



PENINGKATAN KAPASITAS PRODUKSI DAN BRANDING CAMILAN COKLAT CHIPS PADA BEEMA BROWNIES

(INCREASING PRODUCTION CAPACITY AND BRANDING OF CHOCOLATE CHIPS SNACKS IN BEEMA BROWNIES)

IGKG Puritan Wijaya ADH¹, I Gede Putra Mas Yusadara², I Wayan Arik Wirawan³,
I Gusti Ngurah Wikranta Arsa⁴, I Made Arya Budhi Saputra^{5*}, I Made Bhaskara Gautama⁶,
Ni Made Wirastika Sari⁷, Erma Sulistyio Rini⁸, I Made Mika Parwita⁹,
Ni Putu Desy Damayanthi¹⁰

^{1,2,3,4,5,6,8,9} Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Jl. Raya Puputan No.86 Kota Denpasar, Bali

⁷ Universitas Mataram

Jl. Majapahit No.62 Kota Mataram, NTB

Email: puri@stikom-bali.ac.id

ABSTRAK

BEEMA Brownies yang merupakan produsen camilan mulai memproduksi makanan ringan berupa Choco Chips rasa Brownies serta beberapa rasa lainnya dengan berbahan kualitas baik tanpa pemanis buatan serta pengawet. Walaupun ditengah pandemi tetapi tetap optimis dapat mengambil pasar konsumen yang cukup karena kebutuhan pasar akan camilan sehat masih sangat diperlukan. Dengan terlaksananya kegiatan Tahap 1 yaitu Pemberian peralatan Produksi yaitu Oven, alat pengemasan produk dan 2 set perlengkapan loyang pemanggangan maka kapasitas produksi Beema Brownies saat ini Sudah meningkat dari maksimal 150/bungkus perhari dengan kebutuhan rata-rata produk laku terjual sekitar 100-200 bungkus/hari menjadi 300/bungkus perhari dengan menggunakan 2 Oven yang telah dimiliki. Pelatihan penggunaan peralatan yang diberikan juga sudah dilakukan sehingga para pegawai produksi BEEMA sudah mampu menggunakan peralatan Oven dan alat pengemasan yang baru diberikan. Jumlah produksi tersebut sudah mampu memenuhi permintaan rata-rata setiap harinya. BEEMA Chocochips juga sudah meningkatkan kemampuan SDM 2 orang pegawai yang membantu memproduksi dalam upaya meningkatkan jumlah produksi Chocochips. Dengan dimilikinya sebuah website untuk UKM BEEMA Chocochips maka mereka sudah memiliki sarana untuk identitas digital dan konten promosi digital untuk produk mereka agar dikenal masyarakat luas.

Kata Kunci: Brownies,Produksi,Website

ABSTRACT

BEEMA Brownies, a snack manufacturer, has started producing snacks in the form of Brownies-flavored Choco Chips and several other flavors made from good quality ingredients without artificial sweeteners and preservatives. Even though in the middle of a pandemic, we are still optimistic that we can capture a sufficient consumer market because the market need for healthy snacks is still very much needed. With the implementation of Phase 1 activities, namely the provision of production equipment, namely ovens, product packaging tools and 2 sets of baking sheet equipment, the current production capacity of Beema Brownies has increased from a maximum of 150/package per day with an average

product requirement of around 100-200 packs/sold. day to 300/pack per day using the 2 ovens that you already have. Training on the use of the equipment provided has also been carried out so that BEEMA production employees are able to use the newly provided oven equipment and packaging equipment. The amount of production has been able to meet the average demand every day. BEEMA Chocochips has also increased the HR capabilities of 2 employees who help produce in an effort to increase the amount of Chocochips production. By having a website for UKM BEEMA Chocochips, they already have the means for digital identity and digital promotional content for their products so that they are known to the wider community.

Keywords: *Brownies, Production, Website*

PENDAHULUAN

Camilan ringan berupa coklat renyah serta berbahan dasar kualitas baik dan tanpa pengawet merupakan tren yang sedang meningkat disaat ini (JULIANTI, 2019; Sugianto & Hongdiyanto, 2017). Gaya hidup sehat masyarakat meningkat karena kesadaran akan kurangnya kesehatan akibat terlalu banyak makan camilan berpengawet serta mengandung gula buatan. Gaya hidup yang awalnya di kota-kota besar kini sudah merambah Bali terutama Denpasar, Badung dan sekitarnya (Maharani & Dewi, 2021; Ribek, Purnawati, & Widyawati, 2020). Melihat peluang tersebut BEEMA Brownies yang merupakan produsen camilan mulai memproduksi makanan ringan berupa Choco Chips rasa Brownies serta beberapa rasa lainnya dengan berbahan kualitas baik tanpa pemanis buatan serta pengawet. BEEMA Brownies sudah memproduksi Choco Chips sejak tahun 2020. Walaupun ditengah pandemi tetapi tetap optimis dapat mengambil pasar konsumen yang cukup karena kebutuhan pasar akan camilan sehat masih sangat diperlukan (Calista & Ayubi, 2023; Maharani & Dewi, 2021; Ribek et al., 2020).

BEEMA Brownies berlokasi di daerah Pemogan Denpasar Bali, saat ini cakupan pemasaran Choco Chips produk dari BEEMA Brownies baru seputaran wilayah Denpasar Selatan dan sekitarnya dengan cara menitipkan pada warung-warung, café ataupun melayani pesanan melalui telp atau Whatsapp. Kapasitas produksi Beema Brownies saat ini maksimal 150/bungkus perhari dengan kebutuhan rata-rata produk laku terjual sekitar 100-200 bungkus/hari serta maksimal permintaan produk pernah encapai 500 bungkus untuk memenuhi kebutuhan acara suatu organisasi. Produksi 150 bungkus/hari tersebut dirasa masih kurang untuk memenuhi kebutuhan permintaan pasar. Saat ini BEEMA Chocochips baru memiliki 1 buah oven serta 1 buah alat cetak dalam memproduksi chocochips tersebut, BEEMA Chocochips juga baru memiliki 2 orang pegawai yang membantu memproduksi serta pemilik sendiri yang masih melakukan pengiriman.

Saat ini Bali terutama di daerah Denpasar, Badung dan sekitarnya pariwisata mulai aktif kembali dengan mulai berdatangan wisatawan baik lokal maupun mancanegara (Wailmi, Mahrinasari, Ahadiyat, & Bangsawan, n.d.), hal tersebut dilihat merupakan peluang tambahan pasar yang sangat besar, apalagi saat BEEMA Brownies memiliki visi menjadikan produk Chocochips menjadi produk yang bisa dijadikan salah satu oleh-oleh bagi wisatawan yang berkunjung ke Bali serta bisa tersebar ke seluruh Indonesia. Melihat peluang tersebut BEEMA Brownies memerlukan sebuah sarana digital untuk dijadikan juga sarana promosi agar dapat dilihat sebagai produk yang bisa dijadikan oleh-oleh bagi pengunjung wisatawan ke Bali. Sementara ini BEEMA Brownies belum memiliki sarana digital untuk melakukan promosi/pemasaran, karena saat ini sifat pemasarannya adalah melalui distribusi ke warung-warung ataupun menitipkan pada café atau restoran. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah pengembangan *Brand* serta implementasi website sebagai sarana digital media promosi dan pemsaran.



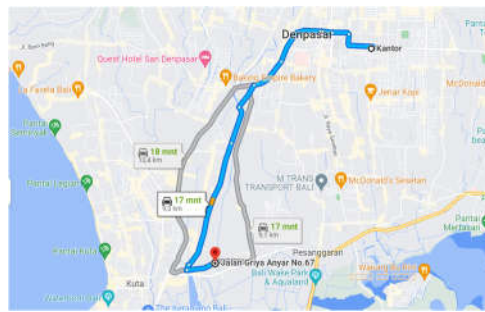
Gambar Error! No text of specified style in document.. Produk serta Proses Produksi Chocochips BEEMA Brownies.

Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan, maka permasalahan yang dialami oleh UKM BEEMA Brownies antara lain::

1. Belum terpenuhinya kapasitas produksi terkait potensi permintaan pasar terutama saat permintaan saat kebutuhan acara tertentu.
2. Belum memiliki sarana pemasaran digital agar dapat mempromosikan produk hingga level nasional..

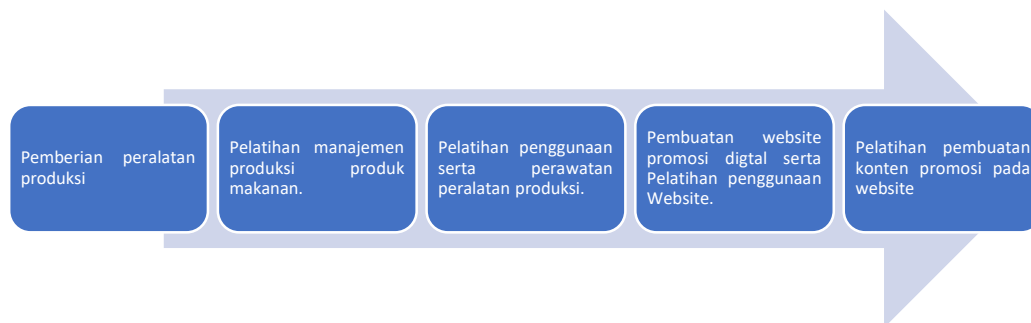
METODE PELAKSANAAN

Mitra pada pengabdian ini berlokasi di Pemogan Jl. Griya Anyar no. 67. Denpasar Selatan, Denpasar Provinsi Bali. Mitra ini berjarak 9.3 Km dari Kampus ITB STIKOM Bali dengan jarak tempuh \pm 17 Menit. Lokasi mitra ditunjukkan pada gambar di bawah ini.



Gambar 2. Lokasi dan wilayah pengabdian masyarakat

Rencana kegiatan yang akan dilaksanakan pada pengabdian masyarakat ini antar lain:



1. Pemberian peralatan produksi (Sudah Terlaksana)
2. Pelatihan manajemen produksi produk makanan (sudah terlaksana).
3. Pelatihan penggunaan serta perawatan peralatan produksi. (Sudah Terlaksana)
4. Pembuatan website promosi digital serta Pelatihan penggunaan Website. (Tahap 2)
5. Pelatihan pembuatan konten promosi pada website. (Tahap 2)

Pada kegiatan ini, UKM BEEMA Brownies diharapkan berperan aktif dan berkontribusi dalam menyediakan peserta ditempat pelatihan, tempat implementasi.

Pelaksanaan evaluasi pada kegiatan ini akan dilaksanakan dengan cara penyebaran kuesioner kepuasan tentang Pemberian peralatan dan pelatihan penggunaan peralatan serta terkait kegiatan pembuatan website promosi digital dan pelatihan penggunaan juga pengelolaan website promosi menggunakan kuesioner tentang pelatihan yang diberikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian hasil dan pembahasan menyajikan hasil-hasil yang diperoleh pada kegiatan pengabdian dan serta proses pelaksanaan/pencapaiannya. Uraian harus komprehensif namun tetap ringkas dan padu. Pembahasan hasil pengabdian sebaiknya dihubungkan dengan hasil pengabdian lain yang pernah dipublikasikan. Pembahasan juga mengarah pada pengambilan

kesimpulan. Sertakan pula data terkait dengan tujuan pengabdian masyarakat yang diharapkan.

Dalam pelaksanaan pengabdian ini tahapan pertama sudah berhasil dilaksanakan yaitu memberikan peralatan peningkatan produksi, adapun peralatan yang telah diberikan adalah sebagai berikut :

1. 1 unit Oven Listrik Kapasitas 10 L.
2. 1 Unit alat pengemasan produk
3. 2 set perlengkapan loyang pemanggangan

Dari penambahan peralatan tersebut jumlah produksi Chocochips pada UKM BEEMA sudah dapat meningkat hingga 200% dibandingkan dengan produksi menggunakan peralatan sebelumnya karena kapasitas pemanggangan meningkat 2x lipat serta proses pengemasan menjadi lebih baik dan tertutup menggunakan alat pengemasan yang diberikan.

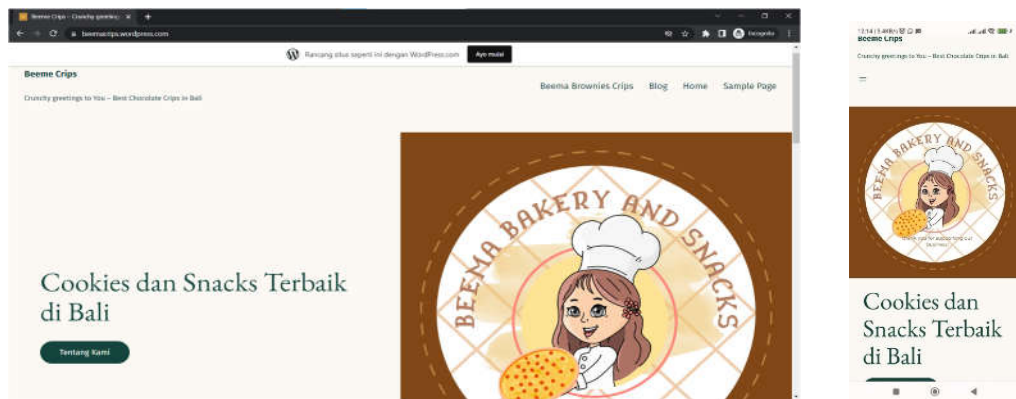
Kegiatan kedua yang dilakukan adalah melatih penggunaan peralatan-peralatan produksi yang diberikan serta memberikan arahan serta bagaimana merawat peralatan-peralatan tersebut agar dapat mendapatkan hasil yang maksimal. Lalu pelatihan juga dilanjutkan dengan pelatihan manajemen produksi makanan.



Gambar 3. Penyerahan bantuan peralatan produksi dan pelatihan pengelolaan peralatan produksi dan manajemen produksi

Selanjutnya dalam tahapan kegiatan kedua adalah melakukan pembuatan website untuk promosi dan identitas digital UKM BEEMA. Website UKM BEEMA sudah dibuat dan diberikan kepada mitra. Saat ini website UKM BEEMA sudah aktif dan bisa diakses pada tautan <https://s.id/BeemaCrisp> yang sudah bisa diakses melalui browser desktop maupun mobile.

Peningkatan Kapasitas Produksi dan Branding Camilan Coklat Chips pada BEEMA Brownies
 IGKG Puritan Wijaya ADH¹, I Gede Putra Mas Yusadara², I Wayan Arik Wirawan³,
 I Gusti Ngurah Wizranta Arsa⁴, I Made Arya Budhi Saputra^{5*}, I Made Bhaskara Gautama⁶, Ni Made Wirastika
 Sari⁷, Erma Sulistyio Rini⁸, I Made Mika Parwita⁹, Ni Putu Desy Damayanthi¹⁰



Gambar 4. Implementasi web pada Desktop dan Mobile

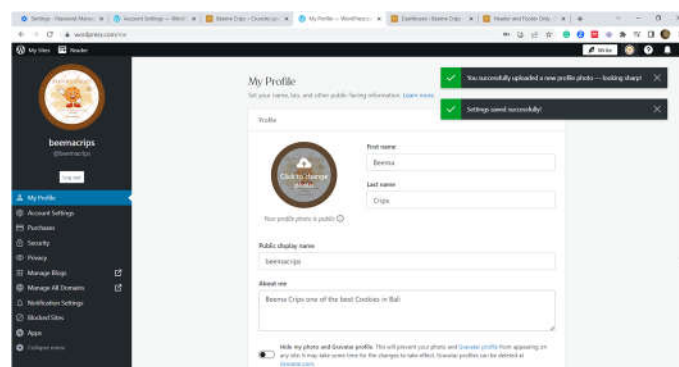
Untuk meningkatkan kemampuan dalam mengelola website yang telah diberikan Pemilik UKM BEEMA diberikan pelatihan pengelolaan website dan pembuatan konten pada web maupun media sosial yang mereka miliki.



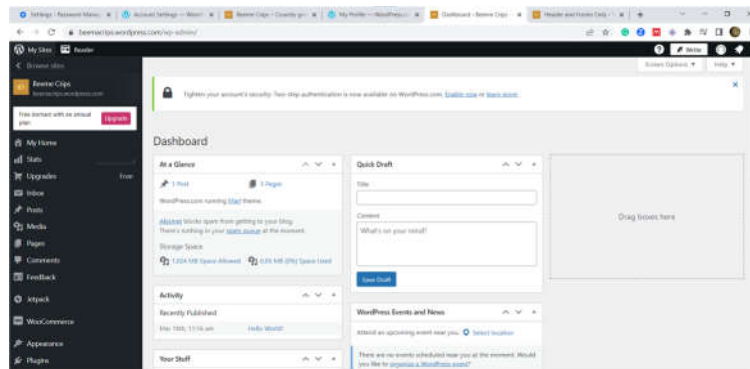
Gambar 5. Pelaksanaan Pelatihan pengelolaan web

Mitra diajarkan cara mengelola konten pada web baik itu dari membuat, mengedit ataupun menghapus isi dari konten yang bisa ditampilkan pada website tersebut. Berikut adalah tampilan Halaman-halaman pengelolaan yang dilatih kepada pemilik UKM BEEMA.

1. Halaman Admin



2. Halaman Profil



3. Halaman Kelola konten



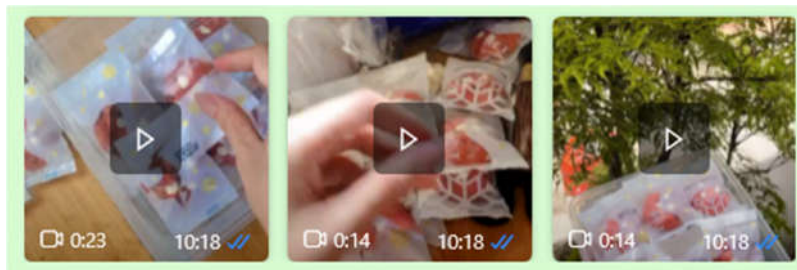
Gambar 6. Praktek Pengelolaan Konten Halaman Web

Materi kedua dalam pelatihan ini adalah UKM BEEMA diajarkan cara mengelola konten dengan baik, materi yang diberikan adalah agar pengelola konten paham apa saja yang bagus untuk dijadikan konten dan dapat meningkatkan ketertarikan pengunjung terhadap produk UKM mitra pengabdian. Berikut adalah materi yang disampaikan



Gambar 7. Materi pengelolaan konten Media sosial/web

Dalam pelaksanaannya UKM BEEMA sudah mencoba membuat beberapa konten video ataupun foto untuk dipublikasikan pada halaman web. Mitra mengirimkan beberapa video contoh konten yang akan ditampilkan sebagai konten.



Gambar 8. Hasil konten dari praktek oleh Mitra UKM

Luaran dari kegiatan yang telah dilakukan adalah menghasilkan peningkatan jumlah produksi dari awal maksimal 150/bungkus perhari dengan kebutuhan rata-rata produk laku terjual sekitar 100-200 bungkus/hari menjadi 300/bungkus perhari dengan menggunakan 2 Oven yang telah dimiliki. Jumlah produksi tersebut sudah mampu memenuhi permintaan rata-rata setiap harinya. Saat ini BEEMA Chocochips sudah memiliki 2 buah oven serta 3 buah alat cetak serta satu alat pengemasan dalam memproduksi chocochips tersebut, Pelatihan pengelolaan manajemen produk serta penggunaan peralatan produksi BEEMA Chocochips juga sudah meningkatkan kemampuan SDM 2 orang pegawai yang membantu memproduksi dalam upaya meningkatkan jumlah produksi Chocochips.

Luaran lain adalah mitra UKM BEEMA telah memiliki website yang dapat digunakan sebagai identitas digital sehingga produk UKM BEEMA lebih dapat dikenal masyarakat luas, selain itu luaran yang dicapai adalah kemampuan Pemilik UKM BEEMA sudah dapat menguasai pengelolaan web dan mampu membuat konten-konten dengan kaidah yang baik juga untuk promosi produk-produk mereka dengan memanfaatkan website tersebut.

Evaluasi kegiatan pada mitra UKM BEEMA CHocochips terhadap hasil kegiatan pemberian barang produksi serta pelatihan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Evaluasi hasil kegiatan Pengabdian

No	Keterangan	Nilai Awal	Capaian
1.	Perlengkapan Produksi	1 Buah Oven, 1 Set Loyang Pemanggangan, Belum Memiliki Alat Pengemasan	Meningkat 100% 2 Buah Oven, 3 Set Loyang Pemanggangan, 1 Alat Pengemasan
2.	Kemampuan Mengelola Alat Produksi	Hanya Mampu mengelola dan merawat 1 set peralatan produksi	Sudah mampu mengelola dan merawat 2 set peralatan produksi
3.	Kapasitas Produksi	150 Bungkus/hari	Meningkat 100% 300 Bungkus/hari

4.	Media Prommosi dan identitas digital	Tidak memiliki website identitas/promosi	Memiliki 1 buah website sebagai identitas digital dan sarana promosi digital
5.	Kemampuan mengelola website dan konten digital	Tidak memiliki kemampuan mengelola website dan konten digital	Kemampuan mengelola website dan konten digital Meningkat 100%

KESIMPULAN

Dengan pelaksanaan kegiatan pelatihan manajemen produksi serta pengelolaan alat kepada SDM BEEMA Chocochips sudah berhasil meningkatkan kemampuan mereka dalam meningkatkan jumlah produk yang dihasilkan secara efisien dalam satu hari. Peningkatan jumlah produksi dapat ditingkatkan dengan memberikan peralatan produksi. Peralatan produksi yang signifikan meningkatkan kapasitas jumlah produksi adalah dengan adanya tambahan 1 oven pemanggang untuk mendapatkan daya tampung ruang pemanggang lebih banyak, tambahan set loyang pemanggang sehingga daya tampung persiapan bisa lebih efisien dari segi waktu juga perlengkapan pengemasan memudahkan proses pengemasan menjadi lebih cepat.

Dengan dimilikinya sebuah website untuk UKM BEEMA Chocchips maka mereka sudah memiliki sarana untuk identitas digital dan konten promosi digital untuk produk mereka agar dikenal masyarakat luas. Kemampuan SDM Mitra UKM terkait pengelolaan website dan konten digital sudah meningkat 100% sehingga mereka sudah mampu memanfaatkan sarana digital yang diberikan.

Pada saat proses pelatihan diperlukan peralatan lain yang bisa digunakan sebagai contoh ataupun uji coba, karena jika langsung menggunakan peralatan yang baru diberikan ada resiko peralatan menjadi rusak karena peserta yang kurang paham diawal pelatihan lalu mencoba alat tersebut.

REKOMENDASI

BEEMA Chocochips sudah berhasil meningkatkan kemampuan mereka dalam meningkatkan jumlah produk yang dihasilkan secara efisien dalam satu hari. Dengan dimilikinya sebuah website untuk UKM BEEMA Chocchips maka mereka sudah memiliki sarana untuk identitas digital dan konten promosi digital untuk produk mereka agar dikenal masyarakat luas.

UCAPAN TERIMAKASIH

Sehubungan dengan hal tersebut pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Bapak Dr. Dadang Hermawan., selaku Rektor ITB STIKOM Bali.

Rekan-rekan di bawah naungan Wakil Rektor 1 ITB STIKOM Bali. Mitra BEEMA Brownies. Rekan-rekan Mahasiswa yang membantu pada saat pelaksanaan. Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam pelaksanaan pengabdian ini..

DAFTAR PUSTAKA

- Calista, R. F., & Ayubi, D. (2023). Faktor-Faktor Yang Berkaitan Dengan Status Gizi Balita Di Masa Pandemi Tinjauan Literatur Sistematis. *NERSMID: Jurnal Keperawatan Dan Kebidanan*, 6(1), 40–59.
- JULIANTI, M. (2019). *Perencanaan Bisnis Makanan Sehat Yummy Oats*. Universitas Gadjah Mada.
- Maharani, N. L. E., & Dewi, P. P. (2021). Pengembangan Produk Olahan Kelapa Sebagai Sektor Unggulan Di Desa Tibubeneng, Bali. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(01), 97–103.
- Ribek, P. K., Purnawati, N. L. G. P., & Widyawati, S. R. (2020). Strategi Keunggulan Bersaing Dengan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Bean Sprouts Di Masa Pandemi Covid 19 Di Bali. *Prosiding Webinar Nasional Universitas Mahasaraswati 2020*.
- Sugianto, C. A., & Hongdiyanto, C. (2017). *Perumusan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode QSPM Pada Bisnis Sambal Nusantara*.
- Wailmi, K., Mahrinasari, M. S., Ahadiyat, A., & Bangsawan, S. (n.d.). Artificial Destination Innovation as Sustainable Tourism Development: A Literature Review. *Strategic Alliance Between*, 257.