

# PENGEMBANGAN UMKM "SISTIK" KHAS CIANJUR PENUHI PENGHASILAN SAMPINGAN KELUARGA

Cressya Cesia Ansca<sup>1</sup>, Natalie Lieputra<sup>2</sup>

- 1). Program Studi Akuntansi, Universitas Prasetiya Mulya
- 2). Program Studi Branding, Universitas Prasetiya Mulya

Email: cressyaca@gmail.com natalieamelialieputra@gmail.com

#### **Abstraksi**

Kegiatan Community Development merupakan program pengembangan masyarakat yang diselenggarakan oleh Universitas Prasetiya Mulya. Program ini bertujuan untuk meningkatkan perekonomian para produsen yang berada di kawasan Cianjur melalui penjualan yang berkelanjutan menggunakan penerapan strategi pengembangan UMKM yang efektif dan efisien. Para penulis berkesempatan untuk membimbing salah satu produsen makanan ringan khas daerah Cianjur yang disebut "Sistik". Makanan ringan berbahan dasar tepung dengan menonjolkan cita rasa kencur yang kuat. Sebelumnya beliau memang sudah berjualan namun belum mampu mengoptimalkan hasil produksinya baik dari segi Pemasaran, Keuangan, Produksi, dan Tenaga Kerja. Dalam menentukan strategi yang tepat, penulis mengidentifikasi metode penelitian usaha menggunakan analisis SWOT. Strategi yang direkomendasikan menggunakan strategi penetapan harga, promosi, peningkatan kualitas produk, dan distribusi. Program dapat dikatakan berhasil karena pada akhirnya produsen menerapkan diversifikasi haraa produk yana ielas. menambahkan varian rasa dan ukuran produk, peningkatan brand awareness "Sistik" Haura melalui desain logo kemasan yang menarik. Selain itu, adanya penjualan melalui media sosial, keluarnya nomor ijin P-IRT, serta melakukan penitipan produk pada restoran ataupun factory outlet. Selain itu, berhasil meningkatnya pendapatan bersih setelah dikurangi biaya-biaya produksi.

Kata Kunci: community development, UMKM, Cianjur, pengembangan produk

# **Abstract**

The program that arranged by Prasetiya Mulya University named Community Development aims to improve the economy of producers in the Cianjur region through continuing sales utilising the effective implementation of UMKM development strategies. The authors had the opportunity to guide one of the Cianjur regional snack called "Sistik". Flour-based snacks feature the strong flavour of galingale. Previously, the producer had been selling, but had not been able to optimize the production results as far as Finance, Marketing, Production, and Labor. In determining the right strategy, the authors distinguish business research methods using SWOT analysis. The recommended strategies by utilizing pricing, promotion, product quality, and distribution strategies. The program can be said to be succeed because at the end, the producer applied a clear product price diversification, added product variants and sizes, increased brand awareness about "Sistik" Haura through attractive packaging logo design and the utilization of environmentally friendly packaging on several sizes. Moreover, there are sales through social media, the issuance of a P-IRT permit number, as well as consignee products allocated at some restaurants or factory outlets. Most importantly, successful income increments after deducting production costs.

Keywords: community development, small and medium sized micro business, Cianjur, product development

#### **PENDAHULUAN**

Desa Cipendawa merupakan salah satu desa yang terletak Kecamatan Pacet, Kabupaten Cianjur Jawa Barat. Terletak pada dataran tinggi kaki gunung gede dengan sebagian daerah perbukitan yang memiliki potensi pengolahan lahan untuk menghasilkan komoditas sayuran. Penulisan ini berfokus pada satu produsen yang menetap di Desa Cipendawa. Tinggal di desa dengan warga yang guyub rukun membuat ibu dari 3 orang anak ini berinisiatif untuk mencari tambahan penghasilan dengan berjualan "Sistik" kepada kerabat untuk membantu suaminya. "Sistik" adalah sejenis makanan ringan berbahan dasar terigu beraroma kencur yang banyak dinikmati semua lapisan masyarakat. Ibu Titin Suminar yang juga berprofesi sebagai guru TK, memulai usahanya sejak tahun 2004.

Hidup tanpa adanya Alm. Ayah semenjak masih dalam usia bersekolah, menjadikan Ibu Titin pribadi yang mandiri harus dapat mencari uang guna membantu biaya sekolah selain mengandalkan uang jajan dari keluarga. Setelah menikah, suaminya sempat mengalami sakit yang membuat penghasilan sampingan ini menjadi salah satu yang diharapkan keluarga. Suaminya, Pak Yayan, beberapa bulan tidak dapat membantu peningkatan penghasilan keluarga. Namun, saat ini beliau bekerja sebagai pengantar sayur-sayuran ke beberapa hotel atau restoran. Berbekal dari ajaran sang Tante, Ibu Titin dapat menguasai cara pembuatan makanan ringan khas Cianjur ini dengan mantap sejak remaja dahulu. "Sistik" merupakan makanan ringan khas Cianjur yang digemari oleh masyarakat sekitar. Terbuat dari bahan baku tepung terigu, dan tepung tapioka, dengan bumbu kencur tumbuk asli, dan rempah lainnya membuat cita rasa "Sistik" ini terasa berbeda dan nikmat.

Berbagai permasalahan muncul harus dihadapi oleh Ibu Titin. Masih sulitnya perkembangan usaha mulai dari desain merek dan kemasan yang tidak menarik, tempat bungkusan produk "Sistik" masih terbatas, sedikitnya volume penjualan, dan distribusi pemasaran yang lingkupnya masih sempit. Kemudian, adanya penetapan harga masih tidak sesuai, pencatatan keuangan belum tersusun rapi yang menyebabkan sulitnya mengalokasikan penggunaan dana dengan tepat serta belum bisa diketahui omset penjualan per bulan. Bukan hanya itu, hal lain terkait produksi masih menjadi permasalahan seperti jika ada permintaan dalam jumlah yang banyak, beliau dulu belum memiliki perencanaan produksi karena ada keterbatasan dari segi dana dan tenaga kerja. Selanjutnya, pemilik toko oleh-oleh, restoran dan factory outlet belum dapat percaya akan mutu dan kualitas "Sistik" ini karena belum adanya perizinan nomor P-IRT sehingga tidak bisa membantu penjualan produk melalui tempat mereka.

Umumnya, UMKM menghadapi berbagai permasalahan diantaranya produksi, modal, tenaga kerja, ataupun pemasaran. Dari pengamatan langsung sehari-hari selama program Community Development berjalan, terdapat beberapa permasalahan yang dirasakan oleh Ibu Titin selaku produsen "Sistik", yaitu:

- Masih belum bisa melakukan pendistribusian produk ataupun konsinyasi dengan toko oleholeh, restoran, dan sebagainya dikarenakan belum adanya merek dan perizinan P-IRT (Pangan-Industri Rumah Tangga).
- Terbatasnya ketersediaan dana modal untuk bisa mengembangkan produktivitas dan penjualan produk.
- 3. Susahnya mitra untuk bisa membuat *packaging* yang menarik karena tidak memiliki sumber daya manusia yang mampu mendesain dan menciptakan merek.
- 4. Masih kurangnya pengetahuan mengenai penjualan melalui online.
- Ketidakefektifan dalam melakukan produksi tanpa bantuan alat giling, timbangan dan sealina.
- Sulitnya mengatur dana kas keluar dan masuk menyebabkan keterbatasan dalam pembelian bahan baku.
- 7. Belum adanya penetapan harga yang jelas untuk masing-masing ukuran produk.

Dari permasalahan yang ada, tim peneliti dengan sepenuh hati ingin membantu Ibu Titin menyelesaikan masalah-masalah dan mengembangan usaha mitra "Sistik" dengan menggunakan ilmu-ilmu yang telah kami pelajari.

# **METODE**

Analisis SWOT bertujuan untuk mengidentifikasi strategi yang selaras atau mencocokan sumber daya suatu organisasi dan kemampuannya terhadap tuntutan di antara pasar yang kompetitif. Dengan arti lain, SWOT harus dibangun di atas kekuatan perusahaan sehingga bisa memanfaatkan peluang dan melawan ancaman menggunakan kekuatan guna memperbaiki kelemahan yang ada (Ritson, 2011). Analisis didasarkan pada logika yang berguna untuk memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunity) disaat bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats). Perlunya keputusan strategis dalam menimbang faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal yang terdiri dari ancaman dan peluang. Maka dari itu, pentingnya penggunaan analisis SWOT (Rangkuti, 2004).

Analisa SWOT peneliti lakukan dengan melakukan pengamatan di lapangan, berdiskusi dengan mitra, melakukan wawancara dengan kepala desa, kepala kecamatan, dan warga sekitar Desa Cipendawa. Hasil dari analisis SWOT akan peneliti gunakan untuk penyusunan strategi sesuai dengan kelebihan dan peluang yang ada serta mencegah terjadinya kegagalan dengan melihat kelemahan dan ancaman.

Selain analisis SWOT yang dilakukan, terdapat penyuluhan tentang kewirausahaan oleh tim pelaksana Universitas Prasetiya Mulya. Seminar dan workshop diselenggarakan dengan berbagai tema mulai dari pemasaran, branding, pembuatan aneka kue, dan perizinan P-IRT.

#### **PEMBAHASAN**

#### **Community Development**

Program Community Development merupakan program kuliah kerja nyata berbasis kewirausahaan yang diselenggarakan oleh S1 Prasetiya Mulya dan dilaksanakan oleh para mahasiswa seluruh jurusan pada rentang waktu libur semester 5 hingga 6. Kegiatan yang berslogan "panggilan untuk mengabdi" bertujuan untuk membangun desa yang mandiri, berkelanjutan, dan unggul dengan sentuhan kewirausahaan yang berbasis potensi dan kearifan lokal. Para mahasiswa sebagai agen perubahan dalam pelaksanaan program ini terbagi atas empat kategori, yaitu builder, energizer, explorer, dan enabler. Tim peneliti termasuk dalam kategori builder dimana bertugas untuk mendampingi mitra usaha dan tinggal bersama di rumah mitra. Mitra usaha merupakan penduduk desa yang sudah terpilih oleh Universitas Prasetiya Mulya untuk dibantu pengembangan usahanya.

Program ini terbagi menjadi tiga tahapan, yaitu Persiapan, Implementasi, dan Pendampingan. Tahapan Persiapan adalah tahap dimana mahasiswa menaidentifikasi masalah dan potensi mitra agar tercipta ide pengembangan usaha. Tahap ini dilaksanakan selama 2 bulan. Tahapan Implementasi berlangsung selama 44 hari. Dalam kurun waktu tersebut mahasiswa tinggal bersama mitra untuk menjalankan rencana proyek usaha bersama mitra di desa. Tim peneliti sebagai builder yang terdiri dari 11 mahasiswa dibagi menjadi 2 gelombang yang masing-masing gelombang akan menjalankan program selama 22 hari kemudian program akan dilanjutkan oleh gelombang selanjutnya. Setelah Tahapan Implementasi selesai, dilanjutkan dengan tahapan pendampingan. Tahapan Pendampingan berdurasi selama 6 bulan setelah tim peneliti meninggalkan desa. Pada tahapan ini mahasiswa melakukan pengawasan dan evaluasi terhadap program usaha yang telah dijalankan selama tahapan implementasi minimal sebanyak satu kali.

# Tahapan Persiapan

Sebelum menjalani program Live-in, tim peneliti melakukan identifikasi masalah dan potensi mitra. Selama masa persiapan tim peneliti melakukan kunjungan ke rumah mitra untuk mengidentifikasi masalah dan potensi mitra. Pada tahap ini agar seluruh kegiatan dapat terorganisir dengan baik, tim peneliti bersama dengan pihak mitra berdiskusi terlebih dahulu untuk melakukan perencanaan kegiatan dan target-target apa saja yang ingin dicapai per harinya. Dengan adanya diskusi dan pengamatan di lapangan, peneliti dapat menemukan kelebihan dan kelemahan internal yang dimiliki oleh mitra.

Selain itu, peneliti melakukan penelitian eksternal dengan melakukan pengamatan dan wawancara dengan kepala desa dan warga setempat untuk mengetahui kesempatan dan ancaman yang mungkin dihadapi oleh usaha "Sistik" ini. Kemudian tim peneliti menggunakan analisis SWOT untuk menentukan strategi yang akan kami jalankan selama tahapan implementasi. Kedua penelitian tersebut peneliti rangkum dalam Tabel 1.

Tabel 1. Identifikasi SWOT Produsen "Sistik" merk Haura

Tidora	
Strength	Weakness
<ul> <li>Menonjolkan rasa rempah-rempah berupa kencur yang menjadi ciri khas produk "Sistik" ini meskipun adanya tambahan berbagai varian bumbu rasa lain.</li> <li>Packaging transparan yang dapat memperlihatkan isi "Sistik".</li> <li>Tidak menggunakan bahan pengawet.</li> <li>mitra memiliki ketekunan dalam bekerja dan ramah dalam membina hubungan dengan konsumen dan pemasok.</li> <li>Suami mitra yang memiliki pengalaman bekerja di restaurant dan memiliki pengetahuan tentang pengolahan dan penghitungan biaya makanan.</li> </ul>	Kurangnya modal usaha sehingga mitra merasa minder tidak dapat memasarkan secara luas melalui platform berbayar.     Packaging yang masih kurang menarik dan belum ada label merek.     Harga produk "Sistik" tergolong mahal.     Sulitnya melakukan promosi jika tidak diimbangi pemasaran berbayar.     Belum adanya pencatatan dan pengelolaan keuangan

#### **Opportunities Threats** Adanya peluang Banyaknya pesaing untuk memasarkan menjual produk produk secara online. "Sistik" dengan • Bahan baku yang harga lebih murah. • Muncul inovasi mudah didapatkan kompetitor dengan dengan harga yang produk dapat cukup stabil. • Banyaknya dicampur lebih dari pengunjung yang satu rasa. berwisata dapat • Jika harga bahan melihat produk baku meningkat, "Sistik" Haura pada menyebabkan beberapa pada toko harga jual semakin oleh-oleh khas Cianjur. tinggi. Masih banyak yang Adanya pesaing belum mengetahui dengan jumlah makanan ringan kapasitas produksi di luar Kabupaten yang lebih besar. Cianjur. • Banyaknya warung, warung makan dan sekolah yang belum ditawari untuk menjual "Sistik".

Berdasarkan hasil analisa SWOT di atas, tim peneliti melihat adanya peluang usaha untuk dikembangkan. Oleh karena itu, dari permasalahan dan analisa SWOT, peneliti menyusun beberapa strategi guna meningkatkan penjualan dan mengembangkan usaha UMKM produsen makanan ringan berbahan baku lokal melalui diantaranya: (1) Memberikan bantuan dana yang sebelumnya difasilitasi pihak Universitas Prasetiya Mulya dalam bentuk menambah peralatan dan perlengkapan serta mendaftar perizinan berbayar P-IRT. Izin P-IRT diupayakan agar dapat dipercaya pihak konsumen dan retailer bahwa produk yang diproduksi aman dikonsumsi dan sudah mendapat sertifikasi dan izin dari Dinas Kesehatan, (2) Penambahan varian rasa dan ukuran produk agar lebih bervariasi, (3) Penamaan produk "Sistik" dengan merek yang diusulkan oleh pihak mitra, (4) Pembuatan strategi penetapan harga, (5) Pemasaran dilakukan secara online meliputi e-commerce dan media sosial, (6) Mensosialisasikan cara pembuatan catatan arus kas keluar dan masuk sederhana, (7) Pembuatan desain kemasan agar menarik perhatian pembeli, (8) Penggunaan berbagai ukuran kemasan agar memudahkan konsumen memilih produk sesuai keinginan.

#### Tahapan Implementasi

Selama 44 hari tinggal di rumah mitra tim peneliti melakukan berbagai kegiatan mulai dari produksi, penjualan dan kebersihan. Dengan ikut terlibat langsung dalam kegiatan-kegiatan mitra peneliti dapat membantu melakukan pencatatan secara lengkap mengenai bahan baku apa saja yang digunakan serta penggunaan alat dapur yang berperan untuk membuat produk "Sistik" ini. Pada awalnya produk "Sistik" belum memiliki merek sendiri. Keputusan pemberian merek jual "Haura" terpikirkan oleh beliau disebabkan beliau termotivasi oleh anak kedua yang bernama Haura. Putrinya inilah yang selalu mendukung Ibunya dalam berjualan "Sistik". Dikala Ibu Titin merasa lelah memproduksi dan menjual dengan harga yang tidak tepat, si Haura lah yang selalu menyemangati Ibu Titin dengan dukungan berupa turut membantu penjualan ketika Haura pergi ke sekolah ataupun pada saat temanteman sekolahnya ingin memesan "Sistik". Selain itu, tim peneliti membantu mitra untuk mendesain logo, dan stiker untuk kemasan "Sistik" Haura.

Proses produksi pembuatan "Sistik" dimulai dengan persiapan bahan dan pencampuran bahan. Pada proses produksi sebelumnya setiap bahan-bahan dan bumbu yang digunakan hanya dicampurkan dengan menggunakan perkiraan dan perasaan dari mitra belum ada takaran yang pasti. Sehingga rasa "Sistik" yang dihasilkan dan jumlah bahan baku yang digunakan masih bervariasi tidak konsisten. Sementara dari segi jumlah produksinya, mitra usaha kami sebelumnya hanya menggunakan kurang lebih 1 kg bahan baku utama berupa tepung dalam setiap bulannya. Hal ini berarti produk yang dapat dibuat hanya berjumlah sedikit, karena dahulu penjualan berfokus ke konsumen anak kecil dimana varian produk kemasan yang digunakan hanya 20gr. Namun, setelah ada bimbingan dari kami, mitra usaha berhasil memproduksi setidaknya 5 kg bahan baku utama untuk memproduksi "Sistik" dalam berbagai macam ukuran. Proses produksi selanjutnya adalah proses penggilingan dan penggorengan. Pada proses ini mitra masih menggunakan alat penggilingan yang sudah digunakan selama 10 tahun. Alat yang digunakan sudah susah digunakan untuk menggiling adonan dengan cepat. Pada masa program Community Development, tim peneliti menambahkan alat penggilingan yang lebih baru guna memudahkan selain menambah kapasitas produksi karena bisa dikerjakan oleh dua orang sekaligus.

Proses produksi dilanjutkan dengan proses pengemasan. Sebelumnya packaging "Sistik" ini masih menggunakan plastik ukuran kecil sehingga proses sealing masih menggunakan lilin dan belum didukung oleh mesin sealing. Maka dari itu, tim peneliti membantu kebutuhan akan alat-alat tersebut menggunakan dana yang difasilitasi oleh kampus.

Setelah proses produksi sudah berjalan dengan lancar, tim peneliti melihat adanya peluang pengembangan varian rasa dan ukuran produk. Hal ini dimaksudkan agar produk bisa memiliki diferensiasi dibanding produk kompetitor dan menambah target pasar bukan hanya fokus ke

konsumen anak-anak, namun bisa menarik minat konsumen orang dewasa. Tim peneliti membantu menambahkan varian rasa rumput laut dan daging BBQ. Sementara dari pihak mitra mengusulkan untuk rasa pedas, balado, dan keju. Selain rasa, jenis ukuran menjadi tiga macam yakni 40 gram, 75 gram, dan 150 gram.

Untuk penambahan varian bumbu, tim peneliti memberikan solusi dengan pembelian beberapa toples ukuran sedang sesuai dengan jumlah varian rasa agar semakin mudahnya mitra dalam melakukan pencampuran setiap rasa di samping produk dapat ditimbang. Kemudian proses pemasakan proses produksi dilanjutkan dengan proses pengemasan. Tim peneliti mengganti kemasan dengan kemasan resealable zip lock. "Sistik" yang telah matang kemudian dimasukkan ke dalam toples besar dan dari sana mulai ditimbang sesuai ukuran kemasan dimana pada kemasan sudah ditempelkan stiker dengan merk Haura.

Penetapan harga merupakan salah satu strategi pemasaran yang paling penting. Oleh karena itu, tim peneliti membantu mitra menetapkan harga jual yang sesuai untuk produk "Sistik" Haura dengan menghitung biaya produksi dan melihat harga pesaing di pasar. Kami juga berdiskusi dengan mitra untuk penetapan harga produk. Setelah dihitung dan dipertimbangakan, tim peneliti dan mitra menetapkan harga "Sistik" Haura dengan ukuran 20gr dengan harga Rp. 1000,-; 40 gr seharga Rp. 3000,-; 75gr dengan harga Rp. 5.000,-; dan 150gr dengan harga Rp. 15.000,-. Harga produk ukuran 150gr lebih mahal dikarenakan harga tersebut diutamakan untuk konsinyasi di tempat oleh-oleh.

Sebelum adanya program Community Development pemasaran, "Sistik" ini hanya terbatas ke kerabat, rekan kerja, dan murid-murid di sekolah Ibu Titin. Berdasarkan pengamatan tim peneliti di lapangan, tim peneliti melihat adanya peluang penyebaran distribusi "Sistik" ini ke warung-warung di sekitar rumah mitra. Sehingga peneliti membantu mitra untuk menitipkan "Sistik" Haura ke warungwarung. Sedangkan untuk kemasan yang lebih besar, peneliti melihat adanya peluang wisata dan jumlah toko oleh-oleh yang berada di daerah Cianjur. Tim peneliti meningkatkan penyebaran jalur distribusi ke beberapa toko oleh-oleh.

Selanjutnya, tim peneliti memberikan pelatihan mengenai pemasaran produk menggunakan media online. Penyebaran melalui internet yang telah memasuki daerah pedesaan membuat tim peneliti melihat adanya peluang pemasaran secara online bagi "Sistik" Haura. Permasalahan akan kurangnya pengetahuan pemasaran secara online peneliti selesaikan dengan memberikan pelatihan kepada mitra mengenai pemasaran dengan social media dan e-commerce. Tim peneliti berhasil membuat dan menjalankan pemasaran online melalui

media sosial Instagram dan mengajarkan mitra untuk menggunakan media sosial tersebut untuk berjualan. Selain itu, untuk memperbesar distribusi secara online tim peneliti mendaftarkan "Sistik" Haura ke e-commerce (Tokopedia).

Melalui penerapan strategi yang telah tim peneliti rumuskan sebelumnya dapat ditemukan solusi dari beberapa permasalahan yang dialami mitra menyangkut harga, promosi, kualitas produk, dan distribusi. Kemudian untuk bagian pemasaran, berhasilnya pembuatan desain logo sesuai varian rasa, mendapatkan vendor kemasan dan percetakan sticker berbagai macam ukuran sehingga memudahkan mitra dalam pencarian kemasan dan melakukan print desain logo. Bukan hanya itu, pemahaman penjualan secara online dapat memberikan dampak kepada meningkatnya brand awareness penduduk mengenai "Sistik" dimana makanan ringan daerah tersebut dapat dikombinasikan dengan varian rasa yang menarik tanpa menghilangkan khas tradisional berbahan kencur.

Sementara dari sisi kualitas produk, mitra banyak merasakan manfaat dan keuntungan. Peninakatan kualitas produk membuat hasil akhir tidak mudah pecah atau rentan. Kemudian, penambahan varian ukuran menjadi 20 gr, 40 gr, 75 gr, 150 gr, dan customized. Penambahan diikuti dengan bertambahnya varian rasa menjadi total enam rasa, yaitu Original, Keju, Pedas, Barbeque, Balado, dan Seaweed. Selain itu, pembuatan SOP/ Standard Operating Procedure ditujukan agar selalu menghasilkan cita rasa yang konsisten berkualitas enak. Dari segi produknya itu sendiri, dengan keluarnya perizinan nomor P-IRT dari Dinas Kesehatan telah mempermudah mitra dalam memasarkan titipan produksinya kepada toko oleh-oleh, restoran, maupun factory outlet tanpa diragukan lagi kualitasnya. Permodalan alat timbangan dari pihak kampus telah memberikan kemudahan bagi mitra dalam mengetahui berapa banyak sisa bahan baku terpakai selain adanya alat sealing guna memudahkan dalam finishing produk yang dijual.

#### Tahapan Pendampingan

Setelah kegiatan 44 hari *live-in* selesai tim peneliti masih melakukan masa pendampingan kepada mitra selama 6 bulan. Tim peneliti secara rutin memberikan pendampingan kepada mitra agar bisnis yang sudah dikembangkan menjadi lebih berkembang lagi. Monitoring dilakukan dengan mengunjungi mitra paling tidak satu bulan sekali selama masa pendampingan. Selama masa pendampingan tersebut, tim peneliti memberikan ilmu-ilmu tambahan mengenai pemasaran produk secara online melalui social media yang lebih sering digunakan oleh mitra yakni *Facebook*. Selain itu, mitra berhasil melebarkan penjualan baik ke sekitar

Volume 1, Nomor 1, Maret 2019: Hal 27-34

Cianjur maupun ke luar kota. Khusus sekitar Cianjur, mitra secara aktif dan berani dalam mengikuti sebagian besar acara seperti bazaar, pameran makanan tradisional yang diadakan PLTU. Selain itu, warung-warung tempat konsinyasi "Sistik" Haura semakin bertambah. Diluar daerah Cianjur mitra berhasil memasarkan "Sistik"-nya di berbagai daerah berkat pemasaran melalui Facebook.

## Foto Kegiatan

Berikut merupakan gambar-gambar kegiatan tim peneliti selama *Program Community* Development berlangsung:



Gambar 1. Pemberian Bumbu Varian Rasa ke Tiap Toples



Gambar 2. Kegiatan Penimbangan Sesuai Ukuran Kemasan



Gambar 3. Berpartisipasi dalam Acara Saung Rahayat (Saung Rahayat merupakan acara puncak dan penutupan Community Development dan juga acara pameran produk mitra)



Gambar 4. Pengiriman ke Berbagai Daerah



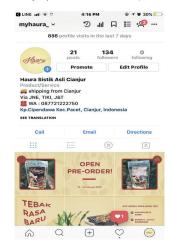
Gambar 5. Surat Izin Usaha Mikro Kecil (P-IRT)



Gambar 6. Produk Ukuran 150gr



Gambar 7. Bapak Bupati Herman Suherman (Bupati Cianjur) turut membeli produk Haura



Gambar 8. Media Sosial Instagram yang Digunakan (@myhaura\_)



Gambar 9. Ketika Anggota Kelompok Membantu Proses Produksi



Gambar 10. Foto Bersama Anggota Kelompok ketika Makan Bersama Ibu Titin



Gambar 11. Kartu Nama "Sistik" Haura



Gambar 12. Banner "Sistik" Haura



Gambar 13. Media Sosial Facebook sebagai Salah Satu Media Pemasaran (@Bunda Humaira)



Gambar 14. Promosi Saat Mengikuti Bazaar Kuliner Ramadhan

#### **KESIMPULAN**

Berakhirnya kegiatan pengabdian kepada masyarakat Desa Cipendawa yang diselenggarakan Universitas Prasetiya Mulya dengan nama program Community Development membuat perasaan kami campur aduk. Namun, yang terpenting adalah melihat perkembangan penjualan berjalan dengan lancar meskipun program pengabdian kepada masyarakat telah berakhir. Dari penerapan strategi selama kegiatan berlangsung, dapat disimpulkan bahwa penjualan produk "Sistik" Haura bisa dikatakan telah berkembang cukup baik setelah ada bimbingan dari tim peneliti.

Respon positif kami dapatkan dari Bupati Cianjur, Bapak Herman Suherman dan Rektor Kampus Universitas Prasetiya Mulya, Prof. Djisman Simanjuntak yang sempat hadir dalam acara Saung Rahayat yang diselenggarakan kampus sebagai acara penutupan kegiatan Community Development. Kehadiran mereka ke booth "Sistik"

Haura memberikan kesan positif kepada mitra untuk terus semangat dalam melanjutkan usahanya. Secara umum, peneliti berhasil meningkatkan semangat mitra untuk terus memproduksi dan melakukan penjualan meskipun kegiatan sudah berakhir. Kemudian dari segi penghasilan sampingan, penjualan produk "Sistik" berdampak pada peningkatan volume penjualan mitra yang meningkat setiap akhir bulan dan tentunya ini menjadi salah satu indikator kegiatan penjualan semakin baik.

Pada akhirnya, apa yang sudah tim peneliti lakukan selama kegiatan Community Development berhasil memberikan pengetahuan bagi mitra baik dalam hal strategi penjualan seperti perhitungan dengan penggunaan bahan harga, produksi baku, dan pemasaran. Dampak-dampak yang baik lainnya juga dirasakan beliau. Salah satu contohnya, beliau dapat memasarkan produknya sendiri melalui konsinyasi ataupun online. Hal tersebut dikarenakan dukungan dari kampus berupa pembiayaan pembuatan perizinan P-IRT yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan dimana memudahkan bagi mitra dalam menitipkan produknya. Adanya nomor izin P-IRT sangat penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen akan kualitas produk "Sistik" Haura.

#### **PUSTAKA**

Riston, Neil. 2011. *Strategic Management*. Ventus Publishing. Diakses 30 September 2018 pukul 12.37PM.

Rangkuti, Freddy. 2004. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.