



PENGEMBANGAN MANAJEMEN USAHA DAN ANALISA KEMAMPULABAAAN IKM DONAT GINCU CAKE DAN BAKERY JATIBARANG

Oleh

Agus Yudianto¹⁾, Anik Nurhidayati²⁾

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Wiralodra Indramayu

²Program Studi Manajemen, STIE YPPI Rembang

Email: ¹agus.yudianto@unwir.ac.id, ²anh.angjel@gmail.com

Article History:

Received: 04-06-2021

Revised: 18-07-2021

Accepted: 28-07-2021

Keywords:

*Business Management
Development, profitability*

Abstract: The development of technology and industry has an impact on human life, especially in today's business world. In addition, the number of businesses emerging both small and large companies has an impact on intense competition between companies, especially competition from similar companies. One that is considered quite busy in this increasingly fierce competition is the food business. The density of activities in modern times today causes most people do not have much free time to prepare their own food at home and tend to want to enjoy fast food. This business is quite promising because the main need that must be met by everyone is food. Improving the quality of a company in relation to the development of human resources (HR) is a necessity and a need that is increasingly felt today. The organization views the importance of developing human resources (HR) because at this time employees are a very important asset in achieving organizational goals that have been set. In addition, in human resource development (HR) activities, it is necessary to have good coordination between each work unit in the organization and the personnel department. In setting up a business, it is necessary to have a technical system that supports the company's activities, starting from determining the location of the business that is close to raw materials, safe factory layout with the surrounding environment. Meanwhile, in determining the layout, the most important thing is to be able to fulfill its main objective, namely optimizing the arrangement of operating facilities so that the value created by the production system is maximized. The selection of good technology greatly supports the product process and raw material inventory. as seen on the production machine that is



used according to whether or not. the selection of machinery, equipment and technology must match.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama pada dunia usaha saat ini. Di samping itu, banyaknya usaha bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis. Salah satu yang dianggap cukup ramai dalam persaingan yang semakin ketat ini adalah bisnis di bidang makanan. Padatnya aktivitas di zaman modern dewasa ini menyebabkan kebanyakan orang tidak mempunyai banyak waktu luang untuk mempersiapkan sendiri makanan di rumah dan cenderung ingin menikmati makanan yang siap saji. Bisnis ini cukup menjanjikan karena kebutuhan utama yang harus dipenuhi setiap orang adalah makanan. Salah satu perkembangan zaman era globalisasi saat ini sangat mendorong masyarakat untuk kreatif dalam mengolah bahan makanan. Contohnya adalah meningkatnya minat masyarakat untuk memulai usaha / bisnis UKM (Usaha Kecil dan Menengah) dalam bidang makanan.

Bisnis kuliner memang tak ada matinya. Setiap hari ada saja kreasi baru di dunia kuliner yang membuat masyarakat tergiur untuk mencicipinya. Banyak pula kalangan masyarakat yang gemar berwisata kuliner untuk mencicipi ragam kuliner unik khas Indonesia. Bisnis kuliner boleh dikatakan sebagai bisnis yang gampang-gampang susah. Modal yang relatif kecil dan diiringi dengan inovasi yang kreatif bukan mustahil menjadi langkah awal kesuksesan bisnis kuliner (Anonim(a), 2015).

Donat merupakan salah satu makanan selingan atau kudapan yang cukup populer di Indonesia. Donat adalah jenis roti yang proses memasaknya dengan cara digoreng dan memiliki bentuk khas dengan lubang di tengah seperti cincin atau berbentuk bola (Subagio, 2007). Donat merupakan suatu jenis olahan bahan makanan yang terbuat dari bahan dasar terigu dan bentuknya bulat, olahan makanan ini sangat dikenal di masyarakat baik untuk dikonsumsi anak-anak maupun dewasa.

Kapasitas produksi donat dan roti pada mitra ini cukup variatif yaitu antara 3-4 kilogram/hari dan bisa menghasilkan 200pcs donat dengan berat 15gram dan 30gram. Perbedaan kapasitas tersebut dapat disebabkan oleh jumlah modal, permintaan konsumen, penggunaan peralatan yang berbeda dan jumlah tenaga kerja. Hal ini juga berpengaruh pada nilai jual yang berbeda pula. Sebagai contoh, donat yang diproduksi oleh industri rumahan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dijual dengan harga yang relatif murah yaitu Rp. 32.000/box. Namun donat yang diproduksi oleh beberapa industri yang lebih besar dapat mencapai harga Rp.85.000/box. Seharusnya produk donat gincu bersifat lebih kompetitif, namun kenyataannya menunjukkan hal lain yaitu perkembangan produksi atau omzet yang tidak meningkat. Hal ini merupakan permasalahan yang menyangkut berbagai aspek yaitu meliputi pada aspek sumber daya manusia, produksi, pemasaran, dan keuangan.

Pada aspek sumber daya manusia, kurangnya karyawan sehingga tidak ada pembagian tugas dan tanggung jawab dari masing-masing karyawan misalnya dalam hal pelayanan dan proses produksi dilakukan oleh satu karyawan.

Pada aspek produksi, selama ini mitra masih menggunakan teknologi pembuat donat yang sederhana, contohnya dalam pembagian adonan bulat dan penggorengan donat masih



sederhana dengan cara yang manual yaitu menggunakan tangan manusia sehingga menghasilkan suatu masalah karena lamanya waktu pembagian adonan bulat sekitar 1 (satu) jam padahal apabila menggunakan mesin pembagi adonan bulat sekaligus penggorengan donat atau mesin pembuat donat DM-26 hanya membutuhkan waktu 15 (lima belas) menit sangat praktis dan efisien. Terjadinya perbedaan durasi waktu ini dikarenakan pembagian adonan bulat dan penggorengan donat masih menggunakan cara yang manual yaitu dengan tangan manusia sehingga pada aspek produksi masih dinilai kurang.

Pada aspek pemasaran, mitra hanya memasarkan produknya ditoko saja dan bahkan dari mulut ke mulut, untuk via delivery mitra ini belum bisa terpenuhi padahal jika ada via delivery ini bisa menjadi peluang untuk meraih keuntungan dan memperluas informasi toko karena padatnya aktivitas masyarakat di zaman modern ini menyebabkan kebanyakan orang tidak memiliki waktu luang untuk mencari makanan diluar dan cenderung ingin menikmati makanan tanpa harus mencarinya terlebih dahulu.

Pada aspek keuangan, tidak adanya pencatatan laporan keuangan sehingga omzet yang ia dapatkan untuk memenuhi kebutuhan pribadi atau keluarganya padahal jika ada pencatatan laporan keuangan mitra ini bisa mengetahui untung atau ruginya mitra yang ia miliki sehingga nantinya mitra akan mempertimbangkan untuk membeli mesin donat otomatis.

Berdasarkan hasil wawancara langsung terhadap pemilik mitra, permasalahan yang para penulis hadapi dapat disimpulkan bahwa dari keempat aspek diatas hubungannya saling berkaitan dengan volume penjualan mitra sehingga keempat aspek tersebut harus diterapkan didalam mitra yang beralamatkan di Desa Jatibarang Jalan Mayor Dasuki No. 159.

Permasalahan Mitra

Setelah menelaah dan mengidentifikasi data hasil diskusi dan observasi lapangan, dapat disimpulkan bahwa permasalahan prioritas yang ada adalah :

1. Dari Aspek Sumber Daya Manusia, mitra ini hanya mempunyai 2 karyawan dengan tugas dan tanggung jawab yang sama, sedangkan minat dan permintaan konsumen banyak.
2. Dari aspek pemasaran, mitra hanya menjual produknya di lapak sendiri dan tidak memasarkan ke berbagai tempat padahal jika mitra memasarkan ke tempat-tempat lain keuntungan yang diperoleh akan jauh lebih baik. Lapak yang hanya yang bersifat semi permanen membuat mitra hanya dapat bertahan di satu tempat tertentu dengan konsumen yang berada di sekitar daerah tersebut. Bila mitra ada di depan sekolah maka konsumen potensialnya hanya terbatas pada murid sekolah tersebut. Bila mitra dapat berpindah tempat atau meraih lokasi lain, maka mitra dapat memperluas jumlah konsumen potensial tanpa terbatas pada lokasi berjalan. Di lain sisi, perpindahan tempat berjualan akan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk yang ditawarkan oleh mitra.

Solusi dari Permasalahan Mitra

Toko donat gincu mempunyai 2 lingkup permasalahan, yaitu:

- 1) Dari Aspek Sumber Daya Manusia

Menurut Sonny Sumarsono (2003, H 4) Sumber Daya Manusia merupakan suatu usaha kerja atau jasa yang memang diberikan dengan tujuan dalam melakukan proses produksi.

Menurut M.T.E Hariandja (2002, H 2) Sumber Daya Manusia adalah salah satu faktor



yang paling utama pada suatu perusahaan dilihat dari faktor-faktor lainnya selain modal usaha.

Menurut Hasibuan (2003, h 244) Sumber Daya Manusia memiliki arti keahlian terpadu yang berasal dari daya pikir serta daya fisik yang dimiliki oleh setiap orang.

Menurut Mary Parker Follett Sumber Daya Manusia memiliki arti suatu seni yang dilakukan dengan tujuan organisasi atau perusahaan tertentu melalui pengaturan pihak lain dalam melaksanakan berbagai kegiatan atau pekerjaan yang dibutuhkan atau yang melakukan berbagai pekerjaan itu sendiri.

Berdasarkan pengertian para ahli diatas Sumber Daya Manusia merupakan aspek yang paling penting dalam organisasi atau perusahaan, sumber daya manusia juga merupakan investasi bagi sebuah organisasi atau perusahaan. Dalam mitra ini sumber daya manusia yang dilibatkan hanya 2 karyawan, sedangkan untuk produksi yang ia buat sangat banyak sesuai dengan permintaan konsumen. Solusi yang tepat untuk mitra ini yaitu merekrut karyawan baru atau membuat periklanan tentang lowongan pekerjaan dengan kriteria tertentu pada media cetak maupun elektronik.

2) Dari Aspek Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler (1987: 8) Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut William J. Stanton, (1984: 7) Pemasaran merupakan suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang yang memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

Menurut Basu dan Hani (2004: 4) Pemasaran yaitu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Menurut Harper W (2000: 4) Pemasaran adalah suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran.

Masalah yang terdapat pada mitra dalam aspek pemasaran ini yaitu hanya memasarkan produknya di satu tempat padahal jika mitra ini pemasarannya lebih luas akan jauh lebih menguntungkan. Contohnya seperti menerapkan strategi pemasaran yaitu dengan sistem delivery yaitu pesan antar, partnership yaitu suatu bentuk kerjasama antara dua orang atau lebih yang bersama-sama memiliki sebuah bisnis dengan tujuan menghasilkan laba, premium pricing yaitu praktik menetapkan harga lebih tinggi dari harga pasar dengan harapan pelanggan akan membeli karena berasumsi bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang lebih tinggi, marketplace yaitu sebuah website atau aplikasi online yang memfasilitasi proses jual beli dari berbagai toko, market demand yaitu suatu proses dalam meminta sesuatu atau sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu.

Target Luaran



- Menguraikan solusi sebagai upaya penyelesaian masalah yang mengacu pada persoalan di bidang sumber daya manusia dan di bidang manajemen pemasaran, yang akan di selesaikan bersama mitra pada setiap tahunnya.
- Menuliskan target luaran, mengacu kepada uraian dalam solusi yang di tawarkan dan akan diselesaikan bersama mitra, nyatakan target luaran tahunan yang meliputi semua segi bisnis UKM yang meliputi: bahan baku, produksi, proses, produk, manajemen, distribusi, pemasaran, sumber daya manusia, sarana dan finansial.

Sifat luaran tahunan harus dapat terukur baik dari dimensi bentuk, jumlah, dan jenisnya. Membuat luaran untuk setiap calon mitra pada setiap tahunnya secara mendetail dan terukur, sehingga memudahkan pelaksana untuk mencapai tujuan program dan dapat memudahkan dalam evaluasi program.

Tabel 1 Target Luaran Di Bidang Sumber Daya Manusia

No.	Elemen	Pemecahan Masalah	Target Luaran
1.	Visi dan Motivasi	Membangun motivasi dan visi usaha yang jelas	Mitra yang memiliki motivasi tinggi dan visi bisnis yang jelas
2.	Kewiraswastaan	- Membangun daya inovasi dan kreativitas kewirausahaan dan pemasaran produk - Menumbuhkan keberanian menanggung resiko yang moderat	- Mitra yang memiliki inovasi dan kreativitas kewirausahaan dan pemasaran produk - Mitra yang memiliki keberanian menanggung resiko yang moderat
4.	Penyusunan Laporan Keuangan	Mitra belum dapat menyusun laporan keuangan	Harus diadakan pendampingan untuk mitra usaha Donat Gincu
5.	Perawatan Mesin	Mesin produksi harus dirawat dengan baik	Mitra harus bersedia untuk dilatih, tentang perawatan mesin
6.	Pengoperasian Mesin	Mitra harus bisa mengoperasikan mesin pembagi adonan donat	Melatih mitra untuk mengoperasikan mesin pembagi adonan bulat

Tabel 2 Target Luaran Di Bidang Manajemen Pemasaran

No.	Elemen	Pemecahan Masalah	Target Luaran
1.	Kemasan	Dikemas dengan box donat, diberi cap, merk label	Box donat, kemasan yang ada cap, merk, label dan izin DINKES sebagai perusahaan



		yang berisi informasi produk, dan didaftarkan ke DINKES kabupaten	industri rumah tangga
2.	Promosi	Harus diadakan pendampingan tentang cara melakukan promosi untuk peningkatan produk	Mitra harus bersedia untuk melakukan pelatihan tentang cara promosi di masyarakat atau di calon konsumen
3.	Pendampingan Peningkatan Pelanggan	Target pelanggan harus ditambah yaitu konsumen baik yang tinggal disekitar rumah maupun yang diluar	Mitra harus diberi pelatihan tentang cara menarik pelanggan atau meningkatkan pelanggan

Rencana Capaian Mitra

- Untuk pengusaha dan calon pengusaha maka metode pelaksanaan kegiatan terkait dengan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi dari permasalahan mitra dalam dua bidang kegiatan, yaitu:

1. Permasalahan dalam aspek manajemen sumber daya manusia
2. Permasalahan dalam aspek pemasaran

- Untuk masyarakat umum, nyatakan tahapan atau langkah-langkah yang di tempuh guna melaksanakan solusi atas permasalahan spesifik yang dihadapi oleh mitra. Pelaksanaan solusi tersebut dibuat secara sistematis yang meliputi segi sosial, budaya, keagamaan, mutu layanan atau kehidupan bermasyarakat.

Indikator Capaian Mitra

1. Pada Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

- Perencanaan

Perencanaan dibuat berdasarkan data yang relevan dengan tujuan (aspek, ruang, waktu, sumber dana), akurasi (tepat) : analisis sendiri (data primer) maupun data berdasarkan sebenarnya (data sekunder). Perencanaan dimulai dari perumusan tujuan, pengumpulan data, kemudian data-data tersebut dianalisis, membuat alternatif dan konsep kemudian diimplementasikan dan akan menghasilkan tujuan baru.

- Pengorganisasian

Langkah menuju mengidentifikasi, mengklasifikasikan dan mengatur berbagai kegiatan yang terlihat. Tujuan pengorganisasian itu agar pembagian kerja dapat dilakukan dengan penuh tanggungjawab.

Prinsip pengorganisasian sebagai berikut:

- i. Prinsip spesialisasi kerja (work specialization), setiap karyawan dilatih untuk melakukan tugas-tugas tertentu yang berkaitan dengan spesialisasi mereka untuk memiliki kualifikasi dan keterampilan yang terkait dengan tugas-tugas yang ditugaskan.
- ii. Prinsip otoritas (authority), hak untuk melakukan sesuatu, untuk membuat



keputusan, untuk memerintahkan orang lain, untuk melakukan sesuatu dan hak untuk mengalokasikan sumber daya atas nama organisasi untuk mencapai tujuan organisasi.

iii. Prinsip rantai komando (chain of command), dapat diartikan sebagai garis wewenang terus menerus yang membentang dari puncak manajemen ke level terendah dari karyawan dan menjelaskan siapa yang harus bertanggung jawab dan siapa yang harus melapor.

iv. Prinsip pendelegasian wewenang (delegation), tanpa pendelegasian wewenang, seorang manajer harus melakukan semua pekerjaan sendirian. Keberhasilan seorang manajer pada dasarnya tergantung pada kemampuannya untuk mendelegasikan wewenang dan bekerja untuk bawahannya.

- **Pengarahan**

Tujuan pengarahan menjamin kontnuitas perencanaan, membudayakan prosedur standar, menghindari kemungkinan yang tak berarti, membina disiplin kerja (naiknya produktivitas kerja), membina motivasi yang terarah. Fungsi pengarahan (leading) itu menggerakkan orang lain untuk menyelesaikan pekerjaan, membina moral, memotivasi bawahan.

- **Pengendalian**

Fungsi pengendalian pada dasarnya dilakukan disemua jenis organisasi baik yang berupa komersial maupun non komersial dan dilakukan disemua tingkatan manajemen yaitu manajemen puncak, manajemen tingkat menengah maupun manajemen tingkat bawah. Terdapat 4 langkah utama dalam pengendalian yaitu menetapkan standar, mengukur kinerja, membandingkan kinerja yang nyata dengan standar yang ditentukan dan mengambil tindakan koreksi (perbaikan) jika terjadi penyimpangan.

- **Pengadaan**

Proses kegiatan untuk pemenuhan atau penyediaan kebutuhan dan pasokan barang atau jasa dibawah kontrak atau pembelian langsung untuk memenuhi kebutuhan bisnis. Pengadaan dapat mempengaruhi keseluruhan proses arus barang karena merupakan bagian penting dalam proses tersebut. Prinsip pengadaan yang dimaksud adalah efektif, efisien, terbuka, bersaing, transparan, adil tidak diskriminatif dan akuntabel.

- **Pengembangan**

Tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha.

- **Kompensasi/insentif**

Kompensasi merupakan imbalan yang diterima karyawan berdasarkan hasil kerjanya disebuah organisasi atau perusahaan yang diberikan setiap jangka waktu tertentu. Sedangkan insentif adalah bentuk dari kompensasi yang diberikan berdasarkan prestasi karyawan.

- **Pengintegrasian**

Kegiatan menyatupadukan keinginan karyawan dan kepentingan usaha agar tercipta kerjasama yang memberikan kepuasan. Tujuan pengintegrasian itu memanfaatkan karyawan agar mereka bersedia bekerja keras dan berpartisipasi aktif dalam menunjang tercapainya tujuan usaha serta terpenuhinya kebutuhan karyawan.

- **Pemeliharaan**

Tujuan pemeliharaan itu memperpanjang kegunaan asset, menjamin kesiapan operasional dari seluruh asset yang diperlukann dalam keadaan darurat setiap waktu, menjaga kualitas



pada tingkat yang tepat untuk memenuhi apa yang dibutuhkan oleh produk itu sendiri dan kegiatan produksi tidak terganggu.

- **Kedisiplinan**

Prinsip disiplin yaitu perintah atas diri, menaklukkan kuasa kemauan, memperbaiki kebiasaan-kebiasaan, mengajarkan menghormati orang yang lebih tua. Jenis-jenis disiplin yaitu disiplin diri pribadi, disiplin sosial, disiplin nasional. Manfaat disiplin adalah tumbuhnya kepekaan, tumbuhnya kepedulian, menumbuhkan ketenangan, tumbuhnya rasa percaya diri, tumbuhnya kemandirian, menumbuhkan sikap patuh.

- **Pemberhentian tenaga kerja**

Menurut undang-undang No.13 Tahun 2003 mengartikan bahwa Pemberhentian atau Pemutusan hubungan kerja adalah pengakhiran hubungan kerja karena suatu hal tertentu yang mengakibatkan berakhirnya hak dan kewajiban antar pekerja dan pengusaha.

2. **Pada Aspek Manajemen Pemasaran**

- **Persentase biaya promosi**

Beberapa metode yang bisa digunakan dalam menentukan budget atau biaya promosi, yaitu:

1. **Metode sesuai kemampuan**

Metode ini dapat menyebabkan penyusunan anggaran promosi tidak menentu tiap tahunnya, sehingga dapat berakibat pada sulitnya melakukan perencanaan komunikasi jangka panjang.

2. **Metode persentase penjualan**

Metode ini memiliki 3 keunggulan yaitu biaya promosi yang dikeluarkan sesuai dengan pergerakan penjualan, mendorong manajemen untuk memperhatikan hubungan antara biaya promosi, harga jual dan laba per item/unit, serta dapat mendorong stabilitas kompetitif jika kompetitor membelanjakan persentase dari penjualan yang kurang lebih sama.

3. **Metode keseimbangan persaingan**

Metode ini digunakan dengan cara melihat angka yang digunakan kompetitor atau pesaing dalam melakukan promosi, serta digunakan untuk mencapai keseimbangan pangsa pasar dengan pesaing.

METODE

Kegiatan Kerja Praktek Lapangan Industri Kecil dan Menengah di Kecamatan Jatibarang dilaksanakan pada tanggal 10 Agustus sampai 20 September 2020, dengan mengunjungi Industri Kecil Menengah (IKM) Donat Gincu Cake & Bakery Jatibarang yang ditugaskan di wilayah Kecamatan Jatibarang. Rencana kerja dibuat dengan berdasarkan data dan arahan dari Fakultas Ekonomi Universitas Wiralodra, dan Industri Kecil Menengah (IKM) Donat Gincu Cake & Bakery Jatibarang dengan tujuan untuk memudahkan supaya berjalan dengan baik.

Pengabdian masyarakat dilaksanakan pada Industri Kecil Menengah (IKM) Donat Gincu Cake & Bakery Jatibarang dengan produk donat dan roti. di Donat Gincu Cake & Bakery Jatibarang. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mendapatkan pengalaman berwirausaha di lapangan.

Pada Industri Kecil Menengah (IKM) Donat Gincu Cake & Bakery Jatibarang memproduksi berbagai macam aneka donat, roti, kue, brownies, dan sejenisnya. Salah satunya yaitu donat gincu yang menjadi favorit para konsumen. Proses pembuatan donat ini dilakukan dengan



beberapa tahap, yaitu:

- Penyediaan bahan baku
- Penimbangan bahan baku
- Pengadukan bahan (mixing)
- Pemotongan dan penimbangan bahan
- Membulatkan (rounding)

- Pencetakan
- Pengembangan
- Istirahatkan (intermediate proof)
- Penggorengan
- Pemberian topping
- Pengemasan
- Pemasaran

Pada dasarnya di bagian Produktivitas Industri Kecil Menengah (IKM) Donat Gincu Cake & Bakery Jatibarang ini kerjanya cukup kompleks karena mencakup pengembangan Industri Kecil Menengah (IKM) Donat Gincu Cake & Bakery Jatibarang.

3.1 Pihak yang terlibat

Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Indramayu Bangkit itu sendiri, yaitu dari karyawan di Industri Kecil Menengah (IKM) Donat Gincu Cake & Bakery Jatibarang sendiri baru memiliki dua karyawan dikarenakan mitra tersebut baru berdiri 2 tahun yang lalu. Pihak Industri Kecil Menengah (IKM) Jatibarang sendiri juga sebagai pihak yang dikembangkan, dapat juga mengayunkan langkah bersama-sama dengan Pemerintah. Selain Pemerintah dan Industri Kecil Menengah (IKM) itu sendiri juga ada peran dari sektor Perbankan juga sangat penting terkait dengan segala hal mengenai pendanaan, terutama dari sisi pemberian pinjaman atau penetapan kebijakan perbankan, supaya bisa mengembangkan Industri Kecil Menengah (IKM) tersebut.

HASIL

Metode dan Tahapan

Dalam pembuatan donat gincu ini cukup mudah dan sederhana. Dalam pembuatannya dibutuhkan bahan dan alat-alat yang hampir sama seperti pada proses pembuatan donat pada umumnya diantaranya:

- a. Pembuatan Donat
 - Alat-alat
 - Mesin aduk
 - Kompor gas
 - Proofer (mesin pengembang donat)
 - Cetakan (loyang)
 - Timbangan
 - Wajan
 - Bahan-bahan
 - Tepung terigu
 - Telur



- Blue butter (pewangi)
- Ragi instan
- Air
- Margarin
- Minyak padat

Dalam produk donat ini memiliki tahapan dalam penerapan teknologi kepada UKM/UKMK Usaha Kecil dan Menengah (UKM)/Usaha Kecil Menengah dan Koperasi (UKMK), yaitu:

- Identifikasi Kebutuhan, yaitu untuk mengetahui apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh diri atau seseorang dalam kehidupannya maupun dalam bidangnya. Dalam Industri Kecil Menengah (IKM) ini, toko harus mempunyai identifikasi kebutuhan yang utama, yaitu untuk memilih bahan baku yang berkualitas tinggi dan juga memiliki alat yang cukup memadai untuk membuat produk donat.

- Perancangan

Dalam perancangan ini, toko harus mempunyai rencana untuk ke depan supaya toko lebih berkembang dan juga lebih terkenal lagi dikalangan masyarakat sekitar maupun luas. Contohnya pemilik toko memberikan gaji atau upah yang adil untuk karyawan, supaya karyawan lebih semangat lagi untuk bekerja.

- Pembuatan donat, yaitu:

- Penyediaan Bahan Baku

Penyediaan bahan baku itu sendiri dari daerah Jatibarang dan daerah sekitarnya. Bahan-bahan yang disiapkan sesuai dengan kebutuhan mitra dan diperiksa kualitas serta harus diketahui sifat-sifat bahan tersebut.

- Penimbangan Bahan Baku

Semua bahan harus ditimbang terlebih dahulu sesuai dengan takaran masing-masing dengan teliti supaya terhindar dari hal yang tidak diinginkan, contohnya yaitu donat akan bantat dan tidak enak dimakan.

- Pengadukan Bahan (Mixing)

Campurkan semua bahan secara merata untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari terigu dan protein dan pelunakan yang baik.

- Pemotongan dan Penimbangan

Membagi-bagi adonan donat sesuai dengan ukuran yaitu 15 gram.

- Membulatkan (Rounding)

Untuk membentuk lapisan film, sehingga dapat menahan gas-gas yang dihasilkan selama proses peragian (final proof) dan memberi bentuk supaya mudah dikerjakan.

- Pencetakan

Pada proses pencetakan adonan donat ini yaitu dengan cara meletakkan adonan donat dimeja terlebih dahulu, setelah itu adonan donat ditekan secara perlahan supaya adonan terlihat rapih, selanjutnya bagian tengah donat ditekan kembali untuk membentuk cetakan yang sesuai dengan keinginan.

- Pengembangan (Final Proofing)

Setelah itu adonan donat dicetak terlebih dahulu, selanjutnya donat dikembangkan didalam mesin pengembang (final proofing) selama 1 jam.

- Istirahatkan (Intermediate Proof)

Istirahatkan adonan donat terlebih dahulu selama 1 jam untuk memudahkan waktu



penggorengan.

- Penggorengan

Selanjutnya donat digoreng sampai matang atau berubah warna coklat, lalu tiriskan.

- Pemberian Topping

Setelah donat digoreng, lalu diatas donat diberi berbagai macam topping seperti strawberry, coklat atau sesuai dengan keinginan.

- Pengemasan

Kemudian itu, proses pengemasan menggunakan box yang sudah dicetak dan diberi label kemasan bertujuan untuk melindungi produk dari kontaminasi yang dapat merusak produk dan juga lebih menarik konsumen untuk membeli produk tersebut.

- Pemasaran

Selanjutnya produk donat sudah bisa dipasarkan atau dijual.

- Pendampingan Operasional

Pada kegiatan ini dilakukan proses atau bekerjasama untuk membuka mindset tentang pentingnya memproduksi donat dengan menggunakan teknologi yang lebih efisien dan lebih higienis mulai dari pemilihan bahan baku bahkan sampai tahap proses produksi berjalan dengan efektif dan efisien.

- Impelementasi Teknologi

Untuk mengembangkan Industri Kecil Menengah (IKM) ini supaya terus mampu bersaing dengan Industri Kecil Menengah (IKM) lain perlu diberikan sentuhan teknologi untuk meningkatkan kapasitas produk Pada Industri Kecil Menengah (IKM) Donat Gincu Cake & Bakery Jatibarang ini untuk membuat adonan donat masih menggunakan alat manual, sehingga kapasitas yang dihasilkan hanya sedikit dan terbatas. Salah satu peranan teknologi tepat guna untuk meningkatkan kapasitas produksi dari Industri Kecil Menengah (IKM) yaitu memberikan sentuhan teknologi tepat guna pada peralatan mesin pencetak donat otomatis, sehingga mampu meningkatkan kapasitas produksi.

3.3 Deskripsi Produk Teknologi yang akan diimplementasikan

a. Pada Industri Kecil Menengah (IKM) ini, mitra tersebut mempunyai kekurangan pada alat mesin untuk membuat donat diantaranya yaitu pada mesin untuk mencetak sekaligus menggoreng donat.

Penjelasan pada gambar diatas, yaitu Mesin Pembuat Donat DM-26 atau disebut juga dengan (Mesin Donut Machine Single Line) yang dilengkapi dengan teknologi canggih ini bekerja dengan menggunakan daya listrik sebagai medianya. Mesin pembuat donat ini juga terbuat dari bahan stainless stell yang anti karat supaya memudahkan Anda saat membersihkan dan merawatnya. Mesin pembuat donat ini juga dilengkapi dengan thermostart sebagai pengukur suhu yang dapat diatur sesuai dengan kebutuhan.

Memproduksi atau membuat donat dengan menggunakan Mesin Pembuat Donat DM-26 akan lebih menghemat waktu dan tenaga, dan juga lebih efektif dan efisien.

Mesin pembuat donat ini juga dapat mencetak donat dengan ukuran yang relative sama, dan sekaligus menggoreng donat tersebut dengan kematangan yang merata.

Kelebihan dari Mesin Pembuat Donat DM-26 ini, yaitu:

- Mencetak bentuk serta menggoreng donat secara otomatis
- Membalik donat secara otomatis



- Body full stainless anti karat
- Menggunakan energy listrik
- Matang yang merata
- Mudah dibersihkan
- Mudah digunakan
- Hemat
- Efektif dan efisien

Pada toko Donat Gincu Cake & Bakery Jatibarang ini, bekerja sama juga dengan orang yang menjual bahan baku supaya mendapatkan bahan baku yang berkualitas dan higienis.

3.4 Prosedur Kerja

Dalam proses prosedur kerja pada Industri Kecil Menengah (IKM) Donat Gincu Cake & Bakery Jatibarang memiliki proses, yaitu:

- Keuangan

Pada aspek keuangan ini masih menggunakan cara manual, yaitu dengan cara pembayaran secara langsung belum menggunakan alat canggih.

- Sumber Daya Manusia (SDM)

Pada aspek Sumber Daya Manusia (SDM) ini, toko Donat Gincu Cake & Bakery Jatibarang masih menggunakan cara manual, yaitu pada pembayaran upah atau penggajian pada karyawan dilakukan secara langsung, dikarenakan toko tersebut belum lama didirikan dan belum mempunyai alat untuk pembayaran secara online.

- Pemasaran

Pada segi pemasaran ini masih menggunakan cara sederhana, yaitu dengan cara dipasarkan ditoko saja, dari mulut ke mulut, dan untuk via delivery toko ini masih belum terpenuhi dikarenakan tenaga kerja yang sangat terbatas.

3.5 Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program

Pada kegiatan Pengabdian masyarakat ini membutuhkan partisipasi dari pihak toko. Partisipasi tersebut dimulai dari terbukanya toko terhadap semua proses atau tahapan kegiatan pengabdian. Kegiatan ini dilakukan ditempat toko Donat Gincu Cake & Bakery Jatibarang. Partisipasi toko dalam proses pendampingan, penyuluhan, praktek dan pelatihan dengan mengikuti proses dengan baik dan memahaminya secara benar. Pengabdian ini juga dapat memberikan masukan kepada pihak toko.

3.6 Evaluasi

- Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber Daya Manusia (SDM) juga merupakan salah satu faktor terpenting pada sebuah organisasi/sebuah perusahaan apalagi dalam sebuah manajemen karena Menurut Buchari Zainun (2001, hal. 17), manajemen sumber daya manusia merupakan bagian yang penting, bahkan dapat dikatakan bahwa manajemen itu hakikatnya adalah manajemen sumber daya manusia atau manajemen sumber daya manusia adalah identik dengan manajemen itu sendiri.

Dalam toko Donat Gincu Cake & Bakery Jatibarang ini baru mempunyai dua karyawan saja, dikarenakan toko tersebut belum lama didirikan. Untuk pengembangan pada aspek Sumber Daya Manusia (SDM) ini, yaitu:

1. Peningkatan produktivitas kerja
2. Penambahan karyawan



- **Aspek Produksi**

Pada aspek produksi ini toko masih menggunakan sistem manual pada saat proses pembagian adonan donat, terutama pada proses pembulatan itu sendiri, sehingga toko tersebut harus mempunyai alat mesin pencetak pembulatan donat untuk meningkatkan produksi donat lebih banyak lagi serta menghemat waktu.

- **Aspek Pemasaran**

Pada aspek ini toko Donat Gincu Cake & Bakery Jatibarang masih menggunakan cara yang sederhana, yaitu cuma dipasarkan ditoko saja, seharusnya toko bekerjasama dengan mitra lain supaya lebih berkembang maju dan semakin dikenal sama orang banyak.

- **Aspek Keuangan**

Aspek keuangan yaitu aspek yang digunakan untuk menilai keuangan perusahaan keseluruhan. Namun, pada toko ini masih memiliki masalah yang muncul pada omzet penjualan mereka, dikarenakan omzet mereka karep kali digabungkan dengan keuangan pribadi, sehingga toko sulit mengetahui apakah mendapatkan keuntungan ataupun sebaliknya. Sebab oleh karena itu, toko harus membuat pencatatan laporan keuangan secara terpisah supaya bias dilihat apakah toko mendapatkan keuntungan ataupun sebaliknya.

4.1 Kegiatan Program Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan Masyarakat yaitu upaya untuk memberikan daya (empowerment) atau penguatan (strengthening) kepada masyarakat. Pemberdayaan Masyarakat juga dapat diartikan sebagai kemampuan individu yang bersenyawa dengan masyarakat dalam membangun keberdayaan masyarakat yang bersangkutan sehingga bertujuan untuk menemukan alternative-alternatif baru dalam pembangunan masyarakat. (Mardikanto, 2014)

Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu proses pembangunan yang mana masyarakat memiliki inisiatif untuk memulai proses aktivitas social dalam memperbaiki situasi dan kondisi pada diri sendiri. Pemberdayaan masyarakat hanya dapat terjadi jika masyarakat tersebut ikut serta dalam berpartisipasi.

Dalam pemberdayaan masyarakat di mitra Donat Gincu Cake & Bakery Jatibarang ini yaitu:

a. Dari Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia, yaitu untuk mensejahterakan karyawan. Karyawan merupakan investasi bagi sebuah perusahaan atau organisasi. Oleh karena itu, mitra harus melakukan manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) yang baik dengan apresiasi bagi karyawan yang berprestasi, memberikan pelatihan khusus, training dan juga motivasi bagi karyawan agar karyawan merasa nyaman.

4.2 Jenis kegiatan untuk menyelesaikan masalah mitra

Masalah yang ada pada Donat Gincu Cake & Bakery Jatibarang ini terkait di Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia yaitu kurangnya karyawan sehingga menghambat proses produksi dan pelayanan dan di Aspek Manajemen Pemasaran yaitu terkait penjualan yang hanya beroperasi dsatu tempat sehingga sulit untuk mencari pelanggan baru. Untuk menyelesaikan masalah tersebut jenis kegiatan yang dapat disarankan yaitu:

1. Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia, merekrut karyawan sesuai kemampuan serta membuka atau membuat lowongan pekerjaan di social media atau melalui media massa.
2. Aspek Manajemen Pemasaran, dengan melakukan sistem delivery order, diskon atau



potongan harga supaya pelanggan/konsumen merasa puas.

5.1 Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

Peningkatan kualitas di suatu perusahaan dalam kaitannya dengan pengembangan sumber daya manusia (SDM) merupakan suatu keharusan dan kebutuhan yang semakin terasa dewasa ini. Organisasi memandang pentingnya diadakan pengembangan sumber daya manusia (SDM) sebab pada saat ini karyawan merupakan yang sangat penting dalam mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Di samping itu dalam kegiatan pengembangan sumber daya manusia (SDM), perlu adanya koordinasi yang cukup baik antara setiap unit kerja yang ada di dalam organisasi dengan bagian kepegawaian.

Hal ini penting mengingat bahwa setiap unit kerja lebih mengetahui kebutuhan pengembangan yang bersifat pengetahuan dan keterampilan teknis dari pegawai yang berada di bawahnya. Oleh karena itu, bagian kepegawaian dalam hal ini pengembangan tersebut berperan sebagai pendukung dalam pelaksanaan aktivitas pengembangan dan berhubungan dengan peningkatan keterampilan dan pengetahuan teknis dari setiap unit kerja, bagian kepegawaian dapat melakukan perencanaan pengembangan karier pegawai agar organisasi memiliki pegawai yang siap pakai pada saat dibutuhkan untuk posisi atau jabatan baru.

Dalam tahap pengembangan sumber daya manusia (SDM) ini terdapat dua aspek kegiatan penting yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain, yaitu kegiatan pelatihan dan kegiatan pengembangan sumber daya manusia (SDM) itu sendiri yang dimaksudkan agar potensi yang dimiliki pegawai dapat digunakan secara efektif. Kegiatan pelatihan dipandang sebagai awal yaitu dengan diadakannya proses orientasi yang kemudian dilanjutkan secara berkelanjutan selama pegawai tersebut berada di dalam organisasi. Sehingga diharapkan ada peningkatan kualitas karyawan dalam hal wawasan dan keterampilan teknis.

Sumber daya manusia (SDM) adalah aset penting dalam upaya meningkatkan kualitas suatu masyarakat. Pengembangan sumber daya manusia (SDM) adalah pengembangan setiap karyawan sehingga perusahaan dan karyawan dapat mencapai tujuan mereka.

Menurut pendapat Mangkunegara, sumber daya manusia (SDM) merupakan suatu perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, pelaksanaan dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, pemberian balas jasa, pengintegrasian, pemeliharaan dan pemisahan tenaga kerja dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Menurut pendapat Sofyandi, sebagai suatu strategi dalam menerapkan fungsi-fungsi manajemen yaitu *planning, organizing, leading and controlling*, dalam setiap aktivitas atau fungsi operasional sumber daya manusia mulai dari proses penarikan, seleksi, pelatihan dan pengembangan, penempatan yang meliputi promosi, demosi dan transfer, penilaian kinerja, pemberian kompensasi, hubungan industrial, hingga pemutusan hubungan kerja, yang ditunjukkan bagi peningkatan kontribusi produktif dari sumber daya manusia organisasi terhadap pencapaian tujuan organisasi secara lebih efektif dan efisien.

Menurut Mutiara S Panggabean, sumber daya manusia (SDM) merupakan suatu proses yang terdiri dari pengelolaan, perencanaan, kepemimpinan dan pengendalian aktivitas yang berkaitan dengan analisis pekerjaan, pengadaan, evaluasi pekerjaan, pengembangan, promosi, kompensasi dan pemutusan hubungan kerja dalam rangka memperoleh tujuan yang ditentukan.

Pada toko Donat Gincu Cake & Bakery Jatibarang ini masih memiliki dua karyawan saja,



dikarenakan toko belum lama didirikan dan masih sangat terbatas dalam jumlah produksi donat tersebut. Seharusnya toko merekrut karyawan untuk meningkatkan produksi donat dan semakin meningkat lagi, agar toko lebih berkembang maju dan bisa bersaing sama mitra lain.

5.2 Aspek Manajemen Produksi

Menurut Drs. Mohammad Hatta (1994:4) Produksi adalah semua pekerjaan yang dapat menimbulkan guna, memperbesar guna yang ada dan membagikan guna itu diantara orang banyak.

Menurut Drs. Eko Harsono (1994:4) mengatakan produksi adalah segala usaha manusia atau kegiatan yang dapat membawa benda kedalam suatu keadaan sehingga dapat dipergunakan guna memenuhi kebutuhan manusia yang lebih baik.

Menurut Assauri (1995) Produksi adalah suatu kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan barang maupun jasa.

Dalam pembuatan donat gincu ini cukup mudah dan sederhana. Dalam pembuatannya dibutuhkan bahan dan alat-alat yang hampir sama seperti pada proses pembuatan donat

- Alat-alat
 - Mesin aduk
 - Kompor gas
 - Proofing (mesin pengembang donat)
 - Cetakan (loyang)
 - Timbangan
 - Wajan
- Bahan-bahan
 - 3 kg tepung terigu
 - 3 butir telur
 - 50 gr Blue Butter (pewangi)
 - 30 gr ragi instan
 - 1000 ml air
 - 100 gr margarin
 - 1 liter minyak padat
- Pembuatan donat :
 - Penyediaan Bahan Baku

Penyediaan bahan baku itu sendiri dari daerah Jatibarang dan daerah sekitarnya. Bahan-bahan yang disiapkan sesuai dengan kebutuhan mitra dan diperiksa kualitas serta harus diketahui sifat-sifat bahan tersebut.

- Penimbangan Bahan Baku

Semua bahan harus ditimbang terlebih dahulu sesuai dengan takaran masing-masing dengan teliti supaya terhindar dari hal yang tidak diinginkan, contohnya yaitu donat akan bantat dan tidak enak dimakan.

- Pengadukan Bahan (Mixing)

Campurkan semua bahan secara merata untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari terigu dan protein dan pelunakan yang baik.

- Pemotongan dan Penimbangan

Membagi-bagi adonan donat sesuai dengan ukuran yaitu 15 gram.



- Membulatkan (Rounding)

Untuk membentuk lapisan film, sehingga dapat menahan gas-gas yang dihasilkan selama proses peragian (final proof) dan memberi bentuk supaya mudah dikerjakan.

- Pencetakan

Pada proses pencetakan adonan donat ini yaitu dengan cara meletakkan adonan donat dimeja terlebih dahulu, setelah itu adonan donat ditekan secara perlahan supaya adonan terlihat rapih, selanjutnya bagian tengah donat ditekan kembali untuk membentuk cetakan yang sesuai dengan keinginan.

- Pengembangan (Final Proofing)

Setelah itu adonan donat dicetak terlebih dahulu, selanjutnya donat dikembangkan didalam mesin pengembang (final proofing) selama 1 jam.

- Istirahatkan (Intermediate Proof)

Gambar 9 Proses Pendiaman

Istirahatkan adonan donat terlebih dahulu selama 1 jam untuk memudahkan waktu penggorengan.

- Penggorengan

Selanjutnya donat digoreng sampai matang atau berubah warna cokelat, lalu tiriskan.

- Pemberian Topping

Setelah donat digoreng, lalu diatas donat diberi berbagai macam topping seperti strawberry, cokelat atau sesuai dengan keinginan.

- Pengemasan

Kemudian itu, proses pengemasan menggunakan box yang sudah dicetak dan diberi label kemasan bertujuan untuk melindungi produk dari kontaminasi yang dapat merusak produk dan juga lebih menarik konsumen untuk membeli produk tersebut.

- Pemasaran

Selanjutnya produk donat sudah bisa dipasarkan atau dijual.

5.3 Aspek Manajemen Pemasaran

Menurut Downey (2002: 3) Pemasaran dapat diartikan sebagai telaah terhadap aliran produk secara fisik serta ekonomik dari produsen melalui pedagang perantara hingga sampai ke tangan konsumen.

Menurut Phillip & Duncan Pemasaran adalah sesuatu yang terdiri dari berbagai macam langkah yang digunakan untuk menempatkan barang yang dijual belikan ke tangan konsumen atau pembeli.

Menurut Swasta (1996) Pemasaran merupakan suatu usaha bisa memuaskan kebutuhan penjual dan pembeli.

Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh pengusaha untuk mempromosikan produk atau layanan yang mereka punya. Pemasaran mencakup pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen. Dalam pemasaran, bagian karyawan yang memiliki tugas ini akan membuat kemasan atau desain yang menarik pada iklan sehingga akan banyak orang yang tertarik. Dengan adanya pemasaran juga sangat membantu konsumen, jadi mereka akan lebih mudah menemukan produk yang sesuai dengan apa yang konsumen butuhkan.

A. Marketplace, adalah sebuah website atau aplikasi online yang memfasilitasi proses jual beli dari berbagai toko.

Tips berjualan di marketplace:



- Gunakan foto produk yang berkualitas
- Respon yang cepat dan ramah terhadap calon pembeli
- Posting jualan di waktu yang tepat
- Berikan tawaran menarik seperti gratis ongkir atau bisa Cash On Delivery (COD)
- Gunakan deskripsi yang lengkap dan jelas

Cara untuk mempromosikan produk di online:

- Endorse

Cari endorse yang sesuai dengan target pasar anda. Tidak harus artis, banyak selebgram dan selebtwit yang bisa menjadi pertimbangan anda. Indikator pemilihannya bisa anda lihat dari seberapa aktif followersnya, kecocokan orang yang endorse dengan produk jualan anda, seberapa bagus hasil fotonya, dengan menanyakan juga kesan seller online shopee yang sudah pernah endorse orang tersebut.

- Paid promote (promosi berbayar)

Bayar satu akun dengan followers yang mendekati target pasar anda. Sekarang banyak sekali online shop yang pakai cara ini, karena biasanya customer itu memang perlu disadarkan saja kalau produk yang anda jual itu memang pantas untuk dibeli.

- Shoutout for shoutout (berteriak untuk berteriak)

Jadi biasanya, dua atau lebih online shop akan saling mempromosikan produk dengan berbagai macam syarat. Misalnya ada ketentuan waktu untuk memposting, jumlah followers yang sudah disepakati, tidak promosikan akun jualan yang sama, dan nama online shop tersebut jauh dari blacklist.

- Giveaway

Walaupun giveaway terbilang cara lama tetapi giveaway masih menjadi cara efektif. Lagi-lagi mempromosikan cuma masalah lingkupan, masih banyak yang mempromosikan, kesempatan orang lain untuk membeli produk anda juga makin besar. Kalau anda ingin membuat giveaway, anda harus mempunyai ketentuan yang mutlak dan transparan. Mulai dari peraturan, hadiah, cara pilih pemenang, sampai bagaimana cara mengasih hadiah itu ke pemenang.

- Testimoni

Karena orang Indonesia itu insecure apalagi masalah keuangan. Anda harus mempunyai periode untuk memposting testimoni dari pelanggan-pelanggan terdahulu. Supaya testimoni itu meyakinkan konsumen, anda juga harus memperhatikan metode how-to-serve-your-customer yaitu salam, perkenalan, ramah, sabar, dan tepat janji. Jadi, beberapa cara supaya testimoni yang anda dapat juga memuaskan.

Tips yang perlu diperhatikan dalam bisnis donat gincu cake & bakery online itu diantaranya:

- Kualitas (donat gincu cake & bakery harus enak saat di gigit agar terasa empuk dan dikasih bentuk atau topping yang menarik supaya menarik konsumen)
- Harga (harga yang ditawarkan harus sesuai dengan kualitas produk)
- Pelayanan (respon yang cepat itu solusi mempertahankan pelanggan dan bersikap ramah)
- Pengiriman (tepat waktu)

Kelebihan online marketplace:

- Peluang lebih besar melalui komunitas

Melalui platform ini anda dapat menciptakan peluang lebih besar dengan membangun relasi



dengan penjual lain melalui komunitas. Anda dapat saling berbagi ilmu, berbagai peluang, dan bekerjasama dalam membangun peluang baru.

- Tidak perlu takut kehilangan konsumen

Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas jual beli online terutama di Indonesia sangat besar. Dan biasanya, konsumen mengunjungi online marketplace memang memiliki motivasi untuk membeli produk tertentu. Bisnis anda juga secara otomatis akan dipromosikan oleh pemilik online marketplace. Sehingga anda tidak perlu alat promosi yang mahal atau rumit untuk memasarkan produk anda. Biasanya online marketplace sudah dipercaya oleh konsumen sehingga anda juga tidak perlu membangun kepercayaan konsumen. Kemudahan akses yang diberikan oleh pengelola secara online mempermudah konsumen untuk terus menjangkau toko anda.

- Tidak perlu modal besar

Tidak seperti offline marketplace, platform online tidak memerlukan sewa tempat. Beberapa online marketplace yang terintegrasi biasanya menerapkan biaya sewa namun tidak sebesar biaya sewa tempat seperti ruko atau lapangan. Namun online marketplace yang gratis seperti grup facebook, forum jual beli online, anda tidak memerlukan biaya sama sekali.

- Bisa dapat memantau perkembangan bisnis anda

Fitur insight dapat memantau seberapa orang yang mengunjungi toko anda, jumlah orang merespon, jumlah orang yang melakukan komunikasi dan jumlah orang yang membeli produk anda. Dengan anda dapat memantau perkembangan bisnis, anda dapat mengevaluasi produk, strategi pemasaran atau bahkan mengetahui efektifitas dan kinerja pengelola online marketplace.

Kekurangan marketplace:

- Persaingan antar pedagang tinggi

Karena online platform memiliki banyak pelanggan dan punya kecenderungan menjual produk yang sama, menjadikan persaingan antar para pedagang di online marketplace sangat tinggi. Anda harus beradu strategi dalam mendapatkan konsumen.

- Bergantung pada pengelola online marketplace

Jika pengelola memiliki reputasi buruk, kurang melakukan promosi dan juga tidak memiliki regulasi yang baik, maka itu semua akan mempengaruhi perkembangan bisnis anda. Semua bergantung pada pengelola dan pemilik marketplace.

B. Premium pricing, adalah praktik penetapan harga lebih tinggi dari harga pasar, dengan harapan pelanggan akan membeli karena berasumsi bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang lebih tinggi.

Strategi premium pricing akan berjalan dengan baik apabila:

- Ada pengenalan awal yang baik di tengah-tengah masyarakat mengenai produk premium pricing.
- Produk memiliki keunikan, bahkan jika produk dibuat di tempat yang sama. Anda dapat membedakan produk anda dengan mengemasnya lebih baik dan memberi citra kualitas tinggi pada produk tersebut.
- Ada persepsi di antara konsumen bahwa produk tersebut merupakan produk “mewah” atau memiliki kualitas tinggi dengan desain terbaik.
- Jumlah produk yang dijual terbatas, sehingga mengesankan aura eksklusifitas.



Keuntungan menggunakan metode premium pricing:

- Entry barrier

Jika sebuah pengusaha banyak berinvestasi dalam merk premiumnya, maka akan sulit bagi pesaing untuk menawarkan produk serupa dengan titik harga yang sama tanpa melakukan investasi besar dalam hal pemasaran.

- High profit margin

Pengusaha bisa saja mendapat margin kotor yang luar biasa tinggi dari penerapan strategi premium pricing ini. Hanya saja usaha dituntut memiliki kapasitas mumpuni terkait pemasaran produk.

Kerugian premium pricing:

- Biaya merk

Biaya untuk membangun serta mempertahankan strategi penerapan premium pricing sangatlah besar. Jika tidak memiliki image yang tangguh, maka konsumen pun akan goyah.

- Persaingan

Akan datang para pesaing baru yang menggoyah minat konsumen dengan harga yang lebih murah untuk produk serupa. Hal ini tentu menjadi masalah, karena persepsi konsumen pun akan berubah dan lebih memilih produk dengan harga lebih murah, namun kualitas serta bentuknya serupa.

- Volume penjualan

Pembatasan suplai produk tentu harus dilakukan guna mengikuti strategi premium pricing yang menghendaki eksklusifitas. Akibatnya, pengusaha pun kesulitan mengejar pertumbuhan penjualan yang agresif.

Cara menetapkan premium pricing:

- Identifikasi fitur-fitur yang di anggap canggih serta masukkan elemen tersebut ke dalam pemasaran, desain atau dekorasi toko, hingga toping donat gincu cake & bakery yang bervariasi.

- Jelaskan nilai produk premium tersebut pada pelanggan dan tunjukkan pada mereka mengapa produk tersebut layak didapatkan dengan harga lebih tinggi.

- Berusahalah lebih jauh, temukan sesuatu yang ekstra dalam produk untuk ditawarkan pada pelanggan.

- Jangan mengorbankan harga. Apabila dibutuhkan, beri sedikit potongan harga untuk konsumen lama.

- Tunjukkan stabilitas keuangan pengusaha. Pelanggan perlu tau bahwa pengusaha akan ada untuk waktu yang lama. Hal tersebut merupakan salah satu penggambaran dari nilai produk yang turut membangun kepercayaan konsumen.

C. Market demand, menggambarkan permintaan untuk produk dan siapa yang ingin membelinya. Ini ditentukan oleh seberapa bersedia konsumen membelanjakan harga untuk produk tertentu.

Permintaan pasar untuk menerapkan gratis ongkir, dengan cara:

- Up harga terlebih dahulu

Tentu saja tidak asal menaikkan harga, sudah pasti dihitung dari sebelumnya. Kenaikkan harga tentunya juga tidak rata semua untuk dinaikkan sekian persen. Begitupun, sudah melakukan check harga terlebih dahulu dengan competitor dan menaikkan dengan pertimbangan yang masuk akal.



- Pastikan margin itu tetap

Rata-rata untuk produk secara keseluruhan bukan perproduk, kalau secara keseluruhan dari rata-rata penjualan masih tetap marginnya maka free ongkir tetap bisa diterapkan dengan catatan subsidi silang.

- Mainkan target lokasi saat beriklan

Misalnya produk anda di naikkan sebesar Rp.5.000, maka buatlah iklan di facebook yang target lokasinya hanya ongkir di kisaran Rp.5.000/box donat beserta cake. Kalau harga produk anda masih tetap untuk dinaikkan hingga Rp.10.000 anda bisa menerapkan target lokasi yang lebih besar untuk iklan anda. Misalnya pengiriman produk anda ke Jakarta, anda bisa menuliskan free ongkir se-Indonesia lokasi diluar batas free ongkir anda.

- Strategi beli minimal Rp.50.000 free ongkir

Kalau untuk harga satuan tidak memungkinkan margin anda untuk free ongkir, maka anda bisa menerapkan beli banyak untuk dapat free ongkir. Anda tinggal menerapkan cara sendiri. Misalnya beli 3 box free ongkir, beli 5 box free ongkir atau belanja minimal Rp.50.000 free ongkir, dst.

D. Face to face selling (penjualan tatap muka), dilakukan secara langsung melalui komunikasi interaktif dengan tujuan menyampaikan pesan, memberikan keterangan, edukasi atau menjelaskan fitur atau fungsi produk dengan harapan konsumen memahami, tertarik dan terjadi transaksi.

Cara menjalankan tugas umum personal selling:

- Prospecting (memprospek calon konsumen)

Aktivitas untuk mendapatkan calon konsumen untuk kemudian dijadikan konsumen dan pelanggan tetap. Dengan cara ini diharapkan akan terbentuk data pelanggan tetap atau database pelanggan yang bisa di olah lebih lanjut.

- Communicating (mengkomunikasikan)

Aktivitas untuk mengkomunikasikan atau menyampaikan pesan ke konsumen sasaran tentang produk dan semua hal tentang produk yang dibutuhkan oleh konsumen.

- Selling (penjualan)

Dengan melakukan penjualan personal, sales promotion team harus menguasai seni menjual, skill, presentase penjualan, closing penjualan dan berbagai keterampilan yang berhubungan dengan penjualan.

- Information (mendapatkan informasi)

Salah satu aktivitas terpenting dari personal selling itu mengumpulkan data dan informasi pasar, baik yang menyangkut respon pasar terhadap produk sendiri, maupun aktivitas competitor dan bagaimana respon pasar.

- Service (pelayanan)

Personal selling juga melakukan pelayanan kepada pelanggan bisnis, melakukan komunikasi mengenai permasalahan pelanggan, serta memberikan bantuan teknis dan non teknis.

- Allocation (alokasi produk)

Dalam penjualan personal, juga terjadi skala prioritas sehingga tim juga harus melakukan alokasi untuk berbagai hal, termasuk produk dan support yang diberikan ke pelanggan berdasar beberapa prioritas tersebut.



5.4 Aspek Manajemen Keuangan

5.5.1 Pengertian Manajemen Keuangan

Suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang dikehendaki, perusahaan harus menjalankan fungsi-fungsinya dengan baik. Manajemen keuangan memiliki arti penting di semua jenis bisnis, seperti perbankan dan institusi-institusi keuangan lainnya sekaligus juga perusahaan-perusahaan industri dan ritel. Manajemen keuangan adalah segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh dana, dan mengelola aset sesuai tujuan perusahaan secara menyeluruh (Martono dan Harjito, 2008).

Menurut Sudana (2011) Manajemen keuangan merupakan bidang keuangan yang menerapkan prinsip-prinsip keuangan dalam suatu organisasi perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan nilai melalui pengambilan keputusan dan pengelolaan sumber daya yang tepat. Manajemen keuangan merupakan manajemen fungsi keuangan yang terdiri atas keputusan investasi, pendanaan, dan keputusan pengelolaan aset.

5.5.2 Tujuan Manajemen Keuangan

Menurut Horne dan Wachowicz (2005) tujuan manajemen keuangan yang efisiensi membutuhkan keberadaan beberapa tujuan atau sasaran, karena penilaian untuk apakah suatu keputusan keuangan efisiensi atau tidak harus berdasarkan pada beberapa standar tertentu. Tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan (memaksimalkan kemakmuran pemegang saham) yang diukur dari harga saham perusahaan.

5.5.3 Fungsi Manajemen Keuangan

Menurut Martono dan Harjito (2008) ada 3 fungsi utama dalam manajemen keuangan, anatara lain sebagai berikut :

a. Keputusan Investasi

Keputusan investasi merupakan keputusan terhadap aktiva apa yang akan dikelola oleh perusahaan. Keputusan investasi merupakan keputusan yang paling penting karena keputusan investasi ini berpengaruh secara langsung terhadap besarnya laba investasi dan aliran kas perusahaan untuk waktu-waktu yang akan datang.

b. Keputusan Pendanaan

Keputusan pendanaan menyangkut tentang sumber-sumber dana yang berada di sisi aktiva. Ada beberapa hal mengenai keputusan pendanaan, yaitu keputusan mengenai penetapan sumber dana yang diperlukan untuk membiayai investasi, dan penetapan tentang perimbangan pembelanjaan yang terbaik atau sering disebut struktur modal yang optimum.

c. Keputusan Pengelolaan Aktiva

Apabila aset telah diperoleh dengan pendanaan yang tepat, maka aset-aset tersebut memerlukan pengelolaan secara efisien. Manajer keuangan bersama manajer-manajer lain diperusahaan bertanggung jawab terhadap berbagai tingkatan dari aset-aset yang ada. Tanggung jawab tersebut menuntut manajer keuangan lebih memperhatikan pengelolaan aktiva lancar daripada aktiva tetap. Manajer keuangan yang konservatif akan mengalokasikan dananya sesuai dengan jangka waktu aset yang didanai.

5.5.4 Tanggung Jawab Manajemen Keuangan

Tugas utama manajer keuangan yaitu membuat perencanaan tentang pengadaan dan pengalokasian dana guna memaksimalkan nilai perusahaan. Di mana di dalamnya



menyangkut kegiatan sebagai berikut:

a) Peramalan dan Perencanaan

Manajer keuangan harus berhubungan dengan para eksekutif yang lain dalam memprediksi masa depan perusahaan.

b) Keputusan Investasi dan Pembiayaan

Manajer keuangan harus berhubungan dengan para eksekutif yang dapat digunakan untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan adalah modal internal dan eksternal.

c) Pengkordinasian dan Pengendalian

Manajer keuangan juga harus dapat bersikap kooperatif atau bekerjasama dengan eksekutif bidang lain agar perusahaan dapat beroperasi seefisien mungkin.

5.5.6 Pengertian Laporan Keuangan

Menurut Farid dan Siswanto dalam Irham Fahmi (2016:21) mengatakan “Laporan keuangan merupakan informasi yang diharapkan mampu memberikan bantuan kepada pengguna untuk membuat keputusan ekonomi yang bersifat finansial.”

Definisi menurut Munawir dalam Irham Fahmi (2016:21) mengatakan “Laporan keuangan merupakan alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi sehubungan dengan posisi keuangan dan hasil-hasil yang telat dicapai oleh perusahaan yang bersangkutan.”

Dengan begitu laporan keuangan diharapkan akan membantu bagi para pengguna (users) untuk membuat keputusan ekonomi yang bersifat finansial.

Berdasarkan pengertian sebelumnya maka dapat dikatakan bahwa laporan keuangan merupakan media informasi yang merangkum semua proses akuntansi di perusahaan yang berguna bagi pihak yang berkepentingan untuk pengambilan keputusan di perusahaan tersebut.

5.5.7 Tujuan Laporan Keuangan

Menurut Standard Akuntansi Keuangan (Ikatan Akuntan Indonesia, 2016) bahwa “Tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi.”

Tujuan laporan keuangan menurut Dwi Prastowo (2011:5) menyatakan bahwa: “Laporan keuangan disusun dengan tujuan untuk menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja dan perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi.”

Dengan diperolehnya laporan keuangan, maka diharapkan laporan keuangan bisa membantu dalam tujuan untuk menghindari analisis yang keliru dalam melihat kondisi perusahaan. Dalam laporan keuangan dibuat dan disusun oleh akuntan. Para akuntan memahami dengan benar bahwa laporan keuangan yang dibuat tersebut akan menjadi informasi keuangan bagi banyak pihak. Oleh karena itu, seorang akuntan harus memahami dengan benar tujuan suatu pelaporan keuangan.

5.5.8 Pengertian Analisis Laporan Keuangan

Pengertian analisis laporan keuangan menurut Menurut Munawir (2010:35) : Analisis laporan keuangan terdiri dari penelaahan atau mempelajari daripada hubungan-hubungan dan tendensi atau kecenderungan (trend) untuk menentukan posisi keuangan dan hasil operasi serta perkembangan perusahaan yang bersangkutan.

Sedangkan menurut Dwi Prastowo D (2011:56) mengatakan bahwa : “Analisis laporan



keuangan tidak lain merupakan suatu proses untuk membedah laporan keuangan ke dalam unsur-unsurnya, menelaah masing-masing unsur tersebut, dan menelaah hubungan diantara unsur-unsur tersebut, dengan tujuan untuk memperoleh pengertian dan pemahaman yang baik dan tepat atas laporan keuangan itu sendiri.”

Bedasarkan pengertian sebelumnya, bahwa menganalisis laporan keuangan adalah untuk memperoleh informasi yang digunakan baik oleh manajemen pihak-pihak lain yang berkepentingan terhadap suatu perusahaan dalam mengambil keputusan dan perusahaan dapat dengan mudah mengetahui perubahan-perubahan keuangan serta mengetahui hasil keuangan yang telah dicapai.

5.5.9 Sifat-sifat Analisis Laporan Keuangan

Menurut Sofyan Safri Harahap (2013:194) bahwa analisis laporan keuangan memiliki sifat-sifat sebagai berikut :

- Fokus laporan adalah laporan laba rugi, neraca, arus kas, yang merupakan akumulasi transaksi dari kejadian historis, dan penyebab terjadinya dalam suatu perusahaan.
- Prediksi, analisis harus mengkaji kejadian yang sudah berlalu terhadap dampak dan prospek perkembangan keuangan perusahaan di masa yang akan datang.
- Dasar analisis adalah laporan keuangan yang memiliki sifat dan prinsip tersendiri sehingga hasil analisis sangat tergantung pada kualitas laporan ini. Penguasaan pada sifat akuntansi, prinsip akuntansi, sangat diperlukan dalam menganalisis laporan keuangan.

Fokus dari suatu analisis laporan keuangan adalah pada hal-hal tertentu saja, mulai dari kualitas laporan itu sendiri, pendapat akuntan, praktek dan prinsip akuntansi yang digunakan, jenis dan kelengkapan laporan akuntan, juga dilihat tingkat perbandingannya, updatenya dan sebagainya.

5.5.10 Analisis Laporan Keuangan Donat Gincu Cake & Bakery Jatibarang

- Penjualan

Dalam sehari mitra ini memproduksi donat 3kilogram yang bisa menghasilkan 100-200pcs donat dengan berat 15gram dan 30gram. Untuk kapasitas 15gram harga jual yang ia pasarkan sebesar Rp. 13.000/box atau 6pcs donat, sedangkan untuk kapasitas 30gram harga jualnya yaitu sebesar Rp. 30.000/box.

No.	Produksi	Kapasitas	Unit	Kuantitas	Harga Jual	Jumlah
1	3kilogram	15gram	100pcs	17box	13.000	221.000
2		30gram	50pcs	8box	30.000	240.000
Jumlah						461.000

Jadi dalam satu hari ia mendapatkan laba kotor sebesar Rp. 461.000, dalam satu bulan mendapatkan laba kotor sebesar Rp.461.000 x 30 = Rp. 13.830.000

- Biaya Produksi Perhari



No.	Bahan Baku	Harga
1	3kg tepung	23.000
2	3 buah telur	5.000
3	50gram <i>Blue Butter</i>	5.000
4	30gram ragi instan	5.000
5	1 liter air	1.000
6	100gram margarin	4.000
7	1kg minyak padat	10.000
Jumlah		53.000

Beban

Keuntungan

Penjualan 13.830.000

Biaya Produksi/hari 53.000

Biaya Produksi perbulan 1.590.000

Beban 3.950.000 +

5.540.000 -

Laba 8.290.000

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengamatan maka dapat disimpulkan bahwa donat adalah produk makanan yang terbuat dari hasil fermentasi tepung terigu dengan ragi atau bahan pengembang lain, serta makanan donat ini termasuk makanan ringan atau cemilan.

Peningkatan kualitas di suatu perusahaan dalam kaitannya dengan pengembangan sumber daya manusia (SDM) merupakan suatu keharusan dan kebutuhan yang semakin terasa dewasa ini. Organisasi memandang pentingnya diadakan pengembangan sumber daya manusia (SDM) sebab pada saat ini karyawan merupakan asset yang sangat penting dalam mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Di samping itu dalam kegiatan pengembangan sumber daya manusia (SDM), perlu adanya koordinasi yang cukup baik antara setiap unit kerja yang ada di dalam organisasi dengan bagian kepegawaian.

Dalam mendirikan sebuah usaha perlu adanya sistem teknis yang mendukung proses kegiatan perusahaan mulai dari penentuan lokasi usaha yang dekat dengan bahan baku, tata letak pabrik yang aman dengan lingkungan sekitar. Sementara itu dalam menentukan layout yang terpenting adalah dapat memenuhi tujuan utamanya yaitu optimalisasi pengaturan fasilitas-fasilitas operasi sehingga nilai yang diciptakan oleh sistem produksi menjadi maksimum. Pemilihan teknologi yang bagus sangat mendukung proses produk dan persediaan bahan baku. seperti dilihat pada mesin produksi yang digunakan sesuai apa tidaknya. pemilihan mesin peralatan dan teknologinya harus ada kesesuaian.

Saran

mengemukakan rekomendasi untuk kegiatan informasi dan wawasan mengenai Donat Gincu



Cake & Bakery Jatibarang, kami mengharapkan pembaca agar lebih memahami tentang informasi yang terkandung dalam laporan kami supaya pembaca dapat mengimplementasikannya pada kehidupan sehari-hari.

1. Saran untuk akademis, kami berterima kasih kepada Fakultas Ekonomi Universitas Wiralodra Indramayu yang telah menyelenggarakan Pengabdian masyarakat sehingga kami mendapat pelajaran baru. Tetapi untuk penyelenggara ada sedikit saran dari kami, Jika memang pengabdian masyarakat ini diadakan untuk menambah soft skill atau hard skill mahasiswa Fakultas Ekonomi dan dengan cara penilaian di presentasikan di depan penyelenggara soal laporan dan video kami, menurut kami itu belum cukup karena pada realitanya berbicara industri kecil menengah (IKM) adalah untung dan rugi. Jadi menurut kami ada baiknya jika di adakannya Event Bazaar agar dapat bisa dinilai lebih real lagi.
2. Saran untuk Industri, untuk Donat Gincu Cake & Bakery Jatibarang, Pertama di Sumber daya manusia agar lebih di tambah soft skill dan hard skill untuk karyawan atau memperbanyak lagi karyawan agar bisa dipetakan dalam bidangnya masing-masing. Yang kedua di bidang produksi selanjutnya agar karyawan setiap produksi menggunakan alat pelindung diri. Yang ke tiga bagian pemasaran, zaman sekarang jaman online bagusnya industri kecil menengah (IKM) harus lebih aktif bermain di media sosial. Yang terakhir di bagian keuangan di mulainya pencacatan uang di setaip transaksi dan harinya agar uang modal dan untung tidak tercampur.
3. Saran untuk mahasiswa, dalam melaksanakan Pengabdian masyarakat sebelum terjun langsung ke lapangan kami harus sudah memiliki bekal materi tentang apa yang akan dipraktikan, baik itu di dapat dari referensi-referensi maupun bertanya secara langsung kepada pembimbing lapangan. Kami harus memperhatikan keaktifan untuk memperoleh keterangan apa saja yang masih belum kami ketahui dengan bertanya kepada pembimbing lapangan.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Andre Aristio, Arwin Wijaya, Daniel Laundry, Graciella Angelica Tjiputra, Ivan Kristopher, Kezia Widjanarko, Veranica Tan, Leonis Marchalina. Ph.D. (2019). Pendampingan Usaha Kecil dan Menengah Donat Kentang dalam Peningkatan Efisiensi, Produktivitas, dan Pendapatan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*.
<http://journal.prasetiyamulya.ac.id/journal/index.php/JPM/article/download/305/239/>
- [2] Dr. Ir. Sri Budi Wahjuningsih. Mp. (2018). PKM Jamu Gendong Desa Brambang Kecamatan Karangawen Kabupaten Demak. [Internet]:
<https://repository.usm.ac.id/files/dedication/B253/20190122114736-PKM-JAMU-GENDONG-DESA-BRAMBANG-KECAMATAN-KARANGAWEN-KABUPATEN-DEMAK.pdf>
- [3] <https://www.brilio.net/serius/11-pengertian-sumber-daya-manusia-menurut-para-ahli-200416b.html#:~:text=Menurut%20pendapat%20Mangkunegara%2C%20sumber%20daya,dalam%20rangka%20mencapai%20tujuan%20organisasi.>
- [4] Madian, Andri. “Pengertian Investasi dan Cara Berinvestasi”, 04 Desember 2017, <https://www.akseleran.co.id/blog/pengertian-investasi-dan-cara-berinvestasi/>
- [5] Mahfudzirfan. “Aspek Sumber Daya Manusia”, 05 Januari 2015. <http://mahfudzirfan.blogspot.com/2015/01/studi-kelayakan-bisnis-aspek-sumber.html>



- [6] Mulus Sugiharto, Miskan, Alfi Negroho. (2018). Pemberdayaan Kelompok Usaha Mikro Donat Kentang Aneka Topping Studi Kasus Kelompok Usaha Mikro Donat Kentang di Kecamatan Pakal dan Kecamatan Karang Pilang Surabaya. *AJIE- Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 2477-0574. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/download/8520/8376>
- [7] Questibrilia, Bivisyani. “Cara-cara menyelesaikan masalah ditempat kerja”, 18 Februari 2020, <https://www.jojonomic.com/blog/problem-solving-di-tempat-kerja/>
- [8] Reni Emawati. (2005). Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Roti “Tiga Berlian” di Semanggi Surakarta. Skripsi. [internet] <https://core.ac.uk/download/pdf/12348416.pdf>
- [9] Riana Friska Siahaan, Siti Wahidah. (2017). Usaha Donat Bakar di Deli Serdang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 23[02] 2502-7220. <http://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jpkm/article/download/6872/5910>
- [10] Rizki Sakinah, Idah Mawarda, Mayang Sari. “Cemilan Sehat KULIYA”, 20 Oktober 2015. <https://idamaward20.blogspot.com/2015/10/contoh-pkm-kewirausahaan.html>
- [11] Utama Wahyu. “ Tingkatkan Komunikasi Internal di dalam Perusahaan dengan 7 cara dan kiat berikut”. <https://koinworks.com/blog/komunikasi-internal-perusahaan/>
- [12] Yentisna, Yofina Mulyati, Nini, Idwar. (2018). Cotuver Adonan Donat Tradisional dengan Teknologi Mesin pada Usaha Susi Donat dan Era Donat di Tabing Kota Padang. *Jurnal Prosiding PKM-CSR, Vol-1 e-ISSN:2655-3570*. <https://prosiding-pkmsr.org/index.php/pkmsr/article/view/191>