
DIVERSIFIKASI PRODUK PADA USAHA GIS COOKIES, SNACK AND FOOD

Safitri¹⁾, Adhi Susilo

¹⁾Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Terbuka

safitrii.1886@gmail.com*

ABSTRACT

Based on data from the Tangerang Selatan Office of Cooperatives and Small and Medium Enterprises, there are 54,860 micro businesses, 460 small businesses, and 43 medium enterprises in the culinary sector, reflecting the high public interest in the food and beverage industry. According to data from the Central Statistics Agency (BPS), the average per capita expenditure for dry snacks and fried foods in Tangerang Selatan indicates a significant trend in snack consumption. Gis Cookies, initially a home-based business focused on producing cookies during festive seasons, faced challenges in maintaining sustainability after the holidays. The proposed solution involves product diversification by producing ready-to-eat meals and frozen foods such as Risoles and dim sum. Additionally, the business also faced limitations in facilities and infrastructure, as well as a lack of effective marketing strategies. The implementation of a Community Service Program (PKM) aims to enhance skills in product development and marketing through entrepreneurship training, innovative production techniques, and the use of online media for promotion. As a result, Gis Cookies successfully expanded its product range and improved its online promotions, contributing to local economic growth and empowering entrepreneurs in the Tangerang Selatan area.

Keywords: cookies, snack, UMKM, diversification, food

ABSTRAK

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah (UMKM) Tangerang Selatan, terdapat 54.860 usaha mikro, 460 usaha kecil, dan 43 usaha menengah di bidang kuliner, yang mencerminkan tingginya minat masyarakat dalam bisnis makanan dan minuman. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), rata-rata pengeluaran per kapita untuk makanan kering dan gorengan di Tangerang Selatan menunjukkan tren konsumsi makanan camilan yang signifikan. Usaha Gis Cookies, awalnya usaha rumahan yang berfokus pada produksi kue kering menjelang Hari Raya, menghadapi tantangan dalam menjaga keberlanjutan setelah musim perayaan. Solusi yang diusulkan melibatkan diversifikasi produk dengan memproduksi makanan siap saji dan frozen food seperti Risoles dan dimsum. Selain itu, usaha ini juga dihadapkan pada keterbatasan sarana dan prasarana serta kurangnya strategi pemasaran yang efektif. Pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dalam pengembangan produk dan pemasaran melalui pelatihan kewirausahaan, teknik produksi inovatif, serta penggunaan media online untuk promosi. Hasilnya, usaha Gis Cookies mampu berkembang dengan variasi produk dan promosi online, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal serta pemberdayaan pelaku usaha di sekitar Tangerang Selatan.

Kata Kunci: kue kering, camilan, UMKM, diversifikasi, makanan

PENDAHULUAN

Berdasarkan data yang didapat pada laman Dinas Koperasi UKM Tangerang Selatan, Usaha Kecil Menengah (UKM) di bidang kuliner sebanyak 54.860 untuk usaha mikro, 460 untuk usaha kecil dan sebanyak 43 usaha menengah (Anonim, 2023). Dengan banyaknya usaha kecil menengah pada daerah ini menunjukkan animo masyarakat untuk bidang makanan dan minuman sangat tinggi. Data Badan Pusat Statistik tahun 2021, 2022, dan 2023 rata-rata pengeluaran per kapita seminggu untuk makanan dan minuman daerah kota Tangerang Selatan untuk makanan kue kering secara berturut-turut 1424, 1017,53, dan 1675,65 rupiah/kapita/minggu. Sementara untuk pengeluaran jenis makanan gorengan pada tahun 2021 sebanyak 2515, tahun 2022 sebanyak 190,45 dan tahun 2023 sebanyak 236, 57 rupiah/kapita/minggu. Berbeda dengan pengeluaran makanan *siomai*, batagor daerah Tangerang Selatan mengeluarkan sejumlah 3084, 3233,6 dan 3367,39 rupiah/kapita/minggu pada tahun 2021 hingga 2023 (Anonim, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa pada kota Tangerang Selatan ini masyarakat cenderung mengeluarkan sejumlah uangnya untuk dapat membeli makanan camilan. Camilan merupakan jenis makanan selingan setelah makanan utama dan memiliki jumlah kalori yang seharusnya lebih rendah dibandingkan dengan makanan utama (Emilia, Juliarti, & Akmal, 2021)

Usaha *Gis Cookies* awalnya merupakan usaha rumahan yang menjual kue kering menjelang Hari Raya karena permintaan konsumen untuk produk tersebut cukup tinggi. Menjelang perayaan Hari Raya, permintaan akan kue kering biasanya meningkat secara signifikan. Masyarakat umumnya mencari kue kering sebagai hidangan untuk menyambut tamu di rumah atau sebagai oleh-oleh saat berkunjung ke rumah kerabat dan teman. Kue kering adalah sejenis kue yang dimasak dengan proses pemanggangan sehingga memiliki tekstur renyah, *crispy* dan tahan lama (Ihromi, Marianah, & Susandi, 2018). Bahan baku utama kue kering umumnya terdiri dari tepung terigu, telur, mentega, gula, keju. Sementara untuk bahan pendukung seperti bahan pengembang (*baking soda* atau *baking powder*), coklat, keju, kacang-kacangan, buah-buahan, bahan penambah rasa (Koswara, 2007). Proses pembuatan kue kering dilakukan dengan pencampuran bahan-bahan kemudian dipanggang dalam oven hingga matang. Proses pemanggangan bahan *cookies* khususnya terigu yang memiliki pati, dimana pati menyerap cairan dan membuat *cookies* menjadi kering dan keras (Agustina, 2015).

Tetapi disisi lain, usaha ini menjadi tidak beroperasi jika Hari Raya telah usai. Sementara usaha *Gis Cookies* perlu keberlangsungan walaupun tidak dalam musim Hari Raya. Sehingga

permasalahan dari usaha ini yakni diperlukan penambahan produk sebagai bahan penganeekaragaman hasil produk. Dengan kemampuan yang dimiliki pelaku usaha ini dalam membuat berbagai macam *snack* atau camilan sehingga dapat menambah produk *Gis Cookies*. Permasalahan yang umumnya timbul dari usaha ini adalah minimnya pengetahuan akan strategi pemasaran yang efektif, keterbatasan akses terhadap teknik produksi kue kering yang inovatif, kurangnya dukungan sarana dan prasarana pendukung proses produksi dan kurangnya pemahaman akan manajemen keuangan dan administrasi usaha. Alasan perlu dilaksanakannya PkM Kewirausahaan pada Usaha *Gis Cookies* ini adalah untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha, seperti pelatihan pemasaran, teknik produksi, manajemen usaha.

Tujuan dilaksanakannya kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan masyarakat dalam membuat penganeekaragaman produk yang tidak hanya terfokus pada satu produk musiman saja. Memperbaiki strategi pemasaran usaha kue kering yang sudah berjalan. Mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui pemberdayaan pelaku usaha di lingkungan sekitar. Dan juga diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi pelaku usaha dan masyarakat sekitar dalam hal peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan pemberdayaan ekonomi.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan hasil evaluasi di lapangan dapat diidentifikasi permasalahan yang timbul dari usaha makanan ini sebagai berikut :

1. Usaha makanan yang menjadi tren musiman ketika menjelang Hari Raya khusus untuk usaha kue kering sebagai bahan jamuan saat perayaan. Hal ini menjadi permasalahan karena menjamurnya usaha tersebut di berbagai tempat. Sehingga solusi yang ditawarkan yakni dengan membuat produk yang memiliki ciri khas dari kompetitor lain.
2. Ketika Hari Raya telah usai, usaha makanan ini perlu keberlanjutan, dengan memasarkan produk makanan siap saji atau makanan beku. Solusi yang ditawarkan yakni membuat variasi makanan selain dari kue kering seperti makanan siap saji, camilan, makanan beku (*frozen food*). Makanan yang dibuat antara lain *Risoles*, *Dimsum*, *Wantan*, *Pempek* dll.
3. Proses pembuatan produk makanan pada usaha ini terkendala sarana dan prasarana yang belum maksimal. Solusi yang ditawarkan adalah dengan mencukupi sarana seperti

alat blender, panci pengukus, loyang. Untuk penjualan secara offline diberikan prasarana seperti kompor portabel, meja lipat, *standing banner* sehingga pada proses penjualan secara *offline* dapat terlihat secara menarik.

4. Usaha makanan ini perlu pemasaran yang intens untuk dapat mengenalkan produk tidak hanya secara *offline* juga *online*. Sehingga perlu dilakukan promosi pemasaran yang dilakukan pada media online, seperti pembuatan akun pada *instagram*, gojek bisnis, *whatsapp* bisnis. Hal ini dilakukan untuk dapat menunjang pemasaran secara *online* di media digital.

Metode pelaksanaan kegiatan pada usaha *Gis Cookies* ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Identifikasi Potensi Usaha Lokal

Berdasarkan data Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah kota Tangerang Selatan tahun 2022 didapatkan bahwa usaha di bidang kuliner pada skala mikro sebanyak 54.860 usaha dengan jumlah 27.824 jenis usaha kuliner khususnya di daerah kecamatan Pondok Aren Tangerang Selatan (Anonim, 2023). Minat masyarakat terhadap usaha kue kering dipengaruhi oleh gaya hidup yang cenderung sibuk dengan pekerjaan dan keinginan untuk mendapatkan makanan atau camilan yang cepat dan mudah. Dengan pengerjaan kue kering yang memerlukan waktu yang lama dan membutuhkan peralatan yang tidak sedikit, sehingga mendorong konsumen untuk membeli dibandingkan membuat sendiri di rumah. Dengan kemampuan yang dimiliki untuk dapat membuat kue kering, makanan camilan dan camilan, pelaku usaha membuat produk ini untuk dapat memenuhi keinginan konsumen. Bahan baku yang digunakan untuk pembuatan didapatkan dari pasar tradisional yang mudah untuk diakses. Sementara untuk peralatan yang digunakan cukup memadai dan mendukung proses pembuatan produk. Rutinitas pembelian kue kering menjelang atau setelah Hari Raya merupakan peluang bisnis yang dapat diambil. Dengan membuat produk yang berbeda dengan pesaing usaha lain dengan mengedepankan kualitas dan harga yang terjangkau.

Umumnya masyarakat memiliki kemampuan untuk dapat membuat makanan baik kue kering, camilan atau frozen food secara mandiri dengan peralatan sederhana, seperti menggunakan mixer, oven, panci, penggorengan. Dengan kemasan toples untuk kue kering, kemasan plastik tanpa vakum untuk Dimsum, Risoles, aneka gorengan lainnya.

Sementara untuk penjualan secara offline dijual pada tempat-tempat penjualan seperti warung, kantin sekolah, dll.

2. Pendampingan Usaha Gis Cookies

Pendampingan usaha dilakukan pada beberapa tahapan yakni mulai dari tahap produksi, tahap pengembangan produk, tahap promosi.

a. Pendampingan tahap produksi

Pendampingan tahap produksi berawal dari pemilihan bahan baku, proses produksi dan proses pengemasan. Bahan baku yang digunakan berasal dari bahan baku lokal yang didapatkan dari pasar tradisional atau toko-toko terdekat. Hal ini dilakukan untuk dapat mengurangi biaya transportasi. Bahan baku kue kering menggunakan bahan-bahan yang terbaik agar mendapatkan hasil produk kue kering yang berkualitas. Sementara untuk bahan baku camilan seperti *Dimsum*, *Risoles*, Pangsit, *Wantan* dll didapatkan dari produsen bahan baku yang terpercaya. Proses produksi juga membutuhkan pengukuran bahan baku yang tepat, hal ini dilakukan untuk meminimalkan bahan baku terlalu banyak terpakai atau terbuang jika tidak sesuai formula. Produk yang telah dihasilkan selanjutnya dikemas agar tahan lama dalam penyimpanan dan memudahkan untuk dikonsumsi. Pengemasan untuk kue kering menggunakan *toples* dengan leher ulir, sementara untuk *Dimsum*, *Risoles*, pangsit siap konsumsi menggunakan mika plastik dan kemasan plastik vakum untuk produk *frozen food*.

b. Pengembangan produk

Pengembangan produk dalam usaha *Gis Cookies* ini dilakukan dengan membuat aneka ragam produk dari yang dihasilkan. Kue kering yang biasa dibuat yakni kue nastar, kue putri salju, kue *castangel*. Selanjutnya dikembangkan dengan kue *palm sugar* dengan taburan gula palem (*brown sugar*), kue *thambrin* coklat dengan paduan coklat dan irisan kacang tanah atau kue *thambrin strawberry* dengan paduan selai *strawberry* dengan keju. Produk *Risoles* yang biasanya dengan isian sayur, atau ayam, divariasikan dengan *meat bolognese*, *Risoles mayo* saus *chili oil*. Produk pangsit dipadukan dengan *chili oil* yang dapat dibuat sesuai level kepedasan masing-masing. Beberapa pengembangan produk ini dilakukan untuk dapat memberi variasi produk *Gis Cookies* sehingga dapat menambah pemasukan.

c. Promosi

Tahap promosi usaha *Gis Cookies* dilakukan dengan membuat media promosi *online* seperti pada *Instagram*, *Whatsapp Business*, *Google Business*, *Grab Food*, *Go Food*. Promosi *online* dilakukan dengan membuat iklan-iklan produk dan membuat beberapa foto produk yang ditampilkan pada media promosi tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan pada usaha *Gis Cookies* yang berlokasi di Jl. Raya Pd. Aren No.56, RT.01/RW.05, Pd. Aren, Kec. Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten 15224. Usaha ini bergerak di bidang kuliner dengan jenis produk kue kering, camilan, makanan siap saji, *frozen food*. Hasil yang didapatkan selama program ini berlangsung yakni usaha ini menjadi berkembang yang semula menjual produk hanya produk siap saji meningkat dengan membuat produk *frozen food*. Produk kue kering dibuat hanya pada momen-momen tertentu saja berdasar permintaan dari konsumen. Produk yang rutin dibuat seperti camilan *Dimsum*, *Risoles*, Pangsit. Produk ini dibuat tidak hanya yang siap saji, juga dalam bentuk makanan beku (*frozen food*). Pemilihan produk makanan beku yakni untuk dapat mempertahankan produk dalam waktu yang cukup lama dengan menyimpan produk dalam suhu dingin dengan sebelumnya dilakukan pengemasan vakum. Produk makanan beku (*frozen food*) memiliki kelebihan yakni mutu dari produk dapat terjaga dan dari segi rasa tidak mengalami perubahan yang signifikan (Sasongko, Yuniningsih, & Yasak, 2016)

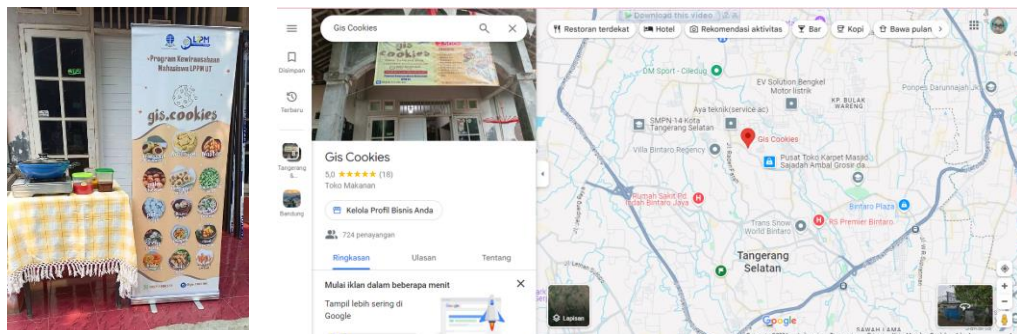
Hasil yang telah dilakukan pada kegiatan ini yakni peningkatan usaha *Gis Cookies* baik dalam hal produk, maupun promosi. Peralatan vakum *sealer* diberikan untuk dapat menunjang produk *frozen food*. Pembuatan *banner*, spanduk sebagai alat promosi *offline* dengan tambahan meja lipat dan kompor portabel yang dapat dipindahkan sehingga dapat menjual produk di berbagai lokasi penjualan selain di lokasi rumah. Dengan adanya penambahan sarana dan prasarana ini diharapkan produk yang dihasilkan tidak hanya kue kering, tetapi produk lain yang lebih beraneka ragam. Produk *Gis Cookies* yang telah dijual seperti kue kering, *Dimsum*, *Risoles mayo*, *Risoles ayam suwir*, *Risoles sayur*, pangsit *chili oil*, *Wantan*, ceker dan bakso *chili oil*. *Dimsum* merupakan hasil olahan makanan dengan tambahan daging sapi, ayam, ikan atau udang (Arfiani, Nurdiana, & Masfufah, 2023). *Risoles* merupakan jenis makanan yang terdiri dari lapisan kulit dan lapisan isi dengan dibalur tepung panir atau tepung roti. Jenis lapisan isi dapat berupa sayuran atau daging, sosis atau telur (Zumaeroh & Fatmawati, 2023). Sama seperti halnya *Risoles*, Pangsit atau *Wantan*

juga merupakan jenis makanan memiliki lapisan kulit dan lapisan isi, hanya tidak dibalur melainkan direbus, atau digoreng untuk proses pemasakannya. Isian pangsit dapat berupa daging ayam, udang, campuran rempah-rempah dan bumbu-bumbu (Trisnawati, Octavia, & Carrollina, 2023). Cara melipat pangsit atau *Wantan* ini dibuat semenarik mungkin sehingga dapat menggugah selera makan.

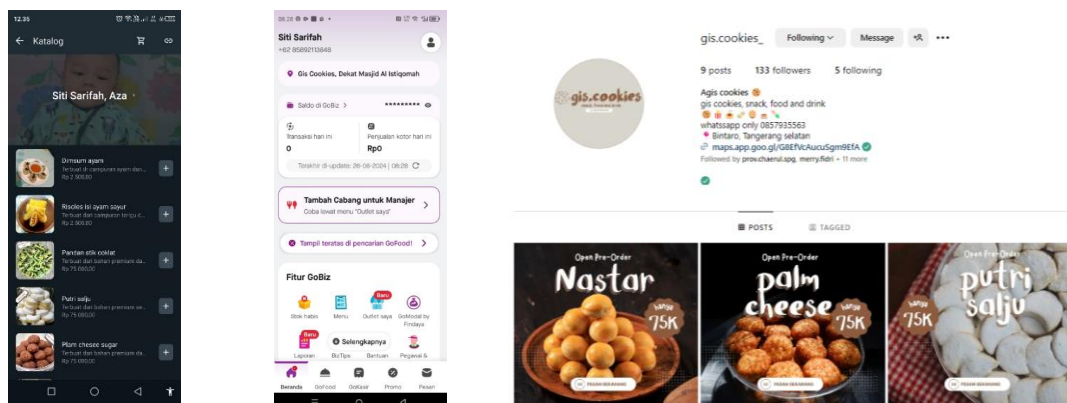
Beberapa peralatan penunjang produksi usaha *Gis Cookies* telah dilengkapi seperti blender 5 in 1, vakum *sealer*, loyang kue kering, panci kukus. Serta media promosi *offline* seperti *banner*, spanduk dan meja lipat dan kompor portabel untuk dapat berjualan secara *offline* di beberapa lokasi. Usaha *Gis Cookies* sebelumnya hanya membuat kue kering dengan permintaan konsumen pada waktu-waktu tertentu saja. Dengan penambahan fasilitas sehingga dapat memberi variasi produk yang dapat memberi masukan untuk keberlangsungan usaha selanjutnya. Selain sarana dan prasarana, program ini juga mendampingi pelaku usaha untuk dapat menjual produk di media *online* seperti pada *Go Food*, *Grab Food*, *Instagram*, *Whatsapp Business*. Hal ini dilakukan agar konsumen dapat mengetahui dan membeli produk *Gis Cookies* dengan mudah dan kapan saja. Selain itu penambahan lokasi usaha *Gis Cookies* pada *Google Maps* tidak kalah penting dilakukan untuk dapat membuat tanda tempat usaha di lokasi *Gis Cookies* berlokasi.

Penganeekaragaman produk *Gis Cookies* membuat usaha ini tetap berjalan walaupun musim Hari Raya telah usai. Dengan adanya media promosi pada akun media *online*, membuat usaha *Gis Cookies* memiliki keberlanjutan ke depannya. Dimana usaha yang awalnya hanya berjualan secara *offline* atau dari mulut ke mulut untuk pemesanan. Sekarang dapat memesan produk dari berbagai media promosi *online* seperti *Instagram*, *whatsapp*, *go food*. sehingga memudahkan konsumen dalam pembelian produk-produk pelaku usaha ini. Selain itu juga, produk yang bervariasi dari segi rasa, atau kemasan siap saji dan kemasan beku (*frozen food*) dapat membuat produk menjadi beraneka ragam dan dapat disimpan dalam waktu yang cukup lama.

Gambar 1.
Usaha *Gis Cookies* Offline



Gambar 2.
Usaha Gis Cookies Online



Tabel 1.
Produk-produk Gis Cookies yang telah dihasilkan

No	Jenis Produk	Keterangan
1	Aneka <u>Cookies</u>	Kue kering seperti nastar, castangel, putri salju, pandan stik, palm cheese
2	<i>Dimsum</i>	Dimsum mentai, Dimsum original
3	<i>Risoles</i> mayo	Risoles dengan isian saus mayo, telur, sosis
4	<i>Risoles</i> ayam suwir	Risoles dengan isian ayam suwir pedas
5	Pentol mercon	Pentol dengan saus pedas mercon
6	Ceker mercon	Ceker yang dibalur dengan saus pedas mercon
7	Wantan mercon	Wantan rebus dengan saus mercon

SIMPULAN

Kegiatan pengembangan usaha *Gis Cookies* telah berhasil mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi, terutama dalam hal keberlanjutan produk di luar musim Hari Raya. Melalui program pendampingan, *Gis Cookies* tidak hanya mampu memperluas variasi produk dari kue kering menjadi camilan dan makanan beku, tetapi juga meningkatkan strategi pemasaran dengan memanfaatkan platform *online* dan *offline*. Peningkatan kapasitas produksi melalui penyediaan

peralatan yang memadai, seperti *vacuum sealer* dan panci kukus, telah mendukung kualitas produk yang lebih baik. Selain itu, pelatihan dan pendampingan dalam hal manajemen usaha dan pemasaran juga memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pelaku usaha mengenai cara menjalankan bisnis yang lebih efektif.

Dengan demikian, *Gis Cookies* kini tidak hanya bergantung pada musim tertentu, tetapi telah mampu menarik minat konsumen sepanjang tahun. Hasil dari program ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang lebih luas, tidak hanya bagi pelaku usaha tetapi juga bagi masyarakat sekitar melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan ekonomi lokal. Rencana selanjutnya yang akan dilakukan yakni pembuatan sertifikat halal bagi produk-produk *Gis Cookies*, sertifikat PIRT, dan lebih mengembangkan promosi melalui media *offline* maupun *online* dengan cara ikut beberapa event-event yang ada di masyarakat, maupun media sosial.

REFERENSI

- Agustina, A. (2015). Penganekaragaman kue kering berbahan dasar tepung jagung (*Zea mays* sp). *e-Jurnal Boga*, 4(1), 75–83.
- Dinas Koperasi UKM Kota Tangerang Selatan. (2023, Agustus 28). *Dinas Koperasi UKM Kota Tangerang Selatan*. Satu Data Tangsel. <https://data.tangerangselatankota.go.id/dataset/59d48c4d-1ee0-4ab3-bf3b-f1f021d20c1a/resource/389c3373-1dbd-4394-b121-e39b4bcc7826/download/jumlah-umkm-menurut-skala-dan-jenis-di-kota-tangerang-selatan-tahun-2022.csv>
- Arfiani, I., Nurdiana, & Masfufah. (2023). Daya terima dan kandungan gizi dim sum berbahan dasar ikan teri dan labu siam sebagai makanan selingan tinggi kalsium. *Jurnal Berita Kesehatan*, 16(2), 54–60.
- Emilia, E., Juliarti, & Akmal, N. (2021). Analisis konsumsi makanan jajanan terhadap pemenuhan gizi remaja. *Journal of Nutrition and Culinary (JNC)*, 1(1), 1–9.
- Ihromi, S., Marianah, & Susandi, Y. A. (2018). Substitusi tepung terigu dengan tepung mocaf dalam pembuatan kue kering. *Agrotek*, 5(1), 73–77.
- Koswara, R. A. (2007). *Panduan lengkap berbisnis kue kering*. Jakarta: Transmedia.
- Sasongko, P., Yuniningsih, S., & Yasak, E. M. (2016). Aplikasi frozen food technology untuk menurunkan tingkat kerugian produk pada kelompok perempuan buta aksara alfabet Desa Nogosari Kecamatan Rowokangkung Kabupaten Lumajang Jawa Timur. *Jurnal Akses Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 8–17.
- Trisnawati, L., Octavia, B. A., & Carrollina, G. (2023). Budaya kuliner pangsit: Pengembangan dan kreativitas masakan Tionghoa. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 9(2), 923–930. <https://doi.org/10.37905/aksara.9.2.923-930.2023>
- Zumaeroh, & Fatmawati, A. (2023). Pola kewirausahaan pada usaha mikro kecil dan menengah risol mayo. *Wikuacity: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 36–39. <https://doi.org/10.56681/wikuacity.v2i1.65>