

Pengembangan Ekonomi Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat Merpati Bangsa Melalui Usaha Makanan Ringan

James Frandinata¹, Renaldy², Olivia Kasih S³, Hendry Gunawan⁴, Valencia Angel⁵, Timothy Geraldo H⁶, Febiani Faustine A⁷, Antonius Puspo Kuntjoro⁸

^{1,2,3,4,5} Program Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya; ⁶ Program Studi *Branding*, Universitas Prasetiya Mulya; ⁷ Program Studi *Finance*, Universitas Prasetiya Mulya

*antonius.kuntjoro@pmb.ac.id

Abstract

Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) is a social organization that aims as a means of community development. PKBM has various activities in it, one of which is the Business Learning Group (KBU) which is currently not running due to constraints in management. We as a group work together with PKBM in developing KBU activities so that the potential of PKBM community members can be maximized. Groups help in terms of operations, marketing, human resources, and finance. From an operational point of view focused on the snack products produced, in terms of marketing supported for consignment systems and sales with online media, in terms of human resources a management system is made so that it is organized and financially in order to record more details. This facilitator is expected to help the activities at the KBU which lead to the implementation of activities in PKBM in order to help social problems. The resulting product focuses on snacks, especially roll chips and chopsticks that do not require special abilities. HR Management is the main challenge for the group to determine the person in charge of the activities at KBU so that the business can run continuously. Making this management system in the KBU will be the main focus so that the community economy in PKBM can develop.

Keywords

Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat, Kelompok Belajar Usaha, Snack Products, Social Organization, Community Development

Abstrak

Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Merpati Bangsa merupakan organisasi sosial yang bertujuan sebagai sarana pengembangan masyarakat. PKBM memiliki berbagai kegiatan didalamnya yang salah satunya adalah Kelompok Belajar Usaha (KBU) yang saat ini belum berjalan karena adanya kendala di bidang manajemen. Kami sebagai kelompok bekerja sama dengan PKBM dalam mengembangkan kegiatan KBU sehingga potensi masyarakat anggota PKBM dapat dimaksimalkan. Kelompok membantu dalam segi operasional, pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan. Dari segi operasional difokuskan pada produk makanan ringan yang dihasilkan, dari segi pemasaran ditunjang untuk sistem konsinyasi dan penjualan dengan *media online*, segi sumber daya manusia dibuat sistem manajemen agar teratur dan segi keuangan agar pencatatan lebih detail. Pendampingan ini diharapkan agar membantu kegiatan di KBU yang berujung pada pelaksanaan kegiatan-kegiatan di PKBM agar dapat membantu masalah sosial. Produk yang dihasilkan berfokus kepada makanan ringan terutama keripik *roll* dan sumpia yang tidak membutuhkan kemampuan khusus. Manajemen SDM merupakan tantangan utama bagi kelompok untuk menentukan penanggung jawab dari kegiatan di KBU agar usaha yang dilaksanakan dapat berjalan kontinu. Pembuatan sistem manajemen di KBU inilah yang akan menjadi fokus utama agar perekonomian masyarakat di PKBM dapat berkembang.

Kata Kunci

Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat, Kelompok Belajar Usaha, Produk Makanan Ringan, Organisasi Sosial, Pengembangan Masyarakat

Pendahuluan

Perkembangan PDB riil Indonesia naik sebesar 5,3 persen dengan menguatnya permintaan domestik (World Bank Group, 2018). Perkembangan perekonomian ini ditunjang dari beberapa sektor khususnya dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menyumbang sebesar 60,34 persen (Aditya, 2018). Perkembangan perekonomian di Indonesia haruslah ditunjang dari berbagai industri di Indonesia khususnya industri makanan dan minuman. Sejak beberapa tahun lalu, perkembangan bisnis di bidang makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan dan diyakini sebagai salah satu bentuk usaha yang memiliki prospek yang cukup baik, bahkan dalam kondisi krisis sekalipun (Lantabura, 2011). Namun dalam waktu yang bersamaan, banyak pengusaha UMKM makanan serta minuman yang harus gulung tikar karena tidak mampu mempertahankan pelanggannya maupun meningkatkan pertumbuhan konsumen.

Salah satu daerah yang mayoritasnya bermata-pencaharian dari sektor makanan dan minuman adalah daerah Cipanas dan Pacet. Meskipun banyak pengusaha UMKM di kedua daerah tersebut, namun pendapatan mereka masih dapat dikategorikan relative hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka saja. Sebagian dari mereka tidak mempunyai motivasi dan *mindset* untuk mendapatkan penghasilan yang lebih besar dan tidak berupaya memajukan bisnisnya.

Hal ini tentunya dapat menghambat pertumbuhan ekonomi di berbagai daerah. Maka dari itu, untuk memunculkan motivasi pengusaha dan memberdayakan potensi yang ada di daerah Cipanas khususnya untuk pengusaha UMKM maka diadakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tujuan utama untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar Cipanas dan Pacet serta meningkatkan pemerataan perekonomian di daerah-daerah Indonesia yang kurang terjamah sebelumnya.

Pengembangan UMKM ini menjadikan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat sekitar dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pada hakikatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Namun peran UMKM tersebut belum cukup untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan peningkatan pendapatan masyarakat yang lebih tinggi. UMKM masih mengalami banyak kendala seperti kesulitan dalam memperluas pemasaran, terbatasnya kesediaan sumber dana untuk pengembangan usaha, kurangnya kemampuan SDM dalam melakukan inovasi serta keterbatasan teknologi, keterbatasan bahan baku dan kondisi ekonomi yang buruk. Permasalahan ini mengakibatkan lemahnya jaringan usaha, keterbatasan kemampuan penetrasi pasar dan diversifikasi pasar, skala ekonomi terlalu kecil sehingga sulit untuk menekan biaya, margin keuntungan sangat kecil, dan lebih jauh lagi UMKM tidak memiliki keunggulan kompetitif (Rahmana dkk, 2012).

Melihat kondisi tersebut, maka melalui kegiatan *community development* bertujuan untuk membantu UMKM di daerah-daerah agar dapat menjalankan bisnis mereka dengan pengelolaan yang baik serta membantu UMKM tersebut mendapatkan pembelajaran kedepannya untuk mengembangkan bisnis mereka. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu perekonomian UMKM di daerah Cipanas khususnya, mitra kami yaitu PKBM Merpati Bangsa. Manfaat yang akan diperoleh oleh mitra diantaranya mereka akan mendapatkan edukasi mengenai cara operasional, pemasaran, SDM dan keuangan yang baik dan dapat menunjang bisnis dan organisasi mereka. Selain itu, diharapkan melalui bisnis ini juga dapat menjadi sumber pendapatan tetap bagi mereka dan dapat juga digunakan untuk perkembangan dan *sustainability* dari PKBM. Kemudian, bagi masyarakat di sekitar Gadog dengan adanya kegiatan ini juga dapat membuka lahan pekerjaan baru dan juga penghasilan bagi mereka. Selain itu, manfaat bagi kami yang menjalankan kegiatan *community development* ini memberikan kesempatan kepada kami untuk menerapkan ilmu ekonomi mulai dari bisnis, pemasaran dan keuangan yang sudah kami dapatkan melalui pembelajaran di kampus secara langsung untuk pengembangan bisnis. Dengan adanya kegiatan ini juga mengembangkan

rasa solidaritas dan kepekaan sosial kami terhadap masyarakat sekitar yang notabene memiliki perekonomian menengah ke bawah.

Perumusan Masalah

Permasalahan yang dihadapi oleh kelompok dalam mengembangkan perekonomian di PKBM Merpati Bangsa didapat melalui observasi dan wawancara dengan para anggota PKBM. Permasalahan yang paling mendasar adalah di bidang Sumber Daya Manusia dan Pemasaran. Berikut merupakan rumusan masalah yang lebih mendetail dari PKBM khususnya Kelompok Belajar Usaha (KBU) yang menjadi roda perekonomian dalam kegiatan PKBM Merpati Bangsa :

Sumber Daya Manusia

- a. PKBM merupakan organisasi sosial *non-profit* sehingga pelaksanaan aktivitas di KBU tidak diberikan pengupahan. Karena itu, mereka tidak memiliki motivasi dalam menjalankannya aktivitas di KBU. Pembuatan keripik *roll* dan sumpia cenderung memerlukan waktu yang cukup lama ketika SDM yang dimiliki terbatas. Ketergantungan kepada anggota ini menjadi tantangan utama dalam menjalankan aktivitas usaha.
- b. Terbatasnya kemampuan dan waktu dari anggota PKBM yang dapat mengikuti KBU sebagai sarana pembangun perekonomian di PKBM. Keterbatasan kemampuan yang dimaksud adalah sedikit jenis produk yang dapat dibuat oleh anggota PKBM sedangkan keterbatasan waktu yang dimaksud adalah sebagian besar anggota memiliki kepentingan masing-masing dibanding melakukan aktivitas usaha.

Pemasaran

- a. Jenis makanan ringan terutama keripik sudah memiliki banyak kompetitor sehingga membuat persaingan dalam industri makanan ringan lebih sulit.
- b. Produk keripik *roll* dan sumpia merupakan produk yang baru diproduksi oleh KBU ketika kami *live-in*, sehingga kami harus membuat *brand* untuk kedua produk ini agar dapat dikenal oleh masyarakat.
- c. Kedua produk ini belum memiliki penjualan yang tetap dikarenakan kedua produk ini masih baru diproduksi. Oleh karena itu, kami harus mencari target *market* yang tepat untuk penjualan produk dari KBU ini baik melalui media *offline* maupun *online*.
- d. Sedikitnya toko-toko yang bersedia dan menerima melakukan konsinyasi. Hal ini dikarenakan sudah ada produk yang sejenis di tempat mereka dan mereka memang tidak menerima konsinyasi.

Telaah Literatur

Peranan UMKM di Bidang Ekonomi

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan (Rahmana, 2009). Sehingga UMKM diharapkan mampu memanfaatkan sumber daya nasional, termasuk pemanfaatan tenaga kerja yang sesuai dengan kepentingan rakyat dan mencapai pertumbuhan ekonomi yang maksimum. Pada kenyataannya pun, UMKM telah menunjukkan peranannya dalam penciptaan kesempatan kerja dan sebagai salah satu sumber penting bagi pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB). Usaha kecil juga memberikan kontribusi yang tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia di sektor-sektor industri, perdagangan dan transportasi. Kegiatan *community development* yang dilakukan kelompok bertujuan memberdayakan KBU dalam perintisan dan

pengembangan usaha kecil. Dengan demikian, kegiatan *community development* tersebut diharapkan dapat mengembangkan UMKM terutama di PKBM untuk kemudian membantu perekonomian daerah sekitar.

Peranan UMKM di Bidang Sosial

Danuar (2013) berpendapat bahwa UMKM mampu memberikan manfaat sosial yaitu mereduksi ketimpangan pendapatan, terutama di negara-negara berkembang. Peranan usaha kecil tidak hanya menyediakan barang-barang dan jasa bagi konsumen yang berdaya beli rendah, tetapi juga bagi konsumen perkotaan lain yang berdaya beli lebih tinggi. Selain itu, usaha kecil juga menyediakan bahan baku atau jasa bagi usaha menengah dan besar, termasuk pemerintah lokal. Tujuan sosial dari UMKM adalah untuk mencapai tingkat kesejahteraan minimum, yaitu menjamin kebutuhan dasar rakyat. Dengan mengembangkan UMKM yang dirintis KBU dalam PKBM, kegiatan *community development* ini juga bertujuan untuk mengurangi ketimpangan sosial dengan menciptakan kesempatan usaha dan peluang penghasilan, serta menambah tersedianya produk pangan dengan harga terjangkau. Hal ini diharapkan dapat membantu meningkatkan taraf hidup di daerah sekitar.

Kegiatan Promosi untuk UMKM Makanan Kering

Menurut jurnal yang dibuat oleh Evan Pramono (2015) tentang pengembangan UMKM yang berjudul formulasi strategi usaha makanan ringan, strategi pengembangan produk dapat dilakukan dengan cara mengamati bahan-bahan produk yang sedang naik daun pada masa-masa saat itu. Untuk strategi pengembangan pasar yang dilakukan oleh adalah dengan membagikan brosur, mengiklankan, dan dengan menggunakan *online shop*. Kegiatan promosi tersebut tergolong cukup efektif dalam mempromosikan produk dari makanan ringan mereka. Hal lainnya adalah usaha UMKM haruslah memperhatikan kinerja dari keempat fungsi usaha yaitu meningkatkan kinerja sumber daya manusianya, meningkatkan kemampuan dan efisiensi produksi usaha, meningkatkan fungsi pemasaran usahanya, dan memfungsikan fungsi keuangan pada usaha. Dalam kegiatan *community development* ini, strategi lebih difokuskan pada pengembangan pasar. Kegiatan promosi *online shop* akan digunakan sebagai salah satu media penjualan bagi PKBM dalam memasarkan produk mereka.

Metode

Penerapan metode ini dilakukan dalam 2 aspek bisnis yaitu dari SDM dan pemasaran. Anggota yang terlibat antara lain anggota-anggota dari KBU dan mahasiswa Universitas Prasetya Mulya. Kegunaannya agar membuat KBU dapat berjalan menjadi usaha yang dapat membantu PKBM dalam menjalankan aktivitas sehari-hari mereka. Kegiatan usaha dilakukan berawal dengan adanya kemampuan dari salah satu anggota PKBM yang dapat membagi kemampuannya dalam membuat makanan ringan yaitu keripik *roll*. Kemudian, kami mempelajari cara pembuatan keripik *roll* tersebut dan mensosialisasikannya kepada anggota PKBM yang lainnya. Selain itu dari salah satu anggota PKBM tersebut juga ada yang berpengalaman untuk membuat Sumpia. Kemudian mereka saling melakukan transfer ilmu untuk membuat sumpia.

Kemudian untuk metode mengatasi masalah SDM di sini kami menentukan penanggung jawab untuk kegiatan di KBU agar dapat berjalan dengan lancar, lalu melakukan sosialisasi kepada mitra mengenai sistem kerja dan pembagian insentif kepada mereka. Insentif ini harus dibicarakan sejak awal karena organisasi ini merupakan organisasi sosial sehingga harus ada *revenue* yang diberikan untuk perkembangan organisasi. Berdasarkan hasil diskusi maka pembagian yang ditetapkan yaitu 70% untuk pekerja, 20% untuk PKBM dan 10% untuk perputaran modal di KBU.

Untuk metode mengatasi permasalahan pemasaran yang kami lakukan adalah menunjuk salah satu anggota PKBM untuk menjadi penanggung jawab *social media*. Ia bertugas sebagai admin di segala *social media* yang sudah dibuat seperti instagram dan tokopedia. Kami melakukan sosialisasi cara pendaftaran dan penggunaan *social media* tersebut kepada mereka supaya ketika masa *live-in* kami selesai, mereka tetap dapat menjalankan bisnisnya secara *online*. Kemudian kami juga mengajarkan cara untuk melakukan konsinyasi di beberapa tempat di sekitar Cipanas agar penjualan secara *offline* juga dapat berjalan secara konsisten.

Manajemen dari KBU perlu untuk diperhatikan sehingga keberlangsungan dan perkembangan usaha dapat ditingkatkan. Hal pertama yang dilakukan oleh kelompok adalah dengan memberikan sosialisasi kepada anggota-anggota PKBM yang ingin mengikuti kegiatan KBU. Dengan adanya sosialisasi ini, semua pihak yang terkait dapat mendukung sepenuhnya kegiatan usaha yang dijalankan. Pemecahan masalah dari kelompok sebagai solusi agar masalah SDM dan pemasaran dapat diatasi dengan cara sebagai berikut :

Sumber Daya Manusia

1. Menunjuk beberapa orang sebagai penanggung jawab kegiatan di KBU yang terdiri dari 1 anggota PKBM selaku bendahara PKBM, serta 2 orang aktivis yang berdomisili di sekitar saung PKBM dan KBU. Tugas dari penanggung jawab ini adalah sebagai penyedia tempat untuk produksi sekaligus sebagai pekerja yang memproduksi keripik *roll* dan sumpia. Dimulai dari membeli bahan baku hingga proses *packaging*nya. Selain itu, penanggung jawab KBU ini juga bertanggung jawab atas laporan keuangan yang akan dipertanggung jawabkan untuk bagi hasil di akhir minggunya setelah produk terjual.
2. Pembagian jumlah keuntungan dari hasil penjualan agar setiap pihak mendapatkan manfaatnya. Pembagian keuntungan didapat dari hasil diskusi orang-orang yang terlibat dalam kegiatan usaha dan organisasi sosial dari PKBM.

Pemasaran

1. Kelompok mencari tempat konsinyasi yang potensial di daerah Cipanas dan Pacet agar pendapatan mitra tidak terlalu berfluktuatif. Selama masa *Community Development* ini, produk telah dipasarkan di konsinyasi Warung bakso dekat Alam Sunda Cipanas., Toko di Pasar Cipanas (PD Jaya Makmur), Rumah Makan Sudi Mampir.
2. Dengan didukung oleh teknologi yang telah berkembang, para SDM yang tersedia, telah kami berdayakan agar dapat memanfaatkan sarana tersebut dengan memasarkan produk secara *online* (tokopedia). Salah satu penanggung jawab ditunjuk terlebih dahulu untuk diberikan tanggung jawab memegang akun tokopedia.
3. Pembuatan *logo* produk yaitu Kring Snack di mana *logo* ini dipakai di setiap *packaging* produk dengan menggunakan *sticker* sehingga *brand* produk akan lebih mudah diingat oleh masyarakat.
4. Memberikan sesuatu produk yang unik sehingga dapat diterima oleh masyarakat. *Value added* yang diberikan dari produk keripik *roll* adalah varian rasa yang cukup banyak ketimbang merek lainnya. Sedangkan untuk produk sumpia kami memberikan *value added* yaitu isi dari sumpia yaitu ebi yang dibuat dengan komposisi khusus sehingga mengeluarkan rasa yang unik ketimbang membeli ebi yang sudah jadi.

Hasil

Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan bisnis. Tanpa adanya Sumber Daya Manusia kegiatan bisnis tidak dapat berjalan secara optimal, karena Sumber Daya Manusia menjadi penunjang dalam kegiatan operasional, keuangan dan juga pemasaran. Melihat hal ini, maka pencarian Sumber Daya Manusia dalam KBU sangatlah harus untuk dilakukan. Pada awalnya kami kesulitan untuk mencari Sumber Daya Manusia dikarenakan PKBM ini merupakan organisasi sosial yang berarti profit dari kegiatan yang berlangsung tentunya juga harus kembali lagi ke organisasi untuk perkembangan organisasi tersebut. Hambatan yang kami alami lainnya adalah mereka memiliki kesibukan masing-masing dan adanya rasa malas dari masing-masing individu sehingga membuat minat mereka untuk melakukan kegiatan bisnis ini tergolong rendah.

Setelah melakukan sosialisasi dengan anggota PKBM, akhirnya kami mendapatkan 6 Sumber Daya Manusia yang bersedia untuk menjalankan bisnis ini. Dari keenam orang tersebut, kami memilih 3 orang untuk menjadi penanggung jawab di bagian operasional, keuangan dan pemasaran (Struktur PKBM terlampir). Pembagian insentif untuk para Sumber Daya Manusia ini dibagi dengan persentase 70% untuk pekerja, 20% untuk PKBM. dan 10% untuk modal dan perkembangan bisnis.

Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu aspek paling penting dalam kegiatan wirausaha. Selama melakukan kegiatan PKL, kami sudah melakukan upaya pemasaran melalui kegiatan *offline* dan *online*. Sarana yang kami gunakan untuk pemasaran *offline* adalah penawaran konsinyasi dengan rumah makan dan toko oleh-oleh. Sedangkan sarana pemasaran *online* dibagi menjadi dua, yaitu media sosial berupa instagram dan *e-commerce* yaitu Tokopedia. Hingga saat ini kami sudah melakukan konsinyasi di lima toko dan memiliki kurang lebih lima puluh pengikut di instagram. Pemasaran produk yang dihasilkan oleh KBU tidaklah mudah, dikarenakan harga produk kurang sesuai dengan pengeluaran rata-rata yang dikeluarkan oleh warga sekitar. Selain itu, awalnya produk yang kami pasarkan hanya satu produk dengan satu kemasan. Produk bahkan belum memiliki *merk* yang jelas, sticker, ataupun *design* yang menarik. Pemasaran produk dan seluruh design dan nama dimulai dari nol, sehingga kami belum memiliki *awareness* yang cukup serta kepercayaan masyarakat untuk menerima produk KBU.

Untuk menangani berbagai masalah yang ada, langkah pertama yang dilakukan adalah memberikan nama baru yaitu Kring Snack, diambil dari kata 'kering' yang menjadi ciri khas produk hasil KBU yaitu makanan kering. Nama Kring Snack juga terdengar unik dan mudah untuk diingat, yang akan berpengaruh terhadap penjualan produk nantinya. Kami juga memberikan *design* yang baru, lengkap dengan nama produk, varian rasa, contact person, komposisi, berat bersih, dan varian rasa. Selanjutnya kami membuat instagram dan tokopedia dengan nama @kringsnack dan menjelaskan pada *profile account* bahwa produk yang kami jual adalah untuk mendukung *non-profit* organisasi di wilayah Gadog. Beberapa toko yang kami tawarkan menolak konsinyasi dikarenakan mereka sudah memiliki produk yang sama, sehingga pada akhirnya KBU membuat produk baru yang menambah kesempatan untuk diterima di toko-toko dan mempermudah kegiatan promosi.

Selama melakukan PKL kami juga melakukan *bazaar* sekali pada acara Saung Rahayat, yaitu acara puncak dari kegiatan PKL. Strategi pemasaran yang kami lakukan pada saat itu adalah menghadirkan interaktif *games*, yaitu *shuttle toss* dengan beberapa *discount* dan gratis produk. Kami juga memberikan promosi *bundling* untuk dua produk yang kami pasarkan. Sejauh ini kegiatan pemasaran yang kami lakukan meningkatkan penjualan dari Rp 0,- hingga Rp 2.905.000,-.

Rencana Keberlanjutan Program

Keberlanjutan dari program *Community Development* ini adalah dengan tetap mengembangkan produk dan penjualan dari mitra agar dapat digunakan sebagai pendapatan tetap. Pengembangan ini akan dilakukan di segala aspek baik operasional, pemasaran, SDM dan keuangan. Dari segi operasional, akan ditambahkan varietas produk baru yang masih jarang di daerah Cipanas seperti keripik Bawang. Selain itu, juga akan dilakukan penambahan variasi rasa pada sumpia dan keripik *roll*. Variasi rasa yang akan ditambahkan pada keripik *roll* adalah jagung bakar, sedangkan variasi rasa yang akan ditambahkan pada sumpia adalah rumput laut. Kemudian dari segi pemasaran kami akan membantu untuk perluasan pasar dengan cara penambahan tempat konsinyasi baru dan mengefektifkan penjualan *online* melalui tokopedia dan instagram. Lalu, dari segi SDM kami akan memastikan bahwa semua SDM bekerja secara optimal, terdapat pembuatan jadwal kerja dan apabila diperlukan akan diadakan penambahan pekerja. Kemudian dari segi keuangan, kami akan memastikan bahwa mitra selalu melakukan pencatatan transaksi jual beli untuk mempermudah mereka dalam pengaturan keuangan.

Kesimpulan

Dalam acara *Community Development*, dari Universitas Prasetya Mulya bertugas dalam membantu mitra kami yaitu Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Merpati Bangsa. Kelompok kami telah membantu di Kelompok Belajar Usaha (KBU) dari PKBM Merpati Bangsa dengan melakukan penjualan makanan ringan berupa keripik *roll* dan sumpia yang terbuat dari kulit lumpia dan ebi. Tujuan dari kegiatan ini untuk mengembangkan KBU menjadi sumber pemasukan yang tetap bagi PKBM agar aktivitas yang ada didalamnya dapat berjalan tanpa memerlukan pendanaan dari luar. Kelompok menemukan masalah dari 2 aspek bisnis yaitu pemasaran dan sumber daya manusia. Pembuatan sistem dan perundingan dilaksanakan dan mendapatkan hasil yang dapat menyelesaikan permasalahan dari pemasaran dan sumber daya manusia.

Masukan Kelompok kami dari segi pemasaran adalah dengan menitipkan produk pada tempat makan dan warung sekitar serta dalam segi penjualan *online* seperti Instagram dan Tokopedia. Kelompok juga turut membantu dalam mendesain logo produk keripik *roll* dan sumpia dikarenakan produk dari mitra belum memiliki logo sendiri yang mengatasnamakan penjualan produk KBU. Logo tersebut kami gunakan untuk *sticker* yang kami tempelkan di semua kemasan produk - produk Kring Snack. Kemudian di bagian SDM, kami melakukan sosialisasi kepada seluruh tenaga kerjanya tentang sistem kerja dan pemberian insentif. Berdasarkan hasil diskusi yang telah kami lakukan maka pembagian yang ditetapkan yaitu 70% untuk pekerja, 20% untuk PKBM dan 10% untuk perputaran modal di Kelompok Belajar Usaha. Kelompok juga membantu memberikan solusi agar struktur PKBM lebih jelas dengan memberikan penanggung jawab pada setiap divisi, sehingga dapat meminimalisir kerugian yang dapat terjadi.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada Universitas Prasetya Mulya dan semua pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini, terutama *Entrepreneurship Development Center* (EDC) sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat berjalan dengan lancar tanpa hambatan apapun. Terima kasih yang sebesar-besarnya juga kami haturkan kepada Bapak Puspo selaku pendamping kami dan Witha Rizka serta Riko Lenardi selaku *facilitator* kelompok kami yang sudah mendampingi kami selama kegiatan *community development* ini. Selain itu kami juga berterima kasih kepada Mitra yang telah menerima dan bersedia untuk kami bantu dalam pengembangan bisnisnya.

Daftar Pustaka

- Gunartin. (2017). Penguatan UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal Pendidikan Hukum dan Bisnis*. 1(5): 59-74
- Dani Danur. (2013). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Dwi Aditya. 2018. UMKM Sumbang 60 Persen ke Pertumbuhan Ekonomi Nasional. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3581067/umkm-sumbang-60-persen-ke-pertumbuhan-ekonomi-nasional> diakses pada 12 Februari 2019.
- Einsiedel, Luz A. (1968). Definisi Community Development. http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR._PEND._LUAR_SEKOLAH/195908261986031-JAJAT_S_ARDIWINATA/Definisi_Community_Development.pdf diakses pada 12 Februari 2019.
- Lantabura (2011). Industri Makanan dan Minuman Kembali Bersinar. <https://bisnisukm.com/industri-makanan-dan-minuman-kembali-bersinar.html> diakses pada 12 Februari 2019.
- Evan Pramono. (2015). Formulasi Strategi Usaha Makanan Ringan Tradisional. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/277847-industri-makanan-ringan-indonesia-masih-bertumbuh.html> diakses pada 12 Februari 2019.
- Rahmana, A; Y. Iriani; dan R. Oktarina (2012). Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Sektor Industri Pengolahan. Makalah.
- Worldbank (2018). Laporan Triwulanan Perekonomian Indonesia: Urbanisasi untuk Semua. <https://www.worldbank.org/in/country/indonesia/publication/indonesia-economic-quarterly-september-2018> diakses pada 12 Februari 2019.

Lampiran



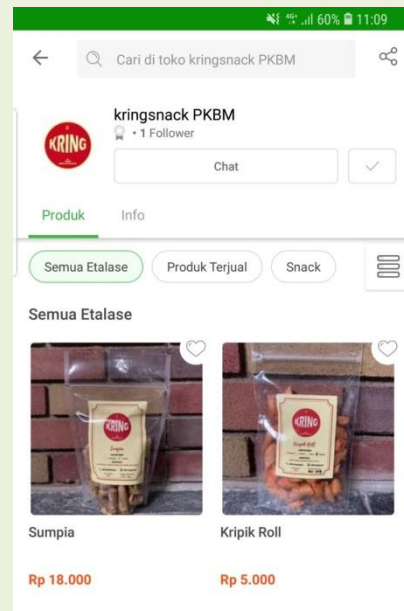
Gambar 1. Produk Sumpia



Gambar 2. Produk Kripik Roll



Gambar 3 . Logo merek Kring Snack



Gambar 4. Penjualan di *online shop*



STRUKTUR ORGANISASI

Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Merpati Bangsa

PEMBINA Kepala Dinas Pendidikan Kabupaten Cianjur - Kabid. PAUD dan NFI		
PEMBINA TEKNIS Penilik PNFI - TLD Kecamatan Cipanas		
KETUA RATNA SARI DEWI		
WAKIL KETUA MICHELLE TJAHYADI		
BENDAHARA RIA WIDIANINGSIH		SEKRETARIS DESTYANI RISYADI
PENANGGUNG JAWAB PROGRAM ENDANG IRAWAN		
Bidang Pembelajaran ABDUL AZIZ HAMDAN	Bidang Usaha Ekonomi Kemasyarakatan DEDE SURYANA	Bidang Pengembangan Masyarakat ADE ROYANI
Pendidikan Anak Usia Dini AISYAH	Kelompok Belajar Usaha ELIH & TIKTIK	Taman Bacaan Masyarakat NANI SUMARNI
Pendidikan Kesetaraan A B C RANI KARNIAWATI	Kursus & Keterampilan KOSASIH & HARI PURNOMO	Pendidikan Pemuda & Olahraga MAMAT RAHMAT
Pendidikan Keaksaraan Fungsional SITI KARTINI		
PESERTA DIDIK / WARGA BELAJAR / SASARAN PROGRAM		

Gambar 5. Struktur dari PKBM Merpati Bangsa