

## Pengembangan Proses Bisnis Produk Kartini: Produksi Sistik Olahandari Daun Kelor

Veronica Thalia Gunawan<sup>1</sup>, Ericssen<sup>2</sup>, Christopher Lorenzo Dinata<sup>3</sup>, Deborah Eirene Mai<sup>4</sup>,  
Stanley Yosaphat Tjondro<sup>5</sup>, Varen Phangkajaya<sup>6</sup>, Sesaria Kiki Tamara<sup>7^</sup>

<sup>1</sup>Program Studi *Finance*, Universitas Prastiya Mulya, <sup>2,3,4,5</sup>Program Studi *Bisnis*, Universitas Prastiya Mulya, <sup>6</sup>Program Studi *Branding*, Universitas Prastiya Mulya, <sup>7</sup>Program Studi *Software Engineering*, Universitas Prastiya Mulya.

\*Corresponding Author: sesaria.tamara@pmb.s.ac.id

### Abstract

*Community Service Activities at Prastiya Mulya University are carried out with the aim of developing a business owned by partners that collaborate with Prastiya Mulya University. Through this journal, one of the micro businesses developed is "Kartini ProductS", which is a micro business that sells a variety of chips at affordable prices and is made of various alternative materials that are good for health and safe for consumption by all ages. Writing this article aims to describe and provide an overview of the assistance that the writing team has done both in terms of operational, marketing, financial, and resources in order to obtain a significant increase in business success. This success can be seen from the increased production of up to 5-10 kg per month, the existence of regular income statements and the separation of business and personal financial statements by partners, the presence of logos and nutritional facts from packaging as one of the marketing techniques, 4 consignment points have been reached. new products launched, as well as marketing through social media to expand the reach of consumers.*

### Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (UKM) Universitas Prastiya Mulya dilakukan dengan tujuan mengembangkan usaha milik mitra UMKM yang bekerjasama dengan Universitas Prastiya Mulya. Melalui jurnal ini, salah satu usaha yang dikembangkan adalah "Produk Kartini" yaitu usaha UMKM yang menjual berbagai macam keripik dengan harga terjangkau dan terbuat dari berbagai macam bahan alternatif yang baik untuk kesehatan dan aman di konsumsi oleh segala usia. Penulisan artikel ini bertujuan untuk menjabarkan dan memberikan gambaran mengenai pendampingan yang tim penulis telah lakukan baik dari segi operasional, pemasaran, keuangan, dan sumber daya sehingga didapatkan adanya peningkatan signifikan dalam keberhasilan usaha. Keberhasilan ini dapat terlihat dari meningkatnya produksi hingga 5-10 kg per bulan, telah adanya laporan laba rugi secara rutin serta pemisahan laporan keuangan usaha dengan pribadi oleh mitra, adanya logo dan fakta nutrisi dari kemasan sebagai salah satu teknik pemasaran, telah terjangkaunya 4 titik konsinyasi baru, varian produk baru, serta adanya pemasaran melalui sosial media produk untuk memperluas jangkauan konsumen.

### Keywords

*Finance, Marketing, Micro Business, Operational, Resources.*

### Kata Kunci

*Keuangan, Operasional, Pemasaran, Sumber Daya, UMKM*

## Pendahuluan

Selama dua tahun terakhir, data dari Badan Pusat Statistik tidak menunjukkan adanya perubahan yang signifikan dari jumlah toko dan warung di desa Cipanas. Walaupun demikian, jumlah UMKM di Desa Cipanas jauh melebihi jumlah toko dan warung yang ada di desa tersebut, berdasarkan data dari website resmi Cianjur, jumlah UMKM di desa Cipanas mencapai angka 2295 pada tahun 2017, dimana jumlah toko dan warung hanya sejumlah 356 (tahun 2017). Dari angka tersebut, dapat disimpulkan bahwa perekonomian pada Desa Cipanas ini cukup bergantung kepada UMKM yang ada. Namun, UMKM yang ada di desa Cipanas ternyata mengalami beberapa kendala, dan Tim penulis hadir mendampingi salah satu mitra, Ibu Uting Kartini, salah satu pembuat keripik yang ada di Desa Cipanas dengan tujuan untuk meningkatkan performa dari usaha yang digeluti oleh mitra tersebut, serta mengatasi beberapa masalah yang mungkin ada pada usaha mitra tersebut.

Sebelum tim penulis dapat menentukan langkah solusi yang tepat untuk mengatasi *problem* yang ada pada bisnis yang digeluti oleh mitra, tim penulis terlebih dahulu melakukan analisis terhadap faktor *internal* dan *external* dari usaha mitra agar *problem analysis* yang dilakukan dapat tepat sesuai dengan keadaan bisnis dari usaha mitra yang terjadi di saat ini. Berikut ini merupakan tabel *SWOT analysis* dari usaha yang digeluti oleh mitra :

Tabel 1. SWOT Analysis Produk Kartini

STRENGTHS	OPPORTUNITIES
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Varian produk yang unik</li> <li>● Harga produk yang terjangkau</li> <li>● Dibuat dengan bahan dasar alami dan berkhasiat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mitra memiliki koneksi yang luas terhadap masyarakat sekitar Desa Cipanas</li> <li>● Banyak toko dan warung di sekitar Desa Cipanas yang menerima konsinyasi produk UKM lokal</li> </ul>
WEAKNESSES	THREATS
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Minim hingga tidak adanya diferensiasi</li> <li>● Belum adanya identitas produk (logo)</li> <li>● Sistem <i>marketing</i> yang masih sangat konvensional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Banyaknya kompetitor dengan produk serupa</li> <li>● Terdapatnya persaingan harga untuk produk serupa</li> </ul>

Kondisi terakhir dalam diri mitra yang mempengaruhi usaha secara langsung maupun tidak langsung dari segi internal yaitu tidak terlepas dari motivasi, keuangan, dan faktor keluarga dari diskusi virtual yang telah dilakukan sebelumnya. Namun pada saat melakukan diskusi virtual terakhir, kelompok menemukan perubahan dalam motivasi mitra, dimana mitra menjadi lebih semangat dan lebih ingin maju dalam menjalankan bisnisnya. Di sisi lain, dari segi administrasi, pencatatan maupun operasional mitra masih terus konsisten dan melakukan pencatatan pengeluaran dan pemasukan terhadap hal-hal yang terjadi di ruang lingkup usaha mitra. Lalu pada sisi eksternal yang sangat mempengaruhi usaha secara langsung maupun tidak langsung adalah pandemik yang sedang merajalela dan bersifat *force majeure* yang tidak dapat dihindari, adapun dampak yang dihasilkan dari pandemi ini adalah menurunnya permintaan pasar, ketersediaan bahan baku, harga bahan baku yang cenderung naik, dan daya beli masyarakat yang menurun. Namun, mitra

tetap berusaha untuk mencari pemasukan dengan terus melakukan produksi berdasarkan *demand* yang berasal dari lingkup terdekat dan mitra juga terus berusaha untuk menambah varian produk jualannya, seperti salah satunya adalah kue-kue kering. Selama masa pandemi ini, dikarenakan adanya regulasi dari pemerintah yang mewajibkan setiap masyarakat untuk tidak keluar dari tempat tinggalnya, maka dari itu demi menanggulangi hal tersebut, mitra melakukan strategi pemasaran dengan menawarkan berbagai jenis produk jualannya melalui media sosial *whatsapp*.

## Perumusan masalah

### Kendala Pemasaran

Pemasaran yang dilakukan oleh Ibu Uting sangatlah terbatas bahkan tidak ada dikarenakan pemasaran yang dilakukan Ibu Uting berupa *word of mouth* saja sehingga penjualan yang terjadi pun hanya dalam bentuk *on demand sales* dengan kuantitas yang rendah (penjualan sesuai dengan permintaan).

### Kendala Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan dari Ibu Uting sendiri tidak terstruktur dengan baik sehingga Ibu Uting sehari-hari dalam dunia operasional bisnisnya hanya mengira-ngira saja berapa pendapatan maupun biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produknya. Tidak hanya itu, Ibu Uting juga tidak melakukan pembukuan dan pemisahan antara biaya yang dikeluarkan untuk keperluan bisnis maupun keperluan sehari-hari.

### Kendala Branding

Semenjak Ibu Uting memulai usaha camilannya hingga sekarang, pembuatan logo masih belum merupakan prioritas utama dalam usaha memperjualbelikan produk-produknya. Menurut Pahlevi dalam bukunya yang berjudul “Manfaat Logo bagi Wirausahawan”, Hal ini membuahkan dampak negatif terhadap eksistensi merek di masyarakat sekitar, sehingga tidak adanya nilai diferensiasi dengan kompetitor yang menjual produk serupa. Seperti yang kita ketahui, logo adalah aspek yang penting dalam memberikan daya tarik tersendiri bagi para konsumen dan menjadi ciri tertentu produk yang membedakan produk dengan kompetitor. Selain itu, ilmu pemasaran menjelaskan bahwa apapun yang ada di sekitar produk bisa dimanfaatkan untuk promosi, termasuk salah satunya adalah label yang tertera pada kemasan yang dapat digunakan untuk mendapat kepercayaan konsumen, selain itu juga berfungsi sebagai sarana informasi. Untuk saat ini, pada setiap produk keripik Ibu Uting masih belum terdapat label kemasan makanan tersebut (*nutrition fact*), yang tentunya lewat keterangan yang tertera, konsumen bisa dapat informasi mengenai produk dan juga konsumen merasa dimudahkan, karena informasi yang mereka cari sudah tertera. Hal ini masih dapat dikembangkan lagi kedepannya untuk kepentingan yang lebih luas.

### Kendala Terbatasnya Konsumen

Dalam hal memperjualbelikan produknya, cara pemasaran yang digunakan oleh Ibu Uting masih tergolong sebagai cara pemasaran yang konvensional, yaitu menjangkau konsumennya dengan metode konsinyasi yang berupa menitipkan beberapa produknya pada warung-warung yang berada di sekitar rumah tempat tinggalnya ataupun menitipkan produknya pada saat ada acara yang sedang berlangsung di sekitar Daerah Desa Cipanas, yang sekaligus juga dapat melibatkan Ibu Uting sebagai panitia acara tersebut ataupun lainnya. Selain itu, proses produksi masih berjalan berdasarkan permintaan yang ada. Terbatasnya jumlah konsumen ini terjadi dikarenakan Ibu Uting masih belum melakukan aktivitas pemasaran. Salah satu cara yang dapat diterapkan dan digunakan oleh Ibu Uting untuk meningkatkan jangkauan konsumennya sekaligus penjualan produknya adalah melalui

penggunaan media sosial, salah satunya adalah *whatsapp*, yang dapat membantu Ibu Uting dalam melakukan penjualan secara *online* tidak hanya bergantung pada penjualan secara *offline*.

## Telaah literatur

### Teori Motivasi

(Maslow, 1943) *Maslow's Needs Hierarchy Theory* atau teori motivasi menjelaskan bahwa terdapat beberapa jenis kebutuhan yang dapat mendorong seseorang berperilaku atau bekerja. Jenis-jenis kebutuhan tersebut dibagi oleh Maslow menjadi 5 yaitu, kebutuhan fisiologis, kebutuhan keselamatan dan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan dan kebutuhan aktualisasi diri. Selain itu, menurut (Maslow, 1943) seorang yang berperilaku atau bekerja karena didorong oleh berbagai jenis kebutuhan, kebutuhan yang diinginkan seseorang itu berjenjang. Jika kebutuhan pertama dan kedua sudah terpenuhi, maka kebutuhan ketiga dan seterusnya sampai tingkat kelima.

### Prinsip *Cost of Goods Sold*

*Cost of goods sold (COGS)* merupakan biaya yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan untuk menghasilkan suatu produk. *COGS* meliputi segala aspek dalam bisnis termasuk biaya yang tidak terlampir langsung pada produk dan kemudian dihitung dari setiap komponen biaya yang digunakan. Terdapat beberapa jenis komponen dalam *COGS* diantaranya:

- a. *Direct Material*: Agregat biaya dari seluruh komponen bahan dalam proses produksi yang terlampir dalam produk akhir.
- b. *Direct Labor*: Biaya pekerja yang dikeluarkan dalam menghasilkan suatu produk
- c. *Indirect Material*: Seluruh bahan yang merupakan komponen tambahan atau atribut tambahan yang tidak terdapat pada produk secara langsung.

### Diversifikasi produk

**Sistik daun kelor** adalah identitas utama dari Produk Kartini. *Sistik* merupakan gorengan yang dibuat dari campuran adonan tepung, telur, dan bahan-bahan lainnya hingga akhirnya digoreng sampai renyah. *Value* utama yang ditawarkan adalah kehadiran daun kelor sebagai bahan tambahan. Daun kelor dikenal sebagai dedaunan yang sangat bermanfaat untuk kesehatan karena mengandung banyak jenis vitamin dan nutrisi yang dibutuhkan tubuh. Namun, daun kelor juga dikenal sebagai tanaman yang memiliki rasa yang tidak enak apabila dimakan begitu saja. Produk Kartini hadir dalam menyatukan daun kelor ke dalam *sistik* sehingga manfaat daun kelor bisa didapatkan konsumennya tanpa harus merasakan kepahitan daun kelor, melainkan kerenyahan dari *sistik* olahan Produk Kartini. Selain itu, keripik bawang dan mocil hadir sebagai produk komplementer untuk menyesuaikan selera konsumen. Sesuai namanya, **keripik bawang** merupakan hasil olahan bawang dengan tepung yang digoreng sampai renyah. Adonan yang dipotong tipis-tipis menjadi *selling point* dari keripik bawang ini, dilengkapi dengan aroma bawang yang harum. Yang berikutnya adalah **molen kecil (mocil)**, adonan tepung yang diisi dengan produk pisang lalu digoreng. Gula yang terdapat di dalam adonan dan juga rasa manis pisang menjadikan rasa dari produk ini bertolak belakang dengan produk lainnya yang tersedia namun justru melengkapi jenis rasa dari jajaran produk yang dijual. Yang terakhir, selama masa pendampingan terdapat momen hari raya Idul Fitri yang dimanfaatkan mitra untuk membuat kue khas hari raya. Untuk itu, **Kue Nastar** juga diproduksi oleh mitra. Produk ini merupakan adonan kue yang diisi dengan selai nanas dan dipanggang hingga menghasilkan kue yang beraroma khas dan rasa yang renyah namun manis. Foto produk dapat dilihat pada bagian lampiran.

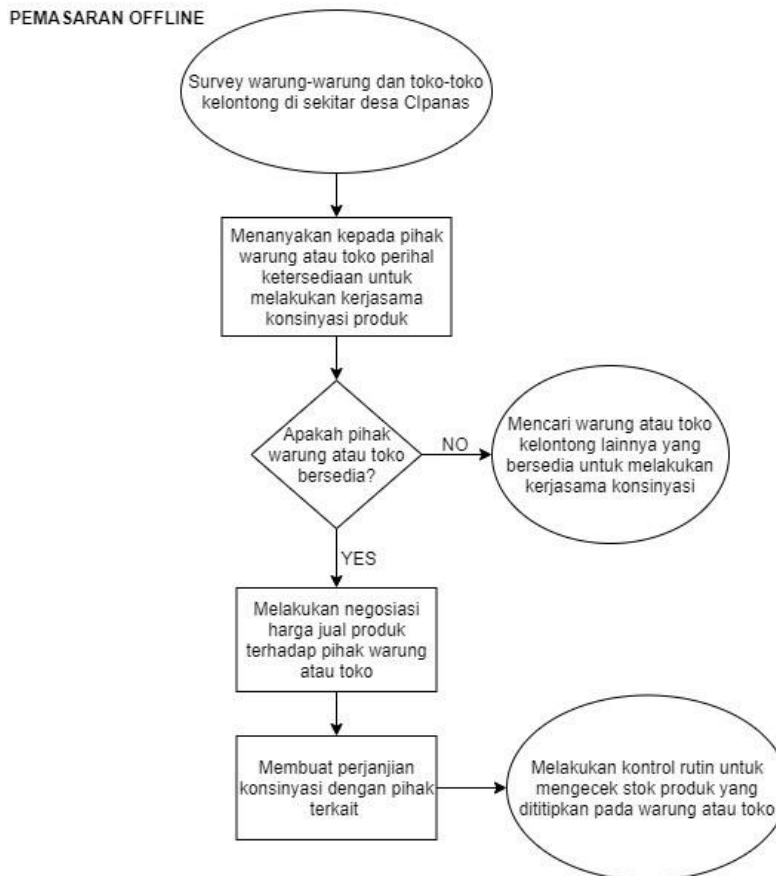
Alasan dijualnya berbagai jenis produk yang berbeda adalah memenuhi tujuan diversifikasi produk. Secara umum, produk mitra terbagi ke dalam dua jenis rasa, yaitu manis dan asin/gurih. Dengan adanya diversifikasi ini, kelompok mengharapkan bahwa pangsa pasar akan produk Kartini dapat berkembang menjadi lebih luas.

**Metode**

**Manajemen Pemasaran**

**a. Metode Pemasaran Offline**

**Gambar 1. Flowchart Metode Pemasaran Offline**



**b. Metode Pemasaran Online**

Pemasaran online dilakukan melalui media sosial *Whatsapp* karena setelah menganalisa selama 4 bulan pendampingan, tim penulis mengetahui bahwa *Whatsapp* adalah media sosial terefektif untuk melakukan pemasaran Produk Kartini Secara Online. Pemasaran Online ini dilakukan dengan melakukan *photoshoot* produk kemudian tim penulis akan membuatkan konten bagi mitra yaitu poster promosi Produk Kartini (Lampiran 5) untuk mitra sebarakan langsung di grup-grup *Whatsapp* yang mitra miliki. Selain melalui media sosial *Whatsapp*, tim penulis juga membentuk *instagram* bagi Produk Kartini untuk memperluas jalur promosi dan konsumen dari usaha Produk Kartini sendiri.

## Manajemen Keuangan

Metode yang dilakukan dalam bidang keuangan adalah membeli buku akuntansi khusus untuk pencatatan laba rugi, kemudian salah satu dari tim penulis akan memberikan contoh perhitungan laba rugi yang benar sehingga mitra memiliki panduan. Tidak hanya itu, selama pendampingan online tim penulis juga melakukan asistensi penulisan laporan keuangan dimana mitra diminta untuk memfotokan hasil pencatatan keuangan yang telah dibuat dan tim penulis akan meneliti nantinya sudah benar atau masih perlu diperbaiki. Tim penulis meminta mitra untuk melakukan pembukuan serutin mungkin dengan laporan laba rugi final per bulannya (Lampiran 2).

## Manajemen *Branding*

Metode yang dilakukan tim penulis dalam manajemen *branding* adalah melakukan *brainstorming* untuk menentukan desain logo terbaik sebagai *branding* produk yang terbaik untuk mitra karena sebelumnya mitra tidak memiliki logo, kemudian setelah ide terbaik ditemukan maka tim akan memulai mendesain produk. Tidak hanya mendesain produk, tim penulis juga mencari informasi mengenai bahan baku produk secara rinci untuk membuat *nutrition fact*. Setelah desain dari logo dan *nutrition fact* telah dibuat, maka tim penulis akan mencari tempat percetakan stiker dengan harga kompetitif (Lampiran 4).

## Hasil

Selama masa pendampingan berlangsung, tim penulis telah membuat target pencapaian sebelumnya mengenai bagaimana strategi yang perlu untuk diaplikasikan dengan tujuan utama, yaitu untuk mengembangkan UKM mitra yang bergerak di bidang pangan. Target-target yang dibuat sebelumnya terbagi menjadi beberapa aspek utama, yaitu: operasional, pemasaran, finansial, dan sumber daya manusia. Berikut merupakan hasil-hasil dari target yang sudah ditentukan sebelumnya:

### a. Konsinyasi

Selama masa pendampingan, tim penulis telah mengembangkan pemasaran produk dengan konsinyasi yang sebelumnya belum diaplikasikan mitra ke dalam usahanya. Tim penulis menghadirkan Produk Kartini di 4 titik konsinyasi, yaitu Warung Sekolah, toko HZM, Warung Paud, dan Warung Minul. Konsinyasi ini dilakukan untuk mencapai target produksi dan penjualan yang rutin dan kontinu, tidak seperti sebelum masa pendampingan dimana mitra hanya menjual produk secara *on-demand*. Pemilihan titik konsinyasi didasarkan kesesuaian harga dan target pemasaran dari Produk Kartini. Jumlah produk yang dititipkan dalam tiap siklusnya disesuaikan dengan kondisi ukuran dan keramaian warung/toko. Siklus penitipan dan kontrol dilakukan 1 minggu sekali. Setelah seminggu dititipkan, Tim penulis mengontrol penjualan dan menambahkan produk yang dititipkan sesuai dengan jumlah produk yang telah terjual. Selain itu, surat perizinan PIRT sedang diproses oleh mitra secara mandiri, sehingga kedepannya Produk Kartini dapat masuk konsinyasi ke toko-toko besar seperti Toserba Selamat yang merupakan salah satu supermarket terbesar di Desa Cipanas sehingga dapat menjangkau konsumen lebih luas lagi.

Dalam masa-masa sulit yang terjadi karena adanya *force majeure*, yaitu terjadinya pandemi korona yang membuat penurunan penjualan banyak UMKM di Desa Cipanas,

pemerintah daerah Cipana membangun Pondok UMKM sebagai tempat konsinyasi dimana para pelaku UMKM di Desa Cipanas dapat menitipkan jualannya dan dibantu menjual produknya sehingga tidak terjadi penurunan ekonomi para pelaku UMKM secara dalam. Untuk Ibu Uting sendiri selaku mitra kami juga telah menitipkan barang produksinya di Pondok UMKM mulai tanggal 15 Juni 2020.

**b. Pembukuan Keuangan**

Selama masa pendampingan, Tim penulis membuat metode pembukuan keuangan dan mensosialisasikan tata cara pencatatannya kepada mitra. Hal ini agar keuangan usaha dapat tertata dengan rapi dan sistematis. Pencatatan buku keuangan dilaksanakan dengan tujuan keuangan usaha dapat terinci dengan detail dan terpisah dari keuangan pribadi mitra. Pembukuan dilakukan secara manual menggunakan buku kas untuk memudahkan akses mitra belajar pembukuan keuangan usaha. Sebagai bukti pembukuan yang dilakukan mitra telah berjalan, tim penulis telah melampirkan foto-foto pembukuan yang telah dilakukan mitra (Lampiran 2)

**c. Penambahan Varian Produk Kartini**

Selama masa pendampingan, mitra mengalami penurunan penjualan karena faktor eksternal seperti pandemi korona yang tak terhindarkan. Dalam masa sulit ini, tim mengusulkan kepada Ibu Uting untuk memproduksi varian produk baru karena pada Pendampingan Online II tersebut berada di bulan Mei dimana adanya Hari Raya Lebaran. Memasuki Hari Raya Lebaran, tim mengusulkan pada Ibu Uting untuk memproduksi kue nastar yang biasa dikonsumsi pada hari raya tersebut sehingga dapat membantu meningkatkan penjualan mitra. Foto kue nastar yang merupakan varian produk baru dari mitra kami dapat dilihat di Lampiran 3

**d. Penghitungan COGS dan Optimalisasi Harga**

Selama masa pendampingan, sejalan dengan pembukuan jurnal keuangan dan produksi, penghitungan *COGS* masing-masing produk dihitung. Sebelumnya mitra belum pernah melakukan penghitungan modal dan untung secara detail, sehingga profit juga belum teroptimasi. Setelah penghitungan dirampungkan menjadi:

**Tabel 2. Jenis Produk, COGS, dan Profit**

No.	Produk	Kemasan	COGS	Profit
1.	Molen Kecil	100 gram	Rp 2.931	Rp 2.069
2.	Keripik Bawang	100 gram	Rp 2.738	Rp 2.262
3.	Sistik Kelor	100 gram	Rp 2.283	Rp 2.783
4.	Nastar	500 gram	Rp 23.950	Rp 31.050

*COGS* diatas didapatkan dari rata-rata harga bahan baku yang berbeda-beda dari masa Live-In hingga proses pendampingan berakhir karena seperti yang diketahui bahwa harga bahan baku di pasar sangatlah fluktuatif namun dengan perbedaan yang tidak terlalu jauh sehingga untuk *COGS* kami memutuskan untuk menggunakan rata-rata sehingga lebih akurat.

Dengan dilakukannya penghitungan *COGS*, Tim penulis dapat melakukan penyesuaian harga jual bersama mitra untuk mengoptimalkan profit. (Untuk perhitungan *COGS* secara rinci tertera di Lampiran 6a).

**e. Uji Kelayakan Produk**

Uji kelayakan produk dilakukan Tim penulis selama masa pendampingan. Sejak hari pertama produksi, Tim penulis menyisihkan sampel sistik kelor, keripik bawang, dan mocil di dalam kemasan asli dan disegel untuk kemudian diuji kelayakan produk sehingga diperolehnya tanggal *best before* produk sejak diproduksi. Diperoleh jangka waktu kondisi optimal sistik kelor dan keripik bawang selama 1,5 bulan (45 hari) dan 1 bulan (30 hari) untuk mocil (molen kecil).

**f. Alat Produksi**

Selama masa pendampingan, Tim penulis telah melakukan pembaharuan terhadap beberapa alat produksi yang sudah tidak layak pakai. Alat yang dimaksud adalah alat penggiling untuk pembuatan sistik. Dikarenakan alat sebelumnya sudah berkarat dan sangat mengganggu sanitasi produk, maka Tim penulis memutuskan untuk membeli alat penggiling baru. Selain itu, membeli pisau dapur dan pisau cutter untuk memotong keripik bawang, mengganti pisau yang sudah tumpul. Penulis juga membeli beberapa pencetak molen kecil yang baru untuk mempercepat proses produksi.

**g. Packaging / Branding Produk**

Packaging yang digunakan sebelumnya merupakan plastik klip polos. Selama masa pendampingan, kami telah membuat logo produk, yaitu logo produk Kartini. Dengan adanya logo ini, produk dari Ibu Uting diharapkan dapat semakin dikenal masyarakat sekitar. Disamping itu, kami juga telah menyediakan stiker berisikan fakta nutrisi yang ada di dalam produk. Fakta nutrisi ini nantinya digunakan apabila produk akan dijual di supermarket dan sejenisnya. Sample design packaging telah terlampir. Untuk logo dan *nutrition fact* yang telah kami buat akan dilampirkan di Lampiran 4

**h. Media Sosial Produk**

Selama masa pendampingan, social media untuk produk telah dibuat dan dioperasikan. Media sosial yang digunakan adalah Instagram, dengan nama akun @produk.kartini, social media akan digunakan untuk menampilkan informasi produk dan juga kontak yang dapat dihubungi untuk melakukan pembelian. Konten instagram dapat dilihat di dalam lampiran 5.

Tidak hanya melalui instagram, namun selama masa pendampingan tim penulis telah menemukan bahwa Whatsapp juga merupakan salah satu media sosial yang sangat efektif untuk melakukan penjualan produk terutama di masa-masa sulit karena adanya pandemi korona dimana penjualan produk UMUK di Cipanas menurun. Mitra kami, Ibu Uting Kartini juga telah menggunakan Whatsapp sebagai media sosial aktif dalam melakukan promosi penjualan. Promosi melalui Whatsapp ini dilakukan dengan mengirimkan poster promosi yang telah di design oleh tim dan kemudian Ibu Uting akan menyebarluaskan kepada grup-grup Whatsapp yang ia miliki.

**i. Optimalisasi Standar Kebersihan Produksi**

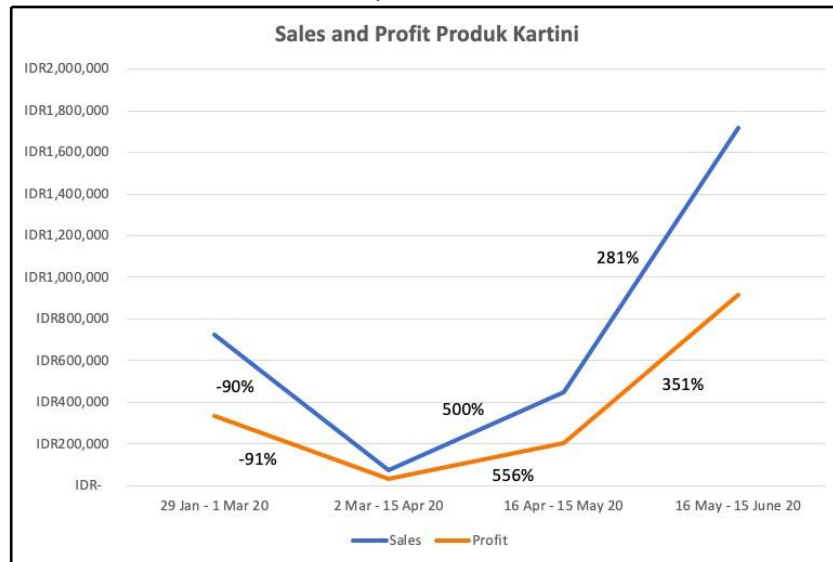
Tim penulis juga mengedukasi mitra akan pentingnya kebersihan dalam proses produksi Produk Kartini. Sebelumnya mitra masih kurang kepedulian terhadap kebersihan seperti, menggunakan air keran untuk bahan masakan, dapur yang kurang bersih, dan alat-alat yang tidak higienis seperti penggiling sistik yang berkarat. Hal-hal ini kemudian Tim



penulis ubah kebiasaannya menjadi menggunakan air minum (kemasan galon), membersihkan dapur tempat produksi, dan mengganti penggiling sistik menjadi yang berbahan anti-karat. Penulis juga meninggalkan kontainer barang yang dapat digunakan Mitra sebagai tempat untuk menyimpan alat-alat produksi sehingga alat-alat produksi tersebut dapat tersimpan di tempat yang bersih dan terbebas dari debu.

**j. Trend Penjualan Produk Kartini**

**Gambar 2. Penjualan Produk Kartini**



Gambar diatas adalah *trend* penjualan produk mitra tim penulis yaitu “Produk Kartini” selama 4 bulan dari masa *live in* hingga pendampingan online yang terakhir pada 15 Juni 2020. Dapat dilihat bahwa penjualan pada 2 bulan terakhir mengalami *trend* peningkatan positif, namun penjualan juga pernah menurun tajam di bulan kedua yaitu pada masa pendampingan online 1. Penurunan penjualan ini terjadi karena faktor internal yang tak dapat dihindari yaitu mitra tim penulis sedang berkabung karena kehilangan suami sehingga pada bulan tersebut mitra juga tidak memiliki cukup waktu untuk melakukan produksi usaha. Tidak hanya faktor internal, namun faktor eksternal yaitu pandemi korona juga membuat permintaan akan produk menurun drastis sehingga pada bulan tersebut mitra tim penulis hanya menjual 15 bungkus kemasan 100g produk molen kecil molen kecil dengan total penjualan sebesar Rp 75,000. Namun untungnya penurunan ini dapat membaik di bulan ketiga, karena memasuki masa lebaran sehingga mitra tim penulis mendapatkan peningkatan pesanan khususnya untuk produk keripik bawang sebanyak 9 kg di bulan tersebut dan mencatatkan pendapatan total sebesar Rp 450,000 atau meningkat 500% dr bulan sebelumnya. Dan pada bulan keempat, penjualan dari Produk Kartini kembali lagi meningkat karena banyaknya pesanan yang masuk karena lebaran khususnya untuk pesanan kue kering lebaran yang merupakan produk baru dari Produk Kartini yaitu nastar sehingga pada bulan keempat penjualan ibu unting mencapai penjualan tertinggi jika dibandingkan ketiga bulan lainnya sebesar Rp 1,715,000 dengan penjualan sebanyak 23 box nastar dengan harga jual per box sebesar Rp 55,000 dan 9kg keripik bawang dengan total harga Rp 450,000. Peningkatan bulan keempat ini cukup signifikan dengan kenaikan sebesar 281% jika dibandingkan bulan sebelumnya.

## Kesimpulan

Selama 30 hari dimulai dari tanggal 29 Januari hingga 27 Februari 2020, tim penulis telah melakukan kegiatan *Community Development* di Desa Cipanas berupa kegiatan pendampingan kepada salah satu mitra UMKM di Desa Cipanas yaitu Ibu Uting Kartini dengan usahanya yaitu pembuatan berbagai jenis keripik yang terdiri dari sistik daun kelor, keripik bawang, molen kecil, dan aneka keripik lainnya yang diberi merk Produk Kartini.

Dalam periode 30 hari kegiatan pendampingan tersebut, tim penulis telah mengidentifikasi beberapa masalah dan melalui identifikasi masalah tersebut, tim penulis telah melakukan serangkaian kegiatan dan aktivitas usaha dengan tujuan utama untuk mengembangkan bisnis Ibu Uting Kartini. Pengembangan yang telah dicapai tim bersama mitra antara lain:

1. Kapasitas produksi yang sudah meningkat dan mencapai 5-10 Kg per bulan
2. Sudah berhasil menambahkan 1 varian produk dari Produk Kartini yaitu kue nastar
3. Produk sudah berhasil dititipkan di 2 toko kelontong dan 2 warung di sekitaran Desa Cipanas (4 titik konsinyasi)
4. Sudah terdapat logo yang menjadi identitas dari produk beserta dengan tabel *nutrition facts* untuk setiap varian keripik yang tertera pada *packaging* produk
5. Mitra sudah dapat melakukan pembukuan sederhana secara manual dan menerapkan penghitungan *cost of goods sold* pada bisnisnya
6. Mitra sudah dapat mengerti mengenai cara penggunaan media sosial Instagram untuk melakukan pemasaran serta bagaimana cara untuk menggunakan Whatsapp dalam menerima pembelian *online*
7. Mitra sudah berhasil menciptakan varian baru yaitu nastar untuk memenuhi meningkatnya permintaan akan kue lebaran menjelang Hari Raya Lebaran

## Ucapan Terimakasih

Demikian hasil pemberdayaan masyarakat yang telah dilakukan oleh tim penulis. Kegiatan ini telah berjalan dengan lancar dan aman tentunya karena bantuan dari berbagai pihak.

Tim mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian kegiatan pengabdian masyarakat ini. Pertama, anggota tim yang berkontribusi penuh serta orang tua dari anggota tim mahasiswa yang sudah mendukung melalui doa dan moral dari penulis.

Berikutnya, pihak Universitas Prasetya Mulya sebagai penyedia program dan penyandang dana serta segenap tim DPL, fasilitator, dan DKL. Tiga pihak tersebut merupakan pendamping dari penulis yang membimbing dan menjaga kami selama masa pengabdian ini.

Selain itu, penulis juga berterima kasih kepada mitra tim penulis yang sangat sabar, ramah, dan mau memberikan kepercayaannya kepada kami. Terima kasih bahwa mitra telah bersedia menyambut dan menampung tim penulis selama masa *live in*. Tim juga tidak melupakan anggota masyarakat di sekitar lingkungan pengabdian saat proses pendampingan yang sangat ramah dan *supportive* sehingga kami dapat mencapai apa yang sudah dicapai bersama hingga saat ini.

## Daftar Pustaka

Braun, Karen Wilken, & Wendy M. Tietz (2015). *Managerial Accounting*. Harlow: Pearson Education Limited

Jumlah UMKM Per Kecamatan Tahun 2017. (2017). Retrieved January 23, 2020, from <https://cianjurkab.go.id/1data/>

Maslow, A.H. (1943). "A Theory of Human Motivation", *Psychological Review*, hal. 370; A.H Maslow, *Motivation and Personality* (New York; Harrper and Row,1954).

Pahlevi. 2019. *Manfaat Logo bagi Wirausahawan*. Jakarta: Gramedia.

LAMPIRAN

1. Foto Produk - Program Primer

Gambar 3. (Molen Kecil)



Gambar 4. (Keripik Bawang)



Gambar 5. (Sistik Daun Kelor)



## 2. Contoh Pembukuan Mitra

Gambar 6. Pembukuan Mitra 1

KETERANGAN	DEBIT	KREDIT	SALDO
Telur	5 kg	40.000	
Tapioka	5 kg	35.000	
Minyak sayur	3 kg	30.000	
Telur	1/2 kg	14.000	
Mentega	1 kg	29.000	
Bawang putih	3 kg	120.000	
Rayco		10.000	
Gas elpiji	2	50.000	
			332.000
Hasil gaji yang di terima	0 kg x 50.000		450.000
			118.000
Kantungan			

Gambar 7. Pembukuan Mitra 1

No	Uraian	Satuan	Volume	Harga
1.	Telur	Gram	1000	8000
2.	Gula Putih	Gram	200	5000
3.	Mentega	Gram	250	4000
4.	Telur	butir	2	4000
5.	Pasta Vanila			300
6.	Selai pisang	Gram	2	5000
7.	T.Mentega	Sdm	2	300
8.	Minyak Sayur	Liter	0,5 L	1000
Jumlah				32.600

Bahan-bahan pembungkusan			
1.	Kemasan (Plastik + Labeling)	10 buah x 200 5 buah x 400	2000 2000
2.	Gas elpiji		4000
Total			8000

A. Pengujian bersih		
Kemasan	100 gram x 11 bungkus	= 11000
	200 gram x 2 bungkus	= 2000
Total		= 13000

B. Biaya Produksi		= 41.600
Labu		33.400 / 1 kg Produk

## 3. Produk Baru Produk Kartini

Gambar 8. Produk Baru: Nastar



4. Packaging and Nutrition Fact

Gambar 9. Sticker Logo pada Packaging



Gambar 10.  
Nutrition Fact (Molen Kecil)

<b>INFORMASI NILAI GIZI/ NUTRITION FACTS</b>	
Takaran Saji/Serving Size :	100 g
<b>JUMLAH PER SAJIAN / AMOUNT PER SERVING</b>	<b>1 / 2</b>
<b>Energi Total/Total Calories</b>	<b>250 kkal</b>
Energi dari Lemak/Calories from fat	31 kkal
<b>Lemak Total/Total Fat</b>	<b>3,5 g</b>
<b>Protein</b>	<b>5,6 g</b>
<b>Karbohidrat Total</b>	<b>44 g</b>
Serat Pangan/Dietary Fiber	1,3 g
Gula/Sugar	12 g
<b>KOMPOSISI :</b>	
Tepung Terigu, Maizena, Telur, Margarin, Sale Pisang, Gula halus.	

Gambar 11.  
Nutrition Fact (K. Bawang)

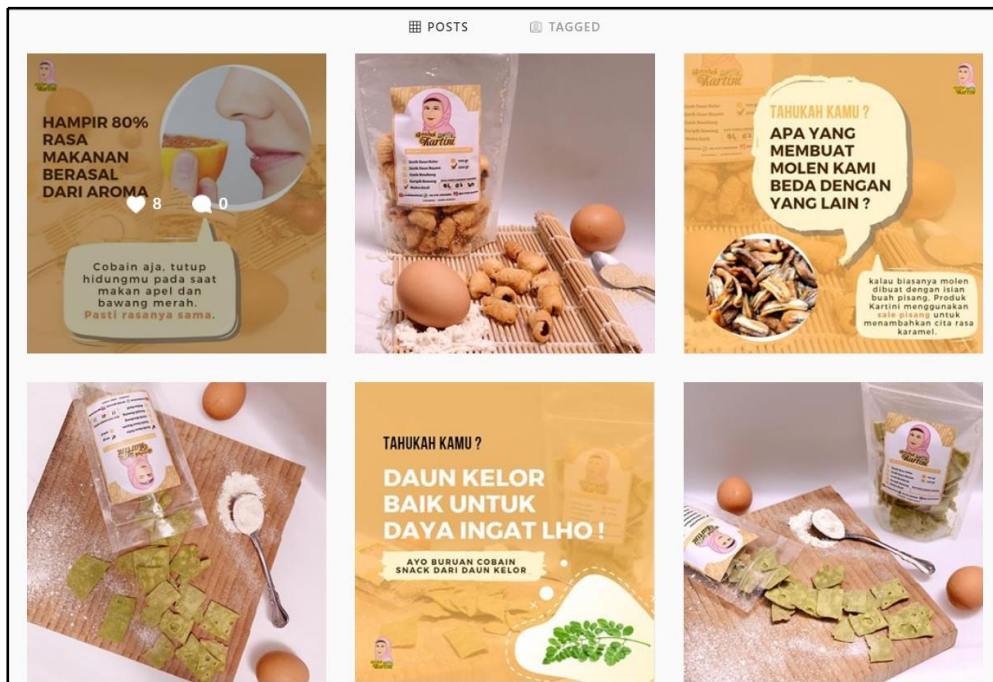
<b>INFORMASI NILAI GIZI/ NUTRITION FACTS</b>	
Takaran Saji/Serving Size :	100 g
<b>JUMLAH PER SAJIAN / AMOUNT PER SERVING</b>	<b>1 / 2</b>
<b>Energi Total/Total Calories</b>	<b>390 kkal</b>
Energi dari Lemak/Calories from fat	162 kkal
<b>Lemak Total/Total Fat</b>	<b>18 g</b>
<b>Protein</b>	<b>4 g</b>
<b>Karbohidrat Total</b>	<b>54 g</b>
<b>Natrium/Sodium</b>	<b>76 g</b>
<b>KOMPOSISI :</b>	
Terigu, Margarin, Tepung Aci, Tepung Maizena, Bawang Merah, Telur, Penyedap Rasa.	

Gambar 12.  
Nutrition Fact (Sistik Kelor)

<b>INFORMASI NILAI GIZI/ NUTRITION FACTS</b>	
Takaran Saji/Serving Size :	100 g
<b>JUMLAH PER SAJIAN / AMOUNT PER SERVING</b>	<b>1 / 2</b>
<b>Energi Total/Total Calories</b>	<b>340 kkal</b>
Energi dari Lemak/Calories from fat	180 kkal
<b>Lemak Total/Total Fat</b>	<b>20 g</b>
<b>Protein</b>	<b>2,5 g</b>
<b>Karbohidrat Total</b>	<b>43 g</b>
<b>Natrium/Sodium</b>	<b>58 g</b>
<b>KOMPOSISI :</b>	
Tepung Terigu, Daun Kelor, Maizena, Margarin, Telur, Bawang Putih, Santan, Garam, Penyedap Rasa.	

5. Media Sosial Produk

Gambar 13.  
Instagram Post (@produk.kartini)



Gambar 13.  
Whatsapp Poster



## 6. Laporan Keuangan (29 Januari - 15 June 2020)

### a. Cost of Good Sold (COGS)

Produk Kartini Cost of Goods Sold (COGS) Jenis Produk: Molen Kecil (100gr)		
<b>Direct Material</b>		
Mentega	IDR	120
Gula halus		210
Maizena		4
Vanila		8
Terigu		245
Air		13
Telur		64
Saleh pisang		500
Minyak goreng		300
		<b>IDR 1,463</b>
<b>Dirert Labor</b>		
		-
<b>Indirect Material</b>		
Gas	IDR	28
Kemasan plastik		240
Stiker logo		700
Stiker nutrition fact		500
		<b>IDR 1,468</b>
<b>Indirect Labor</b>		
		-
<b>Total COGS</b>		<b>IDR 2,931</b>

Produk Kartini Cost of Goods Sold (COGS) Jenis Produk: Keripik Bawang (100gr)		
<b>Direct Material</b>		
Mentega	IDR	107
Tepung aci		422
Maizena		3
Royco		38
Terigu		178
Air		16
Telur		57
Bwang merah		178
Minyak goreng		267
		<b>IDR 1,265</b>
<b>Dirert Labor</b>		
		-
<b>Indirect Material</b>		
Gas	IDR	33
Kemasan plastik		240
Stiker logo		700
Stiker nutrition fact		500
		<b>IDR 1,473</b>
<b>Indirect Labor</b>		
		-
<b>Total COGS</b>		<b>IDR 2,738</b>

Produk Kartini Cost of Goods Sold (COGS) Jenis Produk: Sistik Kelor (100gr)		
<b>Direct Material</b>		
Mentega	IDR	107
Bawang putih		16
Maizena		3
Royco		28
Terigu		267
Air		11
Telur		57
Santan		56
Minyak goreng		267
		<b>IDR 810</b>
<b>Dirert Labor</b>		
		-
<b>Indirect Material</b>		
Gas	IDR	33
Kemasan plastik		240
Stiker logo		700
Stiker nutrition fact		500
		<b>IDR 1,473</b>
<b>Indirect Labor</b>		
		-
<b>Total COGS</b>		<b>IDR 2,283</b>

Produk Kartini Cost of Goods Sold (COGS) Jenis Produk: Nastar (500gr)		
<b>Direct Material</b>		
Mentega	IDR	3,833
Terigu		2,000
Telur		2,333
Butter wisman		2,500
Susu bubuk		1,667
Nanas segar		5,000
Gula pasir		1,667
		<b>IDR19,000</b>
<b>Dirert Labor</b>		
		-
<b>Indirect Material</b>		
Gas	IDR	250
Tolpes mika		4000
Stiker logo		700
		<b>IDR 4,950</b>
<b>Indirect Labor</b>		
		-
<b>Total COGS</b>		<b>IDR23,950</b>

\*Note: COGS diatas didapatkan dari rata-rata harga bahan baku yang berbeda-beda selama proses pendampingan (29 Januari 2020 hingga 18 Juni 2020) karena seperti yang diketahui bahwa harga bahan baku di pasar sangatlah fluktuatif namun dengan perbedaan yang tidak terlalu jauh sehingga untuk COGS kami memutuskan untuk menggunakan rata-rata sehingga lebih akurat.



**b. Income Statement per Month and Accumulated Income Statement**

Produk Kartini Income Statement For the One Month Ended in March 1, 2020			Produk Kartini Income Statement For the One Month Ended in April 15, 2020		
<b>Sales</b>			<b>Sales</b>		
Molen kecil	IDR	280,000	Molen kecil	IDR	75,000
Keripik bawang		245,000	Keripik bawang		-
Sistik kelor		200,000	Sistik kelor		-
		<b>IDR 725,000</b>			<b>IDR 75,000</b>
<b>Cost of Goods Sold</b>			<b>Cost of Goods Sold</b>		
Molen kecil	IDR	164,123	Molen kecil	IDR	43,962
Keripik bawang		134,158	Keripik bawang		-
Sistik kelor		91,339	Sistik kelor		-
		<b>IDR 389,620</b>			<b>IDR 43,962</b>
<b>Gross Profit</b>		<b>IDR 335,380</b>	<b>Gross Profit</b>		<b>IDR 31,038</b>
<b>Operating Expenses</b>			<b>Operating Expenses</b>		
<b>Advertising Expense</b>			<b>Advertising Expense</b>		
Banner	IDR	83,000			-
Desain banner		100,000			-
<b>Administrative Expense</b>			<b>Administrative Expense</b>		
Nota		3000			-
Buku akunting		5000			-
Spidol		8000			-
<b>Total Operating Expense</b>		<b>IDR 199,000</b>	<b>Total Operating Expense</b>		<b>IDR -</b>
<b>Net Income</b>		<b>IDR 136,380</b>	<b>Net Income</b>		<b>IDR 31,038</b>

Produk Kartini Income Statement For the One Month Ended in May 15, 2020			Produk Kartini Income Statement For the One Month Ended in June 15, 2020		
<b>Sales</b>			<b>Sales</b>		
Molen kecil	IDR	-	Molen kecil	IDR	-
Keripik bawang		450,000	Keripik bawang		450,000
Sistik kelor		-	Sistik kelor		-
		<b>IDR 450,000</b>	Nastar		1,265,000
<b>Cost of Goods Sold</b>			<b>Cost of Goods Sold</b>		
Molen kecil	IDR	-	Molen kecil	IDR	-
Keripik bawang		246,412	Keripik bawang		246,412
Sistik kelor		-	Sistik kelor		-
		<b>IDR 246,412</b>	Nastar		550,850
<b>Gross Profit</b>		<b>IDR 203,588</b>	<b>Gross Profit</b>		<b>IDR 797,262</b>
<b>Operating Expenses</b>			<b>Operating Expenses</b>		
<b>Advertising Expense</b>			<b>Advertising Expense</b>		
		-			-
<b>Administrative Expense</b>			<b>Administrative Expense</b>		
		-			-
<b>Total Operating Expense</b>		<b>IDR -</b>	<b>Total Operating Expense</b>		<b>IDR -</b>
<b>Net Income</b>		<b>IDR 203,588</b>	<b>Net Income</b>		<b>IDR 917,738</b>

Produk Kartini		
Accumulated Income Statement		
For the Four Months Ended in May 15, 2020 (Accumulated)		
<b>Sales</b>		
Molen kecil	IDR	355,000
Keripik bawang		1,145,000
Sistik kelor		200,000
Nastar		1,265,000
		<b>IDR 2,965,000</b>
<b>Cost of Goods Sold</b>		
Molen kecil	IDR	208,085
Keripik bawang		380,570
Sistik kelor		91,339
Nastar		550,850
		<b>IDR 1,230,843</b>
<b>Gross Profit</b>		<b>IDR 1,734,157</b>
<b>Operating Expenses</b>		
<b>Advertising Expense</b>		
Banner	IDR	83,000
Desain banner		100,000
<b>Administrative Expense</b>		
Nota		3000
Buku akunting		5000
Spidol		8000
<b>Total Operating Expense</b>		<b>IDR 199,000</b>
<b>Net Income</b>		<b>IDR 1,535,157</b>

*c. Accumulated Cash Flow Statement*

Produk Kartini		
Cash Flow Statement		
For the Four Months Ended in June 15, 2020 (Accumulated)		
<b>Operating Cash Flow</b>		
<b>Cash Inflow</b>		
Modal pengembangan usaha	IDR	2,000,000
Penerimaan penjualan		2,965,000
<b>Total Cash Inflow from Operating Activities</b>		<b>IDR 4,965,000</b>
<b>Cash Outflow</b>		
<b>Pembayaran bahan baku</b>		
Bahan baku molen kecil	IDR	208,085
Bahan baku keripik bawang		380,570
Bahan baku sistik kelor		91,339
Bahan baku nastar		550,850
<b>Pembayaran suplai administrasi</b>		
Nota	IDR	3,000
Buku akunting		5000
Spidol		8000
<b>Total Cash Outflow from Operating Activities</b>		<b>IDR 1,246,843</b>
<b>Investing Cash Flow</b>		
<b>Cash Outflow</b>		
<b>Pembayaran alat produksi</b>		
Cetakan molen kecil	IDR	12,000
Alat penggiling		200,000
Alat potong		28,000
Saringan		35,000
<b>Pembayaran biaya pemasaran</b>		
Desain banner	IDR	100,000
Banner		83,500
<b>Total Cash Outflow from Investing Activities</b>		<b>IDR 458,500</b>
<b>Net Cash Inflow</b>		<b>IDR 3,259,657</b>

**d. Accumulated Balance Sheet**

Produk Kartini <i>Accumulated Balance Sheet</i> For the Four Months Ended in June 15		
<b>ASSETS</b>		
<b>Current Assets</b>		
Kas	3,259,657	
<b>Total Current Assets</b>		<b>3,259,657</b>
<b>Non Current Assets</b>		
<b>Fixed Asset</b>		
- Alat penggiling	200,000	
- Cetakan molen kecil	12,000	
- Saringan	35,000	
- Alat potong	28,000	
- Banner	83,500	
- Design banner	100,000	
- Nota	3,000	
- Buku akunting	5,000	
- Spidol	8,000	
<b>Total Non Current Assets</b>		<b>474,500</b>
<b>TOTAL ASSETS</b>		<b>3,734,157</b>
<b>LIABILITIES</b>		
<b>Total liabilities</b>		<b>-</b>
<b>EQUITY</b>		
Modal pengembangan usaha	2,000,000	
Laba ditahan	1,734,157	
<b>Total equity</b>		<b>3,734,157</b>
<b>TOTAL LIABILITIES AND EQUITY</b>		<b>3,734,157</b>

Note: Bisnis Produk Kartini dalam setiap periode diatas tidak memiliki hutang (liabilitas) dalam bentuk apapun.

**7. Foto Tim Penulis dengan Mitra**

**Gambar 14. Foto Tim Penulis dan Mitra Saat Saung Rahayat**

