

## Kegiatan Pengembangan Usaha Terhadap Usaha Es Noni di Desa Cijedil

Andrika Prakasa Halim<sup>2</sup>, Fransisca Gunawan<sup>2</sup>, Giandre Adirga<sup>3</sup>, Gracia Tania Larisa<sup>2</sup>, Jessy Christella<sup>4</sup>, Matthew Immanuel<sup>2</sup>, Muhamad Reza Rizky<sup>1</sup>, Sandy Gunawan<sup>6\*</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Akuntansi, Universitas Prasetiya Mulya; <sup>2</sup>Program Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya; <sup>3</sup>Program Studi *Branding*, Universitas Prasetiya Mulya; <sup>4</sup>Program Studi *Finance*, Universitas Prasetiya Mulya; <sup>5</sup>Program Studi *Event*, Universitas Prasetiya Mulya; <sup>6</sup>Dosen Pembimbing Lapangan, Universitas Prasetiya Mulya

\*[andrika.halim@student.pmbs.ac.id](mailto:andrika.halim@student.pmbs.ac.id), [fransisca.gunawan@student.pmbs.ac.id](mailto:fransisca.gunawan@student.pmbs.ac.id), [giandre.adirga@student.pmbs.ac.id](mailto:giandre.adirga@student.pmbs.ac.id), [gracia.larisa@student.pmbs.ac.id](mailto:gracia.larisa@student.pmbs.ac.id), [jessy.christella@student.pmbs.ac.id](mailto:jessy.christella@student.pmbs.ac.id), [matthew.immanuel@student.pmbs.ac.id](mailto:matthew.immanuel@student.pmbs.ac.id), [muhamad.putra@student.pmbs.ac.id](mailto:muhamad.putra@student.pmbs.ac.id), [sandy.gunawan@pmbs.ac.id](mailto:sandy.gunawan@pmbs.ac.id)

### Abstract

*Es Noni is a home-based ice cream business that is still being classified as a small business as it needs better development process to increase its sales. Therefore, Es Noni has several problems formulated from this case that needs to be solved. First, the production quantity of the ice cream was limited due to the absence of, no suitable freezer to store all of the production demand. Next, there was only one place to sell the ice cream continuously and they didn't have a large, compatible cooling box that has enough space to store all of the sellable ice cream. Whereas the last problem is Es Noni never records its sales on a daily basis and their way in distributing the revenue is still incorrect.*

*With the all of the problems that Es Noni had, the author wanted to help in solving these problems. The author purchased most of the required equipment to increase the amount of production and sales. Moreover, the author discovered other sales methods to expand the ice cream's market, alongside with giving them the knowledge on how to write an accounting report correctly regarding their cash flow and product inventory to minimize the occurrence of adverse errors.*

### Abstrak

Es Noni merupakan sebuah usaha rumahan yang bergerak dibidang penjualan es krim cup. Dikarenakan usaha yang dijalankan tergolong usaha kecil dan masih membutuhkan pengembangan yang lebih untuk meningkatkan penjualan. Adapun beberapa masalah yang dapat dirumuskan dalam pendampingan usaha Es Krim Noni ini antara lain produksi es krim yang terbatas karena tidak adanya tempat penyimpanan yang memadai untuk melakukan proses pembekuan. Masalah lain yang ditemukan adalah penjualan es krim yang hanya dilakukan pada satu lokasi saja dan tidak adanya tempat penyimpanan es krim yang sesuai dan berukuran besar saat berjualan. Permasalahan terakhir yang ditemukan adalah Es Noni tidak pernah melakukan pencatatan keuangan pada penjualannya setiap hari dan pembagian omzet yang dilakukan masih keliru.

Melalui kegiatan *Community Development* penulis ingin membantu menyelesaikan masalah yang ada pada usaha Es Noni dengan cara membeli peralatan yang dibutuhkan untuk meningkatkan jumlah produksi dan penjualan. Selain itu, tim penulis juga mencari metode penjualan lain untuk memperluas pasar dan juga mengajari mitra cara mencatat pembukuan

### Keywords

*Ice Cream, Homemade, Cash Flow, Marketing, Production*

### Kata Kunci

*Es Krim, Produksi, Pemasaran, Pembukuan, Arus Kas*

terutama pencatatan arus kas dan persediaan es krim untuk meminimalisir terjadinya kesalahan yang dapat merugikan usaha es Noni.

## Pendahuluan

Tidak dapat dipungkiri bahwa usaha kecil memegang peranan penting dalam memajukan perekonomian suatu negara. Salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional adalah dengan melakukan pengembangan usaha kecil di Indonesia. Usaha kecil dapat mengurangi masalah kesenjangan antar golongan pendapatan dan antar pelaku usaha, mampu memperluas basis ekonomi, dan memberikan kontribusi yang signifikan.

Menurut Zuhri (2013), ciri utama yang dimiliki oleh Usaha Kecil adalah tidak ada pemisahan kedudukan pemilik dengan manajerial, masih menggunakan tenaga kerja sendiri dengan modal pribadi, sebagian diantaranya masih belum berbadan hukum, dan tingkat kewirausahaan tergolong relatif rendah. Sedangkan menurut Bank Indonesia, kriteria lain yang dapat dikatakan sebagai Usaha Kecil adalah kepemilikan oleh individu atau keluarga, memanfaatkan teknologi sederhana dan padat karya, rata-rata tingkat pendidikan dan keterampilan tergolong rendah, sebagian tidak terdaftar secara resmi dan atau belum berbadan hukum, dan tidak membayar pajak.

Kabupaten Cianjur ada di wilayah Provinsi Jawa Barat, dengan luas wilayah sebesar 361.434,90 ha memiliki 32 kecamatan secara keseluruhan. Sedangkan, Kecamatan Cugenang memiliki jumlah penduduk sebanyak 103.960 jiwa yang terbagi ke dalam 16 desa yang berbeda (BPS, 2018).

Usaha es krim rumahan di wilayah Cianjur, terutama di Kecamatan Cugenang masih sangat terbatas keberadaannya. Dikarenakan rata-rata penduduk lebih memilih untuk bekerja maupun bertani daripada menciptakan suatu usaha untuk mencari biaya hidup. Potensi penjualan es krim sebenarnya cukup tinggi dan terbuka, sehingga diyakinidapat mudah diterima oleh masyarakat. Oleh karena itu, diharapkan dapat mendukung para pemilik usaha untuk dapat lebih mengembangkan dan percaya diri dalam memasarkan produk yang dijual.

Es Noni merupakan es krim yang terbuat dari produk susu yang memiliki aneka rasa, lalu disuguhkan dalam bentuk cup. Harga yang ditawarkan cukuplah murah, yaitu Rp1.000 sehingga selama ini Es Noni sangat di terima oleh para pembeli yang menikmati. Tetapi, dikarenakan keterbatasan produksi dan juga alat alat yang digunakan tidak sesuai, Es Noni hanya melakukan penjualan pada satu lokasi

saja dan terus ketergantungan tidak mencari tempat atau cara lainnya. Oleh karena itu, diharapkan dengan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang diadakan oleh Universitas Prasetiya melalui para mahasiswa, besar harapan dapat menggali potensi tersebut dan mengembangkannya lebih baik lagi untuk usaha yang dibina.

Penulis mencoba untuk membantu pemilik usaha untuk dapat terus memberikan inovasi terhadap produk yang dijual. Dengan permasalahan yang telah ditemukan selama kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat berlangsung, diharapkan penulis dapat memperbaiki dan lebih mengembangkan usaha yang selama ini sudah ada tetapi masih sangat sederhana. Tidak hanya memperbaiki aspek produksi, tetapi diharapkan pula untuk dapat memasarkan produk agar dapat meningkatkan penjualan sehingga omset yang di dapatkan pun dapat dimaksimalkan untuk seterusnya.

## Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang terdapat pada latar belakang, maka dapat diketahui beberapa permasalahan, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana cara meningkatkan jumlah produksi es krim agar dapat memenuhi permintaan pasar?
2. Strategi apa yang dilakukan untuk dapat mengelola persediaan es krim yang ada sehingga hal tersebut dapat meningkatkan omset penjualan?
3. Bagaimana cara meminimalisir kesalahan yang mungkin terjadi dalam pengelolaan keuangan usaha rumahan?
4. Bagaimana cara untuk menghindari terjadinya kesalahan yang biasanya terjadi oleh manusia, terutama pada usaha kecil yang alat dan kebutuhan lainnya masih sangat terbatas?

Berikut adalah tujuan dilaksanakannya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat terutama untuk pengembangan usaha Es Noni :

1. Meningkatkan jumlah penjualan agar sama atau melebihi permintaan pasar selama ini.
2. Memiliki kanal distribusi untuk memperluas pasar penjualan Es Noni agar lebih dikenal oleh masyarakat luas, terutama untuk di daerah Cianjur dan Cipanas.
3. Pemilik usaha mengerti akan pentingnya pencatatan pembukuan dan dapat mengaplikasikan metode tersebut guna mengetahui arus kas maupun jumlah persediaan produk yang dimilikinya.
4. Menemukan cara atau solusi yang berguna agar dapat menghindari kesalahan kecil yang mungkin saja dapat merugikan usaha yang dimiliki.

## Telaah Literatur

### *Kanvas Model Bisnis*

*Business Model Canvas* adalah sebuah model bisnis yang mampu menggambarkan secara sederhana bagaimana suatu organisasi memberikan dan menangkap nilai dari aktivitas bisnis yang dilakukan untuk menghasilkan uang (Prasetyo, 2016). Model bisnis bisa didefinisikan sebagai paparan strategi yang harus dibuat sebuah bisnis sebelum mulai berkompetisi dengan bisnis lainnya. Banyak sekali strategi yang harus dijelaskan dalam sebuah model bisnis karena strategi tersebut berhubungan dengan banyak aspek dalam sebuah bisnis. Model bisnis di antaranya mengatur tentang tujuan hubungan kita dengan supplier, dengan distributor atau dengan para pelanggan secara langsung. Secara garis besar, terdapat 9 elemen penting pada *Business Model Canvas* dan memiliki alur yang mengalir dari satu elemen ke elemen yang lainnya. Kesembilan elemen penting yang harus ada adalah:

1. *Customer Segment*: Elemen pertama ini mengharuskan para pemilik usaha untuk menentukan segmen pelanggan mana yang akan menjadi target usaha.
2. *Value Proposition*: Elemen kedua ini membahas mengenai manfaat maupun keunggulan apa saja yang dimiliki produk untuk dapat bersaing sehingga terdapat nilai tambah yang sesuai.
3. *Channels*: Merupakan sarana untuk menyampaikan nilai atau manfaat dari produk kepada *customer segment*.
4. *Revenue Streams*: Elemen ini adalah bagaimana cara untuk memperoleh pendapatan dari pelanggan agar tetap maksimal.

5. *Key Resource*: Merupakan sebuah sumber daya yang dimiliki pemilik usaha untuk mewujudkan proposisi nilai seperti manusia, *brand*, peralatan dan teknologi.
6. *Customer Relationship*: Hal ini merupakan cara untuk menjalin hubungan dengan para pelanggan yang selama ini menikmati produk dari sebuah usaha.
7. *Key Activities*: Mencakup segala aktivitas yang harus dilakukan seorang pemilik usaha untuk menghasilkan produk atau layanan yang baik dan memuaskan.
8. *Key Partnership*: Berisi para pihak yang menjadi penentu terhadap jalannya suatu usaha. Hal ini memerlukan bahwa tidak hanya menjalin hubungan yang baik dengan para pelanggan melainkan para *supplier* yang menyediakan kebutuhan usaha.
9. *Cost Structure*: Meliputi biaya-biaya yang harus dikeluarkan untuk membentuk, memproduksi dan memasarkan produk atau layanan bisnis.

### **SWOT**

Analisis SWOT merupakan instrumen analisis yang ampuh bila digunakan dengan tepat. SWOT merupakan akronim untuk kata-kata *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam organisasi, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan. Kemampuan Analisis SWOT terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus meminimalisasi kelemahan dan menekan dampak ancaman. Jika para penentu strategi perusahaan mampu melakukan kedua hal tersebut, maka menentukan dan memilih strategi yang efektif akan membuahkan hasil. (Zuhri, 2013)

1. *Strength* (S) : Analisis kekuatan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kekuatan dari suatu usaha. Yang perlu dilakukan di dalam analisis ini adalah setiap pemilik usaha perlu menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan para pesaingnya.
2. *Weaknesses* (W) : Analisis kelemahan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Merupakan cara menganalisis kelemahan di dalam sebuah perusahaan ataupun organisasi yang menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan atau organisasi.
3. *Opportunities* (O) : Analisis peluang, situasi atau kondisi yang merupakan peluang diluar suatu organisasi atau perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi dimasa depan. Cara ini adalah untuk mencari peluang ataupun terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan ataupun organisasi bisa berkembang di masa yang akan depan atau masa yang akan datang.
4. *Threats* (T) : Analisis ancaman, cara menganalisis tantangan atau ancaman yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan ataupun organisasi untuk menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan pada suatu perusahaan atau organisasi yang menyebabkan kemunduran.

### **SIPOC**

Pengertian SIPOC menurut Budi Kho (2018), merupakan suatu alat visual yang digunakan untuk mengidentifikasi proses-proses bisnis dari awal hingga akhir dan berfungsi untuk mengidentifikasi elemen-elemen relevan dari proyek perbaikan yang akan dikerjakan (B. Identifikasi SIPOC ini biasanya dilakukan sebelum proyek perbaikan proses (*process improvement*) tersebut dimulai. Didalam metodologi Six Sigma, SIPOC digunakan dalam tahap *DEFINE* yaitu tahap pertama dalam Six Sigma, dimana tahap ini bertujuan untuk mendefinisikan dan menyeleksi

permasalahan yang akan diselesaikan beserta besar biaya, manfaat dan dampak terhadap pelanggan. SIPOC merupakan singkatan dari *Supplier* (Pemasok), *Input* (Masukan), *Process* (Proses), *Output* (Keluaran) dan *Customer* (Pelanggan).

1. SUPPLIER adalah penyedia INPUT, dan bisa berasal dari eksternal ataupun internal perusahaan.
2. INPUT adalah sumber daya 5M (Man, Money, Material, Method, Machine) yang diperlukan dalam proses menghasilkan OUTPUT.
3. PROCESS adalah langkah-langkah atau aktifitas untuk mengelola INPUT (dengan memberikan nilai tambah/value) menjadi OUTPUT yang akan disampaikan kepada CUSTOMER.
4. OUTPUT adalah tujuan atau hasil akhir yang akan dicapai dari proses transformasi/mengelola INPUT. OUTPUT merupakan produk atau jasa yang diinginkan CUSTOMER.
5. CUSTOMER adalah pihak yang menggunakan hasil/OUTPUT dari proses kerja kita. CUSTOMER bisa berasal dari eksternal maupun internal

### ***Poka-yoke***

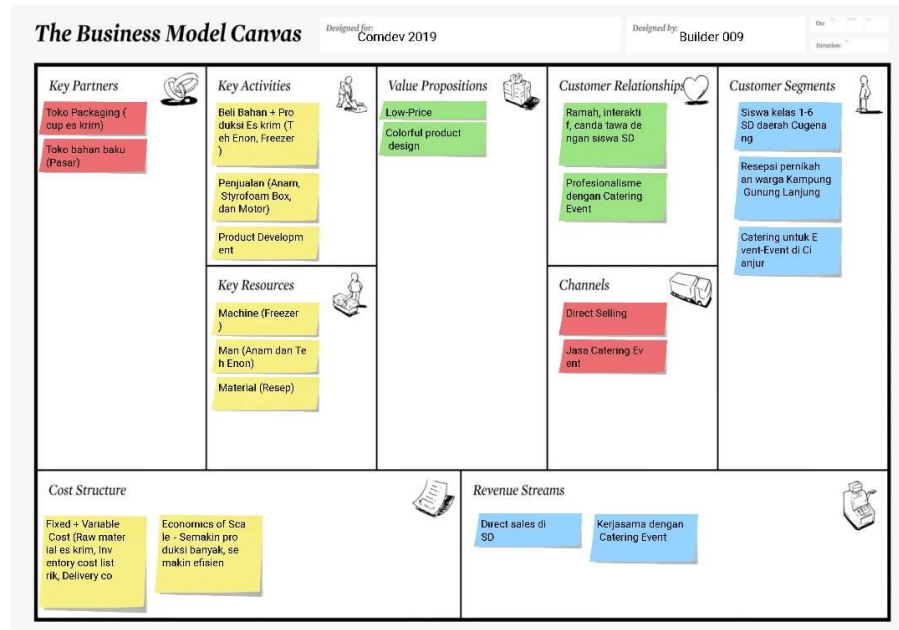
*Poka-yoke* adalah suatu teknik untuk mengatasi dan menghindari kesalahan sederhana yang dikarenakan oleh manusia atau pekerja tersebut di tempat kerja dengan cara mencegahnya langsung dari akar penyebab kesalahan dan menarik perhatian khusus dalam suatu pekerjaan atau tugas sehingga tidak memiliki kemungkinan untuk membuat kesalahan (Kho, 2017). Menurut Hartanto (2013), terdapat tiga fungsi dasar dari *poka-yoke* yang dapat mencegah atau mendeteksi kecacatan. Fungsi yang pertama adalah *warning*. Dimana hal ini merupakan suatu peringatan agar pekerja dapat waspada dan segera segera memperbaiki kesalahan sebelum terjadinya kecacatan. Fungsi selanjutnya adalah *control* dan juga *shut down*, yang merupakan suatu metode apabila kecacatan telah terdeteksi, maka proses tersebut akan dimatikan sampai masalah dapat diselesaikan.

### **Metode**

Dalam memecahkan masalah yang ada selama ini di dalam kegiatan usaha Es Noni, penulis menggunakan beberapa metode diantara lainnya adalah dengan menggunakan analisis SWOT, membuat Kanvas Model Bisnis agar mengetahui *detail* penjelasan usaha dengan singkat dan padat tetapi jelas, lalu menganalisis alur SIPOC dan menggunakan *Poka-yoke* untuk kegiatan produksi yang lebih baik

Tabel 1 menampilkan identifikasi business model canvas dari usaha Es Krim Noni.

Tabel 1. Identifikasi BMC usaha “Es Krim” merk Es Noni



**Value Proposition** dari Es Noni adalah harga rendah dan desain produk yang berwarna-warni. Kelompok dapat memastikan *value proposition* ini benar karena telah melihat langsung Teh Enon berbelanja di pasar dan proses produksi dari awal hingga akhir.

**Key Partners** dari Es Noni adalah toko *packaging* (cup es krim) yang berada di dekat pasar serta toko bahan baku untuk membuat es krim yang berlokasi di pasar.

**Key Activities** dari bisnis ini adalah beli bahan, produksi, penjualan es krim, serta *product development*. Beli bahan dan produksi oleh Teh Enon dilakukan pada hari Minggu sampai Jumat. Sedangkan penjualan dilakukan setiap anak SD masuk sekolah yaitu hari Senin sampai dengan hari Sabtu.

**Key Resource** yang dibutuhkan dari Es Noni adalah mesin berupa *freezer* untuk membekukan es krim, sumber daya manusia yaitu Teh Enon dan Anam, serta material berupa resep untuk membuat es krim Es Noni.

**Customer Segments** pada Es Noni adalah siswa kelas 1 sampai dengan 6 SD daerah Cugenang, acara atau resepsi pernikahan warga yang tinggal di sekitar Gunung Lanjung serta catering untuk acara-acara yang ada di Cianjur.

**Customer Relationship** yang dilakukan oleh Es Noni adalah dengan menyapa ramah dan melakukan canda tawa dengan anak-anak SD serta sikap yang profesional ketika bekerjasama dengan catering acara.

**Channels** yang digunakan oleh Es Noni adalah *direct selling* dan jasa catering acara. *Direct selling* yang dimaksud adalah melakukan penjualan langsung pada anak-anak SD ataupun anak-anak yang datang ke rumah Teh Enon untuk membeli es krim.

**Cost Structure** yang ada pada Es Noni adalah *cost* yang terdiri dari *fixed cost* serta *variable cost* yang terdiri dari *raw material*, *inventory cost*, *delivery cost*, serta biaya listrik, gas, dll dan *economic of scale* dimana semakin banyak produksi yang dilakukan maka akan semakin efisien.

*Revenue Stream* dari Es Noni adalah *direct sales* di SD tempat berjualan serta kerjasama dengan pihak katering.

Tabel 2 menampilkan hasil identifikasi SWOT usaha Es Krim Noni.

**Tabel 2. Identifikasi SWOT usaha “Es Krim” merk Es Noni**

<b>Strengths</b>	<b>Weakness</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak menggunakan bahan pengawet</li> <li>• Harga yang murah</li> <li>• Pengetahuan pemilik usaha akan produk es krim cukup tinggi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Packaging</i> tidak menarik</li> <li>• Varian rasa hanya berasal dari perisa</li> <li>• Belum memiliki merk yang dikenal masyarakat</li> <li>• <i>Inventory</i> yang terbatas</li> </ul>
<b>Opportunities</b>	<b>Threats</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya peluang memasarkan produk dengan menjalin kerjasama.</li> <li>• Adanya peluang untuk menambah jumlah lokasi penjualan.</li> <li>• Adanya peluang untuk memasarkan produk pada acara-acara tertentu.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya produk serupa dengan harga yang lebih murah dan bervariasi</li> </ul>

Dari hasil analisa identifikasi SWOT tersebut penulis bersama mitra dapat menyusun strategi maupun rencana untuk pengembangan usaha di masa akan datang. Sehingga, segala kekurangan maupun tantangan yang berkaitan dengan usaha es krim ini dapat dijadikan bahan evaluasi untuk menghasilkan ide-ide baru.

Tabel 3 menampilkan hasil identifikasi SIPOC usaha Es Krim Noni.

**Tabel3. Identifikasi SIPOC usaha “Es Krim” merk Es Noni**

<b>Supplier(S)</b>	<b>Input(I)</b>	<b>Process(P)</b>	<b>Output(O)</b>	<b>Customer(C)</b>
Toko Bahan Kue	Gula Maizena <i>Emulsifier</i> Perisa	Pembuatan adonan dengan mencampurkan gula, garam, kental manis dan susu bubuk.	Es krim aneka rasa yang disajikan dalam bentuk cup.	Anak Sekolah Dasar
Toko Bahan Plastik	Cup + Tutup Sendok	Perebusan adonan lalu dicampurkan dengan maizena yang telah dilarutkan hingga mengental.	Es krim rasa : -Moka -Stroberi -Mangga	Ibu-ibu



Toko Sembako	Garam Kental Manis Susu Bubuk	Memindahkan adonan ke dalam plastik dan didinginkan.	-Pandan -Vanila -Durian	Peserta acara tertentu
		Masukkan adonan ke <i>freezer</i> .		Toko yang memiliki <i>freezer</i>
		Mixer adonan beku dengan menambahkan <i>emulsifier</i> dan perisa makanan.		
		Memindahkan es krim ke cup lalu masukkan ke <i>freezer</i> .		

Melalui diagram SIPOC yang telah dibuat tersebut, penulis dapat mengidentifikasi hal apa saja yang perlu diperbaiki. Dalam usaha Es Krim Noni dapat dilihat bahwa pada bagian *Supplier* masih belum terisi secara pasti, dikarenakan selama ini mitra selalu membeli bahan maupun keperluan di warung terdekat. Oleh karena itu, hal yang dilakukan oleh penulis dikemudian hari adalah mencari *Supplier* yang dapat memenuhi kebutuhan maupun keperluan usaha es krim dengan harga yang lebih rendah.

Selanjutnya untuk metode *poka-yoke* yang digunakan penulis untuk usaha Es Krim Noni adalah menggunakan sendok takaran dalam membuat adonan es krim yang diproduksi. Hal ini berguna untuk mengontrol bahan-bahan yang digunakan sesuai dan dapat menyamaratakan hasil es krim yang diproduksi. Sehingga, jika suatu saat terjadi kesalahan tekstur maupun rasa dapat memeriksa resep dan takaran apakah sudah sesuai atau ada kekeliruan maupun *human error* yang mungkin saja terjadi.

Selain itu penulis juga melakukan metode *poka-yoke* lainnya, yaitu menggunakan sebuah buku catatan keuangan untuk membantu menyelesaikan pencatatan harian dan juga pembagian hasil yang seimbang. Agar memisahkan uang pribadi dan juga uang usaha, maka penulis juga memberikan amplop yang berbeda yang dapat diisi uang hasil dari penjualan yang komposisi pembagiannya telah ditentukan.

## Hasil

Pada bab ini dipaparkan pembahasan dan analisis tentang strategi produksi, pemasaran dan juga keuangan Es Noni yang akan dilakukan guna meningkatkan omset maupun mengembangkan usaha yang masih tergolong sederhana. Analisis ini didasarkan pada data yang diperoleh penulis melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan Builder 009 selaku perwakilan mahasiswa Universitas Prasetiya Mulya selama 27 hari membantu mengembangkan usaha Es Noni di Desa Cijedil, Kecamatan Cugenang.

Melalui metode pembuatan kanvas model bisnis, penulis mengetahui bahwa pada awalnya usaha Es Noni masih sangatlah sederhana. Selama ini *Key Partners* yang seharusnya memiliki peranan penting dalam sebuah manajemen usaha malah tidak dimiliki oleh Es Noni. Penulis dapat mengatakan hal tersebut dikarenakan dari data yang ditemukan, pemilik usaha tidak memiliki *supplier* yang pasti dalam pembelian bahan baku yang diperlukan untuk memproduksi es krim. Selama ini bahan baku yang diperlukan hanya diperoleh melalui warung-warung kecil di sekitar tempat produksi.

Selanjutnya, dalam *Key Resource* yang dimiliki pemilik usaha masih sangat terbatas. Teh Enon selaku pemilik usaha Es Noni mengaku bahwa ia hanya memiliki satu buah kulkas yang memiliki bagian *freezer* yang terbatas dan kulkas tersebut masih digunakan bersama untuk keperluan sehari-sehari. Selain itu, untuk sumber daya manusia dalam mengelola usaha es krim ini hanyalah bergantung kepada Teh Enon dan juga satu karyawan yang hanya memiliki tugas untuk melakukan penjualan setiap harinya, dimana karyawan tersebut merupakan adik kandung dari pemilik usaha.

Usaha Es Noni ini sangatlah perlu untuk dikembangkan dan diperbaiki terutama beberapa aspek penting dalam proses maupun pengelolaan usaha es krim, terutama dalam aspek pembuatan es krim maupun penjualannya.

Seperti yang disampaikan sebelumnya, selama ini produksi es krim hanya mengandalkan satu buah kulkas dimana hanya memiliki sebagian kecil *freezer*. Hal ini sangatlah berdampak pada terbatasnya jumlah es krim yang dapat dibuat. Penulis menghitung dalam satu *freezer* tersebut hanya dapat menampung 80 cup es krim. Sedangkan selama ini, pemilik usaha hanya melakukan pembuatan satu kali adonan, dimana satu adonan dapat menghasilkan rata-rata sebanyak 50-60 cup es krim. Pemilik usaha tidak membuat lebih dari satu adonan dikarenakan tidak memiliki tempat yang lebih untuk menampung banyaknya es krim yang berhasil dibuat. Penulis menganggap hal tersebut adalah masalah utama dalam upaya mengembangkan dan meningkatkan produksi Es Noni. Oleh karena itu, solusi yang dilakukan adalah mencari alternatif lain dengan cara mencari *freezer* yang dapat menampung es krim dalam jumlah banyak. Pada akhirnya, penulis membeli sebuah *freezer* yang berukuran 100L dengan harga Rp1.400.000. Ukuran tersebut lebih besar dari *freezer* yang dimiliki sebelumnya. Sekarang jika *freezer* tersebut diisi penuh oleh es krim yang telah dipindahkan ke dalam cup, maka hasilnya dapat menampung sebanyak kurang lebih 500 cup es krim.

Tidak hanya memperbaiki jumlah es krim yang dapat ditampung, *freezer* yang baru dibeli tersebut juga sedikit mengubah tekstur es krim. Selama ini es krim yang dihasilkan Es Noni teksturnya tidak terlalu keras dan beku. Hal itu dapat disebabkan kulkas memiliki tingkat suhu yang tidak stabil dan terbagi ke beberapa bagian, sehingga selama ini tekstur es krim tidak mencapai titik pembekuan yang maksimal. Setelah menggunakan *freezer* tekstur es krim Es Noni dapat membeku secara maksimal dan juga dapat bertahan lebih lama di suhu ruangan.

Hasil analisis permasalahan selanjutnya adalah Es Noni hanya memiliki dua buah tempat penyimpanan es krim yang digunakan untuk berjualan. *Box* tersebut pun bukan yang seharusnya digunakan, karena tidak memiliki kemampuan yang maksimal dalam menyimpan es krim agar tidak cepat mencair. Terdapat dua macam *box* yang dimiliki; yang pertama hanya dapat menampung 18 cup dan *box* kedua hanya dapat menampung 32 cup es krim. Oleh karena itu, hal yang dilakukan penulis selanjutnya dalam memecahkan masalah tersebut adalah dengan beralih kepada *styrofoambox* yang telah dilapisi alumunium foil agar dapat menyimpan dingin lebih lama dan memiliki jumlah kapasitas penyimpanan hingga 200 cup es krim.

Selain itu untuk memastikan suhu dalam *styrofoam* tetap terjaga dan pembekuan es krim tetap maksimal, maka penulis membuat adonan *cooling gel* yang terbuat dari bahan tepung sagu yang diolah menjadi aci lalu dibekukan. *Cooling gel* tersebut dapat digunakan berulang-ulang dan tidak menghasilkan air saat mencair, sehingga metode ini dapat dikatakan efektif dan efisien.

Dikarenakan penjualan es krim selama ini hanya dilakukan pada satu sekolah saja, yaitu SD Gunung Lanjung yang jaraknya tidak jauh dari rumah produksi. Maka penulis berupaya untuk melakukan riset dalam memilih sekolah-sekolah yang cocok untuk dijadikan target penjualan. Pada tanggal 23 Januari 2019, penulis bersama-sama mencoba melakukan penjualan ke SD Sukamanah 1, hasilnya persediaan yang dibawa habis terjual walaupun waktu untuk masuk sekolah masih sangat lama. Hal ini dikarenakan uang jajan yang dibawa para siswa rata-rata berada disekitaran Rp5.000-Rp10.000, sehingga dapat dikatakan bahwa daya belinya cukup tinggi. Satu siswa jika diperhatikan rata-rata membeli 2 es krim dengan rasa yang berbeda. Oleh karena itu, penulis mencoba untuk mencari satu sekolah lagi yaitu SD Cijedil. Penjualan pun dapat dilakukan dengan dua shift di tempat berbeda, yaitu saat masuk sekolah dan pada saat istirahat berlangsung.

Hanya saja selama ini jarak yang menjadi penghalang, untuk menuju SD Cijedil maupun SD Sukamanah 1 memerlukan biaya tambahan untuk angkot sebesar Rp4.000 untuk pulang-pergi. Motor yang selama ini dimiliki pemilik mengalami kerusakan pada busi. Sehingga, penulis mencoba untuk membawa motor tersebut ke bengkel untuk diperbaiki. Sehingga, kedepannya penjualan dapat dilakukan ke tiga sekolah tersebut dengan tidak dikenakannya biaya transportasi.

Untuk menambah varian rasa agar produk lebih beragam, penulis telah menambahkan 3 varian rasa baru. Dimana pada awalnya, rasa yang tersedia hanyalah moka, stroberi dan durian sekarang bertambah rasa pandan, vanila dan mangga. Pemilik usaha menggunakan perisa makanan bukan dengan sari buah asli dikarenakan harga yang ditawarkan tergolong sangat murah, yaitu Rp1.000. Banyaknya rasa yang ada sekarang dapat menghindari rasa bosan yang mungkin saja dirasakan oleh para pembeli, terutama anak sekolah dasar yang setiap hari menjadi konsumen yang merasakan. Penulis menyarankan kepada pemilik usaha untuk membuat dua rasa berbeda setiap harinya.

Hal lain yang telah dilakukan penulis guna mengembangkan usaha Es Noni adalah mencari *supplier* untuk kedepannya menjadi pemasok bahan baku yang memberikan harga spesial untuk menekan biaya modal setiap cup es krim, sehingga keuntungan yang didapat akan semakin tinggi. Penulis telah membuktikan kepada pemilik usaha bahwa terjadi penurunan sebesar 21,32% dikarenakan sebelumnya modal untuk satu cup es krim adalah Rp468,00 dan sekarang menjadi Rp368,00 jika bahan baku yang dibeli dalam jumlah banyak dan dibeli melalui *supplier* yang telah diajak bekerja sama.

Produksi yang menjadi meningkat pesat dikarenakan adanya *freezer* membuat penulis bersama dengan pemilik usaha mencoba untuk memikirkan cara lain agar penggunaan *freezer* maksimal dan keuntungan meningkat. Oleh karena itu, penulis telah menambah kanal penjualan baru yaitu dengan menawarkan kerjasama kepada katering maupun *event organizer* dan juga gedung-gedung yang biasanya menerima pesanan acara tertentu. Hasilnya sejauh ini sangatlah positif walaupun belum menerima pesanan. Penulis menawarkan kepada pemilik usaha untuk membuat es krim dengan menggunakan wadah yang dapat menampung lima liter sekaligus dengan harga Rp17.000/liter atau Rp20.000/liter jika menggunakan cup kecil berukuran 50 ml beserta sendok kayu. Wadah tersebut dapat dipinjamkan dengan cara menandatangani biaya sebesar Rp25.000 agar memastikan wadah tersebut dikembalikan, jika tidak pun pemilik usaha tidak merasa dirugikan secara harga. Untuk mempermudah promosi, penulis membuatkan kartu nama, *flyer* dan juga *banner* yang saat ini telah dipasang di depan rumah produksi.

Selama ini saat produksi berlangsung, pemilik usaha tidak memiliki takaran memakai alat bantu yang sebagaimana semestinya dipakai. Teh Enon tidak memiliki alat takar yang memiliki keterangan ukuran pasti, ia hanya menggunakan sendok atau gelas maupun ukuran yang sudah ada di produk tersebut. Misalkan saja untuk gula, pemilik usaha hanya memakai takaran 12 kali penuangan sendok secara berulang, begitu juga dengan susu bubuk maupun kental manis hanya berdasarkan ukuran yang sudah ada, misalnya susu bubuk satu sachet dan kental manis dua sachet. Hal ini mengakibatkan ketergantungan akan ukuran yang sudah ada. Saat pemilik usaha membeli dengan ukuran yang lebih besar akan berpengaruh dan mungkin saja malah merugikan.

Oleh karena itu, penulis membelikan sepaket sendok takar yang memiliki keterangan ukuran yang sangat jelas. Penulis juga membuatkan resep pasti dari yang sebelumnya sudah ada menjadi resep yang jelas dan terukur secara pasti untuk menghindari kerugian yang mungkin saja dilakukan karena kesalahan manusia.

Hal terakhir yang dilakukan penulis yaitu berhubungan dengan aspek keuangan. Penulis mendeteksi adanya kekeliruan dalam pembagian hasil yang diberikan kepada adik kandung pemilik selaku penjual es krim. Selama ini omset yang didapat langsung dibagikan tiga, yaitu untuk Teh Enon selaku pemilik usaha, lalu Anam selaku penjual dan juga modal yang telah dipakai. Hal ini sangatlah keliru, dikarenakan pembagian seharusnya dilakukan setelah hasil penjualan telah dikurangi modal. Oleh karena itu, penulis menyarankan kepada pemilik usaha untuk menyimpan sebesar 50% dari omzet untuk perputaran bisnis, lalu sebesar 25% untuk biaya kehidupan sehari-hari dan 25% lainnya untuk pembagian hasil kepada Anam sebagai penghasilan harian dari kegiatan jualan yang dilakukan. Uang hasil penjualan pun diharapkan untuk dipisah ke dalam amplop yang sudah disediakan.

Penulis juga mengajarkan cara melakukan pencatatan yang baik dan benar, serta mudah dimengerti dengan cara mencatat jumlah produksi dan jumlah penjualan setiap harinya. Begitu juga dengan arus kas, penulis mengajarkan untuk selalu menulis pemasukan serta pengeluaran.

## Kesimpulan

Dari hasil survei dan analisis yang telah dilakukan penulis selama mengikuti kegiatan Pegabdian Kepada Masyarakat selama 27 hari di Desa Cijedil, Kecamatan Cugenang bersama dengan pemilik usaha Es Noni, maka beberapa permasalahan yang telah penulis temukan dan diselesaikan antara lain : (1) Jumlah produksi yang sebelumnya selalu terbatas dikarenakan tidak memiliki tempat pembekuan yang sesuai, hanya memiliki kulkas yang kapasitasnya hanya dapat menampung 80 cup es krim setiap hari. Tetapi setelah penulis melakukan pembelian *freezer*, maka produksi bisa mencapai 500 cup. Untuk saat ini, pemilik usaha baru membuat 100 cup perhari guna memenuhi permintaan pasar yang ada. Lalu, *box* yang berfungsi untuk mengantar atau membawa es krim pun telah memiliki kapasitas yang lebih besar, yaitu *styrofoam* box dan agar lebih dapat menyimpan dingin penulis menggunakan alumunium foil di dalamnya. Kedua hal tersebut dapat meningkatkan jumlah produksi maupun penjualan yang selama ini dapat dimaksimalkan;

(2) Strategi yang dilakukan untuk dapat meningkatkan omset penjualan yang telah dilakukan penulis adalah menambah varian rasa, total yang dimiliki saat ini sebanyak enam rasa. Penulis telah mencari tambahan lokasi penjualan yang awalnya hanya satu sekolah menjadi tiga lokasi sekolah yang berbeda. Penulis juga membuatkan *flyer*, *banner* dan kartu nama agar harapannya dapat mempermudah dilakukannya promosi maupun kerjasama. Hal ini pun selaras dengan giatnya penulis menawarkan kerjasama kepada katering maupun tempat-tempat yang biasanya mengadakan sebuah acara. Produk pun dapat disesuaikan, jika pada penjualan langsung es krim yang dijual berbentuk cup, maka untuk acara-acara tertentu dapat juga menerima es krim dalam skala liter dengan harga yang lebih murah. Dalam menekan biaya modal agar dapat meningkatkan keuntungan, penulis menyarankan dan mencari *supplier* agar pemilik usaha tidak lagi membeli bahan baku di warung terdekat, sehingga harga yang ditawarkan pun dapat lebih murah;

(3) Untuk meminimalisir masalah yang mungkin terjadi dalam pengelolaan keuangan usaha rumahan seperti ini adalah mencoba untuk mengajari pemilik usaha agar selalu melakukan pencatatan yang baik dan benar, mencatat segala persediaan yang masuk dan juga tidak lupa selalu mencatat biaya keluar ataupun masuk. Pembagian hasil pun harus dilakukan dengan cara yang sesuai, yaitu dengan mengutamakan modal untuk usaha terlebih dahulu, agar kedepannya perputaran usaha terus terjaga. Besar harapan penulis untuk kedepannya usaha Es Noni dapat berkembang pesat dan diterima oleh masyarakat luas, asalkan pemilik usaha dapat menjalankan beberapa saran dan juga masukan yang telah diberikan oleh penulis selama masa *live-in* hingga bimbingan nantinya;

(4) Cara yang ditemukan penulis guna menghindari kesalahan yang mungkin disebabkan oleh manusia salah satunya saat produksi, yaitu dengan membelikan sebuah sendok takar. Hal ini searah dengan metode *poka-yoke* yang dijadikan patokan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada tersebut. Penulis juga membuatkan sebuah resep dengan ukuran yang sesuai agar lebih mudah dimengerti dan bisa dilakukan oleh siapa saja.

## Ucapan Terimakasih

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan oleh para mahasiswa Universitas Prasetiya Mulya diharapkan dapat memberikan dampak positif untuk masyarakat luas. Terutama untuk para pemilik usaha yang usahanya telah dibantu untuk dikembangkan agar lebih baik dikemudian hari.

Terima kasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Cijedil, Kecamatan Cugenang. Beberapa diantaranya adalah :

1. Universitas Prasetiya Mulya sebagai penyandang dana untuk kegiatan pengembangan mitra usaha. Yang telah mencari mitra usaha yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan yang dimiliki para mahasiswa di masing-masing jurusan.
2. Bapak Muliadi Palesangi, MBA selaku manajer pusat pengembangan usaha kecil Universitas Prasetiya Mulya. Penulis mengucapkan terima kasih karena telah membimbing untuk terus membagi kemampuan yang dimiliki demi kemajuan usaha mitra maupun masyarakat sekitar yang membutuhkan.
3. Bapak Sandy Gunawan, MComm selaku dosen pembimbing lapangan yang selalu memberikan solusi dan saran yang sangat membantu, sehingga penulis dapat memastikan apa yang dipilih sesuai dan bermanfaat untuk mitra.
4. Bapak Pudir selaku Kepala Desa Cijedil yang telah banyak membantu mengenai segala perizinan kegiatan yang selama ini dilaksanakan dan memastikan masyarakat sekitar untuk dapat berpartisipasi bersama dalam kegiatan sekunder maupun sosial.
5. Bapak Atang selaku Ketua RT 03, Kampung Cimanglid yang telah memberikan izin tinggal dan memastikan keamanan yang diterima para mahasiswa. Begitu juga telah membantu dalam menyelesaikan dokumen-dokumen penting untuk keperluan pengembangan mitra.
6. The Enon beserta keluarga yang telah memberikan tempat tinggal dan bersedia untuk dibantu usahanya. Terimakasih karena menerima penulis untuk mengembangkan dan memperbaiki usaha yang dimilikinya.
7. Verdian Jonazh Tjiputra dan Timothy Alexander selaku *facilitator* yang selama ini telah memberikan banyak masukan atas segala permasalahan yang terjadi selama kegiatan ini berlangsung.
8. Terimakasih untuk warga Kampung Cimanglid yang bersedia menerima para mahasiswa untuk tinggal bersama-sama dan mengikuti kegiatan yang telah dibuat.

Jurnal ini tidak luput dari kesalahan baik dari penulisan maupun kata-kata. Kiranya semua para pihak dapat memakluminya dan memberikan kritik dan saran yang lebih membangun.

## Daftar Pustaka

- BPS, Kabupaten Cianjur. (2018). Kabupaten Cianjur dalam angka 2018. <https://cianjurkab.bps.go.id/publication/download.html?nrbyfeve=OTUzNDM3OTEwNDE4ZmIwMGU2MzhmMGVl&xzmn=aHR0cHM6Ly9jaWFuanVya2FiLmJwcy5nby5pZC9wdWJsaWNhdGlvbi8yMDE4LzA4LzE2Lzk1MzQzNzkxMDQxOGZiMDBlNjM4ZjBlZS9rYWJ1cGF0ZW4tY2lhbmtp1ci1kYWxhbS1hbmdrYS0yMDE4Lmh0bWw%3D&twoadfnarfeauf=MjAxOS0wMi0xMyAxMjowNzoyMQ%3D%3D>. Diakses pada 11 Februari 2019.
- Hartanto, C. (2013). Perancangan metode *poka-yoke* pada proses layanan Toko Sejahtera Kendari. <https://media.neliti.com/media/publications/188268-ID-none.pdf> . Diakses pada 12 Februari 2019.
- Kho, B. (2017). Pengertian Poka Yoke dan penerapannya dalam produksi. <https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-poka-yoke-dan-penerapannya-dalam-produksi/>. Diakses pada 13 Februari 2019.
- Kho, B. (2018). Pengertian Diagram SIPOC dan cara membuatnya. <https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-diagram-sipoc-cara-membuat-sipoc/>. Diakses pada 13 Februari 2019.
- Prasetyo, D. (2016). Penerapan *Business Model Canvas* untuk menciptakan alternatif strategi bisnis di dalam pengembangan kegiatan usaha mikro kecil dan menengah tahun 2015. <http://digilib.unila.ac.id/21725/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>. Diakses pada 12 Februari 2019.
- Zuhri, S. (2013). Analisis pengembangan usaha kecil *home* industri sangkar ayam dalam rangka pengentasan kemiskinan. <https://media.neliti.com/media/publications/111956-ID-none.pdf>. Diakses pada 11 Februari 2019.

## Lampiran

Bagian ini memuat keterangan tambahan lain yang penting bagi artikel (Jika ada), misal: kuesioner, hasil wawancara, gambar, atau photo.



Gambar 1.  
Persediaan 400 es krim jika memaksimalkan kapasitas freezer.



Gambar 2.  
Flyer yang dibagikan untuk melakukan promosi.



Gambar 3.  
Kartu nama yang dibagikan saat akan bekerjasama.



Gambar 4.  
Kondisi awal freezer yang dimiliki pemilik usaha





Gambar 5.  
 Stan *booth* Es Noni pada kegiatan Saung Rahayat.



Gambar 6.  
*Banner* yang telah dipasang di depan rumah produksi.



Gambar 7.  
 Perisa makanan yang dipakai saat produksi.



Gambar 8.  
*Cooling gel* yang dibuat secara manual yang terbuat dari aci dan cuka.



Gambar 9.  
*Box* yang digunakan untuk berjualan pada kondisi awal.



Gambar 10.  
*Styrofoam box* yang telah dikelilingi alumunium foil di dalamnya.



Gambar 11.  
Buku kas dan amplop untuk  
melakukan pencatatan serta  
pembagian hasil setiap harinya.



Gambar 12.  
Adonan aci untuk dijadikan  
*cooling gel* yang dapat dipakai  
berulang-ulang kali.



Gambar 13.  
Saat *mixer* adonan sebelum  
ditambahkan pengembang dan  
perisa.



Gambar 14.  
Saat menambahkan perisa  
makanan.