

Pengembangan Manajemen Usaha Cinlok SM melalui Program *Community Development* di Garut, Jawa Barat

Fari Agil Aryaputra, Hasyifa Lilianawati, Puji Sakinah Marinda, Samuel Vincent Handjaja, Valencia Clarisa, Vincent Surjanto, *Muhammad Setiawan Kusmulyono
Universitas Prasetiya Mulya, Indonesia

DOI:

ABSTRAK

Perkembangan UMKM semakin cepat dan besar jumlahnya terutama industri kuliner. Menurut data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Republik Indonesia, subsektor kuliner berkontribusi 41,4% dari total kontribusi perekonomian kreatif 922 triliun rupiah pada 2016, dan merupakan yang tertinggi dari subsektor lain. Hal tersebut menandakan peluang yang besar di industri kuliner, namun memiliki persaingan yang ketat. Agar dapat bertahan, perusahaan harus dapat bersaing dengan kompetitor. Namun nyatanya, banyak pengusaha tidak memiliki ilmu bisnis yang cukup untuk mengembangkan usaha sehingga dapat berakibat buruk pada perjalanannya. Program *Community Development* yang dilaksanakan oleh Universitas Prasetiya Mulya bertujuan membantu meningkatkan skala UMKM di segi operasional, keuangan, pemasaran dan produksi. Di bidang keuangan, kami membantu mitra untuk membuat template laporan keuangan serta memberikan pembelajaran cara penggunaan aplikasi Buku Kas. Di bidang operasional, mitra dibantu untuk membuat template dan standar pekerjaan dalam bentuk *Standard Operating Procedures* (SOP) yang dapat membantu mitra untuk mengukur kinerja karyawan. Di bidang pemasaran, kami menggunakan Instagram dengan menggunakan *Instagram Ads*, *endorse*, dan membuat konten yang menarik untuk meningkatkan engagement rate. Di bidang produksi, kami membantu mitra untuk mengolah pencatatan produksi setiap harinya dengan template excel. Diharapkan, setelah program selesai, mitra dapat melanjutkan mengembangkan usaha secara mandiri.

Kata Kunci: UMKM, Operasional, Keuangan, Pemasaran, Produksi.

Development of SM Cinlok Business Management Through a Community Development Program in Garut, West Java

ABSTRACT

The growth of SMEs is getting faster and larger, especially food industry. According to data from the Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Republik Indonesia, culinary sub-sectors contributed 41.4% for the creative economy of 922 trillion rupiah in 2016, and its highest of the other sub-sectors. There is big opportunity in the culinary industry, but also intense competition. The company must compete with other competitors to survive. However, most entrepreneurs don't have enough knowledge to develop their business, so it will affect the business itself. Community Development program implemented by Prasetiya Mulya University aims to help increase the scale of SMEs enterprises in terms of operations, finance, marketing and production. In finance, we help the owner create financial report templates and provide learning how to use "Buku Kas" application. In operation, we help create templates and standards of work called Standard Operating Procedures (SOP) that employees must do, and measure employee performance. In marketing, we use Instagram to do promotion using Instagram Ads, endorse, and create content to increase engagement rates. In production, we help to process production data using excel templates to track everyday progress. Hopefully, after the program is completed, the owner can continue to develop the business independently.

Keywords: SMEs, Operation, Finance, Marketing, Production.

*Penulis Koresponden

Email : setiawan@pmba.ac.id

Alamat : Jl. BSD Raya Utama, Kec. Pagedangan, Tangerang,
Banten



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

PENDAHULUAN

Industri kuliner merupakan salah satu dari bidang industri yang diminati oleh banyak orang, terutama di Indonesia. Industri kuliner juga termasuk salah satu dari 16 subsektor industri kreatif di Indonesia. Masuknya industri kuliner dalam salah satu subsektor industri kreatif dapat dilihat dari kreasi yang dilakukan para pebisnis kuliner di Indonesia, mulai dari kreasi resep, cara pengolahan, cara penyajian yang berbeda-beda dari para pelaku bisnis kuliner. Industri kuliner pun berkembang sangat pesat dan memiliki banyak peminat di Indonesia. Hal itu dapat dilihat dari data Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Republik Indonesia, dimana subsektor kuliner berkontribusi 41,4% dari total kontribusi perekonomian kreatif 922 triliun rupiah pada 2016. Jumlah tersebut merupakan yang paling tinggi dibandingkan 16 subsektor lain di Bekraf RI (Agmasari, 2018). Dengan demikian industri kuliner memiliki potensi yang sangat kuat untuk dapat lebih berkembang kedepannya.

Di masa pandemi COVID-19 ini, banyak industri yang terkena dampaknya. Namun, industri kuliner termasuk salah satu dari sedikit industri yang bisa bertahan dan stabil. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, sektor ini menjadi salah satu dari sebagian kecil industri yang tidak mengalami kontraksi selama tujuh bulan pertama 2020. Data BPS menunjukkan, industri makanan dan minuman masih tumbuh tipis 0,22% pada kuartal II-2020 dibandingkan kuartal II-2019. Adapun pertumbuhan industri makanan dan minuman di kuartal I-2020 sebesar 3,94% dibandingkan periode yang sama tahun lalu (Sanusi, 2020). Hal itu membuktikan bahwa di masa pandemi pun, industri kuliner masih memiliki potensi untuk berkembang jika pelaku bisnis tersebut dapat berkreasi, serta beradaptasi dengan keadaan pandemi ini untuk dapat menarik minat konsumen.

Indonesia pun terkenal dengan banyaknya variasi makanan dari setiap daerah. Makanan tradisional ini tentunya banyak diminati oleh masyarakat sekitar maupun para pengunjung yang datang ke daerah tersebut. Salah satu makanan tradisional khas Jawa Barat adalah cilok. Cilok adalah singkatan dari aci dicolok, dan merupakan makanan khas Jawa Barat yang terbuat dari tepung tapioka. Biasa dikonsumsi dengan tambahan bumbu pelengkap seperti kecap, sambal kacang, dan saus. Cilok berbentuk bulat seperti bakso, dan bisa berisikan ayam, keju, daging cincang. Cilok bertekstur kenyal karena terbuat dari tepung tapioka. Banyaknya peminat jajanan cilok memunculkan sejumlah pelaku bisnis kuliner cilok, salah satunya adalah Cinlok SM yang merupakan salah satu bisnis kuliner cilok yang berdomisili di Garut, Jawa Barat.

Cinlok SM adalah usaha dagang makanan tradisional khas Jawa Barat cilok yang memiliki variasi yang cukup banyak dan memiliki keunikan tersendiri dibandingkan usaha cilok lainnya. Usaha yang didirikan oleh Ibu Fitria Rachmawati sejak tahun 2017 ini memiliki ciri khas nya sendiri dengan 4 varian utama, yaitu cilok kuah ayam rica, cilok kikil sambal ijo, cilok sambal kacang, dan yang menjadi *best seller* adalah cilok leleh. Baru-baru ini, Cinlok SM telah menambahkan menu baru yang dapat menjadi *side dish* dari Cinlok SM yaitu ceker ayam lunak. Bisnis tersebut telah berkembang dengan sangat baik dan yang sebelumnya hanya berupa usaha yang berjualan *online* dengan sistem *pre-order*,

sekarang telah membuka kedai untuk menyediakan tempat makan langsung kepada para pelanggan yang ingin menyantap hidangan Cinlok SM secara langsung.

METODE PELAKSANAAN

Pendekatan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan berbasis pendampingan intensif dan lanjutan melalui diskusi dan komunikasi jarak jauh (*daring*) dengan bantuan aplikasi *video conference*. Kelompok kebanyakan menggunakan *platform* Google Meets untuk pertemuan *daring* dengan mitra, namun untuk beberapa kali pertemuan kelompok juga menggunakan *platform* Zoom sebagai *back up* jika *platform* Google Meets sedang mengalami kendala. Pendampingan intensif dilaksanakan selama bulan Februari sebanyak 3 kali pertemuan setiap minggunya pada kegiatan Community Development dan pendampingan lanjutan dilakukan sebulan sekali ketika kelompok mahasiswa telah kembali menjalani perkuliahan. Kegiatan yang dilakukan melalui aplikasi *video conference*, antara lain obrolan, menghubungi secara langsung dengan menelepon menggunakan video (video call).

Kegiatan awal yang dilakukan adalah mengumpulkan informasi sebanyak mungkin mengenai profil dari mitra, serta profil bisnis atau usaha dari mitra. Setelah mengetahui profil usaha mitra, kelompok mengumpulkan informasi mengenai permasalahan sehari-hari pada usaha Cinlok SM. dari sejumlah permasalahan yang ada, kelompok mencari solusi untuk menyelesaikan masalah tersebut. Kelompok mendapatkan informasi dengan cara wawancara langsung dengan mitra melalui pendampingan intensif selama bulan Februari. Untuk mendapatkan tambahan informasi, kelompok menghubungi mitra melalui *platform* chat Whatsapp untuk beberapa informasi tambahan yang diperlukan. Kelompok juga melakukan pendampingan lanjutan dari bulan Maret sampai Mei sebanyak 1 kali pertemuan *video conference* dengan *platform* Google Meets setiap bulannya, dan menanyakan beberapa informasi tambahan melalui *platform* chat Whatsapp.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Usaha

Sejarah Berdiri

Cinlok SM merupakan suatu bisnis yang didirikan oleh Ibu Fitria Rachmawati pada tahun 2017. Awal mula berdirinya Cinlok SM yaitu dari saat Ibu Fitri sedang berada di Kalimantan untuk menemani suaminya yang memiliki bisnis restoran disana. Saat tinggal di Kalimantan selama beberapa tahun, beliau rindu akan makanan khas Jawa Barat, salah satunya yaitu cilok. Karena tidak ada yang menjual cilok khas Jawa Barat di Kalimantan, lalu beliau memutuskan untuk membuat sendiri cilok tersebut dan membagikannya kepada tetangga. Tetangga yang mencoba cilok tersebut pun sangat puas dengan cita rasa yang dimiliki oleh cilok buatan Ibu Fitri, dan mengusulkan beliau untuk melakukan *open pre-order* dan berjualan *online* cilok buatannya. Hasilnya, Ibu Fitri dapat berjualan sedikit cilok buatannya di Kalimantan dengan metode tersebut.

Gambar 1. Logo Cinlok SM



Setelah Ibu Fitri dan suaminya pindah kembali ke Garut, beliau ingin mencoba untuk memulai kembali usaha ciloknya tersebut. Hal tersebut beliau mulai dengan cara yang sama, yaitu dengan membuat cilok tersebut dan membagikannya pada tetangga, keluarga, serta kerabat terdekat dari Ibu Fitri sendiri. Sampai pada akhirnya banyak orang yang menyukai cita rasa dari cilok tersebut yang dianggap unik dan enak bagi orang yang mencicipinya. Dari situ Ibu Fitri akhirnya memutuskan untuk membuka suatu usaha cilok dengan nama Cinlok SM. Pada awal pendiriannya, Cinlok SM menggunakan metode *pre-order* dan pemesanan *online* di daerah Garut dan sekitarnya. Cilok yang dapat dijual sampai ke daerah yang jauh adalah jenis cilok leleh. Seiring dengan berjalannya waktu, usaha Ibu Fitri semakin berkembang dan banyak menarik minat konsumen, bahkan sampai ke daerah Ibukota Jakarta, Bandung, Surabaya, dan beberapa kota besar lainnya dengan bantuan beberapa agen *reseller* yang menjualkan produk Cinlok SM di daerahnya. Bahkan ada beberapa agen yang membawa produk cilok leleh tersebut ke luar negeri atau untuk ekspor ke beberapa negara seperti Rusia.

Saat usahanya sudah semakin berkembang dalam penjualan *online*, Ibu Fitri akhirnya ingin membuka suatu kedai untuk merambah ke sistem penjualan *dine-in*. Ibu Fitri memiliki rencana tersebut pada bulan Desember 2020, dan memulai renovasi serta pembangunan kedai yang berlokasi di rumahnya tersebut. Dari periode bulan Desember 2020 sampai pertengahan bulan Februari 2021, Cinlok SM tutup sementara dan tidak menerima pesanan, dikarenakan dapur yang menjadi tempat produksi juga direnovasi. Pada pertengahan bulan Februari, Cinlok SM kembali beroperasi melalui penjualan *online* sambil menunggu hasil pembangunan kedainya selesai. Pembukaan kedai sempat memiliki beberapa kendala seperti mati lampu total di daerah Garut selama beberapa hari. Hal tersebut membuat kedai yang direncanakan akan dibuka pada pertengahan bulan Februari, akhirnya mundur dan dibuka pada pertengahan bulan Maret. Ibu Fitri yang pada awalnya hanya ingin membuka kedai biasa, akhirnya memutuskan untuk memberikan dekorasi yang menjadikan kedainya sebagai salah satu tempat unik dan menarik minat konsumen dari seluruh Indonesia. Hal tersebut juga menjadi hal yang membuat rencana pembukaan kedai kembali tertunda. Pada 19 Maret 2021, kedai Cinlok SM akhirnya resmi dibuka dan mulai beroperasi hingga saat ini.

Gambar 2. Dokumentasi Pembukaan kedai Cinlok SM



Tabel 1
Profil Usaha Mitra

Nama Mitra Usaha	: Fitria Rachmawati
Produk yang Dikembangkan	: Cilok
Jenis Produk / Layanan	: Makanan
Merek Produk / Layanan	: Cinlok SM
Harga Masing-Masing Produk	: Cilok Kuah Ayam Rica - Rp15.000 Cilok Kikil Sambel Ijo - Rp15.000 Cilok Sambel Kacang - Rp15.000 Cilok Leleh - Rp17.000 Ceker Lunak - Rp20.000
Tahun Pendirian Usaha	: 2017
Alamat Usaha Lengkap	: Jl. Raya Kamojang Kp. Randukurung RT 003 RW 008, Desa Sukakarya, Kec. Samarang, Garut Satu, Jawa Barat, Indonesia.

Sumber: Data Diolah

Profil Cinlok SM

Cinlok SM menyediakan beberapa layanan bagi para konsumennya, yaitu makan di tempat (*dine in*), pesan untuk dibawa pulang (*take away*) dan menerima pesanan dalam jumlah banyak untuk agen distribusi ataupun untuk acara tertentu melalui *pre-order* maksimal H-1. Untuk mendapatkan layanan dari Cinlok SM ini dapat langsung mengunjungi Cinlok SM yang beralamat di Jalan Raya Kamojang Kp. Randukurung RT003/RW008, Desa Sukakarya, Kec Samarang, Garut Satu, Jawa Barat, Indonesia, yang buka mulai pukul 11.00 atau memesan via WhatsApp atau Shopee yang dapat dikirim melalui ekspedisi untuk pemesan yang berada di luar kota. tabel 2 penjelasan dari profil usaha Cinlok SM.

Produk

Produk yang ditawarkan oleh Cinlok SM terdapat 4 varian cilok dan 1 varian *side dish*, yaitu cilok kuah ayam rica, cilok kikil sambel ijo, cilok sambel kacang, cilok leleh, dan ceker lunak. Semua produk dari Cinlok SM merupakan produk hasil olahan dan resep pribadi dari Ibu Fitri, dan memiliki keunikan serta cita rasa yang khas. Cilok kuah ayam rica, cilok kikil sambel ijo, dan cilok sambel kacang merupakan varian cilok yang ditambahkan

dengan kuah atau bumbu untuk menambah cita rasanya. Varian tersebut belum dapat dijual ke daerah diluar Kabupaten Garut dikarenakan ketahanan produk yang tidak bisa tahan lama, dan terdapat resiko barang rusak saat pengiriman. Cilok Leleh merupakan varian favorit dari Cinlok SM, dan dapat diperjualbelikan ke seluruh Indonesia dengan kurir pengiriman, karena dapat tahan sampai 1 minggu di suhu ruangan dan 1 bulan di dalam *freezer*. Ceker Lunak merupakan varian menu terbaru dari Cinlok SM yang lumayan diminati oleh konsumen sebagai *side dish* dari makanan cilok yang menjadi khas dari Cinlok SM sendiri. Harga per porsi untuk varian makanan di Cinlok SM berada di kisaran harga Rp15.000 sampai Rp20.000. Berikut adalah penjelasan lebih detail mengenai varian produk yang dijual di Cinlok SM pada tabel 2.

Analisis SWOT

Menurut Assauri (2015), matriks SWOT merupakan suatu kerangka penganalisisan yang terintegrasi antara internal perusahaan dan lingkungan eksternal, dengan membangun pendekatan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), resiko/ancaman (*threats*). Berdasarkan analisis yang kami lakukan, berikut adalah analisis SWOT yang dimiliki oleh Cinlok SM pada tabel 3.

Analisis Business Model Canvas

Menurut Priharto (2020), Metode business model canvas atau BMCI adalah representasi grafis dari sejumlah variabel yang menunjukkan nilai-nilai organisasi. Business Model Canvas dapat digunakan sebagai alat strategi untuk pengembangan organisasi baru. Selain itu, juga menganalisis situasi (bisnis) dari bisnis yang ada. Berdasarkan analisis yang kami lakukan, berikut adalah analisis BMCI yang dimiliki oleh Cinlok SM pada gambar 3.

Tabel 2
Varian produk Cinlok SM

Varian Produk	Foto Produk	Nilai Tambah	Komponen	Harga
Cilok Kikil Sambal Ijo		Yaitu cilok dengan isian kikil, disajikan dengan kuah sambal ijo khas Cinlok SM serta topping kikil, cuanki lidah, cuanki batagor, dan siomay mini	<ul style="list-style-type: none"> - Cilok isi 6 - Kikil - Cuanki Lidah - Cuanki Batagor - Siomay mini 	Rp15.000,-
Cilok Kuah Ayam Rica		Yaitu cilok dengan isian ayam bumbu rica, disajikan dengan kuah ayam rica khas Cinlok SM serta topping seperti cecker, kacang, cabe, jeruk, dan bawang	<ul style="list-style-type: none"> - Cilok isi 6 - Sayap - Cecker - Topping: kacang, cabe, jeruk, dan bawang 	Rp15.000,-
Cilok Sambal Kacang		Yaitu cilok dengan isian ayam, yang disajikan dengan kuah sambal kacang khas Cinlok SM	<ul style="list-style-type: none"> - Cilok isi ayam 10 - Sambal kacang asli 	Rp15.000,-
Cilok Leleh		Yaitu cilok goreng isi keju, sosis olahan, dan bumbu khas Cinlok SM	Cilok goreng isi 10 (isi keju dan sosis olahan khas Cinlok SM)	Rp17.000,-
Cecker Lunak		Cecker lunak pedas yang memiliki rasa pedas gurih, tersedia dengan tiga level, yaitu : ori, sedang, dan pedas	<ul style="list-style-type: none"> - 10 pcs cecker - bumbu merah aroma jeruk limau, daun bawang, dan wijen. 	Rp20.000,-

Sumber: Data Diolah

Tabel 3
Analisis SWOT Cinlok SM

Strength:

- Memiliki varian rasa yang banyak dengan ciri khas yang unik sehingga sulit untuk ditiru oleh kompetitor.
- Memiliki cukup banyak *reseller* dan ada *reseller* yang memiliki kemampuan untuk melakukan ekspor.
- Mempunyai loyal *customer*.

Weakness:

- Owner kurang fokus pada bisnis ini karena bisnis ini merupakan bisnis sampingan yang mana bisnis utama dijalankan oleh suami. Lalu, owner juga harus memberikan perhatian lebih kepada anaknya yang sedang sakit dan memerlukan perawatan intensif sehingga pekerjaan harus dikesampingkan terlebih dahulu.
- Kurangnya penggunaan teknologi karena hampir semua kegiatan masih dilakukan secara manual.
- Kurangnya pengetahuan pemilik usaha dalam pengelolaan *management*.
- Belum ada pembukuan yang lengkap
- *Trend* makanan akan berubah sewaktu-waktu
- Cilok varian kuah tidak dapat dikirim ke luar kota karena produk tidak berupa bumbu kering.

Opportunity:

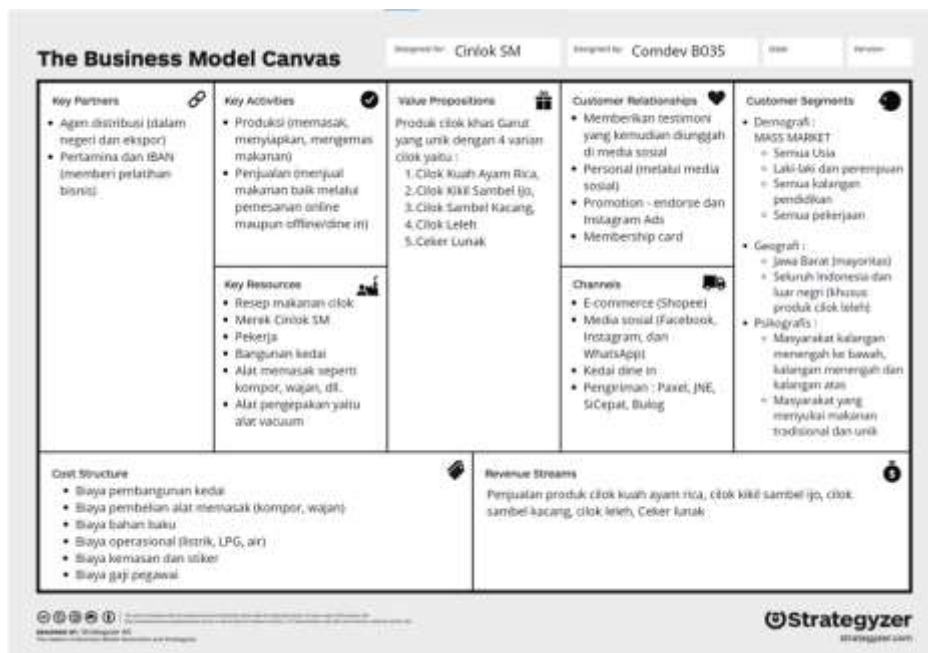
- Omzet yang didapatkan dapat jauh lebih besar jika owner lebih fokus dan mengambil langkah berani untuk mengelola bisnis ini karena Cinlok SM memiliki *demand* yang tinggi.
- Menjadi oleh-oleh Khas Garut

Threats:

- Memiliki banyak kompetitor yang juga menawarkan produk cilok dan meniru menawarkan varian rasa yang mirip atau bahkan sama.
- Inovasi produk harus terus dikembangkan untuk menghindari kejenuhan konsumen terhadap Cinlok SM.

Sumber: Data Diolah

Gambar 3. Kanvas Model Bisnis Cinlok SM



Analisa

Dari hasil observasi awal yang kelompok lakukan selama pendampingan intensif, kelompok mendapati bahwa bisnis Cinlok SM memiliki beberapa permasalahan, Masalah tersebut ada di bidang operasional, pemasaran, keuangan, dan produksi. Berikut adalah analisa permasalahan:

Operasional

Setelah mendalami usaha Bu Fitri lebih dalam melalui pertemuan intensif kami, kami menyadari adanya kesulitan Ibu Fitri untuk membagi waktu antara proses produksi, pengepakan, dan mengurus urusan rumah tangga. Hal ini jika dilihat tidaklah sulit untuk diselesaikan, namun menimbulkan masalah yang besar bagi Cinlok SM sendiri. Permasalahan yang ditimbulkan antara lain Bu Fitri tidak bebas untuk meninggalkan usahanya yang menimbulkan kedai harus tutup jika tidak ada pengawasan Bu Fitri, selain itu hal ini menyebabkan Bu Fitri kerja secara terforsir dan seringkali jatuh sakit. Cinlok SM juga tidak memiliki orang kepercayaan seperti *manager* yang dapat membantu owner dalam mengelola Cinlok SM sendiri, namun hal ini sangatlah wajar mengingat skala bisnis yang masih menengah maka belum memiliki biaya luang untuk mempekerjakan *manager*.

Dengan adanya masalah-masalah tersebut, maka kami mempertimbangkan untuk melakukan pembuatan SOP untuk seluruh kegiatan operasional Cinlok SM. SOP atau standar operasional prosedur adalah dokumen yang berisi serangkaian instruksi tertulis yang dibakukan mengenai berbagai proses penyelenggaraan administrasi perkantoran yang berisi cara melakukan pekerjaan, waktu pelaksanaan, tempat penyelenggaraan dan aktor yang berperan dalam kegiatan (Insani, 2010). Tujuan dibuatnya SOP oleh suatu usaha yaitu:

- a. Mempertahankan konsistensi kerja karyawan
- b. Mengetahui peran dan fungsi kerja pada setiap bagian
- c. Memperjelas langkah-langkah tugas, wewenang dan tanggung jawab
- d. Menghindari kesalahan administrasi
- e. Menghindari kesalahan, keraguan, duplikasi dan ketidakefisienan (Puspitasari dan Rasmawati, 2012)

SOP dapat bermanfaat sebagai referensi bagi para pekerja mengenai proses pengerjaan suatu pekerjaan, dan dapat mengurangi resiko adanya kesalahan/*error* dalam proses tersebut. Selain itu, adanya SOP juga berguna untuk mengantisipasi mengenai berbagai situasi yang muncul. Saat ini, Ibu Fitri telah memiliki SOP namun belum membuat SOP secara spesifik dan jelas karena hanya dalam setiap SOP belum ditetapkan angka pasti seperti batas maksimal masa kadaluarsa setiap bahan baku, dan proses produksi yang jelas. Banyak UMKM yang tidak mempunyai SOP dalam bisnisnya padahal SOP tidak hanya penting untuk mengatur karyawan tetapi juga sebagai pedoman untuk melakukan aktivitas rutin harian yang berhubungan dengan usaha. Cinlok SM memiliki banyak variasi cilok sehingga diperlukan SOP untuk memudahkan proses produksi dan pengemasan agar setiap pegawai dapat bekerja secara optimal. Potensi tantangan yang dapat muncul dari solusi ini adalah diperlukan waktu agar para pegawai dapat melakukan

adaptasi dan disiplin untuk menerapkan SOP yang dibuat serta konsistensi apakah SOP tersebut akan terus dijalankan dalam jangka panjang. SOP yang tim kami buat meliputi 3 bagian, yaitu SOP *Input*, SOP Proses Produksi, dan SOP *Output* yang terdiri dari *Dine-In*, *Take Away*, Pengiriman Jarak Jauh (distributor & reseller).

SOP yang akan dibuat untuk bisnis Cinlok SM meliputi 3 bagian, yaitu SOP Input yang menjelaskan mengenai cara menyimpan dan menggunakan bahan baku, SOP Proses Produksi mulai dari pembuatan cilok, proses pencetakan cilok, dan proses produksi lainnya, lalu yang terakhir SOP Output yang terdiri dari pelayanan pada konsumen dalam 3 cara, yaitu *dine-in* atau untuk pelayanan di kedai, *take away* atau untuk pemesanan yang dibungkus, dan untuk pengiriman jarak jauh kepada distributor dan reseller yang dikirim menggunakan jasa pengiriman. Pada setiap SOP tersebut terdapat SOP tata tertib para pekerja yang harus ditaati selama bekerja di Cinlok SM untuk tetap profesional dalam bekerja dan menjaga kualitas setiap produk. SOP tersebut diharapkan dapat ditaati dan dijalankan oleh setiap pekerja, sehingga Ibu Fitri sebagai *owner* tidak perlu selalu ikut dalam proses produksi dan dapat membagi waktu dengan urusan yang lain.

E-Commerce

Pada era modern industri 4.0 ini penggunaan *e-commerce* sangatlah penting dan membantu. Menurut Kotler & Amstrong (2012) *e-commerce* adalah saluran online yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktivitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan. Meskipun penjualan Bu Fitri saat ini bagus dan stabil tanpa menggunakan *e-commerce* untuk di daerah Garut. Namun, tidak menutup kemungkinan akan penurunan *demand* yang tidak menentu serta untuk memudahkan konsumen yang berada diluar Garut untuk melakukan pembelian. Selain itu, dengan menggunakan *e-commerce*, tim menargetkan agar omzet penjualan mitra dapat naik secara signifikan dengan menggunakan *e-commerce* tersebut. Penggunaan *e-commerce* bertujuan sebagai kegiatan marketing dengan memasukkan produk Cinlok SM ke dalam *e-commerce* maka secara tidak langsung akan tampil dalam mesin pencari ketika ada pengguna yang sedang mencarinya.

Tim memutuskan untuk menggunakan Shopee sebagai aplikasi *e-commerce* yang digunakan oleh Cinlok SM. Kami memilih Shopee karena menurut Ekonomi Bisnis (2020), Shopee merupakan salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia dengan *traffic share* dengan jumlah kunjungan bulanan sebanyak 93 juta perbulan pada kuartal kedua tahun 2020. Shopee juga rutin memberikan promo yang menarik tiap bulannya yang dapat membantu pertumbuhan toko Cinlok SM di Shopee. Sebelum adanya pendampingan, Bu Fitri sudah memiliki akun Shopee untuk berjualan produk cilok leleh. Nama toko yang tertera masih menggunakan nama pribadi pemilik yang dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen. Serta, tidak adanya penjelasan secara lengkap pada kolom deskripsi.

Marketing

Dengan majunya teknologi yang sejalan dengan berkembangnya aplikasi, khususnya media sosial. Semakin memudahkan masyarakat untuk saling terhubung tanpa adanya batasan jarak. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Hootsuite, pada Januari 2021 85.5% menggunakan Instagram dari total pengguna internet di Indonesia. Menurut Meier & Schäfer (2018) Instagram memiliki banyak foto dan hastag yang memiliki *caption* yang dapat disesuaikan dengan visual yang ada dapat meningkatkan *follower* dan jangkauan. Maka dari itu, diharapkan para pelaku UMKM dapat memanfaatkan sosial media terutama Instagram untuk meningkatkan *awareness* yang berujung pada penjualan.

Sebelum adanya pendampingan intensif dari kelompok, Bu Fitri, selaku mitra menggunakan Instagram hanya untuk memposting testimoni yang diberikan konsumen untuk meyakinkan calon konsumen baru dengan produk Cinlok SM. Selain itu, beliau juga tidak memperhatikan kerapian dalam tampilan Instagram dan tidak mengunggah konten dalam waktu yang teratur. Konten yang diberikan belum menarik dan bervariasi.

Permasalahan yang ada dapat dipecahkan dengan aktif mengunggah konten pada *feed* dan *story*. Serta mencoba untuk mengiklankan produk pada fitur yang dimiliki oleh Instagram untuk menarik calon konsumen baru dengan meningkatkan *brand awareness*. Upaya lain yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan kerjasama dengan *influencer* yang berada di kota Garut. Menurut Shimp (2003:11), *brand awareness* adalah kemampuan sebuah merek untuk muncul dalam benak konsumen ketika mereka sedang memikirkan kategori produk tertentu dan seberapa mudahnya nama tersebut dimunculkan. Dengan menggunakan pendekatan yang sudah disebutkan, diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* masyarakat sekitar.

Keuangan

Kendala mitra pada keuangan terdapat pada bagian pencatatan. Keuangan mitra masih tercampur antara uang pribadi dan bisnis. Tim penulis berencana untuk memberikan pelatihan pencatatan keuangan kepada Ibu Fitri dan calon pekerja Cinlok SM di bidang keuangan menggunakan *software* dan aplikasi yang dapat digunakan saat atau setelah kegiatan *Community Development* berakhir. Informasi akuntansi memiliki peranan yang sangat penting untuk meraih keberhasilan usaha, termasuk bagi usaha kecil (Megginson et al., 2000 dalam Pinasti 2007). Informasi akuntansi yang berupa laporan keuangan dapat menjadi modal awal bagi UMKM untuk mengambil berbagai keputusan dalam pengelolaan usaha kecil, antara lain keputusan pengembangan pasar, penentuan harga, dan lain-lain.

Selain itu, menurut berita yang ditulis oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Provinsi Jawa Timur. Dengan menggunakan *software* dan aplikasi keuangan maka akan mengantisipasi adanya hilangnya data karena keduanya dapat dipantau secara *real-time*. Dalam melakukan pelatihan untuk menerapkan pencatatan keuangan, potensi tantangan yang dapat terjadi adalah kemampuan serta pengetahuan mitra dalam mengelola *software* dan aplikasi keuangan serta kedisiplinan dan komitmen dalam melakukan pencatatan keuangan secara teratur.

Produksi

Cinlok SM mempunyai bisnis di bidang kuliner dengan menjual makanan berbahan dasar aci menjadi olahan cilok dengan berbagai varian. Untuk pengembangan bisnis ini, dibutuhkan sistem informasi akuntansi. Sistem informasi akuntansi adalah susunan dari berbagai formulir, catatan, peralatan, termasuk komputer dan perlengkapannya serta alat komunikasi, tenaga pelaksanaannya, dan laporan yang dikoordinasikan secara erat yang didesain untuk mentransformasikan data menjadi informasi yang dibutuhkan manajemen (Widjajanto, 2001). Dalam bisnis kuliner, sistem informasi ini dapat berupa pencatatan keuangan, pencatatan produksi, dan juga pencatatan stok bahan baku. Terdapat 6 unsur informasi akuntansi diantaranya adalah sumber daya manusia, peralatan, formulir, catatan, prosedur dan laporan. Tujuan dari sistem akuntansi ini adalah untuk menyediakan informasi pencatatan secara luas untuk pengguna (Wilkinson, 2000). Sistem ini dapat membantu Cinlok SM dalam pengembangan usahanya sebagai tolak ukur untuk mengetahui bagaimana perkembangan usaha setiap harinya.

Dalam permasalahan operasional, Cinlok SM memiliki target untuk memproduksi cilok sebanyak 1000 *pack*/hari. Cinlok SM juga belum memiliki sistem pencatatan produksi yang baik. Untuk itu, tim penulis akan membantu untuk meningkatkan jumlah produksi sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Berdasarkan hasil penelitian Simanungkalit tahun 2013 faktor- faktor produksi bisnis kecil bidang makanan yaitu, modal yang digunakan oleh para pengusaha adalah modal sendiri yang digunakan secara berputar setiap harinya, bahan baku diperoleh dari pasar dan hasil penjualan dengan cara sistem pesan, tenaga kerja bisnis yang merupakan keluarga serta tetangga disekitar (Simanungkalit, 2013). Hal ini menjadi tantangan yang berpotensi terjadi karena proses produksi yang kurang efisien. Mitra juga sempat berhenti berbisnis sehingga menyebabkan target sulit dicapai karena perlu diadakannya kajian target pasar.

Selain itu, mitra harus memulai usaha dari awal seperti mencari pegawai, mempersiapkan dari segi operasional, serta lokasi untuk produksi. Saat ini, Ibu Fitri hanya memiliki 5 pegawai yang merangkap pada setiap divisi sehingga belum ada pegawai yang fokus untuk kegiatan produksi. Ibu Fitri juga masih memegang segala aspek usaha seperti pengadaan bahan baku, proses produksi, dan juga penjualan. Ibu Fitri juga memiliki tujuan agar pegawainya dapat bekerja tanpa instruksi yang tentunya hal ini butuh waktu dan pengalaman. Apabila Ibu Fitri akan menambah pegawai baru maka diperlukan waktu untuk memilih kriteria yang tepat dan melakukan pelatihan karena para calon pegawai baru tersebut akan ditempatkan di bagian produksi. Jika pegawai tidak bisa mengikuti proses produksi, maka cilok yang dijual akan memiliki cita rasa yang berbeda di setiap produksi. Hal ini akan menyebabkan konsumen merasa tidak ada konsistensi rasa makanan yang akan mengurangi kelayaitasan konsumen.

Pembuatan SOP Usaha Cinlok SM

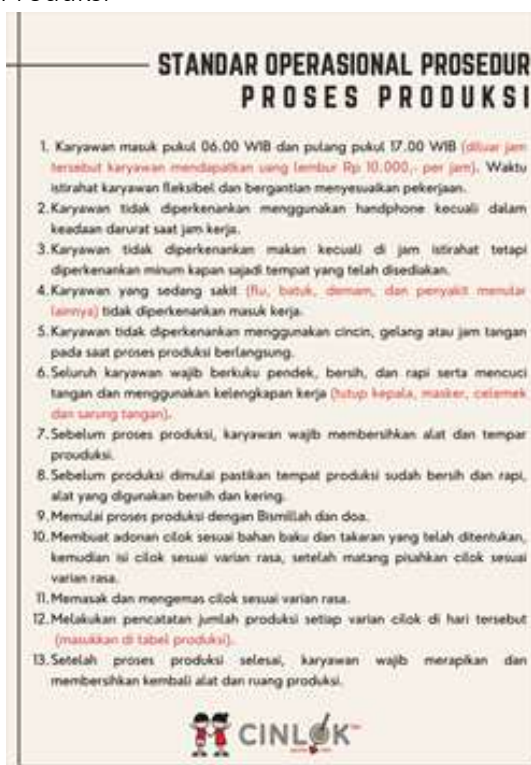
SOP yang terdiri dari SOP Input, SOP Proses Produksi, dan SOP Output yang terdiri dari *Dine-In*, *Take Away*, Pengiriman Jarak Jauh (distributor & reseller) telah berhasil dibuat dan dilaksanakan. SOP tersebut telah disetujui dan disesuaikan dengan kebutuhan dari mitra. Setelah SOP tersebut dibuat, kelompok juga memberikan panduan tatap muka

langsung dengan para pekerja dari Cinlok SM melalui *platform online* aplikasi Google Meets, satu hari sebelum pembukaan kedai dari Cinlok SM.

Gambar 4. SOP Input



Gambar 5. SOP Proses Produksi



Gambar 6. SOP Output Dine-in



Gambar 7. SOP Output Takeaway



Gambar 8. SOP Output Pengiriman



Untuk mengetahui hasilnya, tim kami melakukan evaluasi dengan menggunakan indikator tujuan terukur yang telah kami susun. Kegiatan ini kami kategorikan sukses jika nilai yang didapatkan lebih dari 5,5 dari skala penilaian 0-7. Kami melakukan 2 kali evaluasi dan hasil yang diperoleh dari program yang tim lakukan adalah 6,88 dan 6,79. Dari nilai tersebut, dapat disimpulkan bahwa rata-rata kinerja para karyawan dalam menerapkan SOP yang ada di angka rata-rata 6,835 selama 2 bulan terakhir. Nilai tersebut dapat dikatakan hampir sempurna atau sangat baik, dan tinggal melakukan beberapa perubahan seperti mengingatkan kepada para pekerja agar tidak mencuri waktu bermain *handphone* saat jam kerja, dan menegur para pekerja yang datang terlambat untuk bekerja. Dengan ini, kami dapat memastikan bahwa program yang kami lakukan berhasil dan memberikan dampak positif yang besar bagi Cinlok SM

Dampak dari program ini menurut tim memberikan banyak manfaat dan mendapatkan umpan balik yang positif dari mitra kami Bu Fitri. Manfaat tersebut diantaranya adalah kegiatan operasional tidak memerlukan lagi pengawasan ketat dari Bu Fitri, Bu Fitri juga dapat lebih leluasa dalam waktu bekerjanya, tidak lagi bekerja secara terforsir, dan jika ditinggalkan oleh Bu Fitri maka bisnisnya dapat tetap berjalan dengan normal. Selain itu, penerapan SOP juga memberikan distribusi pekerjaan dan tanggung jawab secara merata kepada setiap karyawan sehingga seluruh karyawan dapat bertanggung jawab terhadap pekerjaannya masing-masing.

Pembuatan Akun Toko Shopee Cinlok SM

Registrasi akun Cinlok SM pada Shopee berhasil terdaftar dalam kurun waktu satu minggu. Proses yang cukup lama disebabkan karena kurangnya penjelasan yang diberikan Shopee ketika adanya kegagalan mendaftar, sehingga membutuhkan waktu untuk mencari tahu penyebab dan mencari solusi lebih lanjut. Pada tahap mendaftarkan toko, calon penjual diharuskan mengisi beberapa hal seperti, asal pengiriman, rekening, pemilihan vendor kurir, dan membutuhkan verifikasi. Setelah mendaftarkan toko, tahap selanjutnya merupakan mendaftarkan produk cilok leleh serta memasukkan foto, deskripsi produk, varian rasa, dan harga. Lalu, dilanjutkan dengan meletakkan link akun Shopee pada bio Instagram agar para pembeli bisa langsung mengklik dan melakukan pembelian.

Dalam satu bulan masa intensif, Shopee Cinlok SM mendapatkan pesanan sebanyak 42 *packs*. Sedangkan dalam masa pendampingan sejak Maret sampai dengan Mei, jumlah pesanan bertambah sebanyak 101 *packs*. Penjualan Shopee tidak meningkat signifikan dikarenakan Bu Fitri sedang fokus mengembangkan kedai di Garut.

Penggunaan Sosial Media Marketing

Penggunaan sosial media khususnya Instagram pada awalnya berfungsi untuk meningkatkan *awareness* calon pembeli khususnya daerah Garut. Usaha yang dilakukan selama masa intensif berupa mengunggah konten setiap hari Senin dan Jumat. Konten pertama yang diunggah pada *feed* berupa pengumuman bahwa Cinlok SM akan buka kembali dengan menggunakan *copywriting* dengan bertemakan humor agar terasa lebih dekat kepada *audience*. Konten yang diunggah selanjutnya berupa informasi menu yang dimiliki dan deskripsi harga dan komposisi bahan. Menjadikan Instagram sebagai media untuk mengumumkan bahwa Cinlok SM beroperasi kembali dengan sistem sementara yaitu *pre-order* dari tanggal 15-18 Februari setelah tutup lebih dari satu bulan. Kegiatan terakhir yang dilakukan selama masa intensif berupa berusaha mengajak bermain permainan Bingo bersama *audience*. Aktif pada Instagram *story* merupakan usaha kelompok untuk meningkatkan *engagement rate* dari Instagram @cinloksm.id. Konten diunggah lima kali dalam sehari sejak awal hingga akhir masa intensif. Hasil akhir yang didapatkan berupa *engagement rate* sebesar 3.52%.

Untuk meningkatkan *awareness*, kelompok memanfaatkan fitur iklan pada Instagram yang dijalankan dalam kurun waktu 4 hari, dengan total *budget* Rp200.000. Menargetkan masyarakat daerah Garut dengan umur 18-34 tahun dan didominasi oleh perempuan. Konten yang digunakan berupa poster yang memberikan informasi mengenai Cinlok SM sudah beroperasi kembali dengan sistem *pre-order*. Efek yang diberikan setelah melakukan iklan berupa mendapat 2.369 *reach*, 6.286 *impression*, dan *audience* yang melakukan *visit profile* ke akun Instagram berjumlah 22 akun. Kesimpulan dari iklan yang dilakukan kurang efektif. Analisa sementara masyarakat Garut kurang menyukai konten poster.

Hal terakhir yang dilakukan berupa melakukan *endorse* kepada KOL di daerah Garut yaitu @jajanangarut dengan *followers* 231.000. Kerjasama yang dilakukan berupa mengirimkan produk yang dimiliki dan diunggah pada akun Instagramnya. Berdasarkan wawancara pemilik usaha dengan pengunjung, mereka datang karena hasil *posting-an* dari akun tersebut. Dapat disimpulkan bahwa masyarakat Garut lebih menyukai konten *review* dari *key opinion leader* atau sosok yang dipercaya di bidangnya. Sehingga, promosi yang dilakukan selanjutnya berupa *endorse* KOL yang berada di Garut untuk mengakuisisi *new customer*.

Penggunaan *Tools* dan *Software* Keuangan

Selama masa pendampingan intensif dan lanjutan, kelompok memberikan pelatihan untuk menggunakan beberapa *tools* pencatatan pembukuan seperti *Google Sheets* dan Buku Kas yang akan memudahkan Ibu Fitri untuk mengecek setiap transaksi dan *cashflow* yang ada. *Google Sheets* memudahkan pengelolaan keuangan bagi UMKM dan memiliki beberapa keunggulan, seperti: aplikasi tersedia gratis, fitur yang tersedia pada Ms. Excel dapat dilakukan di *Google Sheets*, dan berbasis *cloud computing* (Raditya dkk., 2020). Kelompok juga akan memberikan pelatihan kepada calon pekerja Cinlok SM di bidang administrasi dan keuangan, sehingga Ibu Fitri tidak harus mengurus semua masalah pembukuan keuangan dan pengecekan administrasi seorang diri.

Dalam melakukan pencatatan mitra, selain manual, mitra telah melakukan pencatatan pula pada *Microsoft Excel* yang telah kelompok buat. Mitra juga memutuskan untuk menggunakan aplikasi kasir digital yaitu Kasir Pintar *Free*. Dilansir dari kasirpintar.co.id, Kasir Pintar *Free* dapat membantu agar bisnis UMKM menjadi lebih efisien dengan fitur pencatatan otomatis, *scan barcode* untuk harga produk, laporan laba rugi, mencetak struk pembelian konsumen dengan *printer bluetooth*, pemantauan stok, catatan transaksi, dan laporan pada *website*, *backup data*, *auto sync* pada *device* dan *cloud*, serta pembayaran *cashless* dengan QRIS. Bersamaan dengan penggunaan Kasir Pintar *Free*, kelompok juga memberikan *printer portable*.

Pembuatan Pencatatan Produksi

Dalam pengembangan bisnis, Cinlok SM memiliki target produksi yang dimiliki mitra adalah sebanyak rata-rata 1000 *pack/hari*. Namun karena kendala operasional seperti kurangnya sumber daya manusia serta harus memulai bisnis dari awal, Bu Fitri menurunkan target produksi menjadi 200 *pack/ hari*. Jumlah produksi ini diharapkan dapat meningkat sebanyak 500 *pack* per bulannya sebagaimana proses produksi ini dilakukan untuk mendapatkan laba (Gasperz, 2001). Kelompok akan membantu Ibu Fitri untuk dapat meningkatkan jumlah produksinya di tiap bulan. Hal tersebut dengan catatan bahwa Ibu Fitri masih mempertahankan jumlah pegawai saat ini (5 orang). Proses produksi dilakukan dengan resep yang telah dibuat oleh Ibu Fitri agar cilok yang dihasilkan memiliki tingkat konsistensi yang sama. Untuk produksi cilok leleh yang akan dikirim ke luar kota, tim produksi melakukan vakum untuk packaging agar cilok yang dikirim sampai ditangan konsumen dalam kondisi baik.

Selama proses pendampingan, mitra berusaha untuk mempertahankan jumlah produksi per hari untuk tetap dapat mencapai target produksi. Kelompok membantu mitra untuk mencapai target dengan memperbaiki sistem produksi dan juga sistem pencatatan. Sistem pencatatan ini dilakukan setiap hari di akhir proses produksi untuk merekapitulasi data total jumlah produksi setiap harinya. Hal ini akan menjadi indikator untuk melihat tercapai tidaknya target produksi. Selama periode pendampingan pada bulan februari hingga mei, mitra membuka kedai baru pada bulan mei sehingga penjualan difokuskan pada penjualan offline di kedai. Dalam 3 bulan, Cinlok SM telah membuka kedai selama 60 hari. Hal ini terjadi karena kendala kesehatan dari Ibu Fitri yang sempat menurun sehingga kedai ditutup selama beberapa hari. Namun dengan hal tersebut, Cinlok SM berhasil mencapai target produksi selama periode pendampingan dari bulan februari hingga mei. Total produksi mencapai 12888 pack yang dilakukan selama 60 hari dengan rata-rata produksi perhari 125 pack. Jumlah produksi ini diharapkan akan terus meningkat meski periode pendampingan telah berakhir. Mitra telah melakukan proses pencatatan produksi setiap hari seperti yang diharapkan kelompok, sehingga dari proses pencatatan ini diharapkan mitra dapat menjadikan hal ini sebagai motivasi untuk terus meningkatkan produksi. Mitra juga memiliki target untuk dapat menjual ciloknya ke seluruh penjuru Indonesia bahkan dunia. Untuk itu, mitra akan terus mengembangkan bisnis dan meningkatkan kualitas pembuatan ciloknya agar dapat dijual ke luar kota.

SIMPULAN

Kegiatan yang telah dilakukan oleh tim B035 *Community Development* terhadap Cinlok SM dapat terlaksana dengan baik dan sesuai dengan agenda-agenda yang sudah direncanakan. Pendampingan ini secara umum memiliki tujuan untuk mengembangkan bisnis mitra dari segi penjualan, keuangan, marketing, produksi, operasional. Dari segi penjualan: adanya peningkatan penjualan dari setiap bulannya dapat terlihat dari data jumlah penjualan sejak bulan Februari sampai Mei yang berasal dari kedai dan Shopee. Jumlah penjualan pada bulan Februari sebanyak 1.438 porsi dan bulan Mei sebanyak 5.114 porsi. Peningkatan jumlah penjualan dipengaruhi oleh strategi marketing dan kerja sama antara produksi dan operasional. Fokus utama mitra untuk saat ini dan kedepan berada pada keberlangsungan pada penjualan di kedai, bukan kepada Shopee. Dari segi keuangan, kelompok berhasil membuat template Excel untuk mitra mencatat penjualan dan pendapatan. Kelompok juga mengajarkan cara penggunaan dari template Excel tersebut kepada mitra serta penggunaan aplikasi Buku Kas untuk pencatatan. Selain itu mitra juga telah menggunakan aplikasi Kasir Pintar untuk bisnisnya. Dari segi marketing. setelah melakukan beberapa jenis media sosial strategi, menggunakan *review* dari *key opinion leader* dari daerah setempat merupakan cara yang paling efektif untuk meningkatkan penjualan Cinlok SM. Dari segi produksi, kelompok berhasil membantu mitra untuk mencapai target jumlah produksi per hari yang sudah dibuat di awal bisnis. Target yang dibuat sejumlah 200 pack cilok per hari berhasil dicapai dengan total produksi 12888 pack dan rata-rata produksi per hari 125 pack cilok selama 3 bulan (kedai dibuka 60 hari). Dari segi operasional, kelompok berhasil membuat SOP di bidang Input, SOP

proses produksi, dan SOP Output. Kelompok juga telah memberikan bimbingan kepada para pekerja berupa penjelasan sejumlah SOP yang ada agar para pekerja dapat menjalankannya dengan baik. Hasilnya dalam evaluasi form pelaksanaan SOP oleh para pekerja, rata-rata nilai yang didapatkan selama 2 bulan yaitu di angka 6,835. Hal tersebut dapat dianggap sangat baik, dan hanya perlu memperbaiki beberapa hal seperti kedisiplinan pekerja. Kelompok juga telah memberikan penjelasan mengenai model bisnis yang terstruktur menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). Kami memberikan materi melalui presentasi yang dilakukan oleh tim B035 selama periode *Community Development* berlangsung. Pada pertemuan terakhir, kami melakukan evaluasi dan memastikan segala program yang kami berikan telah terlaksana serta tim B035 berharap agar materi yang diberikan digunakan secara maksimal dan memiliki dampak baik bagi Cinlok SM.

DAFTAR PUSTAKA

- Agmasari, S. (2018). *Industri Kuliner, Penopang Tertinggi Perekonomian Kreatif di Indonesia*. Diakses 2 Juni 2021, dari website: <https://travel.kompas.com/read/2018/02/06/185000027/industri-kuliner-Penopang-tertinggi-perekonomian-kreatif-di-indonesia>.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Assauri, S. (2013). *Strategic Management*. PT Rajagrafindo Persada. Depok.
- Fauzan, Rahmad. (2020). *Pengunjung Bulanan Shopee Capai 93 juta Orang, Geser Tokopedia*. Diakses 4 Juni 2021, dari website: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200824/12/1282601/Pengunjung-bulanan-shopee-capai-93-juta-orang-geser-tokopedia>.
- Gasperz, V. (2001). *Ekonomi Managerial, Pembuatan Keputusan Bisnis. Edisi kedua. Jakarta: Gramedia*. Diakses pada 2 Februari dari website: https://www.portal-ilmu.com/2020/02/pengertian-produksi-dan-usaha-usaha_14.html.
- Iklimah. (2015). *Perpustakaan Digital Budaya Indonesia; Cilok*. Diakses 2 Juni 2021, dari website: <https://budaya-indonesia.org/Cilok-1/>.
- Insani, Istyadi. (2010). Standar Operasional Prosedur (SOP) Sebagai Pedoman Pelaksanaan Administrasi Perkantoran Dalam Rangka Peningkatan Pelayanan dan Kinerja Organisasi Pemerintah. *Penyempurnaan Makalah pada Workshop Manajemen Perkantoran di Lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika*. Bandung.
- Kasir Pintar. (2021). *Produk*. Diakses 3 Juni 2021, dari website: <https://kasirpintar.co.id/>.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. penerbit Erlangga.

- Kemp, S. (2021). *DIGITAL 2021: INDONESIA, slide 47*. Diakses 3 Juni 2021, dari website: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>.
- Meier, A., & Schäfer, S. (2018). The Positive Side of Social Comparison on Social Network Sites: How Envy Can Drive Inspiration on Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 21(7)*, 411–417. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0708>.
- Redaksi Bisnis UKM. (2017). *Penting! UKM Perlu Tahu Cara Buat Standar Operasional Prosedur*. Diakses 3 Juni 2021, dari website: <https://bisnisukm.com/pelatihan-cara-buat-standar-operasional-prosedur-Untuk-umkm.html>.
- Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Provinsi Jawa Timur. (2020). *Penyusunan Laporan Keuangan Bagi UMKM*. Diakses 3 Juni 2021, dari website : <http://diskopukm.jatimprov.go.id/berita/penyusunan-laporan-keuangan-bagi-umkm>.
- Pinasti, M. (2007). Pengaruh Penyelenggaraan Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Persepsi Pengusaha Kecil Atas Informasi Akuntansi: Suatu Riset Eksperimen. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, 10(3)*.
- Priharto, S. (2020, 13 November). *Business Model Canvas: Pengertian, Elemen dan Fungsinya Bagi Bisnis*. Diakses 3 Juni 2021, dari website: https://accurate.id/bisnis-ukm/business-model-canvas/#Pengertian_Business_Model_Canvas.
- Puspitasari, D., & Rosmawati, R. (2012). *Pelayanan Prima (Service Excellent) SMK Bisnis dan Manajemen*. Jakarta: CV Arya Duta.
- Raditya M., Hendriyana, & Ardiansyah, M. I. (2020). Penerapan Google Spreadsheet Dalam Pembuatan Laporan Keuangan Untuk Pengembangan Usaha UMKM Kota Bandung. *KRAITH-ABDIMAS, 3(1)*. 1001-106.
- Simanungkalit. (2015). *Perkembangan Home Industri Makanan Ringan Di Nagori Perlananan Kecamatan Bandar Kabupaten Simalungun 1962-2011 Analisa Sejarah Perekonomian*. Diakses pada tanggal 2 juni 2021, dari website <http://digilib.unimed.ac.id>.
- Shimp, T. A. (2003). *Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi Kelima Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Widjajanto, N. (2001). Sistem Informasi Akuntansi, Erlangga, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Trisakti. *Jurnal JIBEKA, 12(1)*.
- Wilkinson. Cerullo, Raval, Wong On Wing. (2004). Accounting Information System. *Jurnal JIBEKA, 12, No 1, 2018*.

Lampiran

Tabel Profil Mitra

Nama Mitra Usaha	Fitria Rachmawati
Tempat / Tanggal Lahir	Garut, 29 april 1989
Usia	32 tahun
Pendidikan Terakhir	S1 Hukum
Pekerjaan Saat ini	Pemilik bisnis kuliner Cinlok SM (Saung Samang)
Pekerjaan Sebelumnya	Kenotariatan , Kejaksaan
Alamat Lengkap	Jl. Raya Kamojang Kp. Randukurung RT003 RW008 Desa Sukakarya, Kec. Samarang, Garut Satu, Jawa Barat, Indonesia
Nomor Telepon	Nomor pribadi : 0821 2662 0089 Nomor Cinlok SM: 0821 2945 5550
Jumlah Keluarga	1 suami dan 2 anak
Nama Suami	Tony Sugianto
Pekerjaan Istri / Suami	Wirausaha : - Kuliner western - Makanan sehat dengan produk olahan tahu - Pertanian tanaman edamame, tomat, dan makanan lain
Jumlah Tanggungan* (cantumkan jumlah)	[1] suami [2] Anak
Usia dan Jenis Tanggungan	ANAK : (1) 5 tahun (2) 5 bulan Jenis Tanggungan: Sekolah, Jajan, Pengobatan anak
Informasi penting terkait kondisi keluarga mitra	Kondisi mitra saat ini memiliki tanggungan 2 anak yang berumur 5 tahun dan telah bersekolah, serta 1 bayi yang berumur 5 bulan, yang memerlukan biaya untuk pengobatan serta terapi 3 minggu sekali selama 6 bulan kedepan karena penyakit yang dialami. Usaha suami mitra saat ini sedang tidak berjalan karena terdampak dari adanya pandemi COVID-19 yang menyebabkan usaha kuliner di Kalimantan tersebut harus tutup untuk sementara. Suami mencoba untuk berbisnis di bidang <i>agriculture</i> dengan bercocok tanam kacang edamame, tomat, dan beberapa tanaman lain yang sampai saat ini sedang dijalani.
Sumber pendapatan utama keluarga	Suami (Bapak Tony)
Rata-rata pendapatan bulanan keluarga	Kurang lebih 30 juta / bulan

Rata-rata Omzet dan Income dalam 3 bulan terakhir	Omzet: Rp 80- 90 juta / bulan Income: Rp 10-15 juta /bulan
Daftar Pemasukan selain dari Usaha	Pendapatan usaha kuliner suami di Kalimantan dan bisnis pertanian suami di Garut
Pengelolaan Keuangan	Pendapatan keluarga utama dari suami sebagai tulang punggung keluarga, sedangkan Cinlok SM usaha Ibu Fitri untuk menambah pendapatan keluarga
Kepemilikan Hutang	Untuk hutang usaha Cinlok SM tidak ada. Hutang keluarga Rp100.000.000 ke bank untuk keperluan pengobatan dan operasi anak. Selain itu, untuk menutupi usaha pertanian yang dimiliki suami. Untuk menutupi kekurangan dana pada usaha suami di Kalimantan karena pandemi.
Informasi penting lain yang dapat menghambat proses pendampingan usaha	Adanya kebingungan dalam pembagian waktu terhadap usaha Cinlok SM dengan waktu merawat anak yang sedang sakit yang memerlukan terapi 3 minggu sekali dalam waktu 6 bulan
Modal Keterampilan untuk Mengembangkan Usaha (soft maupun hardskill) diluar Aspek Manajemen	Memiliki keterampilan untuk memasak serta mau untuk berinovasi dalam variasi makanan. Bu Fitri juga memiliki kemauan untuk belajar dan mengembangkan bisnis Cinlok SM dengan aktif dalam kegiatan mentoring yang diadakan oleh Pertamina dan komunitas yang diadakan oleh IBAN.
Modal Pengalaman Usaha (jelaskan)	Saat tinggal di Kalimantan untuk menemani suami dinas, ada rasa rindu yang muncul untuk makan cilok. Dengan kemampuan yang dimiliki, akhirnya Ibu Fitri melakukan inovasi dalam memasak agar keluarga tidak bosan dengan masakannya, salah satunya adalah cilok. Saat ada teman dan tetangga yang berkunjung, tidak jarang Ibu Fitri memberikan cilok yang sudah dikembangkan itu. Respon dari kerabat yang mencoba cilok ternyata sangat menyukai dari rasa yang dibuat karena sungkan untuk terus meminta, akhirnya para kerabat meminta untuk Ibu Fitri berjualan dengan membuka <i>pre-order</i> dan akhirnya berjualan di kedai makan <i>dine in</i> .