

Pendampingan Penambahan Lini Produk Fionna Cake sebagai Upaya Perluasan Pangsa Pasar di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah

Siti Muntahanah*¹, Heru Cahyo², Hari Winarto³, Tjahjani Murdijaningsih⁴, Heri Setiawan⁵, Fatwa Zuhaena⁶

^{1,2,3,4,5,6}Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Wijayakusuma Purwokerto, Banyumas, Indonesia

*e-mail: muntahanahsiti@gmail.com¹, herucahyofeb@gmail.com², hari.unwiku@gmail.com³,
cahyaniyubi@gmail.com⁴, herisetiawan198@gmail.com⁵, Fatwazuhaena@gmail.com⁶

Abstrak

Usaha rumahan merupakan usaha kecil yang perlu diperhatikan. Salah satu usaha rumahan yang layak diperhatikan adalah Fionna Cake yang menghasilkan kue basah. Kue basah memiliki masa kadaluwarsa yang sangat pendek, sehingga menyebabkan kerugian dengan banyaknya sisa kue jika tidak terjual. Salah satu cara untuk mengatasi kerugian lebih banyak, maka perlu dilakukan pengembangan usaha. Fionna Cake memiliki potensi dikembangkan dengan menambahkan lini produk kue kering. Pengembangan usaha dengan menambahkan lini produk akan dapat meningkatkan penghasilan Fionna Cake. Usaha yang dilakukan oleh tim PKM Universitas Wijayakusuma Purwokerto adalah melakukan pendampingan penambahan lini produk. Metode yang digunakan oleh tim pengabdian adalah penyuluhan, dan pelatihan pembuatan kue kering yang menarik konsumen kepada mitra. Setelah mitra paham pentingnya menambah lini produk dilakukannya pendampingan pemasaran melalui instagram dan whatsapp. Hasil kegiatan pengabdian telah dilaksanakan sesuai dengan target dan rencana. Perluasan pemasaran dengan penambahan lini produk telah dapat berhasil meningkatkan pendapatan yang cukup baik.

Kata kunci: Kue Kering, Lini Produk, Pendampingan

Abstract

A home business is a small business that needs to be considered. One home-based business worth paying attention to is Fionna Cake which produces snacks. Snacks have a very short expiration period, thus causing losses with the large amount if they are not sold. One way to overcome more losses, it is necessary to develop a business. Fionna Cake has the potential to be developed by adding a line of cookies products. Business development by adding a product line will be able to increase Fionna Cake's income. The business carried out by the PKM team of Wijayakusuma University at Purwokerto is to assist in the addition of product lines. The methods used by the service team are counseling, and cookies making training that attracts consumers to partners. After the partner understands the importance of adding a product line in the implementation of marketing assistance through instagram and whatsapp. The results of the service activities have been carried out in accordance with the targets and plans. The expansion of marketing with the addition of product lines has been able to successfully increase revenue quite well.

Keywords: Cookies, Mentoring, Product Line

1. PENDAHULUAN

Usaha kecil atau usaha rumahan terbukti memiliki ketahanan dalam menghadapi gempuran krisis ekonomi di Indonesia tahun 1998 (Ukkas, 2017). Sektor usaha kecil dan informal, mampu memberikan dorongan peningkatan perekonomian masyarakat kecil dan menengah. Usaha kecil dan informal mempunyai keunggulan dibandingkan usaha menengah atau besar. Keunggulan sektor ini antara lain mampu menyerap tenaga kerja serta menggunakan sumber daya lokal, dan mempunyai kecenderungan bersifat fleksibel (Kompas.com).

Akhir-akhir ini banyak sekali usaha rumahan yang didirikan oleh masyarakat. Masyarakat modern cenderung konsumtif dalam hal makanan, karena malas membuat sendiri dan perlu ketrampilan memasak. Kue merupakan hidangan yang tidak pernah membosankan bagi kebanyakan orang. Kue dapat dinikmati kapan saja, saat santai di rumah, di perjalanan maupun acara-acara istimewa tertentu (<https://mindfieldgames.com/kue-basah-vs-kue-kering/>).

Kue basah sangat mudah proses pembuatannya dan bahan baku yang digunakan mudah diperoleh di pasar. Kue basah bagi sebagian orang digunakan sebagai alternatif pengganti nasi karena termasuk sebagai bukan makanan utama (<https://mindfieldgames.com/kue-basah-vs-kue-kering/>). Kekurangan kue basah adalah tidak tahan lama yang dapat menyebabkan kerugian bagi produsennya. Produsen kue basah agar tidak mengalami kerugian maka perlu melakukan diversifikasi produk (Jasmani, 2020). Diversifikasi produk dapat dilakukan dengan inovasi produk (Maulana, Y. Sugiarto dan Alisha, A., 2020) dan penambahan lini produk.

Kegiatan usaha Fionna Cake saat ini mengalami penurunan permintaan, sehingga pemilik usaha perlu memikirkan keberlangsungan usahanya. Pemilik memikirkan untuk melakukan penambahan lini produk berupa kue kering yang lebih tahan lama sehingga dapat memperluas area pemasarannya. Tim PKM Universitas Wijayakusuma Purwokerto bertujuan untuk memberikan pendampingan terhadap Fionna Cake dalam melakukan penambahan lini produk kue kering selama tiga bulan dari bulan Maret hingga Mei 2021. Selain melakukan pendampingan produksi kue kering, juga dilakukan pendampingan pengemasan dan perluasan pemasaran melalui media sosial.

Usaha kue Fionna Cake berawal dari hobi memasak pemilik usaha, yang selanjutnya dijadikan sebagai lahan menambah pendapatan keluarga. Fionna Cake didirikan sejak 2017, dikelola oleh Febriani Ruth Kristanti yang merupakan ibu rumah tangga. Awal usaha kue ini membuat jajanan pasar, seperti putu ayu, klepon, kue sus, dan kue basah lainnya, seperti Gambar 1. Pengenalan produk kue dilakukan secara getok tular dan ditawarkan ke kantin-kantin sekolah.



Gambar 1. Berbagai jenis kue basah produksi Fionna Cake

Masalah yang dihadapi usaha kue Fionna Cake adalah (1) Permintaan pasar yang tidak menentu (2) persaingan semakin ketat dengan banyak usaha sejenis (3) produk yang tidak tahan lama. Oleh karena itu perlu adanya solusi tertentu berkaitan dengan penambahan lini produk. Solusi yang ditawarkan oleh tim PKM Universitas Wijayakusuma Purwokerto adalah pendampingan penambahan lini produk kue kering yang lebih tahan lama dan dapat dipasarkan lebih luas.

Perluasan lini produk tersebut dapat menjangkau konsumen yang lebih luas lagi bukan hanya di kantin-kantin sekolah tetapi dapat pula dijual di toko, minimarket maupun supermarket. Dengan penambahan lini produk tersebut penjualan kue dari Fionna Cake akan semakin meningkat karena produknya yang lebih tahan lama dan punya pangsa pasar yang lebih luas. Selain penambahan lini produk, juga dilakukan inovasi pemasaran, seperti promosi produk melalui internet misal menggunakan Instagram dan WhatsApp. Perluasan lini produk ini dapat berdampak pada peningkatan omset penjualan dan meningkatnya penghasilan usaha.

2. METODE

Sasaran dari PKM merupakan masyarakat yang produktif secara ekonomi (usaha mikro). Produk usaha mitra adalah kue basah atau jajanan pasar dengan nama Fionna Cake di Kabupaten Banyumas. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan bantuan kepada usaha rumahan dengan menambahkan lini produk, pengemasan dan pemasarannya. Tahapan kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut.

2.1. Sosialisai Kegiatan

Tahap ini tim pengabdian melakuakn koordinasi dan sosialisasi dengan mitra tentang kegiatan yang akan dilaksanakan. Pada kegiatan ini disampaikan rencana kegiatan dan target yang akan dicapai. Penyuluhan tentang pentingnya menambah lini produk untuk memperluas jangkauan pemasaran.

2.2. Pelatihan Dan Pendampingan Pembuatan Kue Kering

Tim pengabdian melakukan pelatihan dan pendampingan pembuatan kue kering. Mitra sudah sangat mahir dalam membuat kue, sehingga penekanan pada tahap ini adalah pada pemilihan bahan kue yang berkualitas serta tampilan kerapihan kue sehingga menjamin produknya akan diminati oleh konsumen.

2.3. Pendampingan Pemasaran Konvensional

Penjualan kue selama ini dilakukan hanya dengan getok tular dan dititipkan ke kantin-kantin sekolah. Pendampingan tim pengabdian dilakukan dengan menitipkan ke toko-toko kue dan minimarket. Dengan menambah pangsa pasar tersebut maka peluang terjualnya produk semakin besar.

2.4. Pendampingan Pemasaran Secara Online melalui Instagram dan WhatsApp.

Untuk memperluas jangkauan pemasaran maka tim pengabdian juga melakukan pendampingan pemasaran secara online melalui Instagram dan WhatsApp.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Sosialisasi Kegiatan

Kegiatan sosialisasi oleh tim pengabdian dilakukan dengan membuat komitmen dengan mitra terkait dengan kegiatan yang akan dilakukan (Gambar 1). Sosialisasi berisi tentang rencana kegiatan, target yang akan dicapai dan penyuluhan tentang pentingnya menambah lini produk, agar dapat memperluas jangkauan pasar dan menambah jumlah konsumen potensial.



Gambar 1. Tim Pengabdian sedang melakukan sosialisasi kegiatan dengan mitra

3.2. Pelatihan Dan Pendampingan Pembuatan Kue Kering

Tim pengabdian melakukan pendampingan dan pelatihan membuat kue kering sebagai lini produk baru untuk Fionna Cake (Gambar 2). Kegiatan yang dilakukan adalah mencoba memproduksi beberapa resep kue kering yang dianggap banyak peminatnya. Pada pelatihan ini, mitra diberikan cara mengolah kue kering agar memiliki warna dan bentuk yang menarik. Mitra sudah sangat trampil dalam mengolah kue, maka tim pengabdian hanya memberikan arahan untuk menggunakan pola dalam memotong adonan kue siap panggang, agar bentuknya rapih dan ukurannya sama. Selain itu olesan kuning telur pada potongan adonan kue yang hendak di panggang menggunakan telur omega agar hasil kue kering terlihat cantik tidak gosong. Pelaksanaannya dilakukan di lokasi produksi Fionna Cake di Desa Ciberem Kecamatan Sumbang kabupaten Banyumas.



Gambar 2. (a) Pendampingan produksi kue kering (b) Salah satu produk kue kering



Gambar 3. Hasil kue kering yang sudah dikemas dalam toples siap dipasarkan

3.3. Pendampingan Pemasaran

Pemasaran kue produksi Fionna Cake selama ini dilakukan secara tradisional, yaitu melalui getok tular, menitipkan ke kantin-kantin sekolah dan menerima pesanan. Penjualan kue kering akan dititipkan ke toko-toko kue. Dengan demikian orang semakin mengenal kue hasil produksi dari Fionna Cake. Pemasaran juga dikembangkan secara online, yaitu menggunakan media sosial Instagram dengan alamat <https://www.instagram.com/fionnacake.purwokerto/> dengan tampilan Gambar 4, selain itu pemesana dapat pula dilakukan melalui WhatsApp (WA).



Gambar 4. Tampilan pemasaran online melalui instagram

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Tim PKM Universitas Wijayakusuma Purwokerto telah dilaksanakan dengan baik. Mitra telah menambahkan lini produk kue kering dengan berbagai varian, seperti nastar dan kastengel. Kue produksi Fionna Cake dengan pemasaran online cukup membantu meningkatkan omset dengan semakin dikenalnya kue basah dan kue kering produksi Fionna Cake di Banyumas. Peluang selanjutnya adalah menambahkan lini produk berupa kue ulangtahun atau kue-kue untuk perayaan hari-hari penting, seperti anniversary, pernikahan, ulang tahun dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Jasmani, Denok Sunarsi, (2020), The Influence Of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products on South Tangerang. *Pinishi Discretion Review*, Volume 3 Issue 2 (165-174)
- Khairunnisa, Syifa Nuri, (2021), 7 Cara Membuat Kue Kering Lebaran Anti Gagal, Hasil Renyah Dan Tidak Gagal. <https://www.kompas.com/food/read/2021/04/25/170900875/7-cara-membuat-kue-kering-lebaran-anti-gagal-hasil-renyah-dan-tidak-keras>. Diakses 8 Pebruari 2021.
- Maulana, Y. Sugiarto, dan Alisha, A., (2020). Inovasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar). *Inovbis, Jurnal Inovasi Bisnis* Volume 8 Nomor 1 (86-91).
- Ukkas, Imran. 2017. Strategi Dan Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *Berkemajuan: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 1 No. 1.
<https://www.kompas.com/skola/read/2021/06/30/102821969/ekonomi-sektor-informal-pengertian-ciri-ciri-istilah-dan-perannya>
<https://mindfieldgames.com/kue-basah-vs-kue-kering/>

Halaman Ini Dikосongkan