



BARRU SWEETDREAMS: DESSERT BEBAS GLUTEN DAN RENDAH GULA

Shinta Kartika Tresna¹, Zulham Adamy²

Universitas Terbuka

¹044250535@ecampus.ut.ac.id ²zulham@ecampus.ut.ac.id

Abstrak

Kata Kunci:

Bebas Gluten,
Camilan
Sehat,
Diabetes &
Celiac,
Rendah Gula,
Strategi
Digital
Marketing.

"Barru Sweetdreams" didirikan sebagai solusi inovatif terhadap mendesaknya tantangan kesehatan di Indonesia, khususnya tingginya kasus Diabetes Melitus (DM) (19,47 juta penderita IDF 2021) dan kebutuhan pasar akan makanan bebas gluten bagi penderita Celiac. Merek ini berkomitmen menyediakan camilan rumahan yang aman, lezat, rendah gula, dan bebas gluten, menggunakan bahan baku unggulan hasil riset, seperti tepung singkong organik, gula singkong/stevia, dan olive oil. Berawal dari brownies, produk diperluas menjadi varian populer seperti Hokkaido Cheese Tart dan Burnt Cheesecake. Pelaksanaan kegiatan, yang didukung PkM Kewirausahaan Universitas Terbuka, menggunakan sistem Pre-Order (PO) untuk menjaga kesegaran, didukung strategi pemasaran digital dan ekspansi melalui sistem reseller serta kemitraan Business-to-Business (B2B). Evaluasi kinerja menunjukkan model bisnis yang valid dan pertumbuhan signifikan, dibuktikan dengan perencanaan keuangan yang cermat (total pengeluaran Rp4.508.939) dan lonjakan pendapatan tajam: naik 28.8% di bulan Mei dan melonjak hingga 51.5% di bulan Juli, dengan total penjualan melampaui 50 boks, didukung oleh peningkatan efisiensi operasional seperti penggantian oven besar. Kesimpulannya, Barru Sweetdreams sukses menjawab kebutuhan pasar akan makanan penutup sehat, dan disarankan untuk melakukan standarisasi produk (PIRT dan sertifikasi halal), ekspansi jaringan reseller ke luar Bandung Raya, dan kolaborasi untuk manajemen keuangan di masa depan.

Abstract

Kata Kunci:

Diabetes and
Celiac, Digital
Marketing
Strategy,
Healthy
Desserts,
Gluten-Free,
Low-Sugar.

"Barru Sweetdreams" was established as an innovative solution to the pressing health challenges in Indonesia, specifically the high incidence of Diabetes Mellitus (DM) (19.47 million sufferers IDF 2021) and the market need for gluten-free food for Celiac patients. The brand is committed to providing safe, delicious, low-sugar, and gluten-free homemade snacks, using superior raw ingredients derived from research, such as organic cassava flour, cassava sugar/stevia, and olive oil. Starting with brownies, the product range was expanded to include popular variations like Hokkaido Cheese Tart and Burnt Cheesecake. The implementation of the activities, supported by the Universitas Terbuka Entrepreneurship Community Service (PkM Kewirausahaan), uses a Pre-Order (PO) system to maintain freshness, backed by a digital marketing strategy and expansion through a reseller system and Business-to-Business (B2B) partnerships. Performance evaluation showed a valid business model and significant growth, evidenced by careful financial planning (total

expenditure of Rp4,508,939) and a sharp revenue spike: up 28.8% in May and soaring to 51.5% in July, with total sales surpassing 50 boxes, supported by increased operational efficiency such as replacing the large oven. In conclusion, Barru Sweetdreams successfully addresses the market need for healthy desserts. Future recommendations include product standardization (PIRT and Halal certification), expanding the reseller network outside the Greater Bandung area, and collaboration for future financial management.

A. PENDAHULUAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini berfokus pada pengembangan usaha rintisan pangan sehat, Barru Sweetdreams, yang berlokasi di KPAD Pudsik Bekang, Cibeureum, Cimahi Selatan, Kota Cimahi. Usaha Barru Sweetdreams dikategorikan sebagai Usaha Mikro Kecil (UMK) rumahan yang memproduksi makanan penutup (*dessert*) dengan fokus inovasi pada produk bebas gluten dan rendah gula. Lokasi di Kota Cimahi dipilih karena merupakan kawasan padat penduduk yang menunjukkan tingginya potensi pasar, sekaligus kebutuhan untuk diversifikasi produk UMK lokal agar lebih kompetitif dan relevan dengan tren kesehatan masyarakat.

Analisis situasi pasar menunjukkan bahwa masalah kesehatan publik, terutama peningkatan kasus diabetes dan kesadaran akan pola makan sehat, menciptakan permintaan yang spesifik untuk produk pangan rendah gula dan bebas gluten. Secara global, diabetes melitus telah menjadi masalah yang mengancam kesehatan masyarakat, di mana diperkirakan 537 juta orang hidup dengan diabetes pada tahun 2021 oleh International Diabetes Federation (2021). Indonesia sendiri menduduki peringkat kelima dengan 19,47 juta penderita diabetes pada tahun yang sama berdasar Kementerian Kesehatan RI (2025). Selain itu, prevalensi penyakit tidak menular lain seperti hipertensi mencapai 34,1% dan diabetes melitus mencapai 10,9% menurut data Kementerian Kesehatan RI (2018), yang menunjukkan masih banyak masyarakat yang perlu diedukasi mengenai kondisi kesehatan mereka (Meliyana et al., 2025).

Di sisi lain, tren pasar merespon kondisi ini dengan baik. Konsumen di Asia, termasuk Indonesia, kini cenderung memilih makanan dan minuman rendah gula dan bebas gluten (*gluten free*) oleh EIBN Reports (2019). Pasar untuk diet bebas gluten di seluruh dunia diprediksi terus berkembang, didorong oleh konsumsi yang mencapai sekitar 4,3 miliar dollar AS dan diperkirakan naik hingga 7,5 miliar dollar AS pada tahun 2027 (Panolih, 2021).

Berbekal konsep produk yang kuat, analisis situasi pra-kegiatan pada Barru Sweetdreams justru mengidentifikasi beberapa tantangan operasional yang menjadikannya laik untuk didampingi melalui PkM. Tantangan utama yang

dihadapi oleh usaha rintisan ini meliputi: (1) Keterbatasan kapasitas produksi akibat peralatan yang tidak memadai, menghambat pemenuhan pesanan volume besar. (2) Kebutuhan untuk pengembangan jaringan pemasaran yang lebih luas (B2B dan reseller). (3) Keterbatasan modal untuk investasi peralatan dan bahan baku berkualitas tinggi. Oleh karena itu, dukungan PkM ini sangat diperlukan untuk meningkatkan skala usaha dari UMK rumahan menjadi bisnis yang berkelanjutan dan berkontribusi pada pengembangan model kewirausahaan sehat di wilayah Cimahi Selatan.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan PkM pengembangan Barru Sweetdreams menggunakan pendekatan Pendampingan Kewirausahaan Intensif Berbasis Inovasi (Innovation-Driven Business Mentoring). Pendekatan ini berfokus pada investasi dan penerapan strategi untuk mentransformasi UMK Barru Sweetdreams, yang beroperasi secara tunggal, dari keterbatasan kapasitas menjadi usaha yang berkelanjutan.

Kegiatan ini dibagi menjadi tiga fokus utama yang menjadi kerangka kerja pendampingan:

1. Analisis dan Perumusan Strategi Inovasi

Tahap ini merupakan landasan kegiatan, di mana dilakukan identifikasi kebutuhan dan perumusan rencana aksi yang didanai oleh PkM.

- Tujuan: Memetakan *bottleneck* produksi dan merumuskan inovasi produk yang relevan dengan tren pasar kesehatan.
- Metode: Wawancara mendalam dengan pelaku usaha, analisis review produk eksisting, dan studi pasar kompetitor.
- Luaran (yang direncanakan): Dokumen strategi penggantian bahan baku (gula ke pemanis alami, terigu ke tepung singkong) dan daftar kebutuhan peralatan utama.

2. Peningkatan Kapasitas Fisik dan Produksi

Tahap ini berfokus pada realisasi investasi untuk meningkatkan efisiensi dan volume produksi usaha.

- Tujuan: Mengatasi kendala kapasitas produksi yang membatasi pemenuhan pesanan volume besar.
- Metode: Pembelian dan *upgrade* peralatan (seperti oven dan hand blender) serta reorganisasi area kerja melalui pengadaan rak penyimpanan.
- Luaran (yang direncanakan): Peningkatan jumlah loyang yang dapat dipanggang dalam satu waktu dan optimalisasi manajemen inventaris bahan baku.

3. Pengembangan Jaringan dan Strategi Pemasaran

Tahap ini berfokus pada perluasan jangkauan pasar untuk menyerap peningkatan kapasitas produksi yang telah dicapai.

- Tujuan: Mengembangkan strategi penjualan baru yang terukur untuk meningkatkan brand awareness dan volume penjualan.
- Metode: Perancangan sistem kemitraan (*reseller*), implementasi program *customer engagement* (*voucher diskon*), dan pendekatan langsung (*Business-to-Business/B2B*) untuk pesanan korporat.
- Luaran (yang direncanakan): Peningkatan jumlah *reseller* aktif dan tercapainya target pesanan korporat.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) pengembangan usaha Barru Sweetdreams dilaksanakan secara intensif di Kota Cimahi. Pelaksanaan kegiatan ini mencakup durasi enam bulan dan berfokus pada tiga tahapan utama: inovasi produk, peningkatan kapasitas produksi, dan strategi pemasaran, yang keseluruhannya menghasilkan dampak ekonomi signifikan bagi mitra.

1) Analisis dan Perumusan Strategi Inovasi

Tahap ini merupakan upaya sentral untuk menghasilkan produk yang unik, memenuhi standar sehat (bebas gluten dan/atau rendah gula), namun tetap dapat diterima oleh lidah masyarakat yang belum terbiasa dengan makanan sehat.

a. Formulasi Ulang Resep Produk Sehat

Pelaksanaan kegiatan R&D (Riset dan Pengembangan) ini dilakukan pada bulan ke-2 [Dari 6 Bulan Durasi PkM] dengan metode pemikiran mendalam dan uji coba (*trial and error*) berulang. Lokasi kegiatan dilakukan di dapur produksi Barru Sweetdreams, KPAD Pudsik Bekang No. 22, Cimahi Selatan. Materi yang diberikan adalah panduan formulasi ulang resep dengan fokus pada dua aspek kesehatan:

- **Pengembangan Bebas Gluten dan Rendah Gula** (Fokus pada Burn Cheesecake): Melalui serangkaian uji coba, diputuskan untuk mengembangkan Burn Cheesecake sebagai produk bebas gluten dan rendah gula (menggunakan gula singkong). Inovasi ini didasari pertimbangan agar



produk sehat ini tetap memiliki daya tarik visual dan rasa yang tinggi sehingga dapat diterima oleh masyarakat.

- **Pengembangan Rendah Gula** (Fokus pada Brownies, Cheese Tart, dan Roti): Upaya untuk menjadikan produk lain rendah gula diwujudkan dengan substitusi gula pasir menggunakan gula singkong dan penggantian lemak padat dengan olive oil, meskipun produk ini masih menggunakan tepung terigu (tidak bebas gluten).

Jumlah peserta adalah 1 (satu) orang, yaitu pelaku usaha Barru Sweetdreams sendiri. Dampak bagi mitra adalah tercapainya produk inovatif, Burn Cheesecake, yang terstandarisasi sebagai gluten free dan low sugar, menjadikannya produk unggulan yang mampu menasarkan ceruk pasar spesifik.

b. Peluncuran Produk Unggulan dan Inovatif

Kegiatan peluncuran produk inovatif utama, Burn Cheesecake, dilaksanakan pada akhir bulan Juni 2025. Metode yang digunakan adalah uji coba resep berulang, pengemasan, dan strategi soft launching melalui media sosial. Lokasi kegiatan tetap di pusat produksi Cimahi Selatan. Materi meliputi panduan pengembangan produk berbasis permintaan pasar (dessert yang sedang viral) namun disesuaikan dengan standar sehat merek. Dampak bagi mitra sangat signifikan, di mana peluncuran produk ini bersamaan dengan implementasi sistem reseller menjadi pemicu lonjakan pendapatan hingga 51.5% di bulan Juli.

2) Peningkatan Kapasitas Fisik dan Produksi

Tahap ini berfokus pada realisasi anggaran PkM untuk mengatasi hambatan fisik yang paling krusial, yaitu kapasitas produksi.

a. Upgrade Peralatan Produksi Utama

Kegiatan ini dilaksanakan pada minggu ketiga bulan Mei 2025. Metode pelaksanaannya adalah pengadaan dan instalasi peralatan baru. Lokasi instalasi berada di dapur produksi Cimahi Selatan. Materi yang diberikan adalah investasi pada peralatan vital, yakni penggantian oven mini (kapasitas 2 loyang) dengan oven besar yang mampu

memproduksi 8-9 loyang kue dalam satu kali panggang. Dampak bagi mitra adalah peningkatan kapasitas produksi secara drastis (hampir 4 kali lipat), menghilangkan kendala bottleneck produksi, dan memungkinkan mitra untuk menerima dan memproses pesanan korporat (B2B) dalam jumlah besar.

b. Optimalisasi Manajemen Inventaris dan Proses

Kegiatan ini dilaksanakan sepanjang bulan Juni 2025. Metode yang digunakan adalah pembelian hand blender dan pengadaan rak penyimpanan bahan baku. Materi yang diterapkan meliputi prinsip efisiensi proses dan manajemen inventaris. Dampak bagi mitra adalah percepatan waktu penghalusan bahan baku dan peningkatan higienitas serta kontrol stok bahan baku yang lebih rapi dan aman.

Gambar 1. Bahan baku



3) Pengembangan Jaringan dan Strategi Pemasaran

Tahap ini dilaksanakan sejalan dengan peningkatan kapasitas produksi untuk memastikan produk dapat diserap oleh pasar yang lebih luas.

a. Pembentukan Jaringan Reseller

Kegiatan ini berlangsung secara berkelanjutan dari Mei hingga Juli 2025. Metode yang digunakan adalah penerapan sistem Pre-Order (PO) dan program *customer engagement*. Lokasi pemasaran terpusat pada platform

digital (Instagram dan WhatsApp). Materi meliputi promosi terencana (*voucher* diskon 20%) untuk pelanggan yang mengunggah *review* atau foto produk. Dampak bagi mitra adalah peningkatan *Brand Awareness* dan dorongan kuat terhadap pembelian berulang (*repeat order*), serta meminimalkan risiko produk tidak terjual karena produksi disesuaikan dengan pesanan.

b. Kerjasama *Business-to-Business* (B2B) dan Distribusi

Kegiatan ini diintensifkan pada bulan Juli dan Agustus 2025. Metode yang digunakan adalah pendekatan khusus ke perusahaan dan implementasi distribusi mandiri. Lokasi mencakup Cimahi Selatan dan Bandung Raya (untuk COD/Distribusi Mandiri). Materi meliputi negosiasi pesanan korporat (seperti menyediakan paket ulang tahun karyawan untuk perusahaan Geoff Max) dan optimalisasi proses pengemasan untuk pengiriman luar kota. Dampak bagi mitra adalah terciptanya stabilitas pendapatan dari pesanan volume besar non-ritel dan memastikan produk sampai ke tangan konsumen dengan aman.



Gambar 2. Bentuk promosi.

Gambar 4. B2B



Gambar 3. Distribusi



4) Pembahasan Dampak Ekonomi Menyeluruh

Secara keseluruhan, kegiatan PkM ini berhasil mentransformasi UMK Barru Sweetdreams. Defisit anggaran yang sangat kecil (Rp439) menunjukkan perencanaan anggaran yang sangat cermat. Pertumbuhan pendapatan terbesar, mencapai 51.5% di bulan Juli, secara langsung berhubungan dengan tiga realisasi PkM: peningkatan kapasitas oven, peluncuran produk unggulan Burn Cheesecake, dan keberhasilan pembentukan jaringan *reseller*. Dampak terbesar bagi mitra adalah kemampuan usaha untuk berskala (*scaling up*) dari *bottleneck* produksi menjadi UMK yang kompetitif dan berkelanjutan dalam segmen pangan sehat.

Tabel 1. Evaluasi Kinerja Penjualan

Bulan	Pendapatan	Perkembangan vs. Bulan Sebelumnya	Keterangan
Januari	Rp0	-	-
Februari	Rp200.000	(Mulai beroperasi)	-
Maret	Rp0	-100%	-
April	Rp765.000	(Mulai tumbuh)	-

Mei	Rp986.000	28.80%	Dipicu oleh peluncuran produk Hokkaido Cheese Tart.
Juni	Rp953.000	-3.30%	-
Juli	Rp1.444.000	51.50%	Puncak pertumbuhan, berkat peluncuran Burn Cheesecake dan sistem reseller.
Agustus	Rp910.000	-37%	-

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa pertumbuhan pendapatan terbesar terjadi setelah dilakukannya strategi pengembangan yang terencana. Pada bulan Mei, pendapatan naik 28.8%, dipicu oleh peluncuran produk Hokkaido Cheese Tart. Puncak pertumbuhan dicapai di bulan Juli dengan kenaikan mencapai 51.5%. Kenaikan drastis ini merupakan hasil langsung dari peluncuran produk unggulan baru Burn Cheesecake dan pembentukan sistem reseller yang berhasil meningkatkan volume penjualan secara signifikan.

D. SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan fokus pendampingan intensif pada *pilot project* Barru Sweetdreams telah dilaksanakan selama enam bulan dengan hasil yang menyeluruh dan terukur. Secara konsisten dengan hasil yang didapatkan, simpulan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- **Inovasi Produk Inovatif dan Relevan**

PkM ini berhasil menstandarkan Barru Sweetdreams sebagai UMK yang berinovasi dengan produk sehat. Melalui R&D di bulan kedua, usaha berhasil menciptakan Burn Cheesecake sebagai produk bebas gluten dan rendah gula, serta produk Brownies yang diadaptasi menjadi rendah gula menggunakan gula singkong dan olive oil, sebagai respons terhadap kebutuhan pasar akan makanan sehat yang tetap dapat diterima oleh masyarakat umum.

- **Peningkatan Kapasitas Produksi Signifikan**

Investasi anggaran PkM untuk upgrade peralatan berhasil mengatasi kendala *bottleneck* produksi. Penggantian oven mini (2

loyang) menjadi oven besar (8-9 loyang) meningkatkan kapasitas produksi hingga 4 kali lipat, memungkinkan mitra menerima pesanan dalam volume besar, termasuk pesanan B2B.

- **Dampak Ekonomi dan Jaringan Pasar Luas**

Strategi pemasaran yang terukur, khususnya pembentukan jaringan reseller dan peluncuran produk unggulan (Burn Cheesecake), terbukti menjadi katalis pertumbuhan. Dampak terbesar terlihat pada lonjakan pendapatan hingga 51.5% di bulan Juli, yang membuktikan efektivitas PkM dalam peningkatan kapasitas usaha, jangkauan pasar, dan daya saing ekonomi UMK di Cimahi Selatan.

Secara keseluruhan, kegiatan PkM ini telah mentransformasi Barru Sweetdreams menjadi model kewirausahaan pangan sehat yang berkelanjutan dan siap untuk berskala (*scaling up*).

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) pengembangan usaha Barru Sweetdreams dapat berjalan dengan lancar dan mencapai hasil yang optimal berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami menyampaikan rasa terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Terbuka, atas pendanaan, fasilitasi, dan kepercayaan yang diberikan dalam mendukung mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini.
2. Bapak Zulham Adamy, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing I, atas arahan, masukan, dan bimbingan yang konstruktif dalam penyusunan konsep dan strategi implementasi kegiatan PkM ini.
3. Bapak Dr. Riza Alrakhman, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing II, atas saran, motivasi, dan pengawasan yang telah memastikan seluruh tahapan kegiatan PkM berjalan sesuai dengan koridor akademik dan target yang ditetapkan.
4. Teman-teman seperjuangan (Irsan Achmad Abiarsy, Hesti Widianingsih, serta teman-teman lainnya), atas dukungan moral dan bantuan teknis yang telah membantu kelancaran proses riset hingga pemasaran produk.
5. Seluruh Pelanggan Barru Sweetdreams, atas kepercayaan, loyalitas, dan *feedback* yang berharga. Dukungan dari pelanggan menjadi motivasi utama kami untuk terus berinovasi dalam menyediakan pilihan makanan penutup sehat, rendah gula, dan bebas gluten.

Saya juga menyampaikan apresiasi kepada Universitas Terbuka atas kesempatan yang diberikan untuk melaksanakan PKM Nasional ini. Semoga artikel ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang managerial.

F. REFERENSI

- Kementerian Kesehatan RI. (t.t.). Materi Edukasi Kesehatan atau Pencegahan Penyakit Tidak Menular. Diakses pada 26 Oktober 2025, dari <https://lms.kemkes.go.id/courses/acdcbe95-9e14-4b6b-9ffd-305e13989c8e>
- Meliyana, S. M., Rustam, S. N., Rusli, Rahman, A., & Alimuddin. (2025). Meningkatkan Kesadaran Kesehatan Masyarakat melalui Pemeriksaan Kesehatan Gratis pada Kegiatan Car Free Day di Boulevard Makassar. *Panrannuangku Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2). <https://www.google.com/search?q=https://doi.org/10.35877/panrannuangku3925>
- Panolih, H. (2021, 15 Juli). Tren Diet Bebas Gluten. *Kompas.id*. Diakses dari <https://www.kompas.id/artikel/tren-diet-bebas-gluten> (Diakses pada 27 Oktober 2025).
- Texas Hill Country Olive Co. (t.t.). Can you bake with olive oil?. Diakses pada 26 Oktober 2025, dari <https://texashillcountryoliveco.com/blogs/news/can-you-bake-with-olive-oil>
- Tempo.co. (t.t.). Mahasiswa UGM temukan gula rendah kalori berbahan singkong. Diakses pada 26 Oktober 2025, dari <https://www.tempo.co/sains/mahasiswa-ugm-temukan-gula-rendah-kalori-berbahan-singkong-170759>