

PENINGKATAN PEMASARAN DENGAN PEMBUATAN *PERSONAL BRANDING* *PRODUCT* PADA NASTAR USAHA BR COOKIES

Fauziah Restiyani¹, Eko Yulastuti Endah Sulistyawati²

Universitas Terbuka

viafauziah313@gmail.com

Abstrak

Kata kunci :

*Gluten free,
Kewirausahaan
mahasiswa,
Nastar,
Pemasaran
digital, Personal
branding*

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) berperan sebagai wadah untuk mahasiswa dalam mengembangkan kreativitas dan inovasi di bidang ilmu yang ditekuninya selama perkuliahan. BR Cookies merupakan usaha kue kering rumahan yang memproduksi nastar sebagai produk unggulannya. Dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat terutama di pasar digital, BR Cookies perlu menerapkan strategi personal branding untuk meningkatkan daya saing dan menarik konsumen. Adanya Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) Kewirausahaan Mahasiswa, memberikan semangat dan mendorong kami untuk terus menjalankan usaha yang sudah ada. Usaha BR Cookies ini dikembangkan di Jalan Cipinang Muara IV, Rt002/Rw011, Kecamatan Jatinegara, Kota Jakarta Timur. Usaha ini dijalankan oleh mahasiswa dari Program Studi S1 Teknologi Pangan, dengan dibimbing oleh dosen dari UT Pusat. Proses bimbingan kewirausahaan dengan dosen dilakukan secara tatap muka dan online. Tahapan kegiatan digunakan meliputi pengembangan produk gluten-free, pencantuman logo halal, pengurusan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT), pengujian kandungan gizi produk, pembuatan desain kemasan, foto produk yang menarik, serta pembuatan pemasaran digital. Hasil dari kegiatan PKM Kewirausahaan mahasiswa ini adalah dihasilkannya produk baru berupa nastar gluten free dengan grassfed butter dalam kemasan jar dengan desain kemasan yang sudah dilengkapi dengan nama pangan olahan, berat bersih, nama dan alamat produsen, daftar bahan yang digunakan, nomor pendaftaran pangan, kandungan gizi, serta logo halal, serta pemasaran digital seperti grabfood dan tokopedia dengan visualisasi produk yang sudah menarik.

A. Pendahuluan

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) berperan sebagai wadah untuk mahasiswa dalam mengembangkan kreativitas dan inovasi di bidang ilmu yang ditekuninya selama perkuliahan guna bermanfaat dalam aplikasi kehidupan bermasyarakat yang berlandaskan pada penguasaan sains dan teknologi serta keimanan yang tinggi. Dalam rangka mempersiapkan diri menjadi wirausahawan yang mandiri dan arif, mahasiswa diberi peluang untuk mengimplementasikan kemampuan, keahlian, sikap tanggung

jawab, membangun kerja sama antar tim maupun secara mandiri melalui kegiatan yang kreatif dalam bidang ilmu yang ditekuni.

BR Cookies merupakan usaha kue kering yang dijalankan oleh mahasiswa dari Program Studi S1 Teknologi Pangan Universitas Terbuka yang berlokasi di Jalan Cipinang Muara IV, Rt002/Rw011, Kecamatan Jatinegara, Kota Jakarta Timur. Salah satu produk unggulannya adalah Nastar . Kue nastar ialah jenis kue kering yang dibuat dari tepung terigu, gula halus, margarin, serta kuning telur yang diisi dengan selai buah nanas (Ariyani, 2015). Dilansir dari prochiz kue nastar ialah kue kering yang paling banyak diminati banyak orang untuk camilan khas lebaran. Cita rasanya yang legit dan tidak terlalu manis serta fruity dari adanya selai nanas sebagai isian merupakan kunci kenapa kue kering ini diidolakan. Perbedaan kue nastar dengan kue kering lainnya yakni terdapat tambahan selai nanas di dalam kue yang menciptakan rasa segar (Ryan et al., 2013). Nastar mempunyai keunikan pada ukurannya yang kecil dan bentuknya yang bulat serta berisikan selai nanas (Ariyani, 2015).

Beberapa permasalahan yang dihadapi saat ini yaitu kurangnya personal branding produk, pengembangan produk gluten-free , pencantuman logo halal, pengurusan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga(SPP-IRT), pengujian kandungan gizi produk, pembuatan desain kemasan, foto produk yang menarik.serta pembuatan pemasaran digital.

Branding produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu komponen visual terpenting dari identitas sebuah perusahaan. Melalui branding produk, item UMKM dapat membawa pembaruan dan penyesuaian di berbagai sektor produk atau UMKM (Arifudin et al., 2021). Melalui platform e-commerce membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas akses pasar, mengurangi biaya operasional, meningkatkan penjualan, berinteraksi langsung dengan konsumen, serta memperkuat branding.

Adanya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Kewirausahaan Mahasiswa yang diselenggarakan oleh UT, membuat kami lebih bersemangat untuk menjadi mahasiswa wirausaha yang lebih inovatif dan kreatif dalam menjalankan usaha. Kami berinovasi dengan membuat personal branding produk nastar dengan desain kemasan menjadi lebih menarik, pembuatan legalitas usaha sehingga dapat bersaing di pasar luas. Kami juga melakukan inovasi pengembangan produk cookies sehat “Gluten Free” dengan memanfaatkan pangan local singkong sebagai bahan bakunya guna meningkatkan nilai gizi produk serta mengedukasi para konsumen tentang pemanfaatan pangan local.

Dalam pembuatan nastar, untuk menghemat biaya kami menggunakan oven tangkring sebagai alat pemanggangnya. Seringkali kami mengalami kendala waktu dalam memproduksi permintaan konsumen. Untuk itu kami memerlukan oven dengan kapasitas

yang lebih besar untuk menghemat waktu dan juga dapat meningkatkan volume produksi permintaan konsumen.

Kegiatan PkM Kewirausahaan mahasiswa ini bertujuan untuk mengembangkan semangat dan jiwa kewirausahaan pada mahasiswa dalam meningkatkan citra produk nastar BR Cookies melalui personal branding, membantu mengembangkan inovasi gluten free dengan menggunakan tepung mocaf dan grassfed butter untuk tren pasar yang sehat, memberikan pendampingan dalam membuat legalitas usaha, pembuatan kemasan yang informatif, pendampingan foto produk yang menarik, serta pembuatan pemasaran digital. Usaha ini mudah diproduksi dan memiliki nilai jual yang tinggi dapat dijadikan sebagai hampers, sehingga terbuka untuk teman-teman mahasiswa yang ingin bermitra dengan kami, dalam pengembangan usaha agar mendapatkan penghasilan.

B. Metode Pelaksanaan

Usaha nastar BR Cookies ini dilaksanakan oleh seorang mahasiswa dari Program Studi S1 Teknologi Pangan Universitas Terbuka, dengan dibimbing oleh dosen Program Studi S1 Teknologi Pangan dari UT Pusat. Kegiatan ini dilakukan di Jalan Cipinang Muara IV, Rt002/Rw011, Kecamatan Jatinegara, Kota Jakarta Timur. Kegiatan ini dilaksanakan dari bulan Juni – November 2024. Metode pelaksanaan kegiatan disajikan pada **tabel 1**.

No	Kegiatan	Output
1.	Tahap persiapan dan koordinasi	Koordinasi awal dengan dosen pembimbing mengenai pembelian alat dan bahan, pengembangan produk baru, pengurusan legalitas usaha, pengujian kandungan gizi, serta branding desain kemasan.
2.	Tahapan pelaksanaan kegiatan	Pembuatan personal branding produk, meliputi : pembelian alat dan bahan, pengembangan produk baru, pencantuman logo halal dan SPP-IRT, pencantuman label gizi, pembuatan desain kemasan baru, serta pembuatan pemasaran digital e-commerce..
3.	Evaluasi	Evaluasi pasca branding produk dan sebelum branding produk.

Tabel 1.1 Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

C. Hasil dan Pembahasan

1. Tahap Persiapan dan Koordinasi

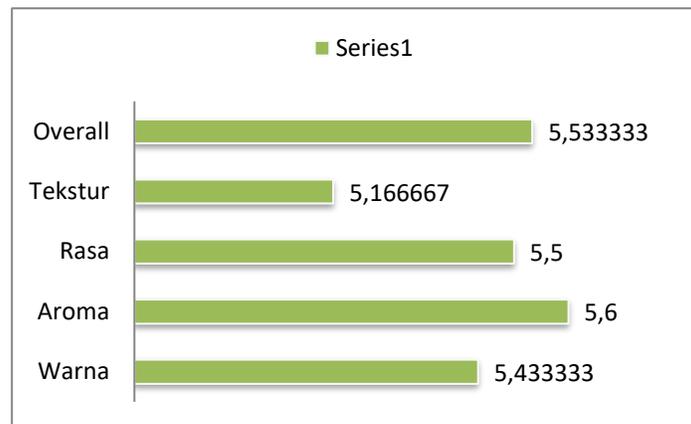
Pada tahap ini, dilakukan koordinasi awal dengan dosen pembimbing. Kegiatan yang dilaksanakan meliputi pembahasan terkait rencana pembelian alat dan bahan yang diperlukan untuk pengembangan produk nastar gluten free dengan bahan dasar tepung mocaf, grassfed butter, dan gula palm. Selain itu, diskusi mengenai aspek legalitas usaha dilakukan, mencakup persiapan untuk pengurusan logo halal dan SPP-IRT. Pengujian kandungan gizi produk, guna memastikan produk nastar memenuhi standar kesehatan, pembuatan e-commerce, pembuatan desain kemasan produk serta visualisasi foto produk yang menarik. Hasil dari tahap ini adalah tersusunnya rencana kerja yang jelas terkait pembelian alat dan bahan, pengembangan produk baru dengan metode uji organoleptik oleh konsumen sebagai panelis, pengurusan legalitas dan logo halal bersama pendamping halal, pengujian gizi di Mbrio Food & Laboratory Bogor, pembuatan desain kemasan baru, dan visualisasi foto produk yang menarik untuk di pasarkan dalam e-commerce.

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, tahapan awal yang dilaksanakan yaitu melakukan pengembangan produk baru. Hasil pengembangan produk baru dilakukan untuk mengetahui tingkat kesukaan dan daya terima produk. Uji daya terima menggunakan uji organoleptik terhadap 30 orang konsumen. Parameter pengujian yakni dari segi warna, rasa, aroma, dan tekstur. Dengan skala penilaian meliputi, 6 = sangat suka, 5 = suka, 4 = agak suka, 3 = agak tidak suka, 2 = tidak suka, 1 = sangat tidak suka Hasil pengembangan produk nastar gluten free dapat diterima dengan skala 5 dan disukai oleh panelis.



Gambar 1.1 pengujian organoleptik oleh konsumen



Gambar 1.2 hasil uji organoleptik

Setelah dilakukan tahap pengembangan produk baru, maka langkah selanjutnya dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah melakukan uji kandungan gizi pada produk nastar BR Cookies di Laboratorium Mbrio, Bogor. Hasil pengujian didapatkan 90 kkal dalam 2 butir nastar.

Label gizi merupakan suatu informasi kandungan gizi yang terkandung dalam produk pangan disertai jumlah kandungan tersebut dalam tiap sajian atau kemasan makanan. Tujuan utama pelabelan gizi adalah membantu konsumen untuk menghindari atau mengurangi kelebihan ataupun kekurangan asupan zat gizi yang dapat berakibat pada masalah kesehatan terkait pola makan. Peraturan mengenai label gizi di Indonesia yang ditetapkan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan menerangkan bahwa perusahaan makanan kemasan berkewajiban untuk mencantumkan label pangan pada kemasannya. Zat gizi yang dilampirkan diantaranya kandungan kalori, lemak, protein, gula, dan sodium (Ika *et.al* ,2017).

INFORMASI NILAI GIZI		
Takaran saji 20 g (2 butir) 12 sajian per kemasan		
JUMLAH PER SAJIAN		
Energi Total		90 kkal
Energi dari lemak		40 kkal
		%AKG*
Lemak Total	4.5 g	7%
Lemak Jenuh	2.5 g	13%
Protein	1 g	2%
Karbohidrat Total	12 g	4%
Gula Total	5 g	
Sodium	20 mg	1%
<small>*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.</small>		

Tabel 1.1 Hasil Kandungan Gizi Nastar Wisman BR Cookies

INFORMASI NILAI GIZI		
Takaran saji 20 g (2 butir) 12 sajian per kemasan		
JUMLAH PER SAJIAN		
Energi Total		90 kkal
Energi dari lemak		40 kkal
		% AKG*
Lemak Total	4.5 g	7%
Lemak Jenuh	3 g	15%
Protein	0 g	0%
Karbohidrat Total	12 g	4%
Gula Total	5 g	
Sodium	0 mg	0%
<small>*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.</small>		

Tabel 1.2 Hasil Kandungan Gizi Nastar Mocaf BR Cookies

Sumber : Mbrio Food & Laboratory, Bogor

Tahapan kedua pelaksanaan kegiatan PKM ini yaitu pembuatan sertifikasi SPP IRT dan logo halal pada produk nastar BR Cookies. Label Halal merupakan tanda kehalalan suatu produk yang diperoleh setelah melewati proses sertifikasi halal oleh pendamping halal dengan standar tertentu.. Produk bersertifikat halal lebih kompetitif dibandingkan produk tanpa label halal. (Rahayu,2020).



Gambar 1.3 Proses pengajuan sertifikasi halal bersama pendamping halal

Tahapan ketiga yaitu membantu pelaku usaha untuk membuat desain kemasan produk yang menarik. Aturan tentang label pangan tercantum dalam Undang-undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, Undang-undang Nomor 36 tahun 2009 tentang Kesehatan. Label kemasan harus memuat nama pangan olahan, berat bersih, nama dan alamat produsen, daftar bahan yang digunakan, nomor pendaftaran pangan, kandungan gizi, serta logo halal. Dengan adanya desain kemasan produk baru ini diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih jelas tentang produk nastar BR Cookies ini kepada konsumen agar dapat mengetahui apa yang mereka beli.



Gambar 1.4 Desain kemasan produk lama

<p>Komposisi : Buah Nanas, Gula, Tepung Terigu, Mentega (12,65%) Putih Jagung, Telur, Gula Halus, Susu Bubuk, Minyak Nabati, Pewarna Makanan Kuning</p> <p>Ingredients : Pineapple Fruit, Gula/Wheat Flour, Butter (12,65%),Corn Starch, Egg, Icing Sugar, Milk Powder, Vegetable Oil, Yellow Food Coloring</p> <p>Informasi Alergen : Mengandung alergen, lihat daftar bahan yang dicetak tebal. Dapat mengandung Gandum, Telur, dan Susu.</p> <p>Alergen Information : Contains allergens, see ingredients in bold. May also contain Egg and Dairy.</p> <p>Petunjuk Penyimpanan : Disimpan ditempat yang sejuk, kering, dan bersih. Hindari dari sinar matahari. Jika tidak habis, simpan dalam kondisi tertutup dan rapat.</p> <p>Storage Condition : Store in cool, dry, and hygienic place. Keep away from direct sunlight. If it doesn't run out, keep it closed and tight.</p>	<p>Berat bersih / Net Weight : 250 g</p>	<p>INFORMASI NILAI GIZI</p> <p>Pakanan per 100 g (Dibuat 32 takaran per kemasan)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Jumlah Per Saljian</th> <th>Bahan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Energ Total</td> <td></td> <td>401 kkal</td> </tr> <tr> <td>Strang dari lemak</td> <td></td> <td>6,40g</td> </tr> <tr> <td>Lemak Total</td> <td>45g</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Lemak jenuh</td> <td>12g</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>Protein</td> <td>12g</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Karbohidrat Total</td> <td>33g</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>Gula Total</td> <td>5g</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Sodium</td> <td>20mg</td> <td>2%</td> </tr> </tbody> </table> <p><small>Informasi gizi berdasarkan analisis proksi. Nilai ini tidak termasuk energi yang hilang dari produk.</small></p>	Jumlah Per Saljian		Bahan	Energ Total		401 kkal	Strang dari lemak		6,40g	Lemak Total	45g	7%	Lemak jenuh	12g	24%	Protein	12g	2%	Karbohidrat Total	33g	6%	Gula Total	5g		Sodium	20mg	2%	<p>Di Produksi Oleh : BR Cookies Jakarta 13420 Indonesia P: +62 20931750111779-29</p> <p> br_snackandcookies</p>
Jumlah Per Saljian		Bahan																												
Energ Total		401 kkal																												
Strang dari lemak		6,40g																												
Lemak Total	45g	7%																												
Lemak jenuh	12g	24%																												
Protein	12g	2%																												
Karbohidrat Total	33g	6%																												
Gula Total	5g																													
Sodium	20mg	2%																												



Gambar 1.6 Desain kemasan produk baru

Permasalahan yang dialami pelaku usaha selanjutnya yaitu foto produk yang digunakan untuk promosi di media sosial kurang menarik konsumen. Foto produk adalah salah satu komponen penting dalam kegiatan promosi baik secara digital maupun konvensional, hal ini diperlukan untuk membuat citra positif yang menggambarkan karakteristik produk BR Cookies.



Gambar 1.7 Foto katalog produk lama

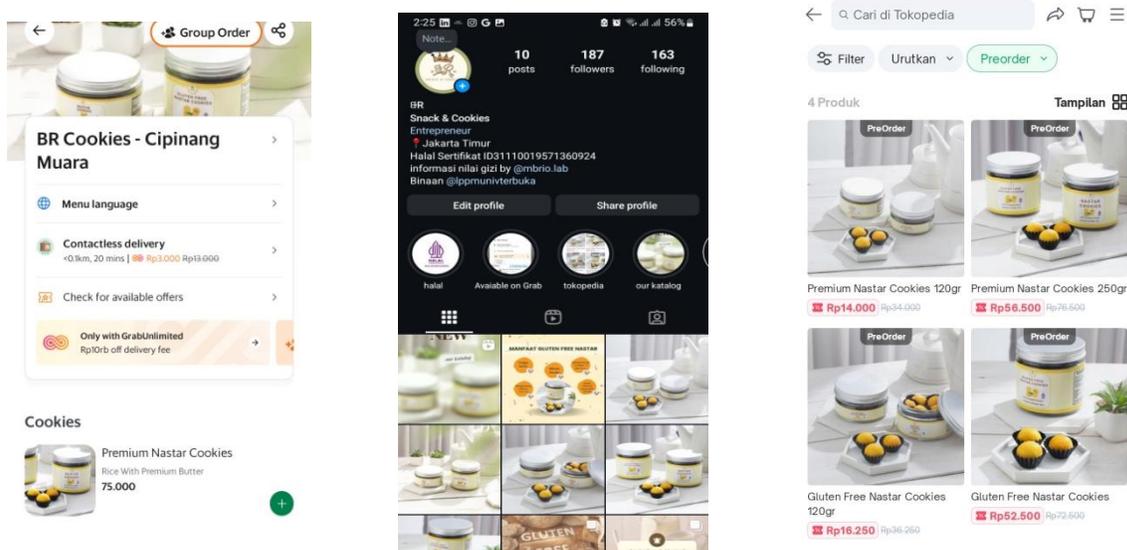


Gambar 1.8 Foto katalog produk baru

Setelah dilakukan inovasi pada foto produk terlihat lebih menarik dan lebih cerah dari pada sebelumnya, pengambilan foto yang tepat serta memperlihatkan konsep dan

background yang cocok diharapkan mampu menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Dilakukannya inovasi foto produk agar terlihat lebih jelas dan menarik untuk dipublikasi melalui e-commerce dan media sosial.

Tahapan terakhir adalah pendampingan dalam pembuatan strategi pemasaran digital, seperti pembuatan e-commerce dan pembuatan konten edukasi terkait informasi serta manfaat produk agar dapat menarik perhatian konsumen.



Gambar 1.9 Strategi pemasaran digital melalui personal branding produk

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi produk sebelum dan setelah personal branding diterapkan. Dari sisi legalitas dan kepercayaan konsumen, pencantuman logo halal dan SPP-IRT memberikan dampak positif terhadap tingkat kepercayaan konsumen. Dari segi estetika, kemasan baru dan pencantuman label gizi juga memberikan nilai tambah, terutama dalam meningkatkan daya tarik visual produk di pasar yang lebih luas. Evaluasi menunjukkan peningkatan positif pada berbagai aspek, baik dari sisi legalitas, estetika, maupun penerimaan pasar. Personal branding yang diterapkan berhasil meningkatkan kepercayaan dan minat konsumen terhadap produk nastar gluten free yang dihasilkan.

D. Kesimpulan

Bedasarkan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) Skema Kwirausahaan Mahasiswa melalui peningkatan pemasaran dengan pembuatan personal branding produk nastar BR Cookies telah memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan usaha tersebut. Dengan pembuatan inovasi produk varian gluten free, BR Cookies mampu bersaing di tren pasar yang sehat. Pencantuman logo halal, SPP-IRT, dan label gizi di dalam label kemasan dapat meningkatkan kepercayaan serta dapat memberikan informasi kepada konsumen. Pemanfaatan platform digital seperti marketplace dan e-commerce dapat meningkatkan penjualan serta dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.

E. Ucapan Terimakasih

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dibiayai oleh Universitas Terbuka melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM). Terima kasih penulis sampaikan atas bantuan dana melalui Surat Tugas Pengabdian Kepada Masyarakat dengan No. B/ 971 /UN31 .LPPM./PM.01.01/2024. Pada tanggal 26 April 2024.

F. Referensi

- Ariyani, S. (2015). Perbedaan kualitas kue nastar hasil eksperimen dengan bahan dasar yang disubstitusi menggunakan tepung gembili. Skripsi. Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik, Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Arifudin, D., Heryanti, L., & Pramesti, D. (2021). Pelatihan Desain Mockup Dan Logo Sebagai Branding Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi Umkm. *JMM (Jurnal Masyarakat ...*, 5(5), 3–9.
- Ryan, Cooper, & Tauer. (2013). Paper Knowledge . *Toward a Media History of Documents*, 12–26.
- Rahayu, Kun Mardiwati (2020), Mengapa Suatu Produk Penting untuk di Sertifikasi Halal?, Halal Center, Info Halal, Universitas Al-Azhar Indonesia.
- Ika Ratna Palupi, N. D. (2017). Penggunaan Label Gizi dan Konsumsi Makanan Kemasan pada Anggota Persatuan Diabetisi Indonesia. *Jurnal Kesehatan Masyarakat, Vol. 11, No. 1* .