

## Peningkatan Penjualan dan Efisiensi Produksi Keripik Kulit Ayam dalam Pendampingan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Altion Markoli, Elvira Wongso, Erica, Hansen Juni Lieus, Mathilda, Nicholas Gilbert Sugianto, Nickken Khinbie Setiawan, Stefanny Putri, \*Mey Lista Tauryawati  
Universitas Prasetiya Mulya, Indonesia

### ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan salah satu roda perekonomian Indonesia dalam beberapa tahun ini. Data Bank Indonesia menunjukkan UMKM berkontribusi sebesar 64% terhadap produk domestik bruto Indonesia. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat Universitas Prasetiya Mulya 2021 merupakan salah satu cara untuk membantu mengembangkan usaha mikro. Artikel ini bertujuan untuk mengetahui peningkatan penjualan dan efisiensi produksi pada usaha keripik kulit ayam Tjap Bu Yeti dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Data sampel yang digunakan berasal dari mitra penulis sebagai pelaku usaha mikro keripik kulit ayam Tjap Bu Yeti di Kecamatan Cipanas. Rumusan masalah dan metode penelitian dalam artikel ini dibagi dalam aspek fundamental bisnis yaitu aspek produksi, aspek pemasaran, aspek keuangan, dan aspek sumber daya manusia. Setelah melewati kurang lebih enam bulan proses pendampingan oleh tim penulis, terdapat beberapa perkembangan pada bisnis mitra. Hasilnya, yang pertama, terjadi peningkatan efisiensi pada produksi keripik kulit ayam dengan menerapkan konsep tata letak produk dan keseimbangan lini. Kedua, memperjelas identitas merek dan target pasar produk. Ketiga, terjadi peningkatan penjualan sebesar Rp441.000,00 dan peningkatan margin laba bersih sebesar 2.53%. Terakhir, tim penulis berhasil merumuskan identifikasi pekerjaan.

Kata Kunci: Keripik Kulit Ayam, Efisiensi Produksi, Peningkatan Penjualan, UMKM, Sumber Daya Manusia.

## Increasing Sales and Production Efficiency of Chicken Skin Chips Through Business Assistance for Micro, Small, and Medium Enterprises

### ABSTRACT

Small and medium-sized enterprises are one of Indonesia's economic wheel in recent years. Data from Bank Indonesia shows that SME account for 64% of Indonesia's gross domestic product. Community development activities at Prasetiya Mulya University 2021 are one of the ways to help these micro businesses. This article aims to find out about the increase in sales and production efficiency in Tjap Bu Yeti crispy chicken skin business in community development activities. The sample data used was from the authors' partner as the owner of Tjap Bu Yeti crispy chicken skin from Cipanas. The problems formulation and research methods in this article are divided into business fundamental aspects, such as production, marketing, financing, and human resources. After going through approximately six months of mentoring by the authors, there are some developments to partner's business. The results are, first, an increase in production efficiency of crispy chicken skin by applying the concept of product layout and line balancing. Second, clarifying brand identity and product target market in the marketing aspect. Third, there was an increase in sales of Rp. 441,000.00 and an increase in net profit margin of 2.53%. Last, the authors succeeded in formulating job identification.

Keywords: Crispy Chicken Skin, Production Efficiency, Increasing Sales, SME, Human Resources.

### \*Penulis Koresponden

Email : [mey.lista@pmb.ac.id](mailto:mey.lista@pmb.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

Kegiatan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) merupakan acara rutin tahunan bersifat wajib bagi seluruh jurusan mahasiswa S1 semester 6 yang diadakan oleh Universitas Prasetya Mulya bekerja sama dengan beberapa Pemerintah Daerah di Jawa Barat. Tujuan dan manfaat kegiatan PKM bagi masyarakat sasaran adalah meningkatkan motivasi, pemahaman bisnis, dan kesejahteraan mitra dalam pengembangan usaha. Bagi mahasiswa adalah meningkatkan kepekaan kewirausahaan dan sosial serta kemampuan sinergitas dengan mitra, rekan tim penulis, dan stakeholder dalam menjalankan program pendampingan. Pada tahun 2020, kegiatan PKM yang terdiri dari tiga rangkaian acara yaitu persiapan, pendampingan intensif dan pendampingan lanjutan terpaksa dilakukan secara daring akibat pandemi COVID-19 di Indonesia. Program PKM ini menyoar pelaku bisnis UMKM salah satunya di Kabupaten Cianjur Jawa Barat.

UMKM merupakan salah satu tonggak dari perekonomian Indonesia beberapa tahun terakhir ini. Berdasarkan data dari Bank Indonesia pada tahun 2019 yang lalu, UMKM menopang 64% PDB Indonesia dan menyumbang 95% penyerapan tenaga kerja se-nusantara. Dilansir dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemkop-UMK), sampai tahun 2020 terdapat kurang lebih 63 juta unit UMKM meski 95% di antaranya masih berada pada sektor usaha mikro.

Kondisi UMKM di Kabupaten Cianjur dan Kecamatan Cipanas sendiri saat ini tidak jauh beda dengan kondisi UMKM secara umum yang terkena dampak pandemi COVID-19. Banyak dari pelaku UMKM yang mengalami masalah kesulitan penjualan. Cipanas sendiri dikenal sebagai daerah wisata yang terdapat banyak tempat wisata cukup terkenal. Karena adanya peraturan mengenai PSBB oleh Pemerintah membuat tempat wisata banyak yang harus ditutup dan jumlah wisatawan baik domestik maupun internasional juga berkurang drastis. Berdasarkan data yang tim penulis dapatkan dari Sekretaris Asosiasi UMKM Kecamatan Cipanas, saat ini terdapat kurang lebih 600 UMKM yang terdaftar di Kecamatan Cipanas. Dengan adanya pandemik COVID-19 ini jumlah UMKM yang dapat bertahan hanya sekitar 30% dengan rata-rata penurunan omset sekitar 80%.

Ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan dua hal fundamental dan penting bagi kemajuan hidup umat manusia saat ini. Dewasa ini, teknologi banyak membantu manusia dalam melakukan pekerjaannya. Peranan teknologi ini membawa dampak yang signifikan terhadap dunia bisnis. Teknologi hadir untuk membantu manusia dalam banyak hal seperti dalam digital marketing, platform, pengelolaan finansial dan lain sebagainya. Tetapi bantuan teknologi diperlukannya suatu *basic knowledge* atau pengetahuan yang cukup sehingga dapat berguna secara utuh. Penggunaan teknologi ini kerap dirasakan oleh masyarakat metropolitan yang memiliki akses yang mudah terhadap teknologi. Namun penerapan teknologi pada UMKM tidak semudah yang dibayangkan. Butuh waktu serta tenaga yang cukup untuk mengenalkan dan melatih pelaku UMKM sehingga dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dapat membantu mereka menciptakan dan mengembangkan bisnis yang berkelanjutan.

Aspek fundamental seperti aspek produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia menjadi sebuah fokus yang harus diperhatikan dalam sebuah bisnis. Keseimbangan implementasi antara keempat aspek tersebut sangat dibutuhkan agar sebuah bisnis dapat berkembang dan bertumbuh secara berkesinambungan. Hal ini tidak hanya berlaku bagi bisnis modern saja melainkan juga berlaku bagi bisnis UMKM. Dasar yang kuat harus ditanamkan sejak awal berdirinya bisnis agar dapat menopang bisnis yang terus bertumbuh dan berkembang.

Bidang usaha makanan memiliki potensi yang sangat besar jika berkaca pada potensi yang dimiliki Kabupaten Cianjur. Inovasi menjadi sebuah poin penting ditengah besarnya persaingan pasar di lini bisnis ini. Keripik kulit ayam merupakan salah satu buah inovasi produk yang sangat cemerlang untuk bersaing dalam pasar bisnis makanan di Cianjur. Produk ini tergolong dalam makanan ringan (*snack*) yang berbahan dasar kulit ayam dan tepung yang digoreng menjadi keripik. Dengan proses pembuatan menggunakan bahan baku dan peralatan yang sederhana, produk ini memiliki daya tarik tersendiri bagi para penikmat makanan ringan. Tidak hanya bagi masyarakat setempat melainkan juga bagi para wisatawan. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Cianjur pada tahun 2016-2018 mengalami peningkatan cukup signifikan setiap tahunnya. Selain itu, jumlah wisatawan yang berkunjung untuk tujuan kuliner juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan pada 2017-2018.

Bisnis keripik kulit ayam ini yang dilakukan oleh mitra penulis yang notabene merupakan pelaku UMKM masih terbilang jauh dari kata efektif dan efisien baik dari aspek produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia dalam implementasinya. Dengan adanya kegiatan PKM ini bertujuan untuk mendampingi serta memberikan pendampingan kepada mitra terhadap keempat aspek fundamental tersebut. Harapan kedepannya mitra dapat mengevaluasi dan memperbaiki kekurangan pada empat aspek fundamental tersebut dan terjadi peningkatan pada pendapatan bisnis mitra. Sehingga bisnis keripik kulit ayam mitra dapat berjalan lebih efektif dan efisien serta dapat berkembang dan bertumbuh menjadi sebuah bisnis yang berkelanjutan.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang tim penulis gunakan adalah kombinasi dari metode deskriptif, studi kasus, dan studi pustaka. Metode penelitian deskriptif digunakan untuk menjelaskan sebuah peristiwa dan masalah yang terjadi pada bisnis keripik kulit ayam. Studi kasus pada penelitian ini dilakukan dengan observasi langsung kegiatan bisnis, melakukan wawancara kepada pelaku usaha, dan pemberian modal kerja langsung kepada mitra. Serta metode studi pustaka dilakukan dengan menggunakan teori-teori ilmiah baik dalam aspek produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia yang terkait dengan permasalahan yang terjadi. Sebagai objek penelitian, tim penulis mengamati pelaku UMKM yang menjadi mitra tim penulis dalam program PKM Community Development Universitas Prasetiya Mulya 2021. Mitra yang bernama Yeti Nurhayati yang merupakan pelaku UMKM yang memiliki bisnis keripik kulit ayam dengan merk "Tjap Bu Yeti" sejak

tahun 2018. Tim penulis melakukan observasi langsung selama 5 bulan periode pelaksanaan kegiatan PKM ini dari bulan Februari 2021-Juni 2021.

Tim penulis menguraikan metode implementatif berdasarkan keempat aspek fundamental yang akan digunakan dalam memecahkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas antara lain:

a. Aspek Produksi:

a) Mengevaluasi SIPOC dan membuat *Standard Operational Procedure* (SOP).

Dalam sebuah proses bisnis sebuah pedoman kegiatan operasional menjadi sangat penting bagi kelangsungan bisnis tersebut. Pada kegiatan produksi keripik kulit ayam, sebuah SOP produksi akan sangat bermanfaat bagi pelaku bisnis untuk memonitor kegiatan produksinya agar lebih efektif dan efisien. Selain itu konsistensi kualitas produk juga menjadi sebuah hal penting yang harus dijaga. Sebelum melakukan pembuatan SOP, mengevaluasi secara sederhana *supplier, input, process, output, customer* (SIPOC) dalam sebuah kegiatan bisnis juga harus dilakukan.

b) Memodifikasi proses produksi.

Kegiatan produksi kulit ayam yang dilakukan oleh mitra masih terbilang kurang efisien. Tim penulis mengevaluasi proses produksi mitra dengan menggunakan teori sederhana dalam operational management mengenai *product layouts* dan line balancing. Untuk mencari proses produksi yang paling efisien dan dapat meningkatkan kapasitas produksi dari mitra itu sendiri. Selain itu, proses produksi juga masih dilakukan secara tradisional dengan alat-alat yang terbatas membuat kapasitas produksi mitra sangat rendah. Penambahan dan meregenerasi alat-alat yang dapat membuat proses mengolah kulit ayam seperti memotong, membersihkan dari bulu ayam, menggoreng, dan melakukan penimbangan menjadi lebih efisien yang secara otomatis akan meningkatkan kapasitas produksi mitra.

b. Aspek Pemasaran

a) Memperjelas *brand identity* dengan pembuatan logo.

Brand dalam sebuah produk memiliki peranan penting apabila ingin melakukan kegiatan pemasaran. Hal ini juga yang membuat produk menjadi mudah dikenal oleh market terutama oleh pembeli. Pembuatan logo yang mencerminkan ciri khas dari produk keripik kulit ayam dapat membuat brand awareness dari produk menjadi semakin luas. Selain itu logo produk juga dapat digunakan pada kemasan produk yang akan dipasarkan dan juga ditempatkan pada kanal-kanal distribusi produk.

b) Memperjelas *Segmenting, Targeting, Differentiation, Positioning* (STDP) produk.

STDP menjadi sebuah kunci dalam sebuah pemasaran produk tidak terkecuali bagi produk keripik kulit ayam Tjap Bu Yeti. Hal ini bermanfaat untuk menentukan dan memperluas target market. Dengan mengetahui STDP produk akan mempermudah mitra dalam memasarkan produknya dengan lebih efisien.

- c) Melakukan penetrasi pemasaran melalui kanal online.  
Penjualan secara tradisional atau dengan metode offline akan membuat jangkauan pasar menjadi terbatas. Dengan kemajuan teknologi yang ada penjualan melalui *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia menjadi salah satu pilihan yang baik. Pemasaran dengan media sosial seperti Instagram juga bermanfaat untuk meningkatkan *brand awareness* dan target *market* itu sendiri. Pembuatan feeds dan story dalam Instagram menjadi salah satu cara dalam memasarkan produk. Melatih dan mengajarkan mitra dalam mengoperasikan *platform e-commerce* dan media sosial juga dilakukan agar mitra dapat meningkatkan skillnya.
  - d) Melakukan evaluasi desain dan ukuran packaging produk.  
Packaging merupakan salah kunci utama bagi sebuah produk yang ingin dipasarkan secara luas. Desain dan ukuran packaging harus sangat diperhatikan terutama untuk produk-produk baru. Desain *packaging* yang elegan dan ukuran yang sesuai dengan margin yang diinginkan oleh mitra. Survei juga dilakukan untuk mengetahui keinginan pasar mengenai desain dan ukuran packaging yang ideal.
- c. Aspek Keuangan
- a) Menghitung *cost of good sold* (COGS) dari produk.  
Dalam memproduksi sebuah produk, COGS menjadi sebuah komponen yang sangat penting yang harus diketahui oleh pelaku usaha tersebut. COGS menjadi salah satu acuan dalam menentukan harga jual dari produk tersebut. Tim penulis juga membantu mitra dalam menghitung COGS produk agar mitra dapat mengetahui dengan jelas harga jual produk serta keuntungan bersih yang didapatkannya. Mitra juga dapat mengetahui komponen dalam sebuah produksi serta modal yang dikeluarkan.
  - b) Menghitung profitabilitas penjualan.  
Profitabilitas menjadi sebuah acuan utama dalam bisnis untuk mengetahui apakah bisnis tersebut menguntungkan atau justru merugikan. Rasio keuangan yang dapat digunakan untuk menghitung profitabilitas salah satunya adalah *net profit margin* (NPM). Dengan menghitung NPM mitra dapat mengetahui berapa persentase keuntungan yang diterimanya dibandingkan dengan pendapatan yang diterima.
- d. Aspek Sumber Daya Manusia
- a) Membuat *job analysis* untuk karyawan.  
*Job analysis* diperlukan oleh pelaku usaha yang memiliki karyawan dalam menjalankan bisnisnya. Hal tersebut bermanfaat agar karyawan dapat mengetahui dengan jelas pekerjaan yang harus dilakukannya beserta dengan kompensasi yang akan diterima. Pembuatan *job analysis* juga dapat menjadi sebuah pedoman sederhana bagi karyawan dalam bekerja dengan lebih efisien dan sesuai dengan standar yang ditetapkan. Terutama dalam bisnis makanan, karyawan menjadi sebuah pemain kunci untuk menciptakan produk yang konsisten secara kualitas dan rasa.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Aspek Produksi

#### a. SIPOC & SOP

Dalam pembuatan SIPOC & SOP, tim penulis telah melakukan observasi langsung dan wawancara terhadap mitra. Observasi langsung dan wawancara dilakukan melalui *video conference*. Tim penulis juga telah mendiskusikan terlebih dahulu dan mendapatkan persetujuan dari mitra mengenai SOP yang dibuat. Mitra juga telah melakukan sosialisasi terhadap karyawan sebelum mengimplementasikan dalam kegiatan produksinya. Setelah adanya SOP ini, kegiatan produksi mitra menjadi lebih terarah dan meminimalisir terjadinya kesalahan dalam produksi keripik kulit ayam. Konsistensi dari kualitas produk juga menjadi lebih baik dari sebelum adanya SOP ini.

#### SIPOC Keripik Kulit Ayam Tjap Bu Yeti:

**Tabel 2**  
**SIPOC Keripik Kulit Ayam Tjap Bu Yeti**

<i>Supplier</i>	<i>Input</i>	<i>Process</i>	<i>Output</i>	<i>Customer</i>
-Penjual kulit ayam. -Toko <i>packaging</i> dan <i>sticker</i> . -Penjual bahan dasar produksi (rempah-rempah, tepung, penyedap rasa, dll.)	- Kulit ayam - Rempah - Bumbu - Tepung - Minyak	1. Pembersihan 2. Pematangan 3. <i>Seasoning</i> 4. Penggorengan 5. <i>Packaging</i>	Keripik Kulit Ayam	- B2B (Warung, Hotel, Tempat oleh-oleh, dan Kantin sekolah) - B2C (Shopee & <i>Direct Selling</i> )

Sumber: Data Diolah

Gambar 1. SOP Keripik Kulit Ayam Tjap Bu Yeti

**SOP Pembuatan Keripik Kulit Ayam  
"Tjap Bu Yeti"**

**Tujuan :** Pembuatan keripik kulit ayam Tjap Bu Yeti

Bahan Baku	
1. Kulit ayam	2 kg
2. Bawang putih	4 siung
3. Jahe	1 ruas
4. Kunyit	1 ruas
5. Garam	½ sdm
6. Perenyap rasa (Royco rasa ayam)	2 sdm
7. Tepung terigu	750 gram
8. Tepung maizena	125 gram
9. Minyak	2 liter

Peralatan	
1. Panci	9. Baskom
2. Pisau	10. Blender
3. Keranjang	11. Wadah
4. Spatula	12. Tissue dapur
5. 2 Wajan	13. Timbangan
6. Ganting Dapur	14. Trisis/Saringan
7. Paku	15. Meaker
8. Taleran	16. Sarung Tangan

**Prosedur Produksi :**

1. Siapkan kulit ayam sebanyak 2 kg kemudian cuci hingga bersih di sebuah keranjang serabi masabub kulit ayam menggunakan pisau.
2. Rebus air secukupnya sampai mendidih pada panci. Setelah air mendidih, matikan api kompor dan sidiikan air panas.
3. Masukkan kulit ayam yang sudah bersih ke dalam air panas yang telah disiapkan selama 1-2 menit.
4. Bersihkan bulu-bulu halus yang masih tersisa pada kulit ayam menggunakan pisau atau dusap dengan jari tangan selagi kulit ayam masih hangat. Lakukan penggosokan kembali pada kulit ayam hingga benar-benar bersih dari bulu-bulu halus kemudian potong-potong di sebuah baskom atau wadah yang cukup besar.
5. Potong kulit ayam menggunakan ganting dapur/pisau dengan ukuran 4x8 cm.
6. Siapkan bawang putih, jahe, dan kunyit lalu blender bersamaan sampai halus.
7. Tambahkan perenyap rasa dan garam secukupnya ke dalam hasil blender dan aduk rata.
8. Campurkan secara merata bumbu hasil blender dengan kulit ayam yang sudah dipotong.
9. Diamkan dan marasi kulit ayam dengan bumbu rempah selama 15-30 menit.
10. Siapkan tepung terigu dan maizena pada wadah baru dan campur hingga merata. Masukkan kulit ayam yang sudah dimarasi ke dalam campuran tepung kemudian aduk hingga kulit ayam terbalut tepung dengan merata.
11. Siapkan 2 wajan berisi minyak. Penggorengan kulit ayam akan dilakukan sebanyak 2 kali. Proses pertama dilakukan sampai kulit ayam berwarna keemasan dengan temperatur rendah (api sedang), kemudian pindahlah ke wajan kedua dengan temperatur panas (api besar) dan goreng sampai matang.
12. Tiriskan kulit ayam yang sudah matang.
13. Siapkan wadah dan tissue dapur untuk memisahkan minyak dan tungku sergot kulit ayam siap dikemas.
14. Siapkan packaging yang akan digunakan.
15. Siapkan timbangan untuk mengukur berat kulit ayam saat melakukan pengemasan. Kulit ayam akan dikemas dengan berat 50 gram dan 100 gram.

**Hal-hal yang perlu diperhatikan:**

1. Selalu menggunakan masker dan sarung tangan selama proses produksi berlangsung.
2. Gunakan sarung tangan yang berbeda esat:
  - a. Mencabut bulu dan membersihkan kulit ayam.
  - b. Menyiapkan rempah-rempah hingga marasi kulit ayam.
  - c. Membalut kulit ayam dengan tepung hingga penggorengan selesai.
  - d. Proses perimbangan dan pengemasan kulit ayam.
3. Cuci seluruh peralatan yang telah digunakan hingga bersih.

**b. Product Layouts & Line Balancing**

Dalam melakukan proses produksi, pada awalnya mitra melakukannya dengan melakukan setiap *work elements*-nya sekaligus. Misalnya, saat ingin memproduksi sebanyak 5 kg, maka 5 kg kulit ayam tersebut akan dibersihkan dan dicabut dahulu bulu ayamnya sebelum lanjut ke pekerjaan selanjutnya. Dengan cara seperti ini, waktu yang diperlukan untuk melakukan produksi akan semakin lama. Memproduksi 5 kg keripik kulit ayam dapat memakan waktu hingga 3 jam lamanya. Melihat kondisi tersebut, tim penulis melakukan perubahan terhadap cara kerja produksi dengan menerapkan *product layout* dan *line balancing* supaya proses produksi dapat dilakukan dengan lebih efisien. Berikut ini adalah tabel *precedence* dan waktu yang

dibutuhkan untuk melakukan setiap *work elements* dengan jumlah yang diproduksi sebanyak 5 kg keripik kulit ayam dalam jangka waktu 2 jam.

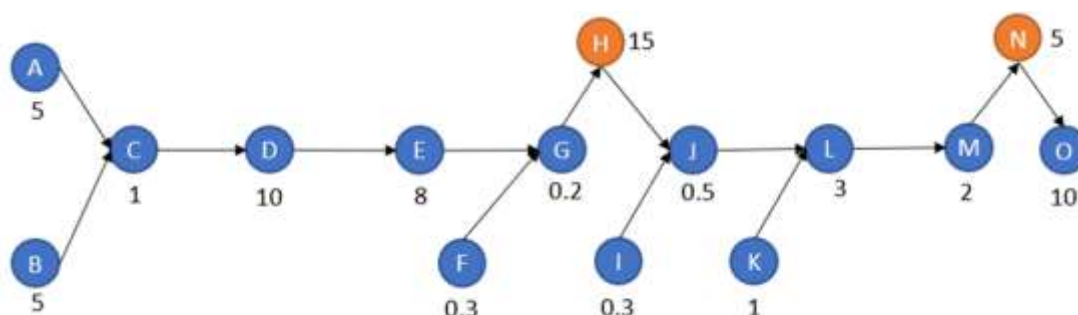
Setelah mengetahui *precedence* dan waktu untuk setiap *work elements*-nya, langkah selanjutnya adalah membuat *precedence diagram*. Gambar di bawah adalah *precedence diagram* keripik kulit ayam Tjap Bu Yeti.

**Tabel 3**  
**Identifikasi *Work Elements* & *Precedence* Produksi Keripik Kulit Ayam Tjap Bu Yeti**

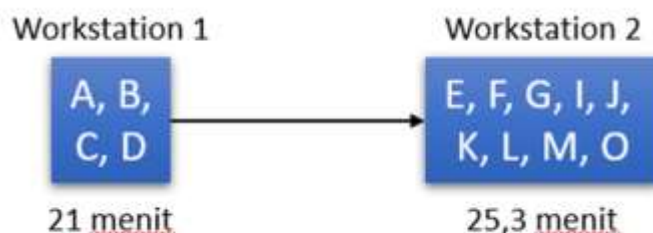
Work Elements	Precedence	Waktu (menit)
A Membersihkan kulit ayam sembari mencabut bulu ayam	-	5
B Menyiapkan air panas	-	5
C Merebus kulit ayam	A, B	1
D Membersihkan bulu halus pada kulit ayam	C	10
E Memotong kulit ayam	D	8
F Blender rempah-rempah	-	0.3
G Mencampur kulit ayam dengan rempah yang telah diblender dan tambahkan bumbu penyedap	E, F	0.2
H Marinasi kulit ayam	G	15
I Menyiapkan tepung	-	0.3
J Mencampur kulit ayam dengan tepung	H, I	0.5
K Menyiapkan minyak goreng panas	-	1
L Menggoreng kulit ayam (pertama)	J, K	3
M Menggoreng kulit ayam (kedua)	L	2
N Meniriskan kulit ayam yang sudah digoreng	M	5
O Menimbang dan membungkus kulit ayam ke packaging	N	10

Sumber: Data Diolah

**Gambar 3.** *Precedence Diagram* Produksi Keripik Kulit Ayam Tjap Bu Yeti



Gambar 4. Assembly Line Diagram Produksi Keripik Kulit Ayam Tjap Bu Yeti



Work elements H dan N diwarnai oranye menandakan bahwa work elements tersebut tidak membutuhkan adanya pekerja untuk dilaksanakan sehingga tidak dimasukkan ke dalam perhitungan. Selanjutnya, kita hitung *desired cycle time* dan jumlah *workstation*.

$$Cd = \frac{2 \text{ jam} \times 60 \text{ menit}}{5 \text{ kg}} = \frac{120}{5} = 24 \text{ menit}$$

$$N = \frac{5 + 5 + 1 + 10 + 8 + 0,3 + 0,2 + 0,3 + 0,5 + 1 + 3 + 2 + 10}{24} = \frac{46,3}{24} = 1,929 \approx 2 \text{ workstations}$$

Pada tahap ini, kita perlu mengelompokkan *work elements* ke dalam 2 *workstations* dengan *cycle time* 24 menit. Hasil yang didapat ditunjukkan pada gambar 4.

*Cycle time* dari *workstation* 1 adalah 21 menit dan dari *workstation* 2 adalah 25,3 menit. Untuk menghitung efisiensi, kita memerlukan *actual cycle time* yang diambil dari *workstation* yang memiliki waktu paling lama, yaitu *workstation* 2.

$$\text{Efisiensi (E)} = \frac{46,3}{2 \times 25,3} = 0,915 \approx 91,5\%$$

Dari penerapan *line balancing* ini, maka proses produksi keripik kulit ayam Tjap Bu Yeti memiliki efisiensi (E) sebesar 91,5%. Jika dibandingkan dengan sebelumnya, proses ini memiliki efisiensi waktu yang lebih tinggi karena di saat satu pekerjaan dilakukan, pekerjaan-pekerjaan lainnya juga sedang berlangsung sehingga secara langsung akan menghemat waktu. Sebelumnya, suatu pekerjaan dilakukan hingga selesai baru kemudian lanjut ke pekerjaan selanjutnya yang menyebabkan proses produksi berlangsung lebih lama.

Selain meningkatkan efisiensi dengan merubah cara kerja proses produksi, kami juga membantu mitra untuk membeli peralatan-peralatan baru untuk meningkatkan efektivitas produksi. Berikut ini adalah peralatan-peralatan yang diganti (pada tabel 4).

Pembaharuan peralatan tersebut sangat membantu mitra dalam aspek produksinya, misalnya seperti pinset yang memudahkan mencabut bulu ayam, kemudian ukuran wajan dan saringan yang lebih besar akan mempermudah proses penggorengan, kompor gas sebelumnya yang rusak diganti dengan yang baru, dan lain-lain. Hal ini sangat berpengaruh terhadap efektivitas dalam proses produksi dan secara tidak langsung juga dapat meningkatkan efisiensi dari segi waktu.

**Tabel 4**  
**List Peralatan Produksi Sebelum dan Sesudah Kegiatan PKM Comdev 2021**

No.	Sebelum Pendampingan	Sesudah Pendampingan
1	Wajan 38 cm	Wajan 50 cm
2	Timbangan analog	Timbangan digital
3	Sodet	Sodet (baru)
4	Saringan (hanya ukuran kecil)	Saringan (ukuran besar dan kecil)
5	Baskom ukuran tebal 18 cm	Baskom ukuran tebal 24 cm
6	Burner gas	Burner gas (baru)
7	Kompas gas (rusak)	Kompas gas
8	Gunting biasa	Gunting dapur khusus memotong ayam
9	Tidak menggunakan pinset	Pinset

Sumber: Data Diolah

### Aspek Pemasaran

#### a. Brand Identity

Brand Identity yang dimiliki Mitra sudah sesuai. Mitra memiliki brand "Tjap Bu Yeti" dan memiliki logo yang dapat mencerminkan produk keripik kulit ayamnya dengan jelas. Mitra menyadari bahwa brand merupakan hal yang penting dan harus dimiliki pada setiap usaha sehingga konsumen dapat membedakan produk yang dimilikinya dengan kompetitor lainnya. Hal tersebut terlihat dari Mitra yang telah memiliki brand ketika mulai menjual produknya.

Strategi yang dilakukan oleh mitra adalah *family brand* dan *generic brands*. Sebelumnya, Mitra telah menjual produk lain (Keripik Pare) dengan brand "Tjap Bu Yeti" dan ketika mengeluarkan produk baru, brand "Tjap Bu Yeti" masih digunakan oleh Mitra. *Generic brands* terlihat dari metode penjualan Mitra. Mitra melakukan penjualan dengan 2 cara, secara retail dan grosir. Mitra ingin memenuhi permintaan konsumen dan memberikan harga yang lebih rendah dibanding produk-produk keripik kulit ayam lainnya yang beredar di pasaran baik secara *offline* maupun *online* tetapi tetap memperhatikan kualitas dan rasa produk.

Tabel 5  
Logo Tjap Bu Yeti Sebelum dan Sesudah Pendampingan Comdev 2021

Logo [Before]	Logo [After]
	

Logo Tjap Bu Yeti sebelum pendampingan Comdev 2021 terlihat sangat tidak elegan dan tidak memiliki daya tarik bagi pembeli. Terlihat dari pemilihan warna logo, bentuk logo, dan jenis tulisan yang sangat tidak menarik bagi pembeli.

Logo Tjap Bu Yeti sesudah pendampingan Comdev 2021 terlihat jauh lebih elegan dengan pemilihan bentuk logo, warna logo, dan jenis tulisan yang modern serta lebih menggambarkan produk keripik kulit ayam itu sendiri.

Sumber: Data Diolah

## b. Segmenting, Targeting, Differentiation, Positioning (STDP)

### a) Segmenting

Customer dari produk keripik kulit ayam Tjap Bu Yeti dapat diidentifikasi menjadi 3 customer profile:

#### 1. Anak-anak

Demografi:

- Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan
- Umur: 5-12 tahun
- Pekerjaan: Pelajar di tingkat SD

Geografi: Desa Sindanglaya, Cipanas

Psikografi: Kelas sosial Menengah ke Bawah

Behavior:

- Membeli jajan di sekolah
- Membeli jajanan dengan harga yang murah
- Menyukai makanan yang mengandung penyedap rasa

**Tabel 6**  
**STDP**

Segmenting and Profiling					
Demografi		Geografi		Psikografi	
Jenis Kelamin	Laki-laki	Region	Jakarta	Kelas Sosial	Atas
	Perempuan		Bogor		Menengah
Umur	< 5 th	Poin Orientasi	Depok	Personalitas	Bawah
	5-12 th		Tangerang		Kompulsif
	13-19 th		Bekasi		Kompetitif
	20-26 th		Lifestyle		Ekstrovert
	27-34 th		Diri Sendiri		Introvert
	> 34 th		Keluarga		Koleris
			Sosial		Ambivert
Pekerjaan	SD	Aktivitas	Entertainment		Ambisius
	SMP		Bekerja		
	SMA		Bersantai		
	Mahasiswa				
	Pegawai Negeri				
	Ibu Rumah Tangga				

Sumber: Data Diolah

## 2. Remaja

### Demografi:

- Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan
- Umur: 13-24 tahun
- Pekerjaan: Pelajar di tingkat SMP dan SMA dan Mahasiswa

### Geografi:

- Desa Sindanglaya, Cipanas
- JaBoDeTaBek

Psikografi: Kelas sosial Menengah ke Bawah

*Behavior:*

- Menyukai makanan yang mengandung penyedap rasa
- Menyukai keripik kulit
- Suka melakukan pembelian secara online
- Suka mencoba makanan baru
- Menyukai ngemil di saat-saat tertentu
- Tertarik karena pemasaran yang unik dan promo murah

### 3. Orang tua

Demografi:

- Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan
- Umur: 5-12 tahun
- Pekerjaan: Pelajar di tingkat SD

Geografi: Desa Sindanglaya, Cipanas

Psikografi: Kelas sosial Menengah ke Bawah

*Behavior:*

- Menyukai makanan yang mengandung penyedap rasa
- Menyukai keripik kulit
- Menyukai ngemil di saat-saat tertentu
- Tidak suka mencoba makanan baru
- Membeli dalam jumlah banyak (grosir)

#### **b) Targeting**

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, diketahui bahwa target dari produk keripik kulit ayam Tjap Bu Yeti memiliki target market sebagai berikut:

Demografi:

- Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan
- Umur: 5-27 tahun

Psikografi: Kelas sosial Menengah ke Bawah

Behavior:

- Menyukai makanan yang mengandung penyedap rasa
- Menyukai keripik kulit
- Suka mencoba makanan baru
- Menyukai ngemil di saat-saat tertentu
- Tertarik karena pemasaran yang unik dan promo murah

#### **c) Differentiation**

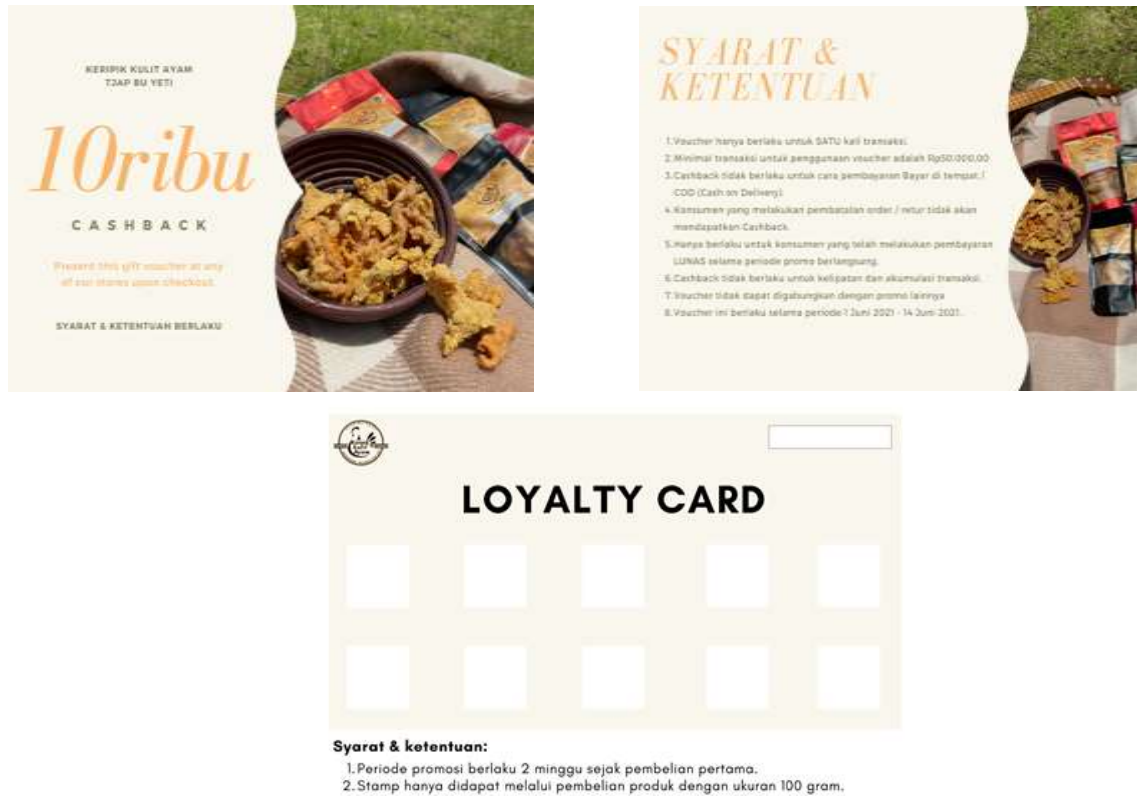
##### *a) Product Differentiation*

Produk keripik kulit ayam Tjap Bu Yeti memiliki perbedaan diantara kompetitornya. Keripik kulit ayam Tjap Bu Yeti merupakan satu-satunya produk keripik kulit ayam di daerah Cipanas. Mitra juga menawarkan produk keripik kulit ayam dengan rasa-rasa yang bervariasi, yaitu original, pedas, dan balado. Selain itu, produk Mitra merupakan produk dengan legalitas yang lengkap sehingga layak untuk dipasarkan.

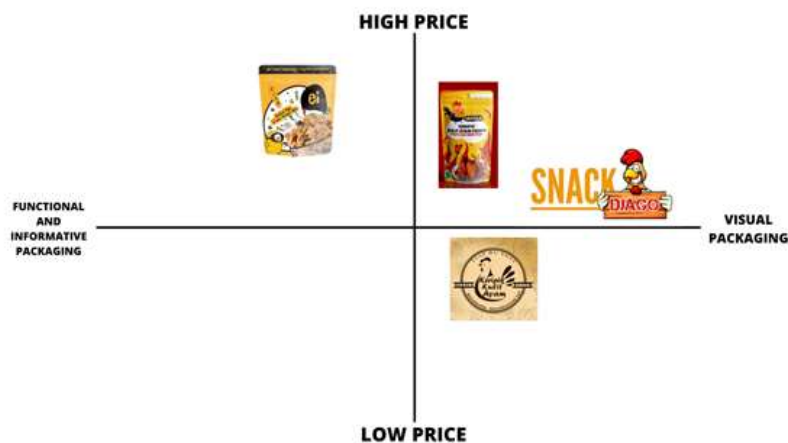
b) *Service Differentiation*

Selain menawarkan produk keripik kulit ayam, Mitra juga memberikan penawaran lain, yaitu promo *voucher*. Terdapat 2 promo *voucher* yang ditawarkan berupa *voucher cashback* sebesar Rp10.000 dan *loyalty card* yang akan didapatkan setiap pembelian keripik kulit ayam Tjap Bu Yeti. Setiap *voucher* dapat digunakan dengan mengikuti syarat dan ketentuan yang tertera pada setiap *voucher*.

Gambar 5. Promo *Voucher*



Gambar 6. *Positioning* Tjap Bu Yeti



#### d) Positioning

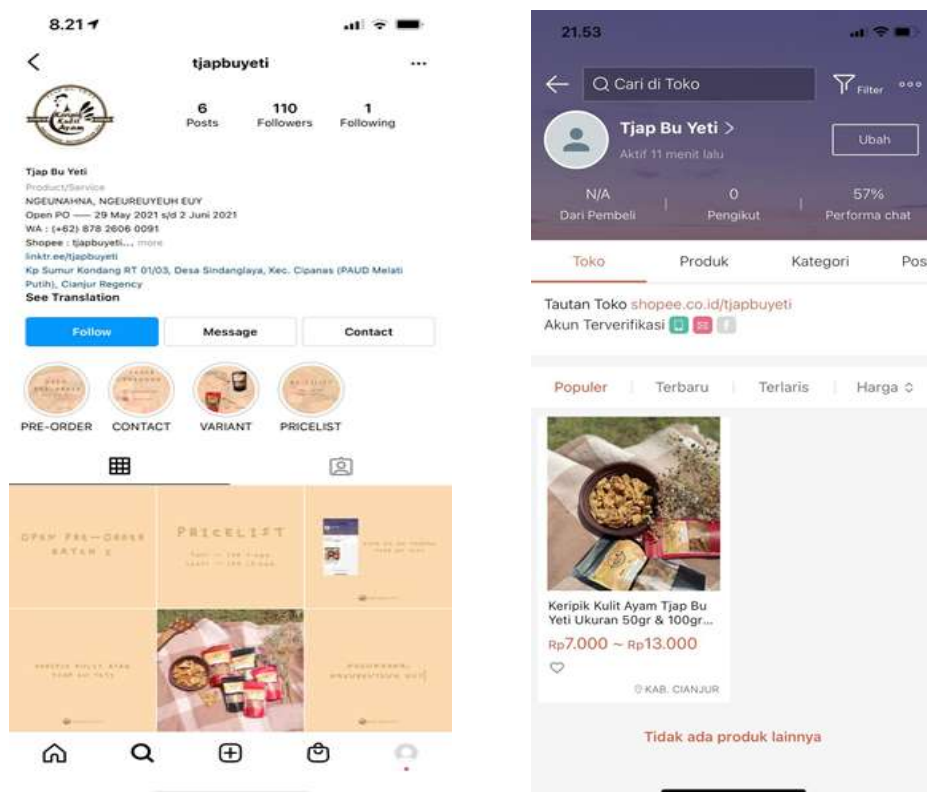
Positioning dilakukan antara produk keripik kulit ayam Tjap Bu Yeti dengan beberapa kompetitor keripik kulit ayam. Positioning dilakukan berdasarkan 2 faktor, yaitu harga dan packaging. Harga dilihat dari tinggi atau rendahnya harga yang ditawarkan untuk produk keripik kulit ayam dan *packaging* dilihat berdasarkan faktor *functional and informative packaging* atau *visual packaging*.

#### c. Penetrasi Produk Pemasaran Melalui Media Online

Melalui observasi yang dilakukan, tim penulis berpendapat bahwa produk keripik kulit ayam Tjap Bu Yeti dinilai masih memiliki peminat yang rendah. Selain itu, mitra juga memiliki keinginan untuk dapat menjual produknya sampai di luar daerah Cianjur. Untuk mencapai tujuan tersebut, bisnis Mitra memerlukan strategi pemasaran yang tepat. Maka strategi yang digunakan adalah melalui sosial media dan platform *e-commerce* untuk meningkatkan *awareness* masyarakat di luar Cianjur. sosial media yang digunakan adalah Instagram dan *e-commerce* yang digunakan adalah Shopee.

Strategi yang digunakan terbukti dapat meningkatkan *awareness* dari masyarakat luar Cianjur. Hal ini terlihat dari *insight* akun Instagram @tjapbuyeti yang telah dicapai oleh masyarakat sebesar 67% pada 26 May 2021 sampai 1 Juni 2021. Sampai saat ini akun Instagram @tjapbuyeti telah mencapai *followers* sebanyak 110 *followers*.

Gambar 7. Instagram dan Shopee Keripik Kulit Ayam Tjap Bu Yeti



**d. Evaluasi Desain dan Ukuran Packaging**

Berdasarkan analisa dari tim penulis, *packaging* yang digunakan oleh mitra sebelum kegiatan PKM ini memiliki desain dan ukuran yang belum sesuai dengan keinginan mitra itu sendiri. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan mitra dalam pengetahuan maupun biaya. Setelah melakukan survei sederhana dan berdiskusi dengan mitra lebih lanjut, tim penulis memutuskan untuk mengganti desain dan ukuran *packaging* pada produk keripik kulit ayam Tjap Bu Yeti. Evaluasi ini akan bermanfaat agar produk yang dipasarkan memiliki daya tarik yang lebih dan penjualan menjadi lebih efisien dengan ukuran yang baru.

**Tabel 7**  
**Identifikasi Desain & Ukuran Packaging Sebelum dan Sesudah Kegiatan PKM Comdev 2021**

	Sebelum Pendampingan	Sesudah Pendampingan
Desain <i>Packaging</i>		
Ukuran <i>Packaging</i>	50 gram saja.	50 gram & 100 gram.
Keterangan	<i>Packaging</i> sebelum pendampingan Comdev 2021 terlihat sangat standar dan kurang elegan. Ukuran <i>packaging</i> juga hanya terdapat 1 varian yaitu 50 gram. Hal tersebut membuat daya tarik pembeli menjadi berkurang.	<i>Packaging</i> sesudah pendampingan Comdev 2021 terlihat jauh lebih elegan dan mewah sehingga lebih mudah diterima oleh <i>market</i> . Varian ukuran <i>packaging</i> juga menjadi 2 yaitu 50 gram & 100 gram. Hal tersebut menambah daya tarik pembeli.

Sumber: Data Diolah

**Aspek Keuangan**

**a. Cost of Good Solds (COGS)**

Perhitungan COGS ini akan bersifat tentatif tergantung dari harga bahan baku yang bersifat fluktuatif. Dalam membuat perhitungan COGS ini, tim penulis menggunakan asumsi-asumsi sederhana sehingga mitra dapat memahami dengan cukup mudah. Hal ini tentunya akan membawa dampak yang signifikan bagi mitra dari yang sebelumnya tidak pernah menghitung COGS dari produk yang dijualnya.

**Tabel 8**  
**Perhitungan COGS Kemasan 50 & 100 gram Original**

Kemasan 50 & 100 gram Original				
Bahan Baku	Kuantitas	Biaya	Kuantitas	Biaya
Kulit Ayam	1 kg	Rp20.000		
Minyak	1 liter (dipakai 2x)	Rp6.500	1 liter	Rp13.000
Tepung Terigu	375 gram	Rp3.000	1 kg	Rp8.000
Tepung Maizena	62,5 gram	Rp1.000	1 kg	Rp16.000
Bawang Putih	50 gram	Rp1.000	1/4 kg	Rp5.000
Jahe	50 gram	Rp1.000	1/4 kg	Rp5.000
Kunyit	50 gram	Rp1.000	1/4 kg	Rp5.000
Garam	5 gram	Rp75	1 kg	Rp15.000
Penyedap Rasa (royco ayam)	1 bungkus	Rp417	12 bungkus	Rp5.000
Tissue Minyak			1 gulungan	Rp12.000
Upah Pegawai	1 kg	Rp2.500	1 hari (8 kg)	Rp20.000

Sumber: Data Diolah

**Tabel 9**  
**Perhitungan COGS Per Bungkus 50 gr Original**

COGS / HPP per Bungkus 50 gr original	
Bahan Baku	Biaya
Kulit Ayam	Rp1.333
Minyak	Rp433
Tepung Terigu	Rp200
Tepung Maizena	Rp67
Bawang Putih	Rp67
Jahe	Rp67
Kunyit	Rp67
Garam	Rp5
Penyedap Rasa	Rp28
Packaging	Rp630
Tissue Minyak	Rp16
Gas	Rp56
Upah Pegawai	Rp167
<b>TOTAL</b>	<b>Rp3.001</b>
<b>Harga Jual</b>	<b>Rp7.000</b>
<b>Laba per Bungkus</b>	<b>Rp3.999</b>

Sumber: Data Diolah

**Tabel 10**  
**Perhitungan COGS Per Bungkus 100 gr Original**

COGS / HPP per Bungkus 100 gr original	
Bahan Baku	Biaya
Kulit Ayam	Rp2.667
Minyak	Rp867
Tepung Terigu	Rp400
Tepung Maizena	Rp133
Bawang Putih	Rp67
Jahe	Rp67
Kunyit	Rp67
Garam	Rp10
Penyedap Rasa	Rp56
Packaging	Rp1.080
Tissue Minyak	Rp16
Gas	Rp111
Upah Pegawai	Rp167
<b>TOTAL</b>	<b>Rp5.573</b>
<b>Harga Jual</b>	<b>Rp13.000</b>
<b>Laba per Bungkus</b>	<b>Rp7.427</b>

Sumber: Data Diolah

**Tabel 11**  
**Perhitungan COGS Kemasan 50 & 100 gram Pedas**

Kemasan 50 & 100 gram Pedas				
Bahan Baku	Kuantitas	Biaya	Kuantitas	Biaya
Kulit Ayam	1 kg	Rp20.000		
Minyak	1 liter (pake 2x)	Rp6.500	1 liter	Rp13.000
Tepung Terigu	375 gram	Rp4.500	1 kg	Rp12.000
Tepung Maizena	62.5 gram	Rp925	1 kg	Rp14.800
Bawang Putih	24 gram	Rp672	1 kg	Rp28.000
Jahe	10 gram	Rp500	1 kg	Rp50.000
Kunyit Bubuk	5 gram	Rp750	10 gram	Rp1.500
Garam	5 gram	Rp75	1 kg	Rp15.000
Penyedap Rasa (royco ayam)	1 bungkus	Rp417	12 bungkus	Rp5.000
Bon Cabe Level 10	50 gram	Rp4.000	100 gram	Rp8.000
Tissue Minyak			1 gulungan	Rp12.000
Upah Pegawai	1 kg	Rp2.500	1 hari (8 kg)	Rp20.000

Sumber: Data Diolah

**Tabel 12**  
**Perhitungan COGS Per Bungkus 50 gr Pedas**

COGS / HPP per Bungkus 50 gr pedas	
Bahan Baku	Biaya
Kulit Ayam	Rp1.333
Minyak	Rp433
Tepung Terigu	Rp200
Tepung Maizena	Rp67
Bawang Putih	Rp67
Jahe	Rp67
Kunyit	Rp67
Garam	Rp5
Penyedap Rasa	Rp28
Packaging	Rp630
Bon Cabe Level 10	Rp400
Tissue Minyak	Rp16
Gas	Rp56
Upah Pegawai	Rp167
<b>TOTAL</b>	<b>Rp3.401</b>
<b>Harga Jual</b>	<b>Rp7.000</b>
<b>Laba per Bungkus</b>	<b>Rp3.599</b>

Sumber: Data Diolah

**Tabel 13**  
**Perhitungan COGS Per Bungkus 100 gr Pedas**

COGS / HPP per Bungkus 100 gr pedas	
Bahan Baku	Biaya
Kulit Ayam	Rp2.667
Minyak	Rp867
Tepung Terigu	Rp400
Tepung Maizena	Rp133
Bawang Putih	Rp67
Jahe	Rp67
Kunyit	Rp67
Garam	Rp10
Penyedap Rasa	Rp56
Packaging	Rp1.080
Bon Cabe Level 10	Rp800
Tissue Minyak	Rp16
Gas	Rp111
Upah Pegawai	Rp167
<b>TOTAL</b>	<b>Rp6.373</b>
<b>Harga Jual</b>	<b>Rp13.000</b>
<b>Laba per Bungkus</b>	<b>Rp6.627</b>

Sumber: Data Diolah

b. *Net Profit Margin (NPM)*

**Tabel 14**  
***Income Statement* Keripik Kulit Ayam Tjap Bu Yeti Periode Februari-Juni 2021**

<b>Tjap Bu Yeti</b>	
<b>Income Statement</b>	
<b>Periode 31 Januari - 1 Juni 2021</b>	
<b>Pendapatan</b>	
Penjualan 1-28 Februari 2021	Rp721.000
Penjualan 1 Maret - 2 April 2021	Rp240.000
Penjualan 3 April - 3 Mei 2021	Rp960.000
Penjualan 4 Mei - 1 Juni 2021	Rp520.000
<b>Total Pendapatan</b>	<b>Rp2.441.000</b>
<b>Pengeluaran</b>	
HPP 1-28 Februari 2021	Rp377.386
HPP 1 Maret - 2 April 2021	Rp167.180
HPP 3 April - 3 Mei 2021	Rp445.813
HPP 4 Mei - 1 Juni 2021	Rp222.907
<b>Total Pengeluaran</b>	<b>Rp1.213.286</b>
<b>Pendapatan Kotor</b>	<b>Rp1.227.714</b>
<b>Beban Operasional</b>	
Biaya Packaging Pengiriman (bubble wrap)	Rp500
Biaya Transport (Bensin)	Rp30.000
Biaya Iklan	Rp0
Biaya Depresiasi	Rp159.083
<b>Total Beban Operasi</b>	<b>Rp189.583</b>
<b>Pendapatan Bersih</b>	<b>Rp1.038.130</b>

Sumber: Data Diolah

**Tabel 15**  
**Perhitungan *Net Profit Margin* Keripik Kulit Ayam Tjap Bu Yeti Periode Februari-Juni 2021**

	<b><i>Total Sales / Income</i></b> <b>(rata-rata 5 bulan)</b>	<b><i>Net Profit</i></b> <b>(rata-rata 5 bulan)</b>	<b><i>Net Profit Margin</i></b> <b>(rata-rata 5 bulan)</b>
Sebelum Program Comdev 2021	Rp2.000.000	Rp800.000	40%
Sesudah Program Comdev 2021	Rp2.441.000	Rp1.038.130	42,53%


Sumber: Data Diolah

Dengan perhitungan COGS dan *Income Statement* yang lebih terstruktur dan memiliki asumsi yang jelas. *Net profit margin* (NPM) keripik kulit ayam Tjap Bu Yeti sebelum adanya Program Comdev 2021 sebesar 40% mengalami peningkatan setelah Program Comdev 2021 menjadi 42.53%.

### Aspek Sumber Daya Manusia

Dalam pembuatan *job description* ini tim penulis telah mendiskusikan terlebih dahulu dengan mitra. *Job description* ini akan bermanfaat bagi karyawan untuk lebih paham mengenai tugas dan tanggung jawab apa saja yang perlu mereka lakukan untuk memenuhi pekerjaan mereka. Dalam *job description* ini juga terdapat *job specification* yang dapat membantu mitra dalam merekrut karyawan baik karyawan tetap maupun karyawan tidak tetap. Setelah terbentuknya *job description* ini, sistem perekrutan dan kinerja karyawan lebih terarah dan terukur. Dalam proses perekrutannya, kedua belah pihak baik pelamar dan pemberi kerja perlu menandatangani dokumen ini sebagai tanda telah menyetujui syarat-syarat dan kondisi kerja yang ada. Untuk ke depannya, mitra dapat menggunakan format dari *job description* yang tim penulis berikan ini untuk membuat *job description* lainnya jika ada jabatan lain yang dibutuhkan bisnis keripik kulit ayam Tjap Bu Yeti di masa depan.

Gambar 8. *Job Description* Keripik Kulit Ayam Tjap Bu Yeti

 <b>TJAP BU YETI</b> <b>JOB DESCRIPTION</b>	
<b>I</b>	<b>Identifikasi Pekerjaan</b> Nama Jabatan : Karyawan Tetap / Karyawan Tidak Tetap Melapor ke : Ibu Yeti
<b>II</b>	<b>Tujuan Umum Jabatan</b> Bertugas untuk mengatur urusan operasional dalam perusahaan, seperti mempersiapkan alat dan bahan untuk produksi, mengurus stok, serta hal-hal yang menyangkut pekerjaan dengan pihak luar seperti supplier.
<b>III</b>	<b>Uraian Tugas dan Tanggung Jawab</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempersiapkan seluruh peralatan dan bahan yang diperlukan sebelum memulai proses produksi.</li> <li>2. Melakukan produksi keripik kulit ayam, mulai dari proses persiapan, memasak, hingga melakukan packaging.</li> <li>3. Selalu menggunakan masker dan sarung tangan selama proses produksi berlangsung.</li> <li>4. Mencuci dan menaruh kembali seluruh peralatan dan bahan yang telah digunakan dalam proses produksi dengan rapi.</li> <li>5. Melakukan pengecekan kualitas terhadap bahan baku kulit ayam.</li> <li>6. Memastikan semua peralatan yang mendukung kegiatan operasional berfungsi dengan baik dan melapor jika tidak berfungsi atau ada kerusakan.</li> <li>7. Mencatat dan memperbaharui jumlah stok keripik kulit ayam.</li> <li>8. Menjalin hubungan yang baik dengan pihak luar dan antar karyawan.</li> <li>9. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasan langsung dengan baik.</li> </ol>
<b>IV</b>	<b>Spesifikasi Pekerjaan</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki kemampuan memasak yang baik.</li> <li>2. Memiliki ketelitian yang baik.</li> <li>3. Mampu berkomunikasi dengan baik.</li> <li>4. Memiliki fleksibilitas waktu yang tinggi.</li> </ol>
.....	.....
Menyetujui,  Karyawan	Diketahui,  Pemilik Usaha

## SIMPULAN

Selama program *Community Development* 2021 ini, tim penulis berhasil melakukan beberapa perkembangan dan evaluasi untuk bisnis keripik kulit ayam Tjap Bu Yeti. Beberapa perkembangan dan evaluasi yang telah tim penulis lakukan berpusat kepada beberapa aspek seputar bisnis yaitu aspek produksi, aspek pemasaran, aspek keuangan, dan aspek sumber daya manusia. Operasional dalam bisnis keripik kulit ayam Tjap Bu Yeti tidak memiliki standar. Oleh karena itu, tim penulis membuat SOP produksi untuk bisnis mitra supaya proses produksi bisa berjalan dengan konsisten dan terstandarisasi. Untuk meningkatkan efisiensi produksi, tim penulis menerapkan konsep *product layouts* dan *line balancing*. Dengan konsep tersebut, proses produksi yang sebelumnya memakan waktu 3 jam untuk memproduksi sejumlah 5 kg, sekarang membutuhkan waktu 2 jam saja dengan efisiensi sebesar 91,5%. Selain itu, tim penulis juga membantu mitra membeli peralatan baru supaya produksi juga dapat dilakukan dengan lebih efektif. Pada aspek pemasaran, keripik kulit ayam Tjap Bu Yeti sudah memiliki *brand identity* yang jelas dengan pembuatan logo baru produk. Selain itu, perumusan *segmenting, targeting, differentiation, positioning* (STDP) membuat target market dari penjualan produk menjadi lebih jelas dan terarah. Selain itu, produk keripik kulit ayam Tjap Bu Yeti telah memiliki *product differentiation*, menjadi satu-satunya produk keripik kulit ayam di Cipanas. Namun, tim penulis menambahkan *service differentiation* berupa voucher *cashback* dan *loyalty card* yang dapat meningkatkan minat masyarakat. Terakhir, perubahan pada desain dan ukuran packaging produk membuat daya tarik pembeli meningkat dan produk memiliki daya saing yang lebih tinggi di *market*. Dari aspek keuangan, tim penulis telah membuat perhitungan *cost of good sold* (COGS) dari setiap produk yang dijual serta mengimplementasikannya pada pencatatan *income statement*. Tim penulis juga berhasil meningkatkan penjualan lima bulan mitra sebelum pendampingan dan sesudah pendampingan Comdev 2021 sebesar Rp 441.000. Terakhir, tim penulis berhasil meningkatkan tingkat profitabilitas mitra dengan kenaikan net profit margin (NPM) sebesar 2.53%. Bisnis UMKM pada umumnya tidak terlalu memperhatikan cara mengelola sumber daya manusia dengan baik seperti mitra dari tim penulis. Oleh karena itu, tim penulis membantu mitra untuk menyusun *job description* dan *job specification* untuk memperjelas pekerjaan dan tanggung jawab karyawan beserta kemampuan dan keterampilan apa saja yang dibutuhkan untuk pekerjaan tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A., & Joachimsthaler, E. (2000). *Brand Leadership*. Free Press
- Aristio, A., Wijaya, A., Laudry, D., Tjiputra, G. A., Kristopher, I., Widjanarko, K., . . . Leonis Marchalina, P. (2019). Pendampingan Usaha Kecil dan Menengah Donat Kentang dalam Peningkatan Efisiensi, Produktivitas, dan Pendapatan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 01(02), 379-392.
- Dessler, G. (2020). *Human Resource Management* (Sixteenth Edition). Harlow: Pearson Education.

- Emmanuella, G., Cahyadi, F., Marietta, B., Agung, A., Wong, T., Widodo, S., & Wijaya, D. (2019). Produktivitas Dan Pemasaran Produk Rempeyek pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Cianjur. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 01(02), 273-289.
- Eugene, B. F. & Joel F. H. (2013). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hanafi, Mahduh dan Abdul Halim. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: (UPP) STIM YKPN.
- Handoko, T. H. (2000). *Organisasi Perusahaan Teori, Struktur, dan Perilaku* (Cetakan Kedua). Yogyakarta: BPFE.
- Husman, Husaini. (2011). *Manajemen Teori Praktik dan Riset Pendidikan* (Cetakan Ketiga). Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kotler, Philip & Kevin L. K. (2016). *Marketing Management* (15th edition). London: Pearson Education.
- Mulyadi. (2001). *Sistem Akuntansi Edisi Tiga*. Jakarta: Salemba Empat.
- Niswonger, C. R., Philip E. F., Carl S.W. (1995) *Prinsip-prinsip Akuntansi* (Jilid 1, Edisi Keenam belas). Jakarta: Erlangga.
- Russel, R. S. & Taylor, B. W. (2019). *Operations and Supply Chain Management* (Tenth Edition). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Soemohadiwidjojo, Arini T. (2015). *Panduan Praktis Menyusun KPI*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Solomon, Michael R., Greg W. M., Elnora W. S. (2018). *Marketing: Real People, Real Choices* (9th edition). London: Pearson.
- Sule, E. T. & Kurniawann Saefullah. (2010) *Pengantar Manajemen* (Cetakan Kelima). Jakarta: Kencana.
- Wira, Desmond. (2015). *Memulai Investasi Saham*. T.t.p: Exceed.