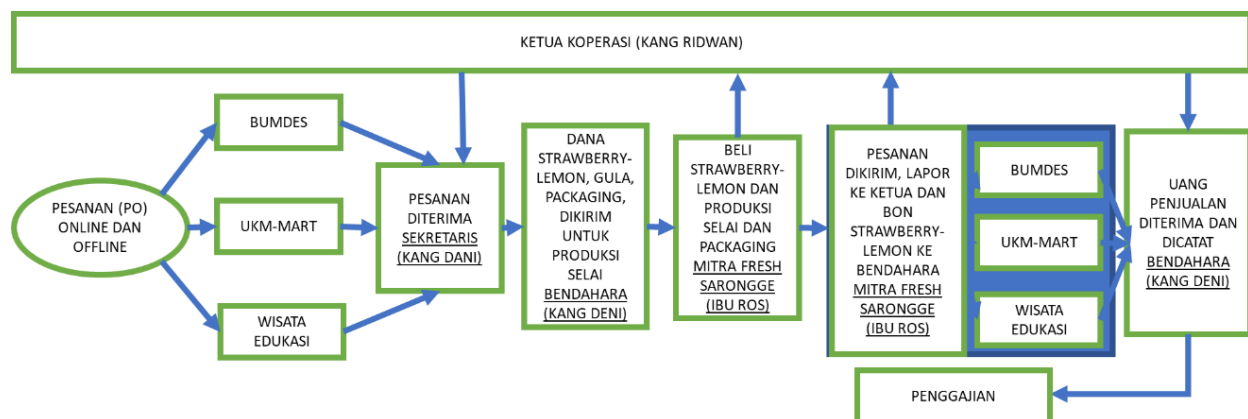
Kios sendiri akan memiliki pekerja tetap dengan tanggung jawab yang jelas dan dibayar. Pekerja memiliki fasilitas *wi-fi* untuk transaksi online (pulsa, token, selai stroberi) dan sebagai fasilitas karyawan.

Sistem keuangan juga direvisi dari segi pencatatannya. Buku keanggotaan yang semula memiliki format yang berbeda-beda untuk setiap anggota, kini disamaratakan untuk mempermudah pekerja dalam mencatat data setiap anggota. Selain itu, dibuat pula format pencatatan persediaan dan penjualan agar setiap transaksi yang terjadi dapat tercatat dan untuk meminimalisir risiko yang mungkin ada. Pencatatan persediaan, juga dilakukan untuk mengetahui barang-barang yang hampir expired untuk menetapkan kebijakan promosi agar barang cepat terjual.

Dari sisi keuangan diluar pencatatan, penulis juga membuat prosedur jam operasional Kios buka. Jam operasional ini disesuaikan dengan waktu berbelanja warga sekitar untuk kebutuhan sembako dan jam operasional ditetapkan agar waktu buka toko jelas dan tidak membingungkan warga. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan dari Kios.

Fresh Sarongge- Selai Stroberi merupakan produk tangible yang dimiliki koperasi. Produk ini digagas oleh Builder 023 dengan peluang dan sumber daya yang tersedia. Produk ini menjadi bagian dari marketing Wisata Kampung Sarongge. Berbeda dengan kompetitor, produk kami menekankan perspektif performance mengenai kandungan yang alami tanpa pengawet buatan dan perspektif imagery sebagai warisan cerita dan budaya kampung sarongge dalam setoples kaca – **“Sebuah kampung dengan tanah yang subur, warisan cerita, budaya, dan identitas masyarakat dalam sebotol kaca”**. Penulis bekerja sama dengan BUMDes, Kios UKM-Mart dan Wisata Edukasi Saung Sarongge dalam menyuplai produk ke konsumen secara offline dan online.

Selama kegiatan live-in berlangsung, penulis membuat SOP kerja dari Fresh Sarongge untuk meminimalisir terjadinya *human error* dan *fraud*. Alur SOP yang dibuat seperti yang tergambar dalam bagan di bawah:



Gambar 1. Flow Chart Tugas dan Tanggung Jawab Fresh Sarongge

Kinerja yang sudah dilakukan untuk produk Fresh Sarongge ini dimulai dengan membuat resep selai untuk produk kedepannya. Kemudian penulis juga membuat packaging selai sampai produk sudah siap dijual. Penjualan selai pertama dilakukan pada acara Saung Rahayat dimana penulis berhasil menjual seluruh selai yakni 20 jar selai stroberi kepada pengunjung di acara tersebut. Selain itu, penulis juga menjual roti bakar dengan selai stroberi sebanyak lebih dari 100 roti. Hasil penjualan ini berhasil memberikan keuntungan yang cukup besar dan juga chat dari konsumen yang tertarik untuk kembali membeli produk di kemudian hari.

Sistem penggajian juga terjadi pada lini produk ini, dimana Ibu Ros akan digaji sama dengan petani namun tidak perlu berladang (bisa bekerja di saung atau di rumah). Terjadi pembagian tugas antara pengurus dan Ibu Ros sehingga kepengurusan akan memiliki *job-desc* masing-masing yang tidak bisa digantikan oleh orang lain.



Gambar 2. Produk Stroberi Jam Fresh Sarongge



Gambar 3. Karakter Fresh Sarongge

Selama melaksanakan kegiatan *live-in*, kami melakukan 1 waktu percobaan dengan 5 jenis resep. Melakukan 1 waktu alpha test dan melaksanakan beta test di acara Saung Rahayat. Terbukti, sebagian besar pecinta olahan stroberi menyatakan bahwa produk ini enak dan layak untuk dikonsumsi.

Dalam menghadapi sulitnya supplier jar di daerah Cianjur, kami mencoba ranah online dan menemukan harga jar termurah di e-commerce namun masih dengan biaya pengiriman yang cukup tinggi. Stiker, penutup kertas, dan pita didapatkan dengan harga yang sangat murah yaitu Rp300 rupiah per-jar. Penulis juga menemukan bahwa kekentalan yang pas untuk selai menghasilkan daya

tahan selai yang lebih panjang. Dengan demikian, pembuatan selai memerlukan prosedur dan kebersihan yang teliti.

Penulis sudah melakukan pendaftaran PIRT dan UMK kepada pihak yang berwenang dan sedang menunggu hasilnya. Pelatihan untuk PIRT sendiri akan dilaksanakan pada tanggal 13 Februari 2019 jam 7.00 WIB. Ketentuan Packaging mengenai tempat-tempat menaruh kode produksi dan sebagainya sudah dikondisikan.

Kesimpulan

Kegiatan *live-in* yang diadakan Universitas Prasetiya Mulya selama kurang lebih satu bulan lamanya berakhir pada tanggal 14 Februari 2019. Selama kegiatan berlangsung penulis telah melakukan berbagai upaya dalam rangka mengembangkan dan memajukan UKM yang diemban yaitu Kios KSM. Kios KSM akhirnya kembali beroperasi setelah sekian lama berhenti beroperasi dikarenakan banyaknya kendala. Penulis membantu mitra dalam mengatasi kendala-kendala tersebut, mulai dari masalah pemasaran hingga keuangan.

Selama kegiatan berlangsung, penulis juga menciptakan unit usaha baru bagi KSM untuk menambah pemasukan. Unit usaha baru ini adalah pembuatan selai stroberi yang bermerk Fresh Sarongge. Ide ini muncul saat penulis melihat potensi besar yang dimiliki kampung Sarongge sebagai produsen buah stroberi yang cukup besar dan banyak SDM yang dapat dipekerjakan. Produk ini menjadi bagian dari marketing Kampung Sarongge.

Ucapan Terimakasih

Penulismengucapkan terima kasih terutama kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmatNya penulis dapat melaksanakan kegiatan Comdev 2019 dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Rektor, Dekan, Direktur Kajian Bisnis, Manajer PPUK, dan Ketua UPT Comdev Universitas Prasetiya Mulya. Pihak-pihak yang telah bertukar pengetahuan, pengalaman, dan pemikiran yaitu DPL DOC, Fasil, Tim NonBuilder, teman-teman Builder, mitra dari Bapak Ridwan maupun anggota kepengurusan yang lain, orang tua, dan kerabat yang mendukung keterlibatan penulis dalam melaksanakan kegiatan Community Development 2019. Semoga kegiatan ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Daftar Pustaka

- Direktorat Pembinaan Kursus dan Kelembagaan, Direktorat Jenderal Pendidikan NonFormal dan Informal, Kementerian Pendidikan Nasional. (2010). Manajemen Usaha Kecil (Ser. 3). Jakarta: Ditbinsus.
- Fajarwati, D. (2007). Analisis Cash Flow (Arus Kas) Sebagai Informasi bagi Serikat Pekerja di Wilayah Kabupaten/ Kota Bekasi. *Jurnal Optimal*, 1, 2nd ser. Retrieved February 8, 2019.
- Liputan6.com. (2018, April 24). Jumlah UKM Diproyeksikan Tumbuh 5 Persen pada 2019. Retrieved from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3478598/jumlah-ukm-diproyeksikan-tumbuh-5-persen-pada-2019>.
- Rosana, M. (2009). Konsep Hukum Koperasi Modern BAGI Koperasi Sebagai Organisasi Perusahaan Besrtatus Badan Hukum Sempurna. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 201. doi:10.21143/jhp.vol0.no0.193.

Standar Nasional Indonesia - Free Download PDF. (n.d.). Retrieved February 10, 2019, from https://datenpdf.com/download/standar-nasional-indonesia_pdf.

Widiyanto. (2017). Analisis Proses Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Konveksi Ryan Collection di Kabupaten Kudus. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6, 1st ser., 24-29. Retrieved February 10, 2019.

Wijaya, R. A. (2010). Proses Pengolahan Selai Nanas Organik dan Pekiraan Waktu Simpannya. Proses Pengolahan Selai Nanas Organik Dan Pekiraan Waktu Simpannya. Retrieved February 10, 2019.

Lampiran



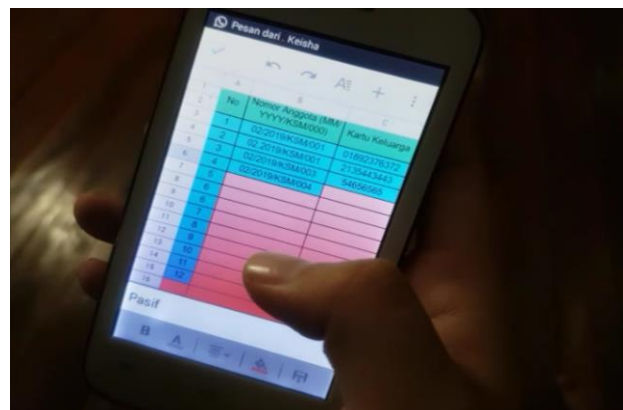
Gambar 1. Percobaan Pembuatan Stroberi



Gambar 2. Rapat Perdana Koperasi Sugih Makmur Periode 2019



Gambar 3. Alpha Test Stroberi Jam



Gambar 4. Pendataan Ulang Keanggotaan



Gambar 5. Beta Test Stroberi Jam



Gambar 6. Mengajar SDM Kios



Gambar 7. Produk Setelah Pemberian Label Merk



Gambar 8. Affiliate Marketing, Channel Marketing di BUMDes dan Eduwisata Saung Sarongge