

Pemberdayaan Usaha Kue Kering dan Dampak Pembaharuan Aspek Pemasaran, Operasional, Sumber Daya Manusia dan Finansial

Daniel Sului¹, Erric Soemarto², Nathaniel Alvin³, Safiya Nada Arina⁴,
Stephanie Lai⁵, Riyan Angriawan⁶

¹Program Studi Akuntansi, Universitas Prasetiya Mulya; ²Program Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya;
³Program Studi *Branding*, Universitas Prasetiya Mulya; ⁴Program Studi Ekonomi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya; ⁵Program Studi Teknologi Pangan, Universitas Prasetiya Mulya; ⁶Program Studi Hukum Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya

Universitas Prasetiya Mulya, Edutown BSD Campus Kavling Edu I.1,
Jl. BSD Raya Utama, BSD City, Serpong - Tangerang , Indonesia 15820

Corresponding Author: riyan.angriawan@pmbs.ac.id

Abstract

We have come to a realization that doing small medium enterprise in Gadog is quite different in major cities in a way that SME in Gadog still holds that family togetherness value where each member of the family has their own part in doing the business. Other than that, judging from the business that we've observed, technology has also taken part in business growth where usually the ones who run the social media or online marketplace are their sons or daughters who are more tech savvy. We hope this article can be useful for readers in exploring the world of SME and their growth. This article aims to improve the "Senada Cookies" pastry business in terms of marketing, operational, human resources and financial aspects. The methods used are product diversification, Increased Production Process Efficiency, Comprehensive Financial Recording, Capital Provision and Business Assistance, and brand revitalization and marketing renewal. To realize this objective, the group has made several resolutions, namely: Speeding up the production of nastar jam, finding permanent suppliers

Abstrak

Dengan satu bulan pengamatan lapangan langsung, kelompok di sini untuk melaporkan semua kemajuan, karakteristik, dan kecenderungan untuk usaha kecil dan menengah di sana. kelompok telah menyadari bahwa melakukan usaha kecil menengah di Gadog sangat berbeda di kota-kota besar dimana beberapa perbedaan berupa UKM di Gadog masih memegang nilai kebersamaan keluarga dimana setiap anggota keluarga memiliki bagian mereka sendiri dalam melakukan bisnis. Selain itu, dilihat dari bisnis yang kelompok amati, teknologi juga telah mengambil bagian dalam pertumbuhan bisnis di mana biasanya yang menjalankan media sosial atau pasar online adalah putra atau putri mereka yang lebih paham teknologi. Artikel ini bertujuan untuk meningkatkan usaha kue kering "Senada Cookies" dari segi aspek pemasaran, Operasional, Sumber daya manusia, dan finansial. Metode yang digunakan adalah diversifikasi produk, Peningkatan Efisiensi Proses Produksi, Pencatatan Keuangan yang Komprehensif, Pemberian Modal dan Pendampingan Usaha, dan Revitalisasi merek dan pembaharuan marketing. Untuk merealisasikan objektif ini, maka kelompok sudah melakukan beberapa penyelesaian yaitu Mempercepat pembuatan selai nastar, Pencarian supplier tetap untuk bahan baku, Pemasaran Melalui Media Sosial, Pembaruan Harga Penjualan Pokok, Pembaruan Label Kemasan Produk, dan pengembangan produk baru

Keywords

Business, Community Development, Gadog, Small Business Enterprise, Technology.

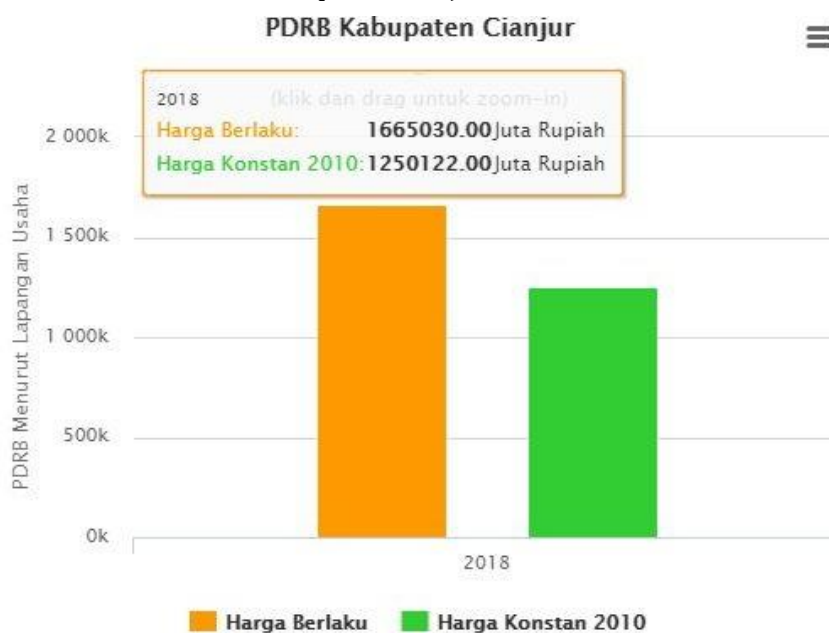
Kata Kunci

Gadog, Jawa Barat, Kue Kering, Teknologi, Usaha Kecil Menengah.

Pendahuluan

Bagian pendahuluan berisi latar belakang (analisis situasi), tujuan, dan manfaat kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Latar belakang seyogyanya dapat menjawab pertanyaan mengapa kegiatan PKM ini penting untuk dilakukan, apa tujuan dan manfaatnya.

Pada wawancara dengan mitra kelompok, bisnis kue kering yang dimiliki oleh Ibu Nani memiliki nama Senada Cookies. Berdasarkan informasi secara langsung dari mitra, beliau menjelaskan kondisi perekonomian di wilayah dapat dikatakan lebih maju jika dibandingkan saat Ibu Nani pertama kali membuka usahanya di tahun 2002. Hal ini terbukti berdasarkan data yang diperoleh dari BPS Kabupaten Cianjur, yaitu meningkatnya PDRB Kabupaten Cianjur yang menunjukkan peningkatan laju pertumbuhan ekonomi wilayah tersebut. (<https://cianjurkab.bps.go.id/>) Menurut mitra, setiap tahunnya jumlah penjualan kue kering Senada Cookies selalu mengalami peningkatan. Selain itu konsumen juga didominasi dari masyarakat yang berdomisili di sekitar Kabupaten Cianjur.



Gambar 1. PDRB Kabupaten Cianjur

Namun, dalam menjalankan bisnisnya Ibu Nani masih mendapati beberapa kendala seperti loyang yang digunakan untuk memanggang kue lidah kucing mudah rusak (karena bahannya yang kurang bagus sehingga hanya bisa dipakai sekitar 4 kali pemanggangan), penjualan produk yang kurang maksimal karena hanya berdasarkan pesanan dan tidak menjual di tempat lain (sebelumnya pernah dicoba namun gagal karena tidak cocok dengan sistem consignment pada toserba terdekat), lalu untuk pendistribusian produk yang terbatas karena Ibu Nani hanya bisa mengantar 100 toples saja per harinya dan perlu memperhatikan packaging dari toples tersebut agar kue kering yang diterima konsumen tidak hancur, hingga HPP dari kue kering belum dihitung secara detail.

Melalui PKM ini, kelompok berharap dapat membantu Ibu Nani dalam mengatasi kendala-kendala yang dimiliki Ibu Nani dalam menjalankan bisnisnya. Selain itu, kelompok juga berharap dapat membantu untuk memperbaiki dan mengembangkan usaha kue kering Ibu Nani dengan menerapkan Six Sigma Tools (Define, Measure, Analyze, Improve, Control).

Perumusan Masalah

Berdasarkan analisis situasi oleh kelompok, maka dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh six sigma dalam meningkatkan aspek operasional dan mengurangi *defect* khususnya pada industri kue kering?
2. Bagaimana *digital marketing* mempengaruhi efektivitas pemasaran dalam industri kue kering?
3. Bagaimana HPP (*Cost of Goods Sold*) mempengaruhi laba bersih dari bisnis?

Telaah Literatur

1. *Six Sigma*

Kualitas produk adalah salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan konsumen dalam menyajikan produk, tidak hanya untuk menjaga kepuasan konsumen tetapi juga mengidentifikasi performa operasional perusahaan. Six sigma merupakan sebuah sistem yang komprehensif dan fleksibel yang dapat digunakan untuk mencapai dan mensukseskan suatu bisnis (Razalie, 2019). Metode ini menitik beratkan pada kebutuhan konsumen yang lalu menjadi tolak ukur perusahaan untuk melakukan perbaikan. Sedangkan menurut Pande, Neuman & Cavanagh (2002), *Six Sigma* merupakan sebuah sistem yang komprehensif dan fleksibel untuk dapat memaksimalkan proses bisnis, dimana dalam prakteknya lebih berfokus pada kebutuhan pelanggan, pengaturan, perbaikan dan mengkaji ulang bisnis tersebut. Metodologi Six Sigma dibagi menjadi 5 tahapan yang dimulai dari *Define, Measurement, Analyze, Improve, dan Control* yang lebih dikenal dengan sebutan DMAIC. Penggunaan *Six Sigma* dengan tahapan DMAIC adalah mengetahui penyebab *defect* dalam sebuah produk dan melakukan eliminasi *defect* tersebut (Ratna & Riza, 2017). Dengan dieliminasi nya *defect* dari sebuah produk maka akan dapat meningkatkan kemampuan operasional perusahaan yang makin efektif.

2. *Digital Marketing*

Digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan platform digital atau juga memiliki arti pemasaran elektronik (*e-marketing*). Pada hal tersebut, kegiatan pemasaran memanfaatkan teknologi digital yang membentuk saluran online (*online channel*) ke pasar (website, email, database, digital TV, medias sosial, blog, feed, podcast, dan lain sebagainya) dan memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran untuk memperoleh keuntungan (Chaffey, 2015). Digital marketing juga dapat meningkatkan hubungan dengan pelanggan dan pengetahuan konsumen terhadap sebuah produk atau brand.

Adapun salah satu platform yang digunakan adalah social media marketing, dimana media sosial menurut Kaplan and Haenlein merupakan sekelompok aplikasi yang berbasis pada internet dan dibangun berdasarkan kerangka pemikiran ideologi dan teknologi dari *platform Web 2.0*, yang dimana medium tersebut menghubungkan individu untuk dapat melakukan *sharing* dan berkumpul secara online (Kaplan & Haenlein, 2010). Sejak terjadinya revolusi industri tersebut banyak bisnis yang memanfaatkan media sosial sebagai dasar pemasaran karena dianggap lebih mudah dan efektif. Dalam hal ini teknologi digital dapat membantu perusahaan dalam memberikan "*low budget, more effect*" yang dapat dijabarkan menjadi lima komponen (Iman, 2005).

- a. Media sosial memberikan identitas produk yang dipasarkan
- b. Media sosial berperan sebagai penelitian pemasaran dalam usaha mencari informasi mengenai kebutuhan konsumen
- c. Media sosial dapat digunakan sebagai penghubung komunikasi antara penjual dan

- konsumen untuk mempertahankan hubungan
- d. Media sosial dapat mereduksi waktu pemasaran sehingga konsumen dapat melihat produk secara langsung
 - e. Media sosial dapat membangun *customer engagement*

Dari hal tersebut dapat diperoleh kesimpulan bahwa pemanfaatan pemasaran dalam media sosial dapat mempengaruhi efektifitas dan efisiensi dari pemasaran karena adanya konsep “*low budget, more effect.*”

3. **Harga Pokok Produksi (Cost of Goods Sold)**

Akuntansi merupakan suatu sistem informasi yang mengidentifikasi, mencatat, dan mengkomunikasikan peristiwa-peristiwa ekonomi dari suatu organisasi kepada para pengguna yang berkepentingan (Weygandt, Jerry & Kimmel, 2014), dimana dalam Usaha Kecil dan Menengah, hal ini merupakan sesuatu yang wajib untuk dijalankan, penetapan Harga Pokok Penjualan yang tepat juga sangat penting karena tujuan utama dari penentuan harga pokok yaitu sebagai dasar untuk menetapkan harga di pasar penjualan, untuk menetapkan pendapatan yang diperoleh pada penukaran, serta sebagai alat untuk menilai efisiensi dari proses produksi yang juga dapat mempengaruhi perhitungan laba secara maksimal (Gunawan, 2016). Pada umumnya, HPP dapat dihitung menggunakan metode pembiayaan penuh atau *full costing*, yang merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi (Widilestariningtyas, 2012). Adapun dalam metode *full costing*, HPP terdiri dari empat komponen yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, overhead pabrik- biaya tetap, overhead pabrik- biaya variabel. Seluruh komponen tersebut dijumlahkan untuk memperoleh total biaya produksi atau yang disebut dengan HPP (Mulyadi, 2008).

Metode

Kegiatan pengabdian ini dilakukan di Desa Gadog, Cianjur. Dimana kegiatan ini memiliki tujuan untuk mensejahterakan masyarakat Gadog, terutama mitra yang kita dampingi. Peningkatan kesejahteraan tersebut kelompok lakukan dengan pembaharuan 4 aspek bisnis. kelompok mencoba membantu mitra kelompok yang berprofesi sebagai pedagang kue kering. Metode yang kelompok terapkan adalah sebagai berikut:

1. **Diversifikasi Produk**

Mitra kelompok menjual 9 jenis kue kering. Jumlah tersebut relatif lebih banyak ketimbang kompetitor yang hanya memiliki 5-6 varian. Ditambah lagi penambahan satu produk Kastengel Brown Sugar dan belum ada di Cianjur yang menjadi salah satu diversifikasi produk yang cukup signifikan. Diversifikasi ini kelompok lakukan berdasarkan 2 faktor, internal dan eksternal. Dari eksternal kelompok melihat tren yang ada di Jakarta tentang Brown Sugar dan cukup meluas di area Cianjur sehingga berdasarkan faktor tersebut kelompok mencoba menghadirkannya di Cianjur. Kemudian dari faktor internal kelompok melihat dari segi bahan-bahan yang tersedia di Cianjur. Mungkinkah produk baru tersebut diciptakan dan apakah rasa dari produk tersebut enak.

2. **Peningkatan Efisiensi Proses Produksi**

kelompok melihat bahwa segi produksi dari kue kering memakan waktu yang cukup lama (Satu hari untuk membuat 3-4 jenis kue). Hal ini cukup lama karena produksi kue kering membutuhkan bahan yang cukup banyak jenisnya dan harus dipersiapkan satu persatu. Selain itu proses produksi juga sering mengalami masalah seperti Oven yang sulit untuk dinyalakan. Selain itu adonan yang dicampur juga kadang tidak konsisten karena beberapa bahan tidak ditimbang sehingga dapat menciptakan *waste* dan perbedaan rasa antar *batch* produksi. Maka dari itu,

peningkatan efisiensi yang dilakukan adalah melalui menyediakan berbagai *gadget* dan peralatan untuk mempercepat proses produksi seperti nampun anti lengket, penjepit mata nanas, timbangan digital, dsb.

3. Pencatatan Keuangan yang Komprehensif

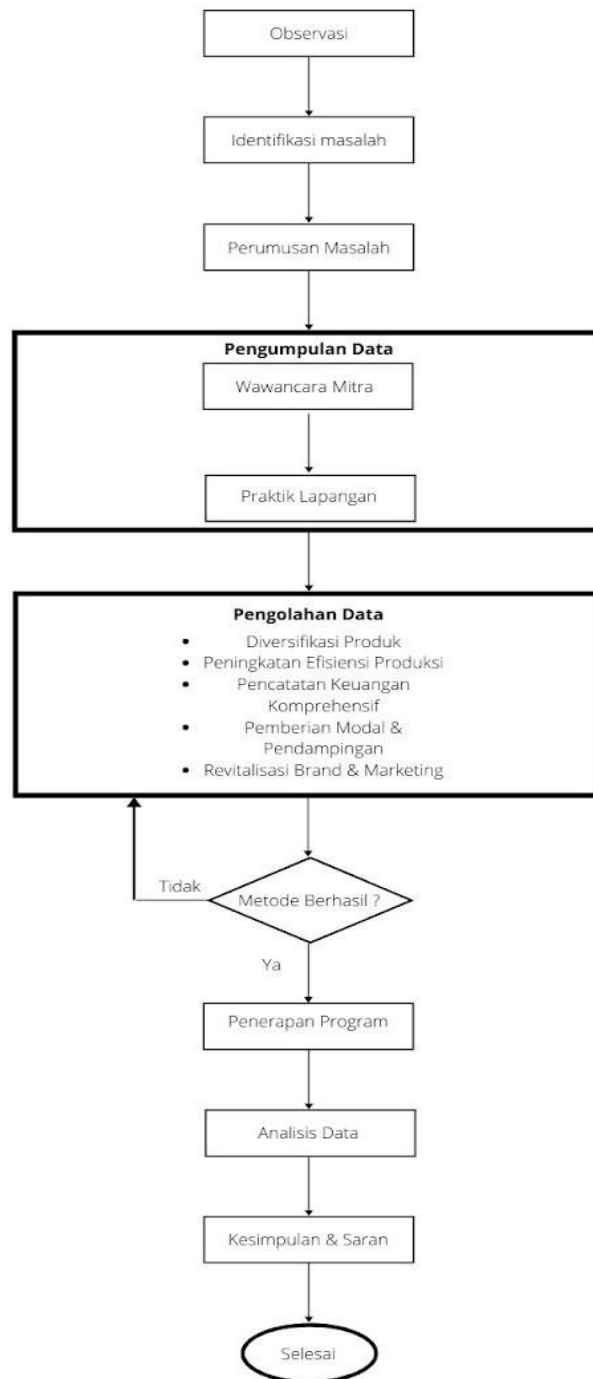
Salah satu aspek penting dalam menjalankan usaha adalah aspek finansial atau keuangan. Mitra kelompok mencatat keuangan dengan sistem yang bisa dibidang tradisional hanya melalui kertas. Hal ini dapat menjadi kekurangan apabila pemesanan terjadi dalam jumlah yang besar atau kenaikan bahan produksi. Kedua hal tersebut akan sulit dicatat apabila terjadi. Maka dari itu salah satu metode kelompok adalah pembaharuan pencatatan uang yang menyeluruh namun juga sederhana dan mudah dimengerti.

4. Pemberian Modal dan Pendampingan Usaha

Cara agar usaha dapat meningkat adalah pemberian modal tambahan. Pihak Kampus memberikan sejumlah dana untuk diserahkan kepada mitra dalam bentuk pembelian peralatan. Namun pemberian peralatan dan modal tersebut akan menjadi kurang maksimal apabila penggunaannya tidak didampingi. Salah satu metode kelompok adalah memberikan modal dan peralatan sambil mendampingi usaha mitra.

5. Revitalisasi brand dan pembaharuan marketing.

Pemasaran juga salah satu faktor terjadinya penjualan. Metode yang kelompok lakukan adalah revitalisasi *brand* melalui foto dan video serta desain label baru untuk usaha mitra kelompok. Dengan adanya revitalisasi tersebut, maka aspek *branding* memiliki kesempatan untuk ditingkatkan. Salah satu masalah dari mitra kelompok adalah kurangnya keahlian untuk mendesain. Maka dari itu adanya hal ini cukup membantu mitra kelompok dari segi pemasaran



1.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Berdasarkan kerangka pemecahan masalah, langkah pertama yang dilakukan adalah observasi. Observasi dilakukan selama periode 1 hari sebelum PKM dimulai, dimana beberapa perwakilan dari kelompok turun ke lapangan untuk mengetahui apa saja masalah yang dimiliki mitra untuk diidentifikasi. Kemudian kelompok merumuskan masalah lalu mencoba pengumpulan data melalui pendataan umum tentang usaha mitra, dan praktek langsung di lapangan. Setelah mendapatkan data, kelompok mengolahnya dengan 5 metode yang telah kelompok lampirkan diatas

Kemudian kelompok akan melihat apakah 5 metode tersebut berhasil atau tidak. Jika ya, maka metode akan diterapkan, namun jika tidak maka kembali ke 5 metode tersebut untuk dilihat mana yang harus diperbaiki. Setelah mendapatkan metode yang berhasil maka data dianalisis kemudian pembelajaran dilampirkan di kesimpulan dan saran.

Tabel 1. Identifikasi SWOT Senada Cookies

<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Pembuatan kue kering dari bahan berkualitas • <i>Packaging</i> yang lebih unik dan berbeda dibandingkan penjual kue kering lainnya • Kebersihan produk lebih terjamin • Telah memiliki P-IRT • Tidak menggunakan bahan pengawet • Kue kering dibuat secara <i>homemade</i> • Memiliki varian kue kering yang cukup banyak, yaitu 10 varian 	<ul style="list-style-type: none"> • Belum memproduksi kue kering secara rutin • <i>Channel</i> penjualan yang minim • Belum memiliki tenaga kerja tambahan selain anggota keluarga
<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Produk yang dijual mudah untuk dikembangkan • Area Cianjur dan Cipanas merupakan tujuan wisata yang cukup terkenal sehingga makanan atau oleh-oleh lokal diminati oleh wisatawan • Adanya peluang memasarkan produk secara <i>online</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Persaingan dengan penjual kue kering lain yang sudah banyak jenisnya • Harga bahan baku yang tidak dapat dikendalikan • <i>Demand</i> pembelian kue kering yang hanya meningkat pada waktu tertentu seperti hari raya Idul Fitri, Imlek, dan sebagainya

Hasil

Kegiatan *live in* kelompok dilakukan di desa Gadog, kecamatan Pacet kabupaten Cipanas. Kelompok berkesempatan untuk melakukan kegiatan pengabdian untuk mitra yang memiliki kegiatan usaha di industri kue kering. Seluruh kegiatan produksi, pemasaran, dan pencatatan keuangan mitra dilakukan di rumah mitra.

1. *Mempercepat pembuatan selai nastar*

Nastar memiliki bahan dasar nanas. Nanas merupakan buah yang cukup memakan waktu cukup lama dalam memprosesnya. Pengupasan nanas pada awalnya hanya menggunakan pisau dan memakan waktu sekitar 10 menit per nanas. kelompok melihat proses tersebut cukup lama dan apabila menggunakan pisau, daging yang terbuang cukup banyak.

Kelompok mencoba menerapkan program, yaitu manajemen operasional dimana indikator sukses dari program ini adalah meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari proses produksi. Maka dari itu, untuk mempercepat proses pengolahan nanas kelompok membeli alat pencabut mata nanas. Dengan adanya alat ini maka waktu memproses satu nanas menjadi 6 menit. Selain itu daging nanas yang digunakan menjadi lebih banyak dan meminimalisir *waste*.

2. *Pencarian supplier tetap untuk bahan baku*

Senada Cookies sudah mendapatkan *supplier* tetap untuk sebagian besar bahan baku untuk produksi serta *packaging* dari kue kering yang berada di Pasar Cipanas.

3. **Pembelian loyang teflon (anti lengket) yang ukurannya lebih besar**

Mitra sudah mempunyai loyang anti lengket dengan ukuran 38 cm x 25 cm, sedangkan ukuran oven yang dimiliki adalah 60cm x 40cm. Kelompok memberikan loyang teflon yang lebih besar dengan ukuran 50 cm x 34 cm agar dapat memaksimalkan tempat agar dapat menghemat waktu dan COGS ketika penggunaan oven. Kelompok sadar bahwa mitra masih melakukan kegiatan produksi yang bersifat konvensional dan tidak terdapat standar bagi Senada Cookies dalam pembuatan produk. Dengan adanya pembuatan SOP

4. **Pemasaran Melalui Media Sosial**

Kelompok juga meningkatkan pemasaran untuk meningkatkan *awareness* dari brand Senada Cookies dengan pemanfaatan platform media sosial dengan berfokus kepada Instagram. Melalui sales report selama *live in* kelompok sadar bahwa *Instagram* menjadi platform media sosial kedua terbesar yang berkontribusi terhadap sales. Oleh karena itu, kelompok meningkatkan pemasaran dengan pembuatan konten *Instagram post* dan *Instagram stories* dengan harapan dapat meningkatkan interaksi konsumen di platform tersebut *awareness* dari Senada Cookies bertambah.

Pembuatan konten dibagi menjadi konten dalam bentuk foto dan video singkat. Kelompok juga melakukan pemotretan terhadap 10 varian produk yang terdapat pada Senada Cookies dan dilakukan desain lebih lanjut untuk meningkatkan kualitas konten foto. Foto-foto tersebut juga digunakan untuk memperbarui *price list* dari Senada Cookies yang tidak memiliki gambar, sehingga kelompok membuat *price list* yang terbaru. Harapan ini tentunya tidak terlepas dari tujuan utama untuk meningkatkan penjualan melalui sosial media, terlebih lagi konten yang dibuat dilengkapi dengan maksud untuk memberi informasi terhadap konsumen bahwa Senada Cookies sedang membuka *pre-order*. Dengan pemasaran via sosial media ini kelompok juga melihat potensi pemasaran yang lebih efektif dan lebih murah dalam menjangkau konsumen.





Gambar 3. Design Instagram Story



Gambar 4. Video Instagram Story

5. **Pembaruan Harga Penjualan Pokok**

Kelompok juga melakukan pembaruan pada HPP dari Senada Cookies karena dinilai kurang detail dalam perhitungan dalam memperhatikan aspek-aspek dari metode *full costing*. Dalam melakukan perhitungan HPP terbaru, kelompok mencatat segala biaya transportasi, listrik, gas, buruh untuk menentukan nilai HPP satu varian produk Senada Cookies. Kelompok menyadari bahwa mitra tidak melakukan pencatatan pada biaya buruh dari kegiatan produksi. Oleh karena itu kelompok menambahkan biaya gaji dan juga melakukan pembaruan terhadap harga-harga beli produk yang digunakan sebagai bahan baku. Adanya HPP yang tepat tentunya dapat mempengaruhi laporan keuangan akhir atau laba bersih dari Senada Cookies yang dapat mencerminkan performa perusahaan secara aktual.

Selain itu, kelompok juga menambah peralatan berupa timbangan digital dengan alasan

mitra

cenderung menarik bahan baku untuk digunakan secara manual. Hal tersebut akan menyebabkan penggunaan bahan baku yang cenderung tidak konsisten. Penggunaan timbangan digital tentunya dapat memberikan konsistensi dalam penggunaan bahan baku sehingga efisiensi meningkat.

6. *Pembaruan Label Packaging Produk*

Untuk membuka pasar yang lebih luas, kelompok membuat label *packaging* Senada Cookies yang terkesan lebih premium. Selain itu, harga produk juga dapat ditingkatkan karena tampilan dari produk yang lebih menarik, sehingga calon pembeli yang melihat akan lebih tertarik untuk membeli.



Gambar 5. Label baru untuk *packaging* Senada Cookies

7. *New Product Development*

Sebelum Community Development tahun ini, Senada Cookies hanya menjual 9 varian kue kering. Kelompok mencoba melakukan riset untuk menghadirkan satu varian baru yaitu **Kastengel Brown Sugar**. Kastengel pada umumnya dikenal hanya menggunakan keju, namun tren saat ini adalah gula merah atau *brown sugar*. Maka dari itu kelompok mencoba menerapkan program yang bernama New Product Development dengan indikator sukses menambahkan 1-2 produk baru dalam bisnis mitra kelompok, Senada Cookies. Kelompok melakukan beberapa kali percobaan dan pada percobaan ketiga kali, kelompok menemukan resep dan cara pembuatan yang tepat.



Gambar 6. Varian baru Kastengel *Brown Sugar*

b. Penentuan suhu untuk proses pemanggangan

Gas merupakan salah satu bahan baku tidak langsung untuk pembuatan kue kering (overhead). Hal tersebut dapat diminimalisir dengan penentuan suhu yang stabil agar gas yang digunakan dapat dihemat. Suhu 120°C adalah suhu yang optimal, dan ketika proses pemanggangan, kue akan dirotasi (diputar) setiap 10 menit untuk mencapai kematangan yang merata sampai kue matang.

8. Menentukan waktu produksi agar stok selalu memenuhi demand

Sejauh ini, mitra melakukan produksi ketika salah satu varian produk sudah habis. Kelompok merekomendasikan kepada mitra untuk melakukan waktu produksi agar varian produk dapat selalu ready stock. Sekarang, Senada Cookies melakukan produksi ketika varian tersebut sudah mencapai stok minimal yaitu (>5).

9. Product Sanitation Review

Sanitasi produk merupakan aspek yang penting dalam usaha makanan khususnya di UMKM, dimana hal ini dapat mempengaruhi umur simpan dari produk dan juga kepuasan pelanggan. Maka dari itu, untuk meningkatkan sanitasi produk, kelompok menyarankan penggunaan *hairnet* untuk setiap orang yang sedang melakukan proses produksi. Kebersihan dari alat-alat yang digunakan, bahan baku (pencucian telur), area lingkungan produksi sangat penting untuk menjaga sanitasi produk Senada Cookies. Setelah produksi selesai, area lingkungan produksi juga harus segera dibersihkan kembali agar dapat digunakan untuk produksi selanjutnya.



Gambar 7. Hairnet

10. Penyelesaian masalah logistik

Masalah logistik adalah salah satu masalah yang dialami mitra untuk membuka jalur penjualan secara *online*. Pada kasus ini, kelompok menemukan cara bagaimana produk dapat dikirim menggunakan JNE, atau ekspedisi lainnya tanpa harus merusak produk. Salah satu cara yang kelompok lakukan adalah dengan penggunaan *bubble wrap* di setiap toples setelah itu produk akan dibungkus dengan packaging berupa dus. Dengan penyelesaian masalah ini maka jalur *e-commerce* ataupun pengiriman ekspedisi dapat dilaksanakan dan kualitas produk tetap terjaga dengan maksimal.

Kesimpulan.

Kegiatan PKM adalah bentuk tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dengan memberdayakan UKM. Kelompok dapat belajar dan mendapatkan pembelajaran yang sangat berbeda dengan pembelajaran di kampus yang didapatkan dari pengalaman selama membantu mitra. Mitra juga sangat terbantu karena adanya sudut pandang berbeda yang dimiliki oleh kelompok yang menjadikan bisnis mitra dapat lebih berkembang dan berinovasi. Selama kegiatan PKM berlangsung, Kelompok telah membantu mitra dalam mempercepat proses produksi, pencarian supplier tetap bahan baku, pembelian alat-alat untuk menunjang proses produksi, membantu pemasaran via media sosial serta pembuatan kontennya, pembaruan label packaging pada produk, pembuatan varian produk baru, penentuan jadwal produksi, peningkatan sanitasi produk, penyelesaian masalah logistik, dan pembaharuan harga penjualan pokok.

Dengan demikian, kelompok dapat melihat pengaruh six sigma dalam meningkatkan aspek operasional dan mengurangi defect khususnya pada industri kue kering. Dengan six sigma, proses produksi dapat dilakukan dengan lebih efisien, mulai dari penggunaan bahan baku dan waktu yang diperlukan. Defect yang diciptakan pastinya lebih sedikit dikarenakan adanya Improve dan Control melalui alat-alat baru yang digunakan. Efektivitas pemasaran dalam industri kue kering melalui digital marketing sangat membuahkan hasil, hal tersebut juga dibantu dengan adanya metode strategi pemasaran yang dilakukan kelompok seperti pembuatan konten foto dan video singkat, juga pemotretan produk-produk, pembuatan pricelist dan gambar-gambar menarik lainnya. Modal yang dikeluarkan pun lebih terjangkau dan dapat menjangkau konsumen lebih banyak.

Kelompok juga melakukan pembaruan pada HPP dari Senada Cookies karena dinilai kurang detail dalam perhitungan dalam memperhatikan aspek-aspek dari metode full costing. Dengan adanya pencatatan yang lebih detail, performa perusahaan secara aktual pun dapat tercermin. Adanya pembaruan pada HPP Senada Cookies pun membantu mitra dalam menentukan bahan baku produk, harga jual, serta mengukur pengeluaran lain agar dapat memaksimalkan performa dari bisnis.

Ucapan Terimakasih

Akhir kata, kelompok ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, terutama penyandang dana kegiatan. Terima kasih kepada Instansi pendidikan S1 Universitas Prasetiya Mulya yang telah memberikan kesempatan kepada kelompok untuk dapat mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terima kasih kepada Dr. Riyan Anggriawan Ph.D selaku Dosen Pembimbing Lapangan Community Development 2020. Tidak lupa juga ucapan terima kasih kepada pemerintah Kabupaten Cianjur, Kecamatan Pacet, dan Desa Gadog yang sudah bersedia mengizinkan kelompok untuk tinggal sementara waktu guna menjalankan kegiatan ini, terutama Ibu Nani Herawati dan keluarga selaku Mitra kelompok.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cianjur. 2018. "PDRB Kabupaten Cianjur" dalam <https://cianjurkab.bps.go.id/>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cianjur. 2019. "Kecamatan Pacet dalam Angka" dalam <https://cianjurkab.bps.go.id/>
- Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson Education Limited.
- Gunawan, G., Kurnia, S., & Hasibuan, M. S. (2016). Analisis Perhitungan HPP Menentukan Harga Penjualan yang Terbaik Untuk UKM. *Jurnal Teknovasi* Volume 03, Nomor 2, 10-16.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*.

Kelley School of Business, Business Horizon, Vol. 53, No. 1.

Kristiawan, D. I. (2015). Pengaruh Pemasaran Melalui MEDIA Sosial terhadap Kesadaran Konsumen pada Produk Internasional. *Jurnal Administrasi Bisnis universitas Brawijaya Malang*, Vol. 24 No. 1 Juli 2005, hlm.4.

Mulyadi. (2008). Perhitungan Harga Pokok Produksi, Makalah STIE Pandu Madania. Bogor.

Pande, P. S, Neuman, R.P. Cavanagh, R.R. 2000. *The Six Sigma Way* : Bagaimana GE, Motorola dan Perusahaan Terkenal Lainnya.Mengasah Kinerja Mereka. Yogyakarta

Ratna, E., & Riza, R. A. (2017). “Analisa Pengendalian Kualitas Produk Horn PT. MI Menggunakan Six Sigma”. Vol 3.

Razalie, A. A. (2019). Penerapan Six Sigma dalam Pengendalian Kualitas Produk Amy Bakery di Surakarta

Weygandt, J. J., Kieso, D. E., & Kimmel, P. D. (2014). *Accounting Principles Pengantar Akuntansi*, Edisi Ketujuh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta

Widilestariningtyas, O., Sony, W.F., & Anggadini, S.D. (2012). Akuntansi Biaya. *Yogyakarta; Graha Ilmu*

Lampiran



Gambar 1 Pengiriman pesanan ke Jakarta



Gambar 2 Label Baru



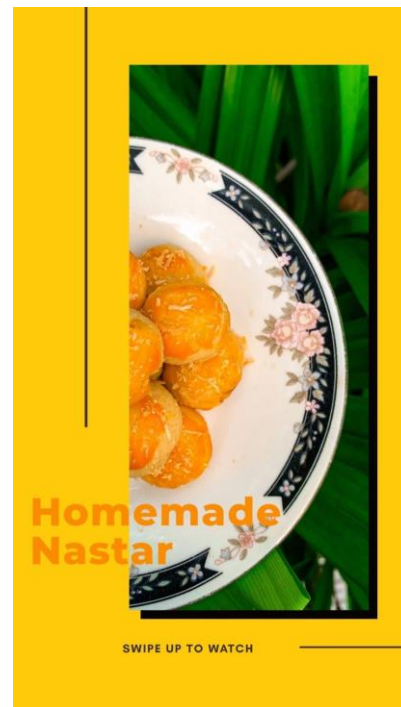
Gambar 3 Paid Promote dengan visitcianjur



Gambar 4 Instagram Story untuk PO



Gambar 5 Konten Instagram Story



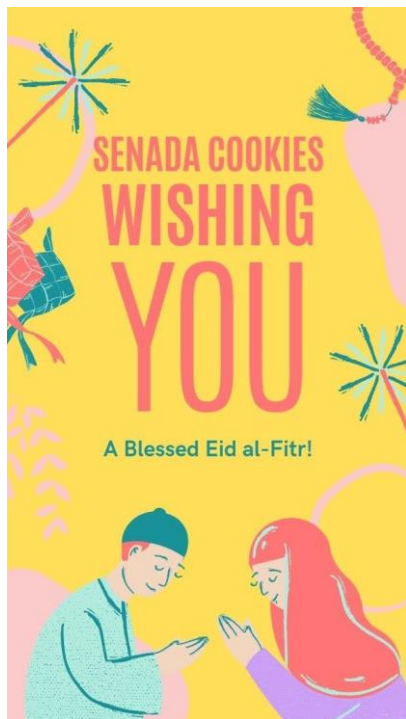
Gambar 6 Konten Instagram Story



Gambar 7 Konten *Instagram Story* produk baru - brown sugar



Gambar 8 Foto Produk - brown sugar



Gambar 9 Konten *Instagram Story* Idul Fitri

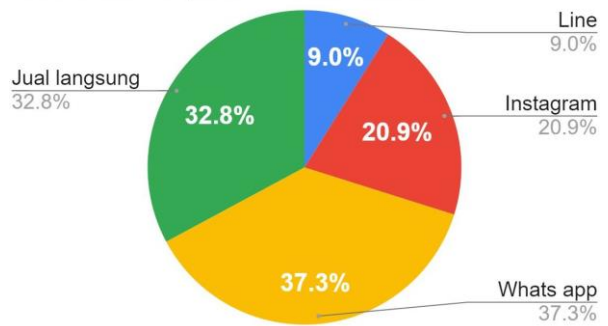


Gambar 10 *Price List* baru Senada Cookies



Gambar 11 Kegiatan produksi B-071

Sales Chanel Comparison - Senada Cookies



Grafik 1 Komparasi media penjualan Senada Cookies

Accumulated Sales Revenue - Senada Cookies



Grafik 2 Akumulasi Penjualan (Rupiah) Senada Cookies

Accumulated Unit Sold - Senada Cookies



Grafik 3 Akumulasi Penjualan (per unit) Senada Cookies

Senada Cookies Statement of Cash Flow For four months ended 15 June 2020	
Cash flow from Operating Activities	
Cash Receipt From Customer	Rp26,870,000
Cash Paid to Supplier	-Rp11,697,000
Cash Used in Operating Activities	Rp15,173,000
Cash Flow Investing Activities	Rp0
Cash Used in Investing Activities	Rp0
Cash Flow Financing Activities	Rp2,000,000
Cash Used in Financing Activities	Rp2,000,000
Net Increase (Decrease) in Cash	Rp17,173,000
Cash at beginning Balance	
Cash at 15 April 2020	Rp17,173,000

Senada Cookies Income Statement For four months ended 15 June 2020	
Sales Revenue	Rp25,500,000
Cost of Goods Sold	-Rp13,630,489
Gross Profit	Rp11,869,512
Operating Expense	
Depreciation Expense	-Rp253,125
Transportation Expense	-Rp60,000
Total Operating Expense	-Rp313,125
Net Income	Rp11,556,387

Tabel 2 *Income Statement* Senada Cookies hingga periode 15 Juni 2020

Tabel 1 Cash Flow Statement Senada Cookies hingga periode 15 Juni 2020

Senada Cookies Balance Sheet June 15, 2020		
Assets		Liabilities
Cash		
Inventory	Rp17,173,000	
Supplies	Rp586,567	
Equipment	Rp10,000	
Accumulated Depreciation	Rp1,350,000	Equity
Other Assets	-Rp320,625	Nani's Equity
Total Asset	Rp18,798,942	Total Liabilities & Equity
		Rp18,798,942

Tabel 3 Statement of Financial Position Senada Cookies hingga periode 15 Juni 2020

Gambar 12 Bukti pencatatan sales Senada selama periode live in

Tgl	Keterangan	Debit	Kredit	Saldo
1. maret 20	Awal bulan	4,790,000		4,790,000
7. maret 20	busa danisau 8kg glem	85,000		4,705,000
17. 3. 2020	3 dus Toplus a Rp 38,000	114,000		3,570,000
18. 3. 2020	Bisa Bona 1 karon 12 kg paku	30,000		3,540,000
10. 3. 2020	Gula Hujung 20 kg a Rp 18,000	360,000		3,200,000
22. 3. 2020	Wismar 2 klg a Rp 125,000	250,000		2,950,000
18. 3. 2020	Hujung 1 kg mla 3 karon	300,000		2,650,000
20. 3. 2020	Wismar 2 kg	250,000		2,400,000
20. 3. 2020	Sagu 10 kg	100,000		1,900,000
20. 3. 2020	Gula Palm (Arum Lugu) 2 karon	96,000		1,804,000
20. 3. 2020	Gula Palm (Arum Lugu) 2 karon	120,000		1,714,000
24. 3. 2020	halir 5 kg a Rp 28,000	140,000		1,574,000
24. 3. 2020	Bisa Bona 1 karon	55,000		1,284,000
24. 3. 2020	Gula Selaju 1 karon	40,000		1,244,000
26. 3. 2020	chocolat Van Houten 2 kg 20,000	60,000		1,144,000
26. 3. 2020	chocolat Selaju 1 kg	3,000		1,140,000
26. 3. 2020	Gula pasir 2kg a Rp 18,000	36,000		1,104,000
30. 3. 2020	kerju winehis 2 karon	200,000		904,000
5. 4. 2020	Alana 10 a Rp 7,000	70,000		574,000
5. 4. 2020	halir 5kg a Rp 28,000	140,000		414,000
5. 4. 2020	4. gas elctry	80,000		334,000
6. 4. 2020	penjualan sagu kerju - 2		120,000	454,000
7. 4. 2020	" lidah kucing 01 5		100,000	554,000
7. 4. 2020	" Nastar 2		80,000	634,000
10. 4. 2020	" lidah kucing 5 kg 2		120,000	754,000
14. 4. 2020	" Sagu Kerju 1		40,000	794,000
14. 4. 2020	" choco elctry 1		110,000	884,000

Gambar 13 Cash Flow milik hasil pencatatan mitra periode Maret hingga April

Gambar 14 Bukti penjualan pada Saung Rahayat