

Penerapan Ilmu Manajemen Bisnis Guna Pendampingan Mitra Usaha Kecil Menengah “Mojang Cake & Pastry” di Ciampea

Angelia Anastasia¹, Ceryle Chrysilla Agus², Christopher Adrianus Chandra³, Cindy Angelia⁴, Glenaldi Karim⁵, Kevin Alfonso Djung⁶, Michael Sugiarto⁷, Muhammad Abel^{8*}, Yudho Hartono⁹

^{2,3,6}Program Studi Bisnis, Universitas Prasetya Mulya; ¹Program Studi *Branding*, Universitas Prasetya Mulya; ⁴Program Studi *Business Mathematics*, Universitas Prasetya Mulya; ⁵Program Studi *Renewable Energy Engineering*, Universitas Prasetya Mulya; ⁷Program Studi *Finance and Banking*, Universitas Prasetya Mulya; ⁸Program Studi *Hospitality Business*, Universitas Prasetya Mulya; ⁹*Head of Tourism*, Universitas Prasetya Mulya

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

Corresponding Author : muh.abel@gmail.com*

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises have a role as a provider of employment for the society to carry out productive economic activities and the establishment of Gross Domestic Product. Bogor is one of the cities that has many MSMEs and the Regent of Bogor himself supports and facilitates MSMEs to be more advanced. SMK Pelita Ciampea is aware of this and encourages its students to participate in becoming MSME actors. One of them was students majoring in Culinary Arts who were then guided to make a brownie cake business called “Mojang Cake & Pastry”. In developing their business, our partner still lacks knowledge in aspects of branding, digital marketing, pricing, and recording cash flow. Also, our partner experiences difficulties in the operational aspect, such as managing business permits. With the assistance from the group at the Community Development program held by Prasetya Mulya University in Ciampea, several renewals and improvements have been made. First, re-branding and education as well as guidance in digital marketing activities for their business have been carried out. Second, improvements in cash flow, financial education, and pricing and product benefits have been implemented. Third, education and realization of business permits have been executed, as well as improvements for brownies recipes. Through group assistance, partners have succeeded in increasing sales profits, expanding product marketing distribution networks, and becoming more determined and consistent in running their business.

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki peran sebagai penyedia lapangan kerja bagi masyarakat untuk menjalankan kegiatan ekonomi produktif dan pembentukan Produk Domestik Bruto. Bogor adalah salah satu kota yang memiliki banyak UMKM dan Bupati Bogor kerap mendukung serta memfasilitasi UMKM agar semakin maju. SMK Pelita Ciampea sadar akan hal tersebut dan mendorong siswa-siswinya untuk ikut serta menjadi pelaku UMKM. Salah satunya adalah para siswa jurusan Tata Boga yang kemudian dibimbing untuk membuat bisnis *brownies* “Mojang Cake & Pastry”. Dalam mengembangkan bisnisnya, mitra masih kekurangan pengetahuan dalam aspek merek, pemasaran digital, penetapan harga, serta pencatatan arus kas. Selain itu, mitra juga mengalami kendala dalam aspek operasional yaitu mengurus perizinan usaha. Dengan diadakannya pendampingan oleh kelompok pada program *Community Development* Universitas Prasetya Mulya di Ciampea, telah dilakukan beberapa pembaharuan dan perbaikan untuk bisnis mitra. Yang pertama, telah dilakukan *re-branding* dan edukasi serta bimbingan dalam kegiatan pemasaran digital untuk bisnis mitra. Kedua, dilakukan perbaikan arus kas, edukasi tentang keuangan, serta penetapan harga dan keuntungan produk. Yang ketiga, dilakukan edukasi dan realisasi perizinan usaha, serta perbaikan resep *brownies*. Melalui pendampingan kelompok, mitra berhasil meningkatkan keuntungan penjualan, memperluas jaringan distribusi pemasaran produk, serta menjadi lebih bertekad dan konsisten dalam menjalankan bisnisnya.

Keywords

Assistance, Brownies, Improvement, Micro, Small and Medium Enterprises (MSME)

Kata Kunci

Brownies, Pendampingan, Peningkatan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Pendahuluan

Pada saat ini, kelompok melihat bahwa penerapan ilmu manajemen bisnis pada perusahaan Mojang Cake & Pastry belum diaplikasikan secara maksimal. Akan tetapi dengan kemajuan teknologi, ilmu manajemen sudah dapat dengan mudahnya diakses dari internet. Selain itu dengan kehadiran kelompok, diharapkan agar dapat membantu Mojang Cake & Pastry dalam menerapkan ilmu manajemen bisnis sehingga Mojang Cake & Pastry dapat berjalan sesuai dengan kaidah bisnis.

Manajemen bisnis adalah kegiatan yang melibatkan perencanaan, bekerja, dan mengawasi bisnis atau perusahaan. Mencapai tujuan bisnis merupakan tujuan dari kegiatan yang dilakukan tersebut. Selain itu, manajemen juga dapat diartikan sebagai serangkaian upaya yang direncanakan untuk mencapai tujuan penjualan. Dengan kata lain, kita tidak dapat menghasilkan pendapatan penjualan tanpa proses manajemen. Manajemen mengalokasikan setiap kebutuhan untuk semuanya. Mulai dari perencanaan hingga pengelolaan, termasuk tindakan dan evaluasi. Selain itu, ilmu manajemen bisnis yang krusial untuk dipelajari dan diimplementasikan adalah ilmu mengenai *digital marketing (branding)*, *cash flow* (keuangan) dan produksi (operasional). *Digital marketing* merupakan aspek yang memiliki peran penting dalam bisnis. Menurut Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan (2004), *digital marketing* berperan dalam kegiatan pemasaran yang melibatkan penggunaan berbagai media berbasis *web* seperti *E-mail*, *Adwords*, serta *Blog*.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau yang biasa dikenal dengan sebutan UMKM, dapat digambarkan sebagai bisnis yang dikelola dan dijalankan oleh badan usaha dengan skala yang kecil, individu maupun rumah tangga. UMKM sangat bermanfaat bagi masyarakat karena dapat menghidupkan kembali perekonomian suatu negara dalam resesi untuk menciptakan lapangan kerja. Data dari Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (2012) menunjukkan bahwa produk domestik bruto (PDB) mencapai Rp8,241.8 triliun dimana UMKM menyumbang Rp4,869.5 miliar atau sebesar 59.08%-nya sendiri. Hingga saat ini, terdapat beragam sektor UMKM yang tumbuh yakni dari perusahaan di sektor kuliner, otomotif, pendidikan, kerajinan tangan, hingga *fashion*.

Dalam sektor kuliner, salah satu yang sedang marak saat ini adalah *brownies*. Kue tersebut biasanya berbentuk persegi ataupun persegi panjang dengan rasa coklat yang manis. *Brownies* sangat digemari oleh berbagai kalangan mulai dari anak-anak hingga dewasa, sehingga tidak menutup kemungkinan juga bagi orang tua. Selain untuk cemilan di kala santai, tidak sedikit pula *brownies* dijadikan sebagai oleh-oleh ketika bepergian ke suatu tempat yang jauh maupun hadiah untuk orang yang spesial. *Brownies* pada awalnya berasal dari Amerika Serikat. Ada beberapa versi cerita tentang awal mulanya tercipta *brownies*. Ternyata, salah satu awal mula tercipta *brownies* ini adalah karena unsur ketidaksengajaan dikarenakan seorang pemuda yang memiliki sebuah toko roti, salah resep. Pada saat itu, pemuda tersebut ingin melakukan percobaan dengan modal yang ia miliki sangat terbatas. Oleh karena itu ia harus membuat kue yang berbeda dari apa yang ada di buku resep. Namun, beruntungnya kue yang salah itu malah disukai dan dinikmati oleh masyarakat luas. Dari situlah banyak pelanggan yang berdatangan karena ingin membeli kue tersebut.

Dalam penelitian ini, kelompok mengambil contoh kasus "Mojang Cake & Pastry" sebagai salah satu UMKM yang bergerak di bidang *brownies*. Penjualan Produk Mojang Cake & Pastry yang dilakukan masih mengandalkan *word of mouth marketing*, dimana bergantung pada testimoni pelanggan untuk merekomendasikannya pada kerabat mereka. Selain itu mitra juga memanfaatkan media sosial WhatsApp pada saat membuka pesanan. Biasanya Mojang melakukan pemasaran kepada orang-orang terdekat seperti keluarga, teman ataupun guru dari anggota tim. Maka dari itu, kelompok tertarik untuk menganalisa dan mencari tahu lebih dalam lagi mengenai teknik yang sesuai, efektif, dan efisien agar dapat mengaplikasikannya secara langsung pada bisnis mitra. Penulisan jurnal ini juga bertujuan untuk memberikan informasi mengenai penerapan ilmu manajemen bisnis UMKM *brownies* yang sekiranya dapat berguna bagi khalayak banyak.

Perumusan Masalah

Melalui observasi yang telah dilakukan oleh kelompok terhadap UMKM mitra yang berada di wilayah Ciampea, berikut merupakan hasil identifikasi permasalahan yang sedang terjadi:

- 1. Kurangnya pengetahuan pelaku UMKM *Brownies* akan ilmu manajemen bisnis**
Pengetahuan manajemen bisnis sangat penting dalam menjalankan sebuah bisnis. Seperti dalam bidang pemasaran, operasional, keuangan, dan sumber daya manusia adalah inti dari sebuah perusahaan. Akan tetapi dengan minimnya edukasi terhadap empat unsur pokok tersebut, membuat mitra menjalankan bisnis dengan menggunakan pengetahuan seadanya. Dengan adanya *Community Development* dari kelompok, diharapkan agar dapat menyusun kembali kerangka usaha mitra, sehingga usaha dapat dijalankan dengan baik dan lebih mudah.
- 2. Masih kurangnya pengetahuan pelaku UMKM *Brownies* mengenai *standard operation procedure***
Standard operation procedure (SOP) memiliki peran penting dalam pengembangan usaha, terutama dalam bidang produksi. Dengan adanya SOP, dengan sendirinya akan membantu pengusaha memproduksi produk dengan baik dan benar. Untuk Mojang Cake & Pastry sendiri, biasanya dilakukan di sekolah SMK Pelita Ciampea dengan memanfaatkan fasilitas laboratorium sekolah. Sebenarnya, Mojang Cake & Pastry sudah memiliki SOP akan tetapi belum dijalankan dengan benar. Dengan adanya pembimbingan akan pentingnya pelaksanaan SOP ini, diharapkan dapat membantu meningkatkan produktivitas produk Mojang Cake & Pastry dengan efektif dan efisien.
- 3. Pengusaha *Brownies* UMKM masih kurang teredukasi mengenai perizinan usaha**
Agar suatu perusahaan dapat diakui secara hukum, seharusnya Mojang Cake & Pastry mendaftarkan produknya kepada pemerintah. Biasanya, untuk mendapatkan izin usaha, dibutuhkan beberapa syarat seperti Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) dan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT). Hal-hal seperti ini menjadi asing bagi mitra dikarenakan kurangnya edukasi terhadap izin usaha. Hal ini juga yang dapat menyebabkan mitra tidak bisa memasarkan produk dengan skala yang luas.

Telaah Literatur

Teori Proses Produksi

1. Menurut Collin's Dictionary of Business (2002, 2005), proses produksi suatu sistem produksi di mana suatu produk melewati beberapa proses atau tahapan produksi yang dioperasikan secara terus menerus.
2. Proses produksi melibatkan konversi *input* (sumber daya alam, bahan baku, sumber daya manusia, modal) menjadi *output* (produk atau jasa) (Gitman, et al.).
3. Proses produksi adalah metode menggunakan input atau sumber ekonomi, seperti tenaga kerja, peralatan modal atau tanah, untuk menyediakan barang dan jasa kepada konsumen (Indeed Career Guide, n.d.).

Berdasarkan informasi yang telah dikumpul, dapat disimpulkan bahwa proses produksi menggunakan tenaga kerja, bahan baku, peralatan, dan modal untuk menghasilkan sebuah produk.

Teori Standard Operating Procedure

MaintainX (2021) menjelaskan bahwa SOP merupakan sebuah pedoman ataupun instruksi tertulis untuk tugas rutin yang biasa dilakukan setiap hari. Hal tersebut dirancang sehingga kinerja dapat meningkat, adanya efisiensi, dan homogenisasi sistemik agar kualitas tetap terjaga. Menurut Stephanie Hashagen (2018), SOP membantu perusahaan tetap teratur, beroperasi dengan lancar, dan memastikan bahwa karyawan memahami cara menyelesaikan tugas yang diberikan. SOP akan bersikap bermanfaat terhadap sebuah perusahaan melalui mengurangi durasi pelatihan karyawan, pertahankan konsistensi di seluruh *brand* perusahaan,

kurangi kesalahan dan tingkatkan produktivitas, dan membuat rantai komando.

Teori Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong, pemasaran adalah sebuah proses sosial untuk memenuhi suatu kebutuhan dari seorang individu ataupun sekelompok orang, dengan cara menawarkan, menciptakan, dan menukar sesuatu dengan hal yang bernilai dengan orang lain.

Digital Marketing

Menurut Coviello, Milley, dan Marcolin (2001:26), *digital marketing* adalah proses menggunakan internet dan teknologi untuk membuat sebuah hubungan yang interaktif antara perusahaan dan konsumen.

Manfaat *Digital Marketing*:

1. Meningkatkan penyebaran *awareness* dari *brand* usaha.
2. Meningkatkan hubungan dan interaksi dengan konsumen.
3. Menambah penjualan dari produk usaha.

Tagline

Menurut Nurhadi et al. (1996:56), *tagline* merupakan sebuah kalimat akhir atau penutupan di sebuah iklan. *Tagline* bertujuan untuk meningkatkan komunikasi dari sebuah iklan.

Manfaat *tagline*:

1. Meningkatkan persona dari *brand* usaha.
2. Mempermudah konsumen untuk mengingat *brand* usaha.

Packaging

Menurut Kotler dan Amstrong (2012), *packaging* adalah sebuah proses kemasan yang memerlukan proses mendesain dan juga proses produksi dengan fungsi utama untuk menjaga produk serta mempertahankan kualitasnya.

Manfaat *Packaging*:

1. Menjaga dan mempertahankan kualitas produk dalam pengiriman.
2. Desain *packaging* yang menarik membuat konsumen merasa lebih puas.

Penentuan Harga Penjualan Produk

Harga jual dari suatu produk harus mempertimbangkan segala biaya yang timbul baik dari biaya variabel maupun biaya tetap agar suatu perusahaan dapat terus berjalan dalam jangka panjang. Tentunya selain itu masih harus terdapat sisa keuntungan bagi penjual (Shaw dan Wild, 2018). Oleh karena itu harga penjualan produk per unit bisa didapatkan dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Target Harga Jual per Unit} &= \text{Absorption Costing} + \text{Target Markup} \\ &= (\text{Biaya Variabel} + \text{Biaya Tetap}) \text{ per unit} + \text{Target Markup} \end{aligned}$$

Managerial Accounting

Akuntansi merupakan suatu sistem yang digunakan untuk mengidentifikasi, mencatat, menyimpan, serta mengomunikasikan seluruh aktivitas bisnis perusahaan. *Managerial accounting* penting dalam suatu perusahaan untuk kebutuhan pengguna internalnya, dimana dapat digunakan sebagai sistem internal kontrol perusahaan. Melalui hal ini, manajer dapat memonitor performa karyawan dan perusahaannya melalui laporan keuangan yang terdiri atas:

1. Laporan Laba Rugi

Laporan ini berisikan informasi mengenai pendapatan dan pengeluaran perusahaan dalam suatu periode tertentu. Dengan begitu, bisa didapatkan pula nilai keuntungan atau kerugian yang dihasilkan oleh perusahaan. Salah satu rasio yang dapat dihitung dalam laporan laba rugi sebagai tolak ukur performa perusahaan adalah *profit margin*. Rasio tersebut didapatkan dengan membagi laba bersih terhadap pendapatan, dimana semakin besar nilai rasio menunjukkan bahwa perusahaan semakin efisien dalam beroperasi.

2. Neraca Saldo

Pengguna dapat mengetahui perubahan nilai aset, liabilitas, dan ekuitas perusahaan.

3. Laporan Arus Kas

Hal ini menjelaskan adanya arus kas perusahaan yang masuk maupun keluar dalam suatu periode.

Melalui *horizontal analysis*, perusahaan dapat membandingkan dan melihat performa laporan keuangannya dari waktu ke waktu (Shaw dan Wild, 2018). Hal ini dapat dilakukan dengan menghitung perubahan persentase kenaikan atau penurunan yang terjadi dalam suatu akun tertentu dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Perubahan Persentase (\%)} = \frac{(\text{Nilai Periode Analisis} - \text{Nilai Periode Dasar})}{\text{Nilai Periode Dasar}}$$

Peran Pelatihan terhadap Pengembangan Usaha

Pelatihan adalah suatu kegiatan yang dilaksanakan untuk menambah pengetahuan, keahlian, keterampilan, serta mengubah sikap dan perilaku peserta. Diketahui bahwa pelatihan secara langsung memiliki pengaruh terhadap pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM). Dengan adanya pelatihan, UKM dapat mengembangkan usahanya menjadi lebih maju dan lebih luas (Irawati, 2018).

Pelatihan pemanfaatan *digital marketing* yang baik dapat membuat para pelaku UKM menjadi termotivasi dalam menggunakannya sebagai sarana komunikasi dan promosi dari produk usaha. Pelaku UKM tidak hanya menjadi dapat memanfaatkan teknologi informasi yang ada, melainkan tentunya juga memahami pentingnya penggunaan hal tersebut dalam suatu usaha (Purwana et al., 2017).

Sementara program pelatihan dalam pengelolaan keuangan UKM dapat dikatakan berhasil bila kemampuan peserta meningkat. Melalui keberhasilan program tersebut, mitra menjadi mampu memisahkan antara keuangan usaha dengan pribadinya dan mengatur permodalan lebih baik lagi. Hal ini menjadikan mereka memiliki nilai lebih dalam bersaing dengan kompetitornya (Saptono et al., 2016).

Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK)

Berdasarkan UKM Indonesia, IUMK merupakan selebar naskah yang menunjukkan bukti keabsahan seseorang atau pelaku suatu usaha dalam bentuk izin usaha mikro dan kecil. Usaha produktif perorangan atau badan usaha perorangan yang tergolong sebagai usaha mikro dan kecil tentunya harus memenuhi standar yang telah diatur pada UU No.20/2008. Dengan adanya izin ini, diharapkan agar terdapat kepastian hukum serta pemberdayaan para pelaku usaha untuk memajukan bisnisnya.

Perusahaan bisa mengajukan permohonan dalam pembuatan IUMK dengan memenuhi syarat tertentu termasuk (Permendagri, 2014) mengisi kebutuhan formulir seperti:

- Nama
- Nomor KTP
- Nomor telepon
- Alamat
- Kegiatan usaha
- Sarana usaha yang digunakan
- Jumlah modal usaha

Berikutnya, perwakilan akan diminta untuk menyerahkan surat pengantar dari RT atau RW yang terkait bersama lokasi usaha. Perwakilan juga harus menyediakan surat pribadi seperti KTP dan Kartu Keluarga. Terakhir, perwakilan akan diminta untuk memberikan 2 lembar foto terbaru berwarna dalam ukuran 4cm x 6cm.

Situs pemerintah Kabupaten Bantul menyatakan bahwa IUMK akan bermanfaat terhadap perusahaan mikro melalui beberapa cara. Dikarenakan IUMK merupakan bukti

keabsahan suatu usaha mikro dan kecil, maka pengusaha akan lebih dipercayai dan mudah dalam menjalin relasi bisnis. Tentunya IUMK juga dapat dipertanggungjawabkan secara hukum karena diakui secara sah oleh banyak pihak. Selain itu, IUMK juga dapat menjadi nilai tambah menjadi dokumen izin resmi dalam mencari tambahan dana usaha dari bank. Dengan memiliki IUMK, maka lokasi usaha akan mendapatkan pertanggungungan hukum, keamanan, serta proteksi. Terakhir, para pelaku usaha bisa mendapatkan pemberdayaan serta dukungan dari pemerintah dan pihak terkait lainnya dalam mengikuti program UKM.

Nomor Induk Berusaha

Berdasarkan informasi yang telah disediakan oleh UKM Indonesia, Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan sebuah tanda identitas pengusaha ketika melaksanakan kegiatan usaha sesuai dengan industri usaha mereka. NIB sendiri merupakan sesuatu yang wajib dimiliki pengusaha yang sedang ingin melakukan pengurusan izin usaha pada situs OSS. Selain itu, NIB juga digunakan sebagai; Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Impor (API), dan Akses Kepabeanaan. Syarat untuk mengajukan permohonan pembuatan NIB akan membutuhkan perusahaan untuk menyediakan:

1. Memiliki NIK dan memasukan data tersebut kedalam proses dari pembuatan *user-ID*. Khusus untuk pengusaha yang memiliki bentuk badan usaha wajib menggunakan NIK penanggung jawab badan usaha sebagai Nomor Induk Kependudukan (NIK) yang wajib dimiliki.
2. Sebelum mengakses OSS, Pengusaha yang badan usahanya berbentuk PT, badan usaha yang didirikan oleh koperasi, firma, yayasan, CV, dan persekutuan perdata harus mengakses situs AHU *online* untuk menyelesaikan proses untuk mengesahkan badan usaha pada kementerian Hukum dan HAM
3. Pengusaha berbadan usaha yang berbentuk perumda, perum, badan hukum lainnya yang dimiliki oleh negara, lembaga penyiaran atau badan layanan umum harus menyiapkan dasar hukum dari pembentukan badan usaha.

NIB memiliki manfaat bagi perusahaan mikro karena pengusaha tidak perlu lagi mengurus perizinan usaha lainnya. Hal tersebut karena NIB bisa digunakan sebagai pengganti surat izin yang terdahulu seperti surat izin usaha perdagangan (SIUP) dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP). Selebihnya, NIB juga akan meningkatkan kecepatan pengembangan usaha dan bebas gangguan. NIB juga dapat memudahkan pengusaha ketika meminjam untuk pembiayaan perusahaan karena, ketika perusahaan mengajukan sebuah pinjaman atau mencari investor dalam membantu pembiayaan dari perusahaan, NIB akan memberikan keyakinan kepada investor untuk melakukan investasi terhadap perusahaan tersebut (Popjasa, 2020).

Metode

Sebagai solusi untuk mengatasi permasalahannya yang dihadapi bisnis mitra, maka kelompok akan memberikan pendampingan yang difokuskan pada bidang operasional, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. Tentunya juga yang sesuai dengan kebutuhan usaha mitra berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan melalui wawancara dan interaksi di antara kedua pihak. Pendampingan akan melibatkan kelompok untuk bekerja sama dengan usaha mitra dalam proses pembimbingan dan pelaksanaan agar kelompok bisa memenuhi harapan dan tujuan usaha mitra dalam program *Community Development*. Berikut merupakan hasil identifikasi SWOT *brownies* milik Mojang Cake & Pastry:

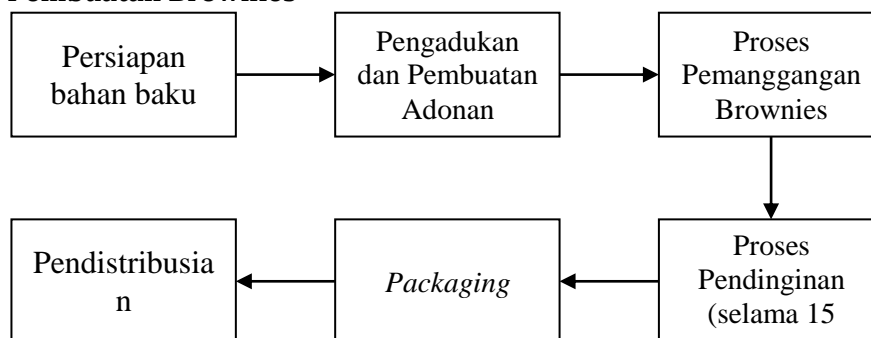
Tabel 1. Identifikasi SWOT Produsen “Brownies” merek Mojang Cake & Pastry

| <i>Strengths</i> | <i>Weakness</i> |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Peralatan lengkap berstandar hotel sehingga kualitas terjaga | <ul style="list-style-type: none"> ● Variasi produk masih minim ● Kurangnya keunggulan/ciri khas dari produk |

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Memiliki kemampuan dan pengetahuan yang luas mengenai resep <i>brownies</i> ● SDM yang ada mendukung hasil kualitas produk (ada <i>chef</i> dan dua orang siswi yang sudah melakukan pelatihan <i>pastry & bakery</i>) ● Bahan baku mudah didapatkan (<i>grade 2</i>) ● Produk dapat bertahan hingga 3 hari di suhu ruangan dan 7 hari di dalam kulkas | <p>yang dibuat</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Belum memiliki lisensi ● Belum paham betul bagaimana melakukan pemasaran secara efektif (terutama sosial media) ● Belum menjadi <i>top of mind</i> untuk <i>brownies</i> daerah Bogor ● Terkadang beban kerja melebihi dari SDM yang ada (SDM terbatas) ● Belum memiliki <i>signage</i> ● Harga jual produk masih belum menggunakan <i>absorption costing</i> ● Belum terdapat laporan keuangan |
| Opportunities | Threats |
| <ul style="list-style-type: none"> ● Dapat bersaing mengingat kualitas produk mitra yang baik ● Memiliki koneksi luas mengingat berlokasi di sekolah yang terdapat banyak guru dan murid berkecimpung di bidang yang sama | <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Brand brownies</i> dengan harga serupa ● Kompetitor baru yang bermunculan ● Pandemi COVID-19 |

Hasil

Flowchart Pembuatan Brownies



Gambar 1. Flowchart Pembuatan Brownies

SOP Produksi

Mitra sudah memiliki SOP produksi sejak berdirinya Mojang Cake & Pastry. SOP tersebut juga telah didiskusikan dengan *chef* yang membimbing tim Mojang Cake & Pastry. Saat pertemuan intensif pertama, mitra sudah menyajikan SOP yang sudah dapat menjadi panduan mitra selama proses produksi *brownies*. SOP tercipta agar proses produksi dapat konsisten dalam menghasilkan kualitas yang sudah ditentukan. SOP juga ada agar terhindar ataupun mengurangi kesalahan selama proses produksi dan tidak menghasilkan produk *defect*. SOP tersebut dilampirkan kelompok pada akhir jurnal.

Menurut Winata (2016:78), kumpulan prosedur operasional standar yang berperan menjadi pedoman di dalam suatu perusahaan dikenal dengan SOP. Adanya hal ini digunakan untuk meyakinkan bahwa setiap langkah kerja yang dilaksanakan oleh anggota sudah efektif, konsisten, serta mengikuti standar dan sistematis. Menurut Hadiwiyono dan Panjaitan (2013:227), SOP memiliki manfaat sebagai dokumen referensi mengenai bagaimana cara atau proses menyelesaikan suatu pekerjaan. Dengan menerapkan SOP dalam melakukan suatu pekerjaan, dapat menghindari atau mengurangi terjadinya kesalahan dalam melakukan pekerjaan serta dapat menghasilkan kualitas yang konsisten sesuai yang telah direncanakan. Mojang Cake & Bakery sudah memiliki SOP saat produksi yang digunakan sebagai panduan selama proses persiapan dan produksi serta penjagaan kualitas produk dan meminimalisir

kesalahan dalam proses pembuatan produk.

Mengadakan Seminar dan Aksi Sosial

Kelompok mengadakan sebuah program sekunder yang dilaksanakan dalam bentuk seminar yang dibawakan oleh Ibu Titin Pranoto, SE, M.Si tentang manajemen akuntansi untuk Mitra dan anggota sekolah yang hadir dalam acara berjudul “Pentingnya Akuntansi Dalam Membangun Bisnis”. Dalam acara tersebut, peserta akan dijelaskan oleh pembicara bagaimana cara menghitung pendapatan, menganalisis arus kas, membuat neraca, dan bagaimana cara menentukan harga jual produk menggunakan markup percentage. Mitra mengaku bahwa dalam jurusan mereka yaitu tata boga, tidak diberikan sebuah pelajaran akuntansi atau apapun yang menyinggung keuangan sehingga mereka tidak mengerti bagaimana cara menulis dan membuat laporan keuangan yang terstruktur. Selain membuat kedua hal tersebut, terdapat sebuah masalah besar dimana mitra tidak dapat menentukan harga jual yang sesuai dengan *markup percentage* sehingga penjualan yang dilakukan selama ini menghasilkan kerugian yang tidak tercatat atau terlihat.

Dengan melaksanakan *webinar* ini, kelompok memberikan kesempatan bagi mitra dan peserta lainnya untuk dapat memperoleh ilmu akuntansi yang tidak diberikan pendidikan akademis mereka. Ilmu tersebut diharapkan dapat membantu mitra serta peserta lainnya untuk mencapai tujuan hidup mereka terutama bagi mitra kelompok yang sedang menjalankan sebuah usaha. Sudah banyak sekali UMKM yang telah memulai usaha mereka tanpa mengetahui dasar dari manajemen keuangan yang baik, hal tersebut menimbulkan penurunan terhadap laba yang diperoleh UMKM yang seharusnya dapat dihindari jika mereka memiliki pengetahuan benar terhadap akuntansi. Oleh karena itu kelompok memberikan sebuah kesempatan bagi calon pengusaha di SMK Pelita Ciampea untuk bisa mengikuti seminar yang akan memberikan penjelasan kenapa akuntansi merupakan sebuah komponen yang penting dan harus dipelajari dalam kehidupan. Selain itu juga dalam seminar tersebut akan dijelaskan bagaimana cara menentukan harga jual yang sesuai dengan *markup percentage* sehingga mitra dan peserta dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan. Narasumber juga akan memberikan sebuah pengajaran terhadap bagaimana membuat laporan keuangan yang terstruktur dan benar, hal ini meliputi laporan arus kas, laporan laba rugi, dan neraca. Ketiga hal tersebut merupakan sebuah pemahaman yang wajib dimiliki oleh UMKM sehingga mereka dapat memperoleh keuntungan dari usaha mereka.

Terlepas dari pembekalan akademis, Kelompok juga menyadari bahwa terdapat banyak masalah yang kerap terjadi di sekitar Desa Bojong Rangkas terutama pada kawasan sekolah mitra. Permasalahan tersebut merupakan sebuah isu sosial yang membuat keresahan, oleh karena itu kelompok membuat sebuah kampanye untuk memberikan pengetahuan dan melawan tindakan yang membuat isu sosial tersebut terjadi. Isu sosial yang paling krusial adalah kurangnya kesadaran peserta didik terhadap protokol kesehatan, tindakan tawuran yang kerap terjadi, penyalahgunaan obat - obatan, kurangnya kesadaran terhadap penggunaan helm, dan kegiatan joki serta plagiarisme yang masih sering terjadi. Kelima hal tersebut merupakan isu sosial yang menimbulkan keresahan pada lingkungan mereka, oleh karena itu diharapkan setelah kampanye ini berakhir maka peserta didik dapat menyadari perbuatan mereka dapat merugikan bukan hanya mereka namun juga orang lain.

Pengembangan UMKM Melalui Pelatihan Kerja Lapangan

Universitas Prasetiya Mulya memiliki program pelatihan kerja lapangan yang bernama *Community Development*, program tersebut merupakan sebuah aktivitas pelatihan terhadap mitra secara intensif yang berlangsung selama satu bulan dan pengembangan secara lanjutan yang berlangsung selama 4 bulan. Pelaksanaan Pelatihan Kerja Lapangan yang telah dilakukan dilaksanakan selama 1 bulan, yaitu dari bulan Januari 2021 hingga Februari 2021.

Kelompok membimbing mitra dengan memperbaiki aspek finansial seperti harga jual dan COGS. Setelah menghitung adanya *absorption cost* dan target *markup* yang diinginkan oleh mitra, maka telah ditetapkan harga jual produk baru yang lebih tinggi dari harga sebelumnya. Hal ini menandakan bahwa penjualan yang telah dilakukan selama ini masih belum mempertimbangkan seluruh *absorption cost* yang ada dan mengikuti *markup* yang diinginkan.

Dengan begitu ada peluang bagi mitra untuk meningkatkan *profit margin*-nya. Kelompok juga membimbing mitra terkait masalah pencatatan seperti arus kas, laporan laba rugi, dan neraca. Sebelumnya mitra hanya mencatat arus kas keluar masuk pada buku kas dan menyimpan bukti transaksinya. Namun setelah diajarkannya pencatatan laporan keuangan, mitra sudah mulai mampu untuk membuatnya secara mandiri dalam Microsoft Excel. Tentunya hal ini menjadi penting karena dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan dan memajukan performanya. Dengan adanya pembuatan laporan keuangan ini, mitra bisa menganalisis perkembangan usaha dari waktu ke waktu serta memahami aspek mana yang masih dapat dan harus ditingkatkan kembali.

Selain dari aspek finansial, kelompok juga membantu pemasaran dengan melakukan *rebranding* terhadap bisnis mitra. Kelompok mengubah logo produk, membuat *tagline*, membuat *segmenting, targeting, differentiation, positioning, brand personality, HEX color palette, font, pattern*, hingga *elements* untuk membangun *brand image* yang baru bagi Mojang Cake & Pastry. *Packaging* yang kuat dan cantik serta *thank you card* yang dipersonifikasikan merupakan aspek yang tidak kalah penting untuk diperhatikan pada era ini. Maka dari itu, kelompok juga membantu mitra untuk menentukan dan melakukan uji coba desain *packaging* baru yang sesuai dengan *brand image* Mojang Cake & Pastry. Kelompok juga membantu mitra dalam pembuatan media sosial seperti Instagram, Facebook, Linktree dan *e-mail* bisnis mitra sehingga mempermudah pemasaran produk mitra. Tidak hanya itu, kelompok juga membantu dan membimbing mitra untuk membuat foto produk dan konten yang menarik dan sesuai dengan produk *brownies* mitra yang didesain dengan cantik sehingga mampu menarik minat konsumen untuk mengikuti media sosial Mojang Cake & Pastry. Terakhir, kelompok juga membantu mitra menyusun strategi untuk pemasaran *online*, seperti mengaktifkan iklan berbayar (*Instagram Ads*), mengadakan *giveaway*, hingga membuat promo *hampers* Lebaran.

Sementara untuk aspek operasional, kelompok memberikan saran mengenai resep *brownies*, nama produk, ukuran baru, serta pembuatan *marketplace* Shopee. Kelompok memberikan saran terkait resep dimana produk mengalami penyesuaian resep sehingga rasa dan juga penggunaan bahan baku dapat lebih sesuai dengan *value* yang ingin disampaikan dan menjadi lebih efisien. Kelompok juga memberikan saran terkait *size* baru yang lebih terjangkau masyarakat dimana terdapat konsumen yang ingin membeli *brownies* untuk konsumsi pribadi. Kelompok juga membantu dalam pembuatan *marketplace* Shopee Mojang Cake & Pastry dimana hal tersebut dapat membantu mitra dalam menjangkau *customer* yang berada di luar daerah dan mempermudah proses pembelian *customer*. Selain membantu dalam membuat akun Shopee, kelompok juga memberikan arahan dalam mengoperasikan *marketplace* Shopee. Kelompok juga memberikan informasi dan membantu terkait langkah - langkah yang harus dilakukan untuk mendapatkan izin usaha mikro kecil (IUMK) dan Nomor Induk Berusaha (NIB) sehingga mitra dapat memperoleh perizinan tersebut.

Program *Community Development* yang telah dijalankan oleh kelompok telah membantu pertumbuhan usaha mitra. Hal tersebut dapat dilihat melalui kondisi awal pihak mitra yang tidak mengetahui cara menentukan harga jual yang sesuai dengan *markup percentage* dan masih menggunakan teknik pemasaran tradisional. Untuk menangani hal tersebut, kelompok memberikan sebuah seminar dan membimbing mitra terkait terkait akuntansi. Selain itu, kelompok juga membimbing mitra dengan memberikan pengetahuan mengenai strategi digital marketing. Dengan program yang telah dijalankan oleh kelompok, usaha yang dijalankan oleh mitra menjadi lebih maju dan pengetahuan yang dimiliki terkait bisnis menjadi lebih luas.

Kesimpulan

Dengan dilaksanakannya *Community Development*, terdapat beberapa perubahan yang dirasakan oleh mitra. Kelompok membantu dalam meningkatkan produktivitas yang lebih efektif dan efisien, menyusun SOP untuk menghasilkan produk yang berkualitas baik, membantu pengurusan Perizinan Industri Rumah Tangga, mengubah logo produk agar terlihat lebih menarik, dan memperluas market mitra ke daerah di luar Bogor seperti Jakarta dan Tangerang bahkan seluruh Indonesia. Selain itu, kelompok juga membantu dan mendampingi

mitra dalam pembuatan laporan keuangan agar dapat memisahkan pengaturan keuangan bisnis dan pribadi, serta mencatat secara rinci agar mendapatkan keuntungan sesuai yang diinginkan.

Dampak yang terlihat yaitu omset penjualan yang meningkat, seperti pada bulan kedua, yang disebabkan oleh bertambahnya tempat pemasaran baru, dimana hal itu membuat profit mitra naik. Selain itu, mitra juga menjadi lebih mandiri karena sudah bisa menulis laporan keuangannya sendiri.

Ucapan Terimakasih

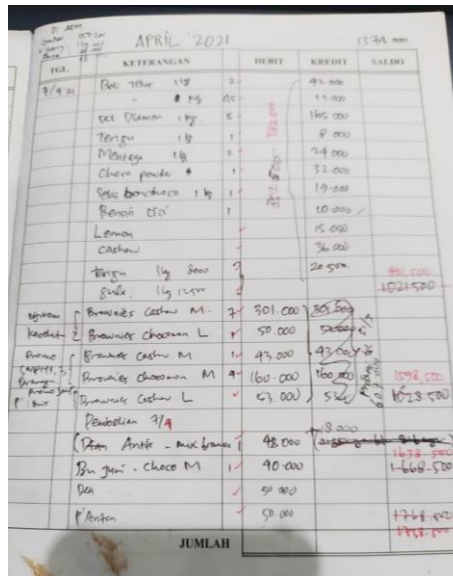
Program *Community Development* ini dapat terlaksana dengan baik berkat bantuan, bimbingan, dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini kelompok ingin mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan karunia-Nya, kelompok dapat menjalankan program *Community Development* dengan lancar walau sedang berada di kondisi pandemi. Kelompok juga mengucapkan terima kasih kepada Universitas Prasetya Mulya atas kesempatan yang telah diberikan kepada kelompok untuk menjalankan program *Community Development* ini. Tidak lupa, kelompok juga berterima kasih kepada seluruh rangkaian panitia *Community Development* yaitu DOC, DPL, DKL, dan seluruh fasilitator yang telah membimbing kelompok dalam melaksanakan program *Community Development*, terutama Pak Yudho Hartono dan Kak Herry Arum yang membimbing kelompok secara langsung. Kelompok mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak SMK Pelita Ciampea, Ibu Riris Chaoerinnisa selaku kepala sekolah, dan terutama kepada Bapak Yandi, Bu Herni, Cici, Olla, Humai, dan Echa sebagai mitra kelompok karena telah dengan lapang dada menerima kelompok untuk membimbing selama program *Community Development* berlangsung. Kelompok juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Titin Pranoto yang telah membantu untuk mensukseskan kegiatan sekunder kelompok. Akhir kata, kelompok mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang secara tidak sengaja tidak tertulis di atas. Kelompok sangat berterima kasih karena telah diberi kesempatan untuk membagikan ilmu dan dampak positif bagi banyak orang serta mendapatkan pembelajaran dan pengalaman yang sangat berguna untuk pengembangan diri para anggota kelompok. Kelompok berharap semoga jurnal ini dapat bermanfaat dan berguna bagi banyak pihak.

Daftar Pustaka

- Editorial Team, Indeed. (2021). Indeed Career Guide. (n.d.). *Production Process: Definition and Types for Businesses To Use*. Retrieved from: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/production-process>
- Fauzi, H. (2020). Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Pelaku UMKM Sebagai Upaya Penguatan UMKM Jabar Juara Naik Kelas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 247-255. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i3.324>
- Hadiwiyono, P. S., T. W. Panjaitan. (2013). Perancangan Standard Operating Procedure (SOP) Departemen Human Resources (HR) di PT. X. *Jurnal Tirta*, 1 (1), 227-232.
- Hashagen, S. (2018). The Writers For Hire. *Six Benefits of Written Standard Operating Procedures (SOPs)*. <https://www.thewritersforhire.com/six-benefits-of-written-standard-operating-procedures-sops/>
- Irawati, R. (2018). Pengaruh pelatihan dan pembinaan terhadap pengembangan usaha kecil. *Jurnal JIBEKA*, 12 (1), 74-82.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1.
- Lowes, B, dkk. (2002, 2005). Process Production. (n.d.). *Collins Dictionary of Business, 3rd ed*. Retrieved from : <https://financial-dictionary.thefreedictionary.com/process+production>
- Manajemen Bisnis. (n.d.). Pemasaran Menurut Para Ahli. Retrieved from: <https://www.hestanto.web.id/pemasaran-menurut-para-ahli/>
- OpenStax. (n.d.). *OpenStax Intro to Business*. The Production Process: How Do We Make It? | OpenStax Intro to Business. Retrieved from: <https://courses.lumenlearning.com/suny-osintrobuchapter/the-production-process-how-do-we-make-it/>
- Pandak, K. (n.d.). *Manfaat IUMK*. News. Retrieved from: <https://kec-pandak.bantulkab.go.id/hal/manfaat-iumk>

- Popjasa. (2020). *Manfaat Penting Nomor Induk Berusaha (NIB)*. Jasa Mura Surabaya. Retrieved from: <https://jasamurasurabaya.com/2020/11/18/manfaat-penting-nomor-induk-berusaha/>.
- Prayitno, Aris. (2021). Pengertian *Digital Marketing* Menurut Para Ahli, Strategi, dan Perkembangannya di Indonesia. Retrieved from: <https://www.justaris.com/pengertian-digital-marketing-menurut-para-ahli-strategi-dan-perkembangannya-di-indonesia/>
- Priharto, S. (2020). Marketing dan Manajemen. *Manajemen Bisnis: Pengertian, Fungsi, Komponen, dan Perencanaannya*. Retrieved from: <https://accurate.id/marketing-manajemen/manajemen-bisnis/>
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1 (1), 1-17.
- Ramadhani, N. (2020). UMKM Pengertian dan Perannya dalam Ekonomi. Retrieved from: <https://www.akseleran.co.id/blog/umkm-adalah/>
- Sanjaya, R. & Tarigan, J. (2009). Creative Digital Marketing. PT Elex Media Komputindo, hlm. 47.
- Saptono, A., Dewi, P., & Suparno. (2016). Pelatihan manajemen usaha dan pengelolaan keuangan UKM bagi tenaga kerja Indonesia (TKI) purna di Sukabumi Jawa Barat. *Jurnal Sarwahita*, 13 (1), 6-14.
- Saretta, I. R. (2021). Memahami Pengertian UMKM, Ciri, dan Perannya Bagi Ekonomi. Retrieved from: <https://www.cermati.com/artikel/memahami-pengertian-umkm-ciri-dan-perannya-bagi-ekonomi>
- Shaw, K. W., & Wild, J. J. (2018). *Financial and Managerial Accounting: Information for Decisions* (Eighth Edition). New York: McGraw-Hill Education. Retrieved from: Prasetya Mulya University Digital Library.
- Standard Operating Procedures. (2021). Getting Back to Work with Standard Operating Procedures - taktik(z) Staging says. *Guide to Standard Operating Procedures (SOPs) [Templates Included]*. MaintainX. Retrieved from: <https://www.getmaintainx.com/what-is-a-standard-operating-procedure-sop-includes-template/>.
- UKM-Indonesia. (n.d.). *Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK)*. UKM Indonesia. Retrieved from: <https://www.ukmindonesia.id/baca-izin/1486>
- UKM-Indonesia. (n.d.). *Nomor Induk Berusaha (NIB)*. UKM Indonesia. Retrieved from: <https://www.ukmindonesia.id/baca-izin/1487>.
- Winata, Sheila Vania. (2016). Perancangan *Standard Operating Procedure (SOP)* pada Chocoblab. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1 (1), 78-79.

Lampiran



| APRIL 2021 | | | | |
|------------|-----------------------|--------|---------|------------------|
| TGL | KETERANGAN | DEBIT | KREDIT | SALDO |
| 3/4/21 | Beli telur 1 kg | 200 | 42.000 | |
| | " # 15 | 200 | 11.000 | |
| | cek Daman 1 kg | 5 | 165.000 | |
| | Terigu 1 kg | 1 | 8.000 | |
| | Mentega 1 kg | 2 | 74.000 | |
| | Choco powder # | 1 | 32.000 | |
| | Susu bubuk 1 kg | 1 | 19.000 | |
| | Berasi 1 kg | 1 | 10.000 | |
| | Lemon | | 15.000 | |
| | Cashew | | 36.000 | |
| | terigu 1 kg 200 | 200 | | 89.000 |
| | gula 1 kg 1000 | 1000 | | 1621500 |
| | Brownies Cashew M | 2 | 901.000 | 801.000 |
| | Brownies Chocoran L | 1 | 50.000 | 50.000 |
| | Brownies Cashew M | 1 | 43.000 | 43.000 |
| | Brownies Chocoran M | 4 | 160.000 | 160.000 |
| | Brownies Cashew L | 1 | 63.000 | 63.000 |
| | Pembelian 3/4 | | 8.200 | 8.200 |
| | Pan Antri - max brown | 48.000 | | 1672.000 |
| | Bu guri - choco M | 1 | 40.000 | 1.668.000 |
| | Da | | 50.000 | 1.668.000 |
| | P Antri | | 50.000 | 1.768.000 |
| | JUMLAH | | | 1.768.000 |

Gambar 2. Laporan Keuangan

| Mojang Cake & Pastry | | | | |
|----------------------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|
| Laporan Laba Rugi | | | | |
| | Februari | Maret | April | Mei |
| Pendapatan | Rp3,059,000 | Rp2,265,000 | Rp1,548,000 | Rp440,000 |
| Cost of Goods Sold | Rp2,143,974 | Rp1,120,400 | Rp1,313,931 | Rp402,698 |
| Laba Kotor | Rp915,026 | Rp1,144,600 | Rp234,069 | Rp37,302 |
| Beban Operasi | Rp592,000 | Rp604,536 | Rp235,786 | Rp69,778 |
| Pendapatan & Beban Lainnya | Rp0 | Rp225,000 | Rp0 | Rp0 |
| Laba Bersih | Rp323,026 | Rp765,064 | -Rp1,717 | -Rp32,475 |

Gambar 3. Laporan Laba Rugi

| Mojang Cake & Pastry | | | | |
|--|-------------------|--------------------|-------------------|-----------------|
| Laporan Arus Kas | | | | |
| | Februari | Maret | April | Mei |
| Arus Kas dari Aktivitas Operasional | | | | |
| Penerimaan Kas dari Pelanggan | Rp3,059,000 | Rp2,598,000 | Rp1,548,000 | Rp588,000 |
| Pengeluaran | -Rp2,469,800 | -Rp2,157,000 | -Rp888,300 | -Rp592,000 |
| Peningkatan Piutang | -Rp333,000 | Rp0 | -Rp148,000 | Rp0 |
| Arus Kas dari Aktivitas Operasional - Net | Rp256,200 | Rp441,000 | Rp511,700 | -Rp4,000 |
| Arus Kas dari Aktivitas Investasi | | | | |
| Penjualan Perlengkapan | Rp0 | Rp225,000 | Rp0 | Rp0 |
| Pembelian Peralatan & Perlengkapan | -Rp604,300 | -Rp627,058 | -Rp267,277 | Rp0 |
| Arus Kas dari Aktivitas Investasi - Net | -Rp604,300 | -Rp402,058 | -Rp267,277 | Rp0 |
| Arus Kas dari Aktivitas Finansial | | | | |
| Penambahan Modal | Rp867,300 | Rp1,182,700 | Rp17,997 | Rp0 |
| Dividen | Rp0 | Rp0 | Rp0 | Rp0 |
| Arus Kas dari Aktivitas Finansial - Net | Rp867,300 | Rp1,182,700 | Rp17,997 | Rp0 |
| Kenaikan Kas | Rp519,200 | Rp1,221,642 | Rp262,420 | -Rp4,000 |
| Saldo Kas, Awal Bulan | Rp0 | Rp519,200 | Rp1,740,842 | Rp2,003,262 |
| Saldo Kas, Akhir Bulan | Rp519,200 | Rp1,740,842 | Rp2,003,262 | Rp1,999,262 |

Gambar 4. Laporan Arus Kas

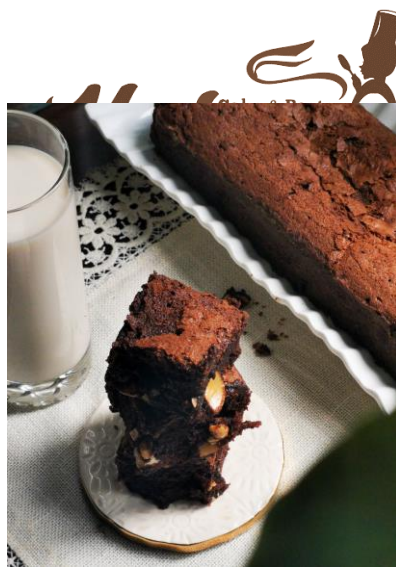
| Mojang Cake & Pastry | | | | |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Laporan Posisi Keuangan | | | | |
| | Februari | Maret | April | Mei |
| <u>Aset</u> | | | | |
| Aset Lancar | | | | |
| Kas | Rp519,200 | Rp1,740,842 | Rp2,003,262 | Rp1,999,262 |
| Persediaan | Rp26,400 | Rp646,655 | Rp85,728 | Rp243,426 |
| Piutang | Rp333,000 | Rp0 | Rp148,000 | Rp0 |
| Perlengkapan | Rp142,226 | Rp350,629 | Rp469,702 | Rp444,306 |
| Total Aset Lancar | Rp1,020,826 | Rp2,738,126 | Rp2,706,692 | Rp2,686,994 |
| Aset Tidak Lancar | | | | |
| Peralatan | Rp169,500 | Rp399,964 | Rp447,678 | Rp434,900 |
| Total Aset Tidak Lancar | Rp169,500 | Rp399,964 | Rp447,678 | Rp434,900 |
| Total Aset | Rp1,190,326 | Rp3,138,090 | Rp3,154,370 | Rp3,121,894 |
| <u>Liabilitas & Ekuitas</u> | | | | |
| Liabilitas | Rp0 | Rp0 | Rp0 | Rp0 |
| Ekuitas | | | | |
| Modal Sekolah | Rp650,000 | Rp650,000 | Rp650,000 | Rp650,000 |
| Modal Mojang | Rp217,300 | Rp1,400,000 | Rp1,417,997 | Rp1,417,997 |
| Laba Ditahan | Rp323,026 | Rp1,088,090 | Rp1,086,373 | Rp1,053,897 |
| Total Ekuitas | Rp1,190,326 | Rp3,138,090 | Rp3,154,370 | Rp3,121,894 |
| Total Liabilitas & Ekuitas | Rp1,190,326 | Rp3,138,090 | Rp3,154,370 | Rp3,121,894 |

Gambar 5. Laporan Posisi Keuangan

| Mojang Cake & Pastry | | | | |
|--------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Laporan Penjualan Produk | | | | |
| Produk | Februari | Maret | April | Mei |
| | Kuantitas | | | |
| Brownies Chocomon (S) | - | - | - | - |
| Brownies Chocomon (M) | 23 | 11 | 14 | - |
| Brownies Chocomon (L) | 8 | 4 | 3 | 3 |
| Brownies Cashew Nut (S) | - | - | - | - |
| Brownies Cashew Nut (M) | 26 | 29 | 16 | - |
| Brownies Cashew Nut (L) | 12 | 7 | 3 | 1 |
| Custom (M) | 3 | - | 1 | - |
| Hampers Lebaran Cashew Nut (S) | - | - | - | 6 |
| Total Penjualan Produk | 72 | 51 | 37 | 10 |

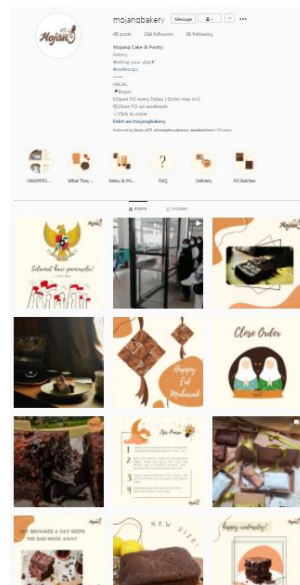
Gambar 6. Laporan Penjualan Produk

Gambar 7. Logo Baru Mojang

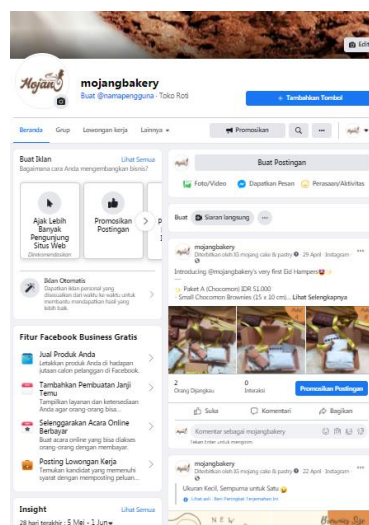


Cake & Pastry

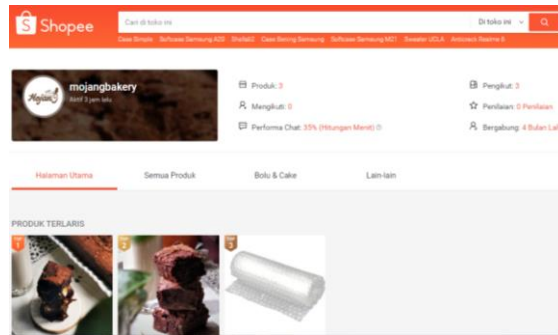
Gambar 8. Produk Mojang Cake & Pastry



Gambar 9. Akun Instagram @Mojangbakery



Gambar 10. Akun Facebook @Mojangbakery



Gambar 11. Akun Shopee @Mojangbakery

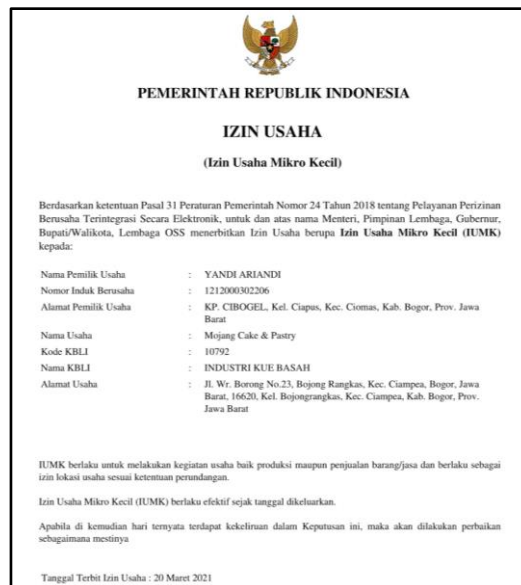


Gambar 12. Color Palette, Font, Pattern dan Element Mojang Cake & Pastry



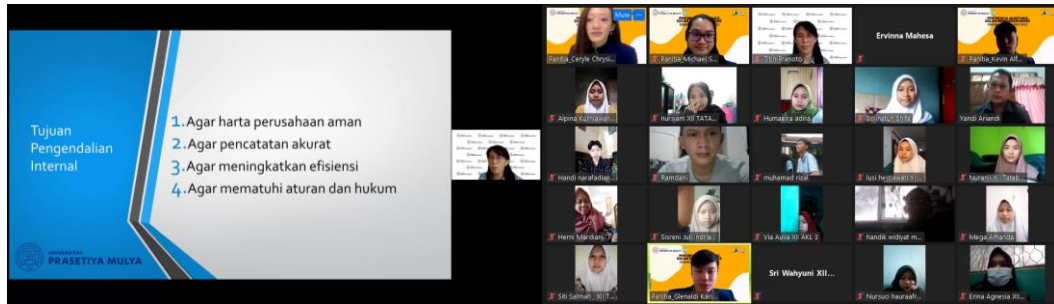
Gambar 13. Packaging dan

Thank You Card



Gambar 14. IUMK Mojang

Cake & Pastry



Gambar 15. Webinar Pentingnya Akuntansi Dalam Membangun Bisnis

LAMPIRAN *STANDARD OPERATION PROCEDURE (SOP) BROWNIES*

TUJUAN SOP:

1. Menjadi panduan dalam melaksanakan pembuatan dan persiapan kegiatan.
2. Menjaga konsistensi kinerja agar kualitas yang dihasilkan terjaga.
3. Menghindari dan mengurangi kesalahan atau kegagalan proses kegiatan.
4. Menghindari duplikasi pekerjaan yang tidak efisien.
5. Menghindari kesalahan administrasi.

SOP PERSIAPAN PRODUKSI:

1. Saat pertama masuk *kitchen* harus menyalakan *Installations Gas* lalu inventori barang.
2. Cuci tangan dan harus memakai *grooming* lengkap seperti
 - *Hat Chef*
 - *Chef Jacket*
 - *Aproon*
 - *Gloves*
 - *Safety Shoes*
3. Menyiapkan bahan yang akan dibuat.

SOP SAAT PROSES PRODUKSI:

1. Tahap pembuatan sesuai resep.
2. Setelah proses pembuatan selesai, wajib menerapkan prinsip *Clean As You Go*.
3. Jangan lupa inventori barang kembali lalu matikan *Installations Gas* dan pastikan jendela tertutup semua.

SOP PENGEPAKAN:

1. Pastikan *brownies* sudah di-*wrap* dengan kertas berminyak sebelum dilakukan pengepakan.
2. Masukkan *brownies* ke dalam *packaging* dengan hati-hati agar tidak rusak atau patah.
3. Tempelkan stiker logo di tempat yang telah ditentukan dan ikat *packaging* dengan tali rami.
4. Bungkus *packaging* dengan *bubble wrap* sebelum dikemas kembali untuk persiapan pendistribusian.