

Pengembangan Produk Usaha Donat

Lela Hindasah¹, Fauziah Meyla Idhvelani Ardaz

1,2 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,
 Jl Brawijaya, Taman Tirta Kasihan Bantul, Yogyakarta, Indonesia, Tlp (0274) 387656
 DOI: <https://doi.org/10.18196/ppm.54.977>

Abstrak

Kompetisi bisnis semakin ketat, memerlukan terobosan untuk tetap bertahan. Demikian juga usaha donat yang masih belum lama berjalan. Kompetitor usaha donat yang semakin banyak menuntut usaha donat semakin kreatif disesuaikan dengan segmen pasar yang dituju. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan manajemen produksi Donat Haerabagi Balecatur Gamping terutama dalam pengembangan produk yang lebih menarik dan sesuai dengan keinginan konsumen. Metode yang dilakukan dengan uji produk dan uji pasar. Uji produk dilakukan untuk pengembangan varian baru produk yang sesuai dengan target pasar yaitu anak muda, sedangkan uji pasar dilakukan untuk memastikan bahwa produk tersebut sesuai dengan keinginan konsumen. Hasil akhir pengembangan produk donat menghasilkan 5 varian baru yaitu M-Series Oreo Special, M-Series Regular Pack, Cute Regular Pack, Original Pack Full Topping dan Cute Series Blueberry Special. Berdasarkan uji pasar semua varian disukai oleh calon konsumen, terutama untuk varian cute series regular pack. Sementara untuk saran dari konsumen, diantaranya untuk rasa, tekstur, kemasan dan varian. Implikasi kegiatan ini, pengembangan produk donat bisa dikembangkan dengan memperhatikan saran dari konsumen.

Kata kunci: donat, pengembangan produk, uji produk

Abstract

Business competition is getting tougher, requiring breakthroughs to stay afloat. Likewise, the donut business is still not long running. Donut business competitors who are increasingly demanding the donut business are getting more creatively adapted to the intended market segment. This community service aims to develop the production management of Donat Haerabagi Balecatur Gamping, especially in the development of products that are more attractive and in accordance with the wishes of consumers. Methods that are carried out by product tests and market tests. Product tests are carried out for the development of new variants of products that are in accordance with the target market, namely young people, while market tests are carried out to ensure that the product is in accordance with the wishes of consumers. The final result of the development of donut products produced 5 new variants, namely M-Series Oreo Special, M-Series Regular Pack, Cute Regular Pack, Original Pack Full Topping and Cute Series Blueberry Special. Based on market tests, all variants are favored by potential consumers, especially for the cute series regular pack variant. As for advice from consumers, including for taste, texture, packaging and variants. The implication of this activity, the development of donut products can be developed by paying attention to the advice of consumers

Keyword: donuts, product development, product test

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 dalam bidang makanan [1]

Menurunnya kondisi perekonomian nasional akibat pandemi Covid-19 dirasakan langsung oleh masyarakat khususnya UMKM yang bergerak di sektor makanan dan minuman. Namun, stagnasi dan perlambatan ekonomi akibat pandemi tidak bisa dibiarkan begitu saja. Gerakan vaksinasi yang masif dan budaya prosedur kesehatan di masyarakat 9 usaha yang pernah dirintis [2]. Begitupun dengan usaha donat mulai bangkit setelah masa pandemic yang mengakibatkan usahanya mengalami penurunan yang signifikan. Donat adalah makanan yang sudah tidak asing. Berbentuk bulat dan mempunyai lubang di tengah sekilas berbentuk cincin merupakan ciri khas dari makanan ini. Donat umumnya berbahan dasar tepung terigu saja, namun ada juga yang

memberikan variasi lain. Donat merupakan salah satu kuliner yang harganya terbilang murah meriah disukai berbagai kalangan usia [3] Pangsa pasar yang terbuka luas membuat para pelaku usaha banyak terjun usaha donat. Donat merupakan salah satu produk bakery yang cukup populer dikalangan masyarakat dengan aneka topping yang menarik. Perkembangan usaha donat saat ini pesat dan termasuk produk makanan yang bertahan pada masa krisis sekalipun. Hal ini dikarenakan karena donat sudah banyak dikenal masyarakat dan terus berkreasi dengan adanya aneka *toping* misalnya.

Salah satu produsen kuliner donat yang berada di Sleman berlokasi di Jl Wates km 9, Perengdawe Balecatur Gamping, yaitu “HBR Donuts” yang berdiri sejak tahun 2018. Pemilik usaha kuliner ini adalah Mas Adam merupakan wirausaha muda, memiliki bakat dan hobi memasak, yang mengisi waktu disela-sela kuliahnya dengan bekerja dan berwirausaha. Selama ini donat jual berdasarkan pesanan perorangan yang dalam kemasan 1 *box* isi 10 donat dijual dengan harga Rp15.000 – 25.000, tergantung ukuran donat, jenis donat dan topping yang dipergunakan. Produk donat dibuat secara alami tanpa bahan pengawet dengan peralatan sederhana. Selama ini langganannya sebagian besar anak-anak muda. Jumlah produksi masih terbatas, sehingga masih membatasi jumlah pesanan jika kapasitas mesin tidak memungkinkan. Masih minimnya kapasitas produksi karena peralatan yang terbatas menyebabkan keuntungan yang diperoleh mitra belum dapat dimaksimalkan.

Solusi dari permasalahan yang telah diidentifikasi yaitu persoalan manajemen operasional yang meliputi pengembangan produk dan perlengkapan produksi yang belum memadai. Adanya kegiatan pengabdian dalam bentuk pendampingan manajemen dan pengembangan usaha diharapkan mitra kuliner donat dapat mengadopsi kegiatan tersebut, sehingga diperoleh peningkatan produk kuliner donat baik dari sisi kuantitas maupun kualitas. Selain itu, dengan meningkatnya pengetahuan dan keterampilan mitra dalam bidang pemasaran, termasuk dalam hal pengemasan produk diharapkan dapat diperoleh jangkauan pemasaran yang lebih luas dan penjualan produk yang tinggi sehingga kesejahteraan mitra kuliner donat bisa meningkat. Apabila usaha kuliner donat ini dapat berkembang, maka diharapkan akan terbentuk usaha yang mampu menyerap banyak tenaga kerja, sehingga turut membantu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitarnya.

Hasil wawancara dengan mitra menunjukkan bahwa permintaan Donat dari pelanggan mengalami peningkatan setelah wabah Covid-19 mereda. Jumlah produksi berdasarkan pesanan, sehingga tidak tetap. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir risiko tidak terjualnya produk yang mengakibatkan kerugian. Namun, kadang-kadang jumlah pemesanan besar, sementara kapasitas terbatas. Kondisi ini menggambarkan bahwa sebenarnya mitra mempunyai peluang untuk meningkatkan penjualannya setiap harinya. Hal ini terbukti tidak bisa memenuhi permintaan konsumen karena habis persediaannya. Kapasitas mesin mixer yang terbatas yang menjadi penyebab keterbatasan kapasitas produksi setiap harinya. Untuk memenuhi permintaan pelanggan mitra harus meningkatkan jumlah produksi Donat setiap harinya, tentunya perlu ada mesin dengan kapasitas yang lebih besar dan efisien sehingga dapat meningkatkan produksi Donat.

Tabel 1. Masalah dan Pemecahan Masalah

Aspek	Masalah	Pemecahan masalah
-------	---------	-------------------

Kapasitas produksi	Kapasitas mixer yang masih terbatas, tidak bisa memenuhi permintaan ketika permintaan meningkat	Pengadaan mesin mixer dengan kapasitas yang lebih besar
Pengembangan produk	Perlunya pengembangan produk, karena persaingan semakin ketat dengan produk yang ditawarkan semakin kreatif dan bervariasi	Mengembangkan produk baru, yang sesuai dengan target market. Melakukan uji produk, untuk memastikan produk tersebut sesuai dengan keinginan konsumen terutama anak muda

Donat sudah menjadi salah satu makanan favorit di Indonesia. Sebagai kudapan favorit, donat banyak diujakan, baik di mal-mal maupun pinggir jalan. Sampai sekarang, masih banyak penaja donat baru bermunculan. Mulai dari yang independen hingga yang ikut kemitraan atau waralaba dari merek-merek tertentu. Di tengah ketatnya persaingan, pemilik gerai donat gencar melakukan inovasi dengan meluncurkan produk-produk baru[4]

Metode Pelaksanaan

Metode pengabdian pada masyarakat kami lakukan ke dalam 6 (enam) tahapan. Gambar berikut merepresentasikan 6 (enam) tahapan metode pengabdian yang dilaksanakan. Keenam tahapan tersebut mengadopsi model siklus PDCA atau Plan, Do, Check, Act yang dilakukan secara berulang, sehingga kualitas mitra sesuai harapan [5]. Tahap Plan meliputi identifikasi masalah mitra, identifikasi solusi atas masalah mitra dan memilih solusi yang memungkinkan untuk dijalankan. Kemudian tahapan Do adalah melaksanakan pengabdian itu sendiri. Check dalam kegiatan pengabdian ini adalah melakukan evaluasi atas kegiatan pengabdian dan pengabdian. Terakhir tahapan Act dalam kegiatan pengabdian ini memastikan efektivitas pengabdian dengan melihat kualitas mitra.

Metode Pelaksanaan Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini diawali dengan mengidentifikasi masalah mitra. Pada tahap ini melakukan diskusi dengan mitra dan menggali permasalahan yang dihadapi. Kemudian, mengidentifikasi solusi dari permasalahan-permasalahan yang dikemukakan oleh mitra. Setelah itu, kami memilih solusi yang paling memungkinkan dan tepat bagi mitra. Solusi yang telah kami pilih, kemudian kami komunikasikan dengan mitra untuk mendapat persetujuan dari mitra. Setelah mendapat persetujuan dari mitra, melaksanakan. Terakhir, melakukan pendampingan terhadap usaha mitra. Setelah dilakukan pendampingan, kami mengadakan evaluasi atas efektivitas pelaksanaan pengabdian.



Gambar 3
Tahap kegiatan pengabdian

Secara umum metode yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengatasi masalah terbatasnya kapasitas mixer dilakukan pengadaan yaitu melakukan pengadaan *mixer*. Pengadaan alat ini diharapkan dapat mengurangi kendala dalam proses produksi.
2. Untuk mengatasi masalah pengembangan produk, dikembangkan varian produk yang lebih inovatif dan kekinian sesuai dengan segmen yang dituju. Selain itu dilakukan uji produk untuk memastikan bahwa produk yang dibuat sesuai dengan keinginan konsumen.

Dengan metode yang ditawarkan untuk menghasilkan adonan donat yang homogen/rata adalah dengan menggunakan bantuan mesin mixer yang dilengkapi dengan pengaturan kecepatan pengadukan sehingga adonan donat yang dihasilkan menjadi lebih homogen dan meningkatkan kualitas serta cita rasa donat yang dihasilkan. Diharapkan dengan adanya hibah mesin mixer pada IKM, peningkatan kualitas donat yang dihasilkan baik kapasitas adonan, proses waktu mengadoni dan menguleni lebih cepat, adonan yang dihasilkan lebih rata, cita rasa donat yang lebih lembut. [6]

Hasil dan Pembahasan

1. Pengadaan mesin mixer

Sesuai dengan metode pengabdian yang dilakukan. Pertama melakukan identifikasi atas permasalahan mitra. Langkah kedua mengidentifikasi solusi yang relevan dengan permasalahan mitra. Kemudian ketiga kami memilih solusi dari masalah yang paling mungkin dilakukan. Selanjutnya melaksanakan pengabdian berdasarkan solusi permasalahan yang mungkin dilakukan tersebut. Untuk mengatasi masalah operasional, yaitu kurangnya kapasitas *mixer*, dilakukan pengadaan barang berupa *mixer* dengan kapasitas yang lebih besar. Penyerahan dilakukan secara langsung ditempat produksi :



Penyerahan mixer dengan kapasitas lebih besar

2. Uji produk

a. Varian Produk

Pengembangan produk dilakukan secara mandiri. Produk yang dikembangkan sebagai berikut:



M-Series Oreo
Spesial

M-series regular
Pack

Cute series
regular pack

Original Pack Full
Topping

Cute series
Blueberry special

Pengembangan produk donat menghasilkan 5 varian produk baru yaitu: (1) *M. Series Oreo Spesial* yaitu produk dengan tambahan oreo (2) *M Series regular Pack* yaitu produk dengan ukuran standar dengan topping warna warni (3) *Cute series regular pack* yaitu produk donat mungil yang lucu dengan ukuran lebih kecil. (4) *Original Pack Full Topping* yaitu produk donat dengan ukuran paling besar dan dengan lubang ditengah dilengkapi dengan topping (5) *Cute series blueberry special* yaitu produk donat dengan dominan rasa blueberry.

b. Uji produk

Uji produk secara *offline* dilakukan dengan memberikan contoh produk, calon konsumen diminta untuk memberikan penilaian. Pertanyaan terdiri dari pertanyaan tertutup dan pertanyaan terbuka. Pertanyaan terbuka ditujukan supaya responden dapat memberikan saran dan masukan untuk pengembangan donat. Disamping itu responden dapat menambahkan sendiri indikator yang dirasakan penting dan memberikan penilaian. Respon yang ikut uji produk ada sebelas orang yang berasal dari remaja sekitar tempat produksi donat. Masukan juga dilakukan secara lisan.

Berikut ini kegiatan uji produk



Melakukan uji produk dan pengisian kuesione

c. Hasil Uji produk

Uji produk dilakukan dengan mengedarkan kuesioner untuk target pasar yaitu remaja. Penilaian berdasarkan rasa produk, nama produk, tampilan produk, kemasan produk, harga dan minat beli. Penilaian dengan menggunakan skala 1 sampai dengan 5. Dengan ketentuan sebagai berikut:

1= sangat buruk

2= buruk

3= cukup

4= baik

5= sangat baik

Berikut ini hasil kuesioner uji produk Donat :

Tabel 2. Hasil Uji Produk

	Responden											rata-rata
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
Rasa produk	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4
Nama produk	4	4	4	2	3	4	3	4	4	3	4	3.5
Tampilan produk	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	3.9
Kemasan produk	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	5	3.7
Harga	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	5	3.9
Minat beli 0= tidak 1= ya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Berdasarkan Tabel 2, hasil uji produk rasa produk mendapatkan score 4 (baik), nama produk score 3.5. Hal ini disebabkan ada yang menganggap nama produk terlalu sulit di lafalkan dan diingat. Tampilan produk score 3.9 dan kemasan produk score 3.7. Tampilan produk dan kemasan produk mendekati baik. Berdasarkan harga yang ditawarkan, hamper semua menganggap harga yang ditawarkan sudah sesuai. Sedangkan daya jual produk donat, berdasarkan minat beli, semua responden menyatakan tertarik untuk membeli produk tersebut.

Disamping pertanyaan tertutup, kuesioner uji produk juga dilengkapi dengan pertanyaan terbuka berupa masukan dan saran. Berikut ini saran dan masukan untuk pengembangan produk donat:

1. Kemasan produk diberi nama produk
2. Tekstur dibuat lebih lembut
3. Nama produk sebaiknya menggunakan kata yang mudah diingat dan lebih familier
4. Kemasan diberi stiker nama
5. Promosi Sosial media lebih digencarkan
6. Diperbanyak topingnya
7. Belum ada label, no hp, alamat, nama produk
8. Bentuk donatnya masih belum semua standar
9. Krim donat dibuat lebih pekat
10. Lebih ditonjolkan lagi ciri khas dari produk donat yang berbeda dengan produk yang sudah ada
11. Ada varian untuk diet yang tidak banyak mengandung gula dan tinggi serat

Berdasarkan saran tersebut, usaha Donat harus terus meningkatkan kreatifitasnya. Menurut [7] kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat heuristik yaitu sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari, atau menemukan sesuatu yang baru. Atribut orang yang kreatif adalah : terbuka terhadap pengalaman, suka memperhatikan melihat sesuatu dengan cara yang tidak biasa, kesungguhan, menerima dan merekonsiliasi sesuatu yang bertentangan, toleransi terhadap sesuatu yang tidak jelas, independen dalam mengambil keputusan, berpikir dan bertindak, memerlukan dan mengasumsikan otonomi, percaya diri, tidak menjadi subjek dari standar dan kendali kelompok, rela mengambil resiko yang diperhitungkan, gigih, sensitif terhadap permasalahan, lancar-kemampuan untuk meng-generik ide-ide yang banyak, fleksibel keaslian, responsif terhadap perasaan, terbuka terhadap fenomena yang belum jelas, motivasi, bebas dari rasa takut gagal, berpikir dalam imajinasi, selektif.

Simpulan

Kompetisi bisnis semakin ketat, memerlukan terobosan untuk tetap bertahan. Demikian juga usaha donat yang masih belum lama berjalan. Kompetitor usaha donat yang semakin banyak menuntut usaha donat semakin kreatif disesuaikan dengan segmen pasar yang dituju.

1. Hasil akhir pengembangan produk donat menghasilkan 5 varian baru yaitu *M-Series Oreo Special*, *M-Series Regular Pack*, *Cute Regular Pack*, *Original Pack Full Topping* dan *Cute Series Blueberry Special*. Berdasarkan uji pasar semua varian disukai oleh calon konsumen, terutama untuk varian cute series regular pack. saran dari konsumen, diantaranya untuk rasa, tektur, kemasan dan varian
2. Implikasi kegiatan ini, pengembangan produk donat bisa dikembangkan dengan memperhatikan saran dari konsumen

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kepada prodi Manajemen yang telah mendukung pelaksanaan program

pengabdian dan Lp3M yang telah memfasilitasi SEMNAS

Daftar Pustaka

- [1] P. Efisiensi *et al.*, “Pendampingan Usaha Kecil dan Menengah Donat Kentang dalam,” vol. 01, no. 02, pp. 379–392, 2019.
- [2] M. Singgih, E. D. Prajitiasari, and ..., “Pendampingan Manajemen Dan Pengembangan Usaha Kuliner Donat Gendhis Manis,” *Batara Wisnu ...*, vol. 2, no. 1, pp. 146–155, 2022, [Online]. Available: <http://batarawisnu.gapenas-publisher.org/index.php/home/article/view/80%0Ahttp://batarawisnu.gapenas-publisher.org/index.php/home/article/download/80/68>.
- [3] M. Sugiharto, “Pemberdayaan Kelompok Usaha Mikro Donat Kentang Aneka Topping Studi kasus Kelompok Usaha Mikro Donat Kentang di kecamatan pakal dan kecamatan Karang pilang Surabaya,” *Asian J. Innov. Entrep.*, vol. 3, no. 01, pp. 54–63, 2018.
- [4] R. F. Siahaan and S. Wahidah, “Usaha Donat Bakar Di Deli Serdang,” *J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 23, no. 2, p. 250, 2017, doi: 10.24114/jpkm.v23i2.6872.
- [5] Mirza Hedismarlina Yuneline, “Jurnal Berdaya Mandiri,” *J. Budaya Mandiri*, vol. 4, no. 1, pp. 122–132, 2022.
- [6] M. Ulfah, F. Arina, and P. B. Katili, “Proses Dan Pengemasan.”
- [7] E. Hadiyati, “Kreativitas Dan Inovasi Pengaruhnya Terhadap Pemasaran Kewirausahaan Pada Usaha Kecil,” *J. Inov. dan Kewirausahaan*, vol. 1, no. 3, pp. 135–151, 2012.