

## Pendampingan Usaha Kecil Lidah Kucing Nekokies dalam Peningkatan Kemampuan Berbisnis Tiga Siswa SMK Wikrama

Alif Mukmin<sup>1</sup>, Charissa Andriani<sup>2</sup>, Dyonisius Adianto Sugiarno<sup>3</sup>, Justin Maria<sup>4</sup>, Nicholas Theodore<sup>5</sup>, Nicholas Kevin Clarence<sup>6</sup>, Putu Ayu Narsih Sukmawati<sup>7</sup>, Vanessa Starsha Rismana<sup>8</sup>, Yudho Hartono, M.M<sup>9</sup>

Program Studi *Branding*, Universitas Prasetiya Mulya; Program Studi *Business Mathematics*, Universitas Prasetiya Mulya; Program Studi *Bisnis*, Universitas Prasetiya Mulya; Program Studi *Hospitality Business*, Universitas Prasetiya Mulya; Program Studi *Bisnis*, Universitas Prasetiya Mulya; Program Studi *Bisnis*, Universitas Prasetiya Mulya; Program Studi *Renewable Energy Engineering*, Universitas Prasetiya Mulya; Program Studi *Keuangan dan Perbankan*, Universitas Prasetiya Mulya; Program Studi *Hospitality Business*, 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: yudho.hartono@pmb.ac.id

### Abstract

*As the government takes an active role to improve education qualities in Indonesia, Prasetiya Mulya University commits to support education through their program called Community Development or better known as Comdev. Prasetiya Mulya students who participates in this program are tasked to help SMEs improve their businesses as well as develop the community around them by using previously learned skills. Nekokies is a small business which struggles with business acumen and facilities to run the business. The aim of this article is to 1) describe the operational aspect of Nekokies, 2) describe the strategic aspect of Nekokies, and 3) describe the external aspects which influence Nekokies' members. The method used to analyze the problem and find a solution is SWOT analysis. By the end of the program, Nekokies is able to operate their own business resulting in a total sale of 29 units. As for the strategic aspect, Nekokies is now able to produce their own logo, create marketing content in Instagram, determine selling price based on market, as well as simple accounting.*

### Keywords

*Production Aspect, Strategic Aspect, External Aspect, Nekokies*

### Abstrak

Pemerintah memiliki rencana untuk meningkatkan kualitas pendidikan perguruan tinggi di Indonesia, Universitas Prasetiya Mulya turut ikut andil untuk mensukseskan dengan mengadakan program yang disebut Community Development atau Comdev. Dalam program ini, mahasiswa sebagai peserta akan menerapkan ilmu bisnis yang sudah dipelajari untuk membantu UMKM dalam mengembangkan bisnis dan membangun lingkungan yang lebih produktif. Bisnis kecil lidah kucing, Nekokies, memiliki permasalahan berupa minimnya pengetahuan bisnis serta ketidaktersediaan fasilitas untuk membuat produk pilihan. Tujuan penulisan ini adalah 1) untuk mendeskripsikan aspek operasional mitra dalam memproduksi produk, 2) untuk mendeskripsikan aspek strategi yang digunakan mitra dalam mengembangkan bisnis, dan 3) aspek eksternal yang mempengaruhi motivasi mitra dalam mengembangkan bisnis. Metode yang digunakan dalam menganalisis permasalahan dan solusi adalah menggunakan SWOT analisis. Hasil yang diperoleh dari kajian ini, untuk aspek produksi mitra sudah mampu memproduksi sendiri dan berhasil menjual hingga 29 produk di awal penjualan. Untuk aspek strategis, mitra sudah dapat membuat logo yang menarik, konten pemasaran di media sosial Instagram, penentuan harga produk berdasarkan *benchmark* di Tokopedia, dan membuat perhitungan akuntansi bisnis mitra. Diharapkan kedepan mitra dapat membangun bisnis menjadi lebih baik dan lebih besar.

### Kata Kunci

Aspek Produksi, Aspek Strategi, Aspek Eksternal, Nekokies

## Pendahuluan

Untuk meningkatkan kualitas pendidikan di berbagai jenjang, maka pemerintah mendukung hal tersebut melalui kebijakannya. Pemerintah menetapkan tiga pilar kebijakan pendidikan melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (UUSPN-2003), Peraturan Presiden No. 7 Tahun 2005 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah (2005-2009) bidang pendidikan serta peraturan perundang-undang yang mendukungnya. Berkaitan dengan rencana pemerintah, pihak perguruan tinggi dapat mengimplementasikannya dalam berbagai bentuk, penelitian, kegiatan sosial dan pengabdian masyarakat atau bentuk lainnya. Pengabdian masyarakat merupakan salah satu bentuk peningkatan kualitas pendidikan di perguruan tinggi di Indonesia dan banyak diadopsi menjadi salah satu kegiatan wajib mahasiswa. Pengabdian masyarakat adalah salah satu bentuk usaha yang dapat dilakukan secara individu, bersama-sama atau kelompok atau lembaga untuk membantu meningkatkan taraf kehidupan masyarakat yang dibantu sesuai dengan misi yang diemban (Pengabdian, 2016). terdapat beberapa aspek yang dapat dilakukan dalam pengabdian masyarakat antara lain, pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan science, penyebaran ilmu pengetahuan, penerapan ilmu pengetahuan serta pemberian keahlian dan jasa kepada masyarakat.

Universitas Prasetiya Mulya merupakan salah satu perguruan tinggi yang terletak di BSD, Banten. Dalam rangka mendukung kebijakan pemerintah dalam melaksanakan pengabdian masyarakat, maka dibentuk sebuah program bernama COMDEV atau *Community Development* yang bertujuan untuk memfasilitasi mahasiswa melakukan kewajiban dan pengabdian kepada masyarakat. Program ini memberikan mahasiswa kesempatan untuk membantu mitra untuk mengembangkan bisnis mereka. Mahasiswa dari berbagai bidang studi di kelompok ke dalam beberapa kelompok secara acak dan masing-masing kelompok akan membimbing satu mitra bisnis. Dengan *branding* Universitas Prasetiya Mulya yang dikenal sebagai kampus bisnis, maka dalam menerapkan ilmu bisnis tersebut mitra yang diajak bekerjasama dengan UMKM atau bisnis kecil yang baru berkembang.

Selain untuk menerapkan ilmu bisnis yang sudah dipelajari, kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Universitas Prasetiya Mulya adalah untuk membantu UMKM dalam mengembangkan bisnis, dan meningkatkan suasana lingkungan yang lebih produktif untuk para pebisnis dimulai dari skala kecil dan menengah. Manfaat yang diperoleh dari kegiatan ini, untuk mahasiswa dapat pengalaman untuk membantu menjalankan dan mengarahkan bisnis dengan berbagai tantangan di masyarakat agar menjadi lebih baik. Untuk masyarakat berupa bantuan finansial walaupun tidak banyak serta dapat meningkatkan usaha agar menjadi lebih menguntungkan. Untuk Pemerintah adalah membantu mempercepat perekonomian dengan meningkatkan usaha bisnis kecil dan menengah. Dengan manfaat yang dapat diperoleh berbagai pihak, oleh karena itu pihak kampus menjadikan kegiatan COMDEV menjadi program wajib yang harus dilakukan oleh setiap mahasiswa di semester 6 sebagai wujud pengabdian masyarakat. Mitra yang bekerjasama saat ini sudah berapa di beberapa daerah seperti Cianjur, Kuningan, dan beberapa sekolah kejuruan. Setiap tahun mitra yang bekerjasama dengan pihak kampus akan bertambah dan dibimbing hingga bisa menjalankan bisnis sendiri.

## Perumusan Masalah

Bagian ini merupakan permasalahan yang dialami oleh mitra yang ditinjau dari beberapa aspek. Aspek yang dimaksud adalah aspek operasional, aspek strategis, dan aspek eksternal sebagai berikut:

### *Aspek Operasional*

Sebelum mengikuti kegiatan COMDEV, ketiga anggota mitra kami: Bima, Cheryl dan Syifa yang merupakan pelajar tata boga di SMK Wikrama Bogor berencana untuk membuat suatu bisnis yang dilaksanakan sebagai tugas dari mata pelajaran wirausaha di sekolah mitra. Selama ini, ketiga anggota hanya mendapatkan ilmu bisnis dari pelajaran yang mereka dapatkan di sekolah,

namun ketiganya belum pernah mendapatkan pengalaman bisnis secara praktikal. Kendala terbesar terletak pada fakta bahwa kondisi pandemi COVID-19 membuat mitra kesulitan untuk bertemu secara fisik dan melakukan produksi. Selain daripada itu, mitra juga tidak diperkenankan untuk memakai fasilitas yang ada di sekolah mereka seperti oven yang terdapat pada lab tata boga mitra untuk perkara keamanan. Padahal dari ketiga anggota mitra, tidak ada satupun yang memiliki oven panggang yang memadai untuk melakukan produksi. Oleh karena itu, mitra tidak dapat melakukan proses produksi.

### ***Aspek Strategis***

Kendala terbesar secara strategis yang dialami oleh mitra kami merupakan fakta bahwa mereka merupakan siswa yang belum pernah memiliki pengalaman bisnis sebelumnya. Bisnis yang akan didirikan oleh mitra merupakan bisnis pertama dari ketiga anggota. Bisnis tersebut juga merupakan perwujudan penyelesaian tugas dari pelajaran kewirausahaan yang didapatkan oleh mitra di sekolah. Mitra yang merupakan pelajar kelas XI, mendapatkan pelajaran wirausaha secara daring. Ditengah adanya pandemi dan berjalannya pembelajaran daring, kekhawatiran tentang sulitnya memantau dan mengevaluasi pembelajaran yang telah diserap oleh siswa-siswi pun sempat dilontarkan oleh salah satu guru mata pelajaran wirausaha di SMK Wikrama saat melakukan diskusi dengan penulis. Beliau mengatakan bahwa dari 40 siswa yang diberikan tugas untuk diselesaikan, ada 5 diantaranya yang bahkan melewati tenggat waktu pengumpulan, bahkan masih belum mengerjakannya. Selain daripada itu, guru wirausaha SMK Wikrama Bogor juga sempat menyatakan bahwa belum semua pelajaran wirausaha telah selesai diajarkan dalam kelasnya. Pelajaran seperti perhitungan HPP dan keuangan belum diajarkan kepada murid-murid sampai sebelum dilaksanakannya COMDEV. Oleh karena itu, mitra masih belum cukup memiliki pengetahuan bisnis yang luas, terutama pada bidang keuangan.

### ***Aspek Eksternal***

Dikarenakan mitra masih merupakan siswa SMK, mitra masih memiliki kewajiban untuk belajar dan memenuhi tanggung jawab mereka sebagai seorang pelajar. Hal tersebut dapat berdampak pada motivasi siswa menekuni bisnis baru ini. Sebagai contoh, sebagai seorang siswa SMK Wikrama, mitra kami menyelesaikan pembelajaran mereka di sekolah pada jam 2 siang. Sisa waktu setelah selesai belajar di sekolah tersebutlah yang dipakai oleh mitra untuk melakukan kegiatan bisnis. Ditambahkan dengan susahnyanya mencocokkan jadwal ketiga anggota mitra, sebab mereka memiliki kegiatan eksternal diluar sekolah masing-masing. Sebagai seorang pelajar, tentunya mitra memiliki mimpi mereka tersendiri. Mitra merupakan remaja yang masih dalam proses menentukan jalan dan karir mereka. Apabila mimpi mereka tidak sejalan dengan pelajaran yang mereka bisa dapatkan dengan berbisnis, hal tersebut dapat menjadi penghalang mitra untuk berkomitmen menekuni bisnis yang mereka jalani.

## **Telaah Literatur**

### ***Analisa SWOT***

Analisa SWOT merupakan salah satu alat atau teknik untuk menganalisa *strengths*, *weakness*, *opportunity*, dan *threats* dari suatu bisnis agar dapat menggunakan sumber daya bisnis secara maksimal (Mind Tools). *Strengths* merupakan hal-hal yang bisnis anda dapat eksekusi dengan performa tinggi atau sebagai pembeda dari kompetitor, *weakness* merupakan sebaliknya, hal-hal yang masih lemah dibanding kompetitor. *Strengths* dan *weakness* dapat dikelompokkan sebagai faktor internal bisnis. Kedua faktor lainnya (*opportunity* dan *threats*) merupakan faktor eksternal bisnis. *Opportunity* merupakan peluang yang dapat menguntungkan untuk bisnis sebaliknya, *threats* adalah hal-hal yang dapat mempengaruhi bisnis secara negatif. Analisa SWOT akan membantu untuk memetakan keempat aspek tersebut agar dapat digunakan sebagai alat untuk membuat suatu keputusan strategis.

### ***Marketing dan Branding***

Marketing merupakan kegiatan dan proses untuk menciptakan, menangkap, mengkomunikasikan, dan menukar sesuatu yang mempunyai nilai kepada konsumen, pihak

terlibat, dan masyarakat (AMA). Dalam marketing, pihak-pihak yang terlibat harus mendapatkan nilai tambah setelah terjadinya pertukaran. Secara garis besar, marketing dapat dibagi menjadi 4 komponen: *product* (barang atau jasa), *price* (harga), *place* (aspek lokasi penjualan dan promosi), dan *promotion* (pengkomunikasian nilai barang atau jasa).

### **Logo**

Menurut Will Kenton, logo merupakan suatu *graphic mark*, emblem, simbol, atau tulisan yang digunakan sebagai pengidentifikasian suatu perusahaan, organisasi, produk, atau *brand*. Dalam suatu logo cenderung terdapat suatu makna atau filosofi yang ingin disampaikan oleh perusahaan. Hal ini menjadi salah satu cara untuk seorang pebisnis mengkomunikasikan nilai dari bisnis kepada konsumen. Menurut MacInnis et al, logo dapat menjadi pembeda antara satu bisnis dengan bisnis lain. Salah satu komponen logo yang penting adalah warna. Hal ini sudah terbukti secara psikologi, konsumen cenderung menilai orang, produk, dan lingkungan dalam waktu 90 detik ketika pertama berinteraksi, sekitar 62-90% dari penilaian tersebut akan bergantung dengan warna (Singh, 2006). Dengan demikian, warna perlu dipertimbangkan ketika membuat suatu logo.

### **Segmenting, Targeting, and Positioning (STP)**

STP merupakan proses mengidentifikasi dan mengelompokkan pasar menjadi segmen-segmen untuk mengetahui segmen yang akan dibidik serta cara bisnis akan memposisikan dirinya dibanding kompetitornya (Dhruv Grewal dan Michael Levy). Segmenting merupakan langkah pertama dimana pasar akan dikelompokkan berdasarkan karakteristik (*needs, wants, dan behavior*) yang sama. Targeting merupakan proses memilih segmen yang akan difokuskan oleh bisnis. Sebuah segmen akan layak dijadikan target jika nilai produk sesuai dengan kebutuhan, ukuran segmen cukup besar, bisnis mempunyai channel untuk menggapai mereka, dan segmen dapat membeli produk yang ditawarkan. Positioning merupakan cara bisnis memposisikan usahanya/produknya agar mempunyai nilai pembeda dibandingkan kompetitornya di mata konsumen,

### **Pricing**

Pricing merupakan proses penentuan harga dari produk yang ditawarkan oleh bisnis. Dalam penentuan harga, seorang pebisnis dapat terlebih dahulu menganalisa jenis pasar yang ditempati oleh produk yang ingin dijual. Jenis pasar akan ditentukan oleh intensitas kompetisi dari produk tersebut. Terdapat 4 jenis pasar: monopoli, oligopoli, monopolistic competition, dan pasar sempurna. Dalam pasar monopoli, penjual dapat menentukan harga produknya secara leluasa karena hanya ada satu penjual. Jika pasar bersifat oligopoli, penjual masih mempunyai kekuatan untuk menentukan harga produk, namun kekuatan ini dibatasi oleh satu pemain besar lainnya. Dalam kondisi ini terdapat sedikit pemain dalam pasar, sehingga penjual masih mempunyai kekuatan dalam menentukan harga namun, tidak sekuat monopoli. Pasar monopolistic competition merupakan jenis pasar dimana terdapat banyak pemain namun, produk yang ditawarkan heterogen (ada pembedanya). Dalam kondisi ini kekuatan untuk menentukan harga sudah dibatasi oleh kekuatan pasar, hal ini disebabkan adanya *substitute products* yang dapat dipilih konsumen. Jenis pasar terakhir adalah pasar sempurna dimana banyak pemain dan produk bersifat homogen. Dalam kondisi pasar ini harga dari produk-produk di pasar cenderung sama.

### **Packaging**

Packaging merupakan salah satu elemen dari *marketing* dan *branding*. Suatu packaging berfungsi untuk melindungi produk dari lingkungannya agar dapat sampai ditangan konsumen dengan kondisi yang sesuai. Packaging juga mempunyai fungsi promosi. Hal pertama yang dilihat oleh konsumen ketika melihat suatu produk adalah packaging dari produk tersebut. Menurut Dhruv Grewal dan Michael Levy, packaging dapat memicu ketertarikan konsumen dan menjadi pembeda antara satu produk dengan produk yang lain.

### **Proses Produksi**

Proses produksi merupakan salah satu kegiatan bisnis yang krusial untuk dijalankan agar

bisnis dapat berjalan. Kegiatan ini mempunyai tujuan untuk menciptakan produk dari bahan-bahan baku dan sumber daya perusahaan secara efisien untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan (Adam Hayes, 2021). Proses produksi mempunyai tiga komponen yang harus diperhatikan: input, proses, dan output. Input merupakan sumber daya yang digunakan dalam proses produksi untuk menciptakan hasil akhir. Proses merupakan aktivitas mengolah/mentransformasi *input* menjadi *output*. *Output* sendiri adalah hasil akhir atau produk dari proses produksi.

### Accounting

*Accounting* merupakan kegiatan mengidentifikasi, merekam, dan mengkomunikasikan peristiwa ekonomi dalam suatu organisasi kepada pihak yang membutuhkan (Jerry J. Weygandt et al. 2016). Hal ini mencakup pencatatan data ekonomi secara sistematis dan kronologis (contoh: *financial ledgers*, laporan laba rugi, laporan keuangan, dll.). Kegiatan ini penting bagi bisnis karena memberikan gambaran mengenai kondisi ekonominya (jumlah uang, asset, pendapat, hutang, dll.). Informasi-informasi tersebut menjadi faktor dalam pengambilan keputusan-keputusan dalam bisnis, Konsep dasar dari akunting sendiri adalah mengidentifikasi *what the business owns and what it owes* (Jerry J. Weygandt et al. 2016). Dari konsep tersebut muncul perumusan dasar akuntansi yakni, aset = liabilitas + ekuitas.

### Metode

**Tabel 1. Identifikasi SWOT Produsen “Lidah Kucing” merk Nekokies**

<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variasi rasa</li> <li>• Penampilannya yang menarik</li> <li>• Pembuatan dijamin bersih</li> <li>• Bahan-bahan aman</li> <li>• Sistem COD / home delivery</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurangnya kapasitas produksi</li> <li>• Pemasaran masih minim</li> </ul>
<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banyak orang yang ingin praktis</li> <li>• Banyak orang yang suka penasaran dengan penampilan unik</li> <li>• Dapat dijadikan hampers menjelang hari raya nanti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banyak yang bisa membuat sendiri</li> <li>• Berbeda-beda selera rasa dan bentuk</li> <li>• Banyak pesaing lain</li> <li>• Banyak tutorial dari internet</li> <li>• Peningkatan harga bahan produksi</li> </ul>

Dalam menyelesaikan permasalahan pengetahuan bisnis, Tim telah melakukan beberapa hal. Hal pertama yang dilakukan adalah dengan pemberian materi terkait bisnis seperti analisa SWOT untuk memahami kelemahan dan kekuatan. Pemahaman dan pembuatan dari visi misi, logo, dan merek. Selain itu materi promosi berupa penggunaan media sosial sebagai sarana promosi. Dari segi keuangan yaitu pemahaman mengenai perhitungan HPP dan BEP. Terakhir adalah pemahaman dalam membuat laporan laba rugi. Materi yang disampaikan dapat berguna bagi keberlangsungan bisnis mitra karena pada saat itu dapat dikatakan mitra masih awam dengan dunia bisnis. Tim membuat presentasi materi dengan bahasa yang mudah dipahami dan contoh yang relevan sehingga mitra dapat dengan mudah menerima materi yang disampaikan.

Setelah mitra menerima materi terkait bisnis, mereka dapat menerapkan secara langsung dalam pengembangan bisnis yang dimiliki. Tujuan Tim ingin mitra melakukan sendiri adalah agar mitra dapat merasakan secara langsung dan mengerti realita dalam dunia bisnis. Tim selalu mendampingi dan memberi masukan kepada mitra terhadap aspek-aspek yang masih kurang maksimal. Kelompok secara rutin menanyakan perkembangan yang telah dilakukan dari bisnis mitra dan membuat rencana kedepannya yang harus dilakukan. Tim juga mempersilahkan mitra bila ada kesulitan untuk melakukan konsultasi sehingga dapat diselesaikan bersama.

Dalam menyelesaikan permasalahan mitra dari aspek operasional, Tim membantu mitra dengan mencari dan membelikan oven listrik yang kemudian dipinjamkan kepada mitra agar

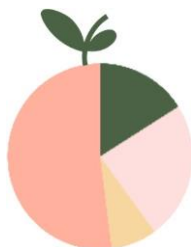


proses produksi tetap dapat berjalan. Tim juga membantu memperbaiki hasil produksi mitra yang kurang maksimal dengan ikut mencoba melakukan produksi dan memberikan masukan agar hasil produksi dapat menjadi lebih baik. Tim juga memberikan beberapa tips yang dapat membantu mitra saat produksi. Tim merekomendasikan mitra agar melakukan pembagian tugas agar kinerja lebih maksimal dan tidak perlu menunggu seluruh anggota untuk melakukan satu hal. Dengan adanya pembagian kerja, maka akan menghemat waktu dan menyelesaikan lebih banyak hal.

Untuk tetap memotivasi dan mendukung mitra, tim tetap melakukan pendampingan dalam perjalanan bisnis ini. Pendampingan sangat penting karena dapat membantu mitra mengidentifikasi kebutuhan dan memecahkan masalah serta mendorong tumbuhnya inisiatif dalam proses pengambilan keputusan, sehingga kemandirian dapat diwujudkan (Direktorat Bantuan Sosial, 2007). Dalam pendampingan ini, tim terbuka untuk menjawab semua pertanyaan mitra dan membantu mitra saat ada kendala atau masalah yang muncul terkait dengan bisnis. Bukan hanya berfokus pada pemberian materi, namun tim juga turut membantu dalam proses pembuatan atribut bisnis mitra seperti konten Instagram, analisa dari peluang varian produk, dan lainnya. Hal tersebut diwujudkan dalam bentuk pertemuan-pertemuan kecil dengan mitra yang digunakan untuk membuat konten maupun perencanaan tertulis bersama-sama.

## Hasil

Kegiatan bimbingan intensif kepada mitra yang merupakan 3 siswa dari SMK Wikrama Bogor berjalan selama beberapa bulan terakhir ini menghasilkan buah yang cukup memuaskan terlebih dari sisi pengembangan sisi *entrepreneur* dalam diri mitra dan pengelolaan bisnis yang dijalankan. Dari awal masa bimbingan, mitra dihadapi dengan tantangan dalam menentukan cara terbaik dalam menjalankan bisnis,, hal ini kami atasi dengan membantu memberikan materi intensif terkait sisi - sisi pengembangan bisnis seperti analisis SWOT, sisi operasional dan produksi, pemasaran, keuangan dan akuntansi. Dalam tantangan untuk menentukan produk yang tepat untuk di jual dari beberapa pilihan yang ada, kami membantu mitra untuk mengimplementasikan analisis SWOT sehingga mitra bisa mengetahui kekuatan / kelebihan, kekurangan, peluang dan juga tantangan / ancaman dari setiap pilihan produk yang ada. Pada awalnya mitra memutuskan untuk menjual produk makanan berupa macaroon dengan nama Rainoreomi dengan logo seperti Gambar 1.1 di mana dapat terlihat bahwa logo tersebut masih sangat sederhana dan kurang ada sentuhan pribadi logo sebuah produk bisnis yang dapat menarik perhatian calon konsumen karena logo belum mewakili produk dengan baik. Setelah mencoba proses pembuatan proses dan beberapa kali *test drive*, ternyata terlalu banyak tantangan untuk produk Rainoreomi tersebut sehingga mitra bersama kelompok juga melakukan analisis SWOT kembali dan merubah rencana untuk membuat sebuah bisnis yang menjual lidah kucing dan mengganti nama menjadi Nekokies. Menurut kelompok hal ini merupakan keputusan yang tepat dikarenakan terlihat adanya peningkatan dalam sisi desain logo dan lebih terlihat selera dan *sense of belonging* mitra terhadap produk yang mereka akan jual seperti terlihat pada Gambar 1.2 di mana logo dari segi warna juga lebih cerah dan terkesan *cheerful*, di logo juga terdapat animasi kucing yang mewakili arti neko yang berarti kucing dari nama Nekokies sendiri.



Gambar 1.1 Logo Awal



Gambar 1.2 Logo setelah Revisi

Selain logo, kami juga membantu meningkatkan sisi branding mitra, salah satunya penentuan kemasan atau *packaging* yang tepat sesuai dengan pasar Nekokies. Langkah awal adalah kami berhasil menentukan bentuk yang sesuai yaitu toples dengan ukuran yang pas untuk

menampilkan lidah kucing dengan menarik, terlihat pada Gambar 1.3 bahwa kami memilih toples yang bening sehingga bisa menunjukkan warna cerah dari lidah kucing mitra. Langkah selanjutnya adalah untuk mempercantik packaging yang ada yaitu kami memutuskan untuk menambahkan aksesoris seperti pita dan tali rami supaya *packaging* juga tidak terkesan tidak terlalu polos, dapat terlihat di Gambar 1.4 kami memutuskan untuk menambahkan pita yang berawal warna biru, tetapi setelah diskusi lanjut memutuskan untuk mengubah warna pita menjadi pink untuk kesan lebih kalem dan tidak *outshine* lidah kucing itu sendiri. Setelah itu, kami menggunakan tali rami juga untuk memastikan keamanan lebih kemasan dan sebagai tahap akhir kami juga menaruh stiker logo Nekokies di bagian atas toples.



Gambar 1.3 Kondisi Awal Packaging



Gambar 1.4 Kondisi Packaging Final

Setelah proses penentuan logo dan *packaging* sudah mantap, kami meluncurkan penyebarluasan produk melalui media sosial untuk melakukan penjualan, di sinilah marketing akan berperan. Langkah pertama yang kami lakukan adalah melakukan *targeting and positioning* untuk mengetahui target pasar yang tepat untuk produk ini. Setelah berdiskusi kami memiliki keputusan bahwa target yang pas merupakan laki - laki atau wanita remaja dengan kisaran umur 17 - 40 tahun yang berada di sekitar Jabodetabek. Setelah itu, kami langsung meluncurkan konten untuk media sosial salah satunya adalah *instagram* seperti konten Pembukaan PO, pengenalan produk seperti terlihat pada Gambar 1.5.



Gambar 1.5 Kondisi *instagram* Nekokies saat ini

Dari sisi proses produksi, awalnya mereka juga mengalami beberapa kendala yang utama terjadi karena adanya karena pandemi covid-19 ini yang menyebabkan mitra kesulitan dalam berkumpul dan larangan untuk menggunakan oven di sekolah. Hal ini yang menjadikan salah satu faktor untuk mengubah produk yang akan mereka jual yaitu dari macaron menjadi lidah kucing dikarenakan proses produksi macaron yang kerap kali gagal dikarenakan bahan dan juga peralatan yang kurang memadai terlihat dari Gambar 1.6. Namun setelah pemantapan perubahan rencana untuk mengubah produk menjadi lidah kucing, masalah ini berhasil diatasi dengan membelikan oven di rumah salah satu anggota dari mitra kami sehingga mereka bisa melakukan proses produksi di rumah tersebut.



### Gambar 1.6 Macaroon yang gagal dibuat mitra

Proses awal produksi lidah kucing mereka juga masih mengalami kesulitan seperti kegagalan dalam memasak karena kurangnya pengalaman dan pengetahuan terlihat dari adanya bentuk yang berbeda - beda dan tidak konsisten seperti terlihat di Gambar 1.7, namun tim comdev berhasil membantu mereka dengan mencarikan resep dan ukuran yang sesuai serta membantu mencoba membuat resep tersebut sehingga bisa membantu mitra menemukan kesalahan yang mereka lakukan. Pada akhirnya mitra berhasil membuat lidah kucing dengan tiga rasa sebagai produk awal mereka yaitu lidah kucing rasa coklat, matcha, dan original, selain itu mereka juga sudah berhasil menjual dan melakukan proses produksi pada PO pertama mereka dan berhasil menjual sebanyak 29 produk seperti yang terlihat di Gambar 1.8.



Gambar 1.7 Penampakan lidah kucing awal



Gambar 1.8 Produk Lidah Kucing Akhir

Pada akhir bulan Mei juga akhirnya mereka diberi izin untuk melakukan produksi di sekolah sehingga mereka bisa lebih leluasa untuk melakukan produksi lidah kucing. Terlihat di Gambar 1.9 mereka sedang aktif melakukan proses pembuatan lidah kucing.



Gambar 1.9 Mitra sedang melakukan proses produksi

Selain membantu dari segi produksi, terakhir agar mitra dapat mengetahui keuntungan dari bisnisnya, tim comdev juga turut serta membantu mitra dalam melakukan accounting sederhana dalam bisnisnya. Hal ini dilakukan juga agar mitra tidak salah dalam menetapkan harga yang akhirnya dapat mengakibatkan kerugian pada bisnisnya.

Dalam sesi ini kami mengajarkan mitra mengenai cara menghitung *cost of goods sold* yang mereka produksi sehingga mereka mengetahui berapa keuntungan yang akan mereka dapatkan dengan penetapan harga yang sudah mereka tentukan, selain itu kami juga mengajarkan cara menghitung *net income* dan *cash flow* dari bisnis mereka sehingga mereka tahu kemana uang mereka masuk dan keluar dan berapa keuntungan dari bisnis mereka. Terakhir kami



mengajarkan perhitungan balik modal mereka agar mereka mengetahui kapan mereka akan mencapai titik BEP dan *balance sheet* agar mereka dapat memantau keadaan bisnis mereka. Dari pembelajaran tersebut mitra mampu mencari COGS, BEP, dan melaksanakan pencatatan dalam bisnis mereka.

Setelah mendapatkan sesi pertemuan dan pengajaran mengenai cara menjalankan bisnis mereka dari tim comdev, akhirnya mereka berhasil menjalankan bisnis mereka dengan baik dan menghasilkan profit. Kelompok merasa bahwa jika mereka terus melanjutkan bisnis ini, besar kemungkinan bahwa bisnis ini bisa menjadi bisnis yang *sustainable* karena memiliki keunikan yaitu lidah kucing dengan corak binatang yang belum pernah ada sebelumnya dan berpotensi menjadi camilan khas Bogor.

## Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat atau PKM adalah sebuah kegiatan yang merupakan sebuah implementasi tentang bagaimana mahasiswa yang sudah dibekali oleh ilmu dapat memberikan manfaat kepada sekitarnya. Lewat program ini juga menumbuhkan adanya nilai sosial dan rasa akan peduli terhadap sesamanya. Walau biasanya dilakukan secara langsung di lokasi dimana PKM diselenggarakan, namun dikarenakan adanya kondisi pandemi Covid-19 ini menjadikan kegiatan tersebut diadakan secara online di tempat tinggal masing-masing.

Ada beberapa aspek yang dibagikan dari mahasiswa PKM kepada para mitranya yakni Aspek Operasional yang meliputi cara beradaptasi seperti contohnya mengatasi permasalahan sekolah ditutup dan harus produksi di rumah, Aspek Strategis yang mencakup ilmu juga pengalaman mitra dalam menjalankan bisnis dan Aspek Eksternal yang melibatkan adanya komitmen menjalankan bisnis serta motivasi yang dibutuhkan untuk menjalankan suatu bisnis. Materi-materi yang akan diajarkan kepada mitra comdev sangat dalam dan detail yang mana mencakup analisa SWOT, Marketing dan Branding, Proses Produksi dan juga Accounting.

Setelah mendapatkan materi dari tim, akhirnya mitra kami mulai mengeksekusi ide mereka. Pada awalnya mereka ingin membuat bisnis macaroon, namun karena tingkat kesulitan yang sangat tinggi akhirnya mereka mengganti rencana mereka dan membuat bisnis lidah kucing dengan keunikan memiliki corak binatang yang dinamai Nekokies. Walaupun pada awalnya mereka mengalami banyak permasalahan, namun akhirnya mereka berhasil menjual 29 box pada PO pertama mereka.

Walaupun banyak yang menganggap bahwa kegiatan PKM ini akan lebih optimal apabila dilakukan secara langsung, namun kegiatan online kami sanggup untuk membuktikan bahwa jarak bukan lah permasalahan apalagi di era digital seperti saat ini. Memang masih banyak aspek yang bisa dikembangkan untuk kegiatan PKM mendatang seperti halnya permasalahan akan komunikasi dengan mitra yang masih belum optimal. Namun kami selaku penulis berharap apabila kegiatan PKM secara online ini diadakan lagi tahun depan, maka akan ada peningkatan sistem PKM ini sehingga mahasiswa universitas akan lebih optimal dalam memberikan pengabdian.

## Ucapan Terimakasih

Di akhir kata ini kami selaku tim Comdev ingin mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang sudah terlibat dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan selama masa comdev kami berlangsung. Yang pertama terima kasih kepada pihak Universitas Prasetya Mulya yang sudah mengadakan kegiatan Comdev secara online selama 6 bulan ini. Tidak lupa juga kami ucapkan terimakasih kepada pihak SMK Wikrama.

Kami juga ingin mengucapkan terimakasih kepada Bapak Yudho Hartono, S.SOS., M.M selaku dosen pembimbing kami yang sudah membimbing dan membantu menyelesaikan semua permasalahan dengan solusi yang cerdas dan cermat. Selain itu kami juga berterima kasih kepada kakak pembina kami yang sabar, Gede Herry Arum Wijaya yang selalu mendampingi kami selama bertemu mitra dan memberi semangat dalam mengerjakan kegiatan comdev ini.

Terimakasih juga kami sampaikan kepada mitra-mitra comdev, baik dari siswa maupun

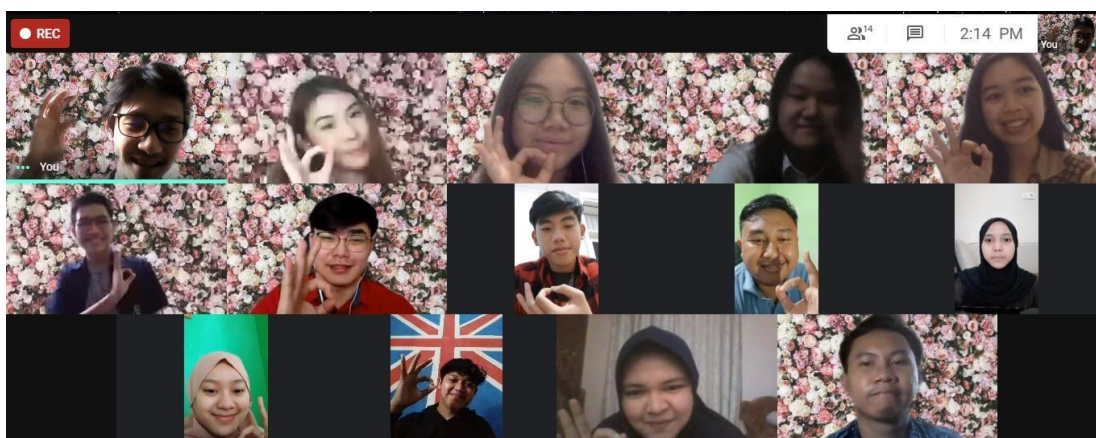
guru pembimbing mereka. Terima Kasih kepada Pak andre dan Bu Fatimah yang sudah mengenalkan kami kepada mitra-mitra kami serta menjadi jembatan antara kami dengan mereka dan pihak sekolah. Kepada mitra-mitra kami yang masih menduduki bangku SMA, Bima, Cheryl dan Syifa yang sudah memberikan kepercayaan kepada kami untuk membimbing mereka dan sudah bekerjasama dengan baik bersama kami.

Atas seluruh kontribusi pihak-pihak di atas dan seluruh warga sekolah SMK Wikrama Bogor yang sudah mendukung proses berlangsungnya seluruh rangkaian kegiatan Community Development 2021 online ini, kami pun berhasil menyelesaikan dan mencapai seluruh target yang ingin dicapai melalui kegiatan ini.

## Daftar Pustaka

- Direktorat Bantuan Sosial. (2007). *Pedoman Pendamping Pada Rumah Perlindungan dan Trauma Center*. Jakarta: Departemen Sosial.
- Grewal, Dhruv & Levy, Michael (2020) *Marketing* (Seventh edition). New York: McGraw-Hill Education.
- Hayes, Adam. (2021, May 7). Operation Management. Retrieved May 26, 2021 from <https://www.investopedia.com/terms/o/operations-management.asp>
- Kenton, Will. (2021, January 4). Logo. Retrieved May 26, 2021 from <https://www.investopedia.com/terms/l/logo.asp>
- Min Jung Kim & Joon Ho Lim (2019): A comprehensive review on logo literature: research topics, findings, and future directions, *Journal of Marketing Management*, 35 (5), 1-2
- Mindtools Team. SWOT Analysis: How to Develop a Strategy for Success. Retrieved May 26, 2021 from [https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC\\_05.htm](https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_05.htm)
- Pengabdian Sudin. 2016. Pengabdian Masyarakat Bagi Perguruan Tinggi. <http://digilib.uin-suka.ac.id/8310/1/SUDIN%20PENGABDIAN%20KEPADA%20MASYARAKAT%20BAGI%20PERGURUAN%20TINGGIAGAMA%20ISLAM.pdf> Diakses pada 27 Mei 2021.
- Singh, S. (2006). Impact of color on marketing. *Management Decision*, 44(6), 783–789
- Weygandt, Jerry., Kimmel, Paul., & Kieso, Don (2015) *Financial Accounting* (Third edition, IFRS edition). Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.

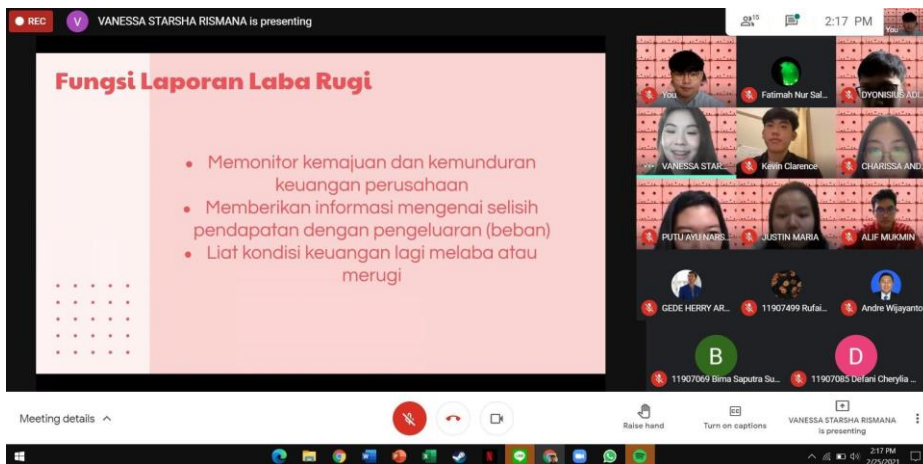
## Lampiran



Gambar 1. Pertemuan Pertama dengan Mitra



**Gambar 2. Pemberian Materi SWOT Kepada Mitra**



**Gambar 3. Pemberian Materi Finansial Kepada Mitra**