



## *Community empowerment on the improvement of Sofia's cistik home-cooked food product processing in Kalitengah Village, Magelang*

Hary Abdul Hakim<sup>✉</sup>, Chrisna Bagus Edhita Praja<sup>1</sup>, Suharso<sup>1</sup>, Fadillah Sandy<sup>1</sup>, Putri Dwi Arianti<sup>1</sup>, Dian Novitasari<sup>1</sup>, Ahmad Agung Febrianto<sup>1</sup>, Rakhmat Dian Hidayat<sup>1</sup>, Panji Nagoro<sup>1</sup>, Diana Setiawati<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia

<sup>2</sup> Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Indonesia

<sup>✉</sup> [haryabdulhakim@unimma.ac.id](mailto:haryabdulhakim@unimma.ac.id)

<sup>doi</sup> <https://doi.org/10.31603/ce.7735>

### Abstract

*The purpose of the implementation of this service program is to increase the production and marketing of processed home-cooked food products, Cistik Sofia, in the Kalitengah Hamlet, Magelang. Most of people in Kalitengah, Glagahombo Village, Tegalrejo District, Magelang Regency are currently starting to develop their businesses in the field of processed snack products in the form of Cheese Sticks. Processed food is used as an alternative business for residents in improving their welfare. This service is carried out through mentoring and training. The results obtained from the implementation of this program, the partners are able to develop variations in product flavors, innovated on the packaging models, and found the new strategies on the marketing process through social media.*

**Keywords:** Food product; Cheese stick; Training; Marketing

## **Pengabdian kepada masyarakat dalam peningkatan olahan produk makanan rumahan cistik di Dusun Kalitengah Magelang**

### Abstrak

Tujuan dari pelaksanaan program pengabdian ini untuk meningkatkan produksi dan pemasaran olahan produk makanan rumahan cistik sofia di Dusun Kalitengah Magelang. Masyarakat di Dusun Kalitengah Desa Glagahombo Kecamatan Tegalrejo Kabupaten Magelang saat ini banyak yang mulai mengembangkan usaha dibidang olahan produk makanan ringan berupa *Cheese Stick*. Olahan makanan tersebut dijadikan sebagai salah satu alternatif usaha bagi warga dalam meningkatkan kesejahteraan. Pengabdian ini dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan. Adapun hasil yang didapatkan dari pelaksanaan program ini, dimana mitra mampu mengembangkan variasi rasa dari produk, model *packaging* yang menarik, dan strategi baru dalam proses penjualan melalui media sosial.

**Kata Kunci:** Produk makanan; Cistik; Pelatihan; Pemasaran

## **1. Pendahuluan**

Persaingan dagang saat ini sudah semakin ketat, dimana hal tersebut ditandai dengan bermunculannya berbagai jenis produk pangan modern yang sudah memiliki kelengkapan hasil uji laboratorium untuk keamanannya (Anasca & Lieputra, 2019). Jika

dibiarkan secara terus-menerus, maka produk-produk pangan Usaha rumahan ini akan tergeser posisinya sehingga akan menyebabkan kerugian untuk pengusaha industri rumahan. Sejatinya makanan berbasis gandum atau tepung terigu telah menjadi makanan pokok banyak Negara, salah satunya adalah Indonesia (Pratiwi, 2021). Ketersediaannya yang melimpah di pasaran dunia, proteinnya yang tinggi, dan pengolahannya yang praktis dan mudah telah menjadikan makanan berbasis tepung terigu merambah cepat ke berbagai negara. Negara-negara pengekspor gandum antara lain Australia, Kanada, Amerika, Rusia, dan Cina (Arif et al., 2018). Biasanya terigu yang datang masih berupa butiran biji gandum. Kemudian, melalui proses pencucian, pengupasan sekam, penggilingan dan pemutihan (*bleaching*) maka jadilah tepung terigu yang halus dan berwarna putih.

Salah satu industri pembuatan makanan yang bersumber dari olahan pangan yaitu *cheese stick* yang berada di Dusun Kalitengah RT/RW 018/005 Desa Glagahombo Kecamatan Tegalrejo, Magelang. Bisnis ini merupakan salah satu usaha alternatif untuk mencapai kemakmuran dengan pendayagunaan keluarga sebagai tenaga kerjanya. Khusus dalam produksi *cheese stick* ini, salah satu warga bernama Ibu Sumaryani memberi label merk dagangnya dengan Cistik Sofia (Gambar 1). Yang mana, Cistik Sofia ini masuk dalam kategori makanan ringan skala rumah tangga yang masih bersifat tradisional, baik dalam proses produksi maupun pemasarannya.

Sebagai salah satu usaha rumahan yang berasal dari olahan pangan dengan bahan baku tepung terigu dan keju parut. *Cheese stick* Sofia saat ini diproduksi oleh 9 (sembilan) pekerja, yang mana empat diantaranya berasal dari anggota keluarga mitra dan lima orang lainnya merupakan pekerja tidak tetap, hasil produk *cheese stick* Sofia saat ini banyak dipasarkan melalui *door to door* serta beberapa warung rekanan produsen, serta dijual berdasarkan pesanan. Selain itu, Cistik Sofia dipasarkan di sekitar Rejowinangun, Gotongroyong, Tegalrejo dan daerah sekitar Magelang lainnya.



Gambar 1. Contoh produk olahan cistik Sofia

Namun demikian, permasalahan yang dihadapi mitra adalah pengemasan produk yang masih dilakukan dengan mengandalkan alat seadanya, kurangnya kreativitas dan pengalaman mitra dalam pengemasan dan ketersediaan varian rasa cistik sofia sering kali menjadi faktor masalah lain yang mempengaruhi dalam proses pemasaran. Seringkali penolakan dari pemilik usaha (warung), karena sudah ada produk yang sama bahkan produk yang lain lebih baik dalam pengemasannya yang mana tidak menyebabkan produk cistik cepat basi dan melempem.

Melalui kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk menawarkan solusi yang dihadapi, yaitu dalam hal pendampingan dalam strategi pemasaran Cistik Sofia yang dilakukan

baik secara konvensional ataupun melalui media sosial. Untuk menambah minat pasar, juga perlu dilakukan inovasi varian rasa untuk produksi olahan Cistik Sofia. Hal lain dari pada tantangan di atas, dalam kegiatan pengabdian ini perlu dilakukannya pemahaman pembukuan bagi pemilik usaha.

## 2. Metode

Program pengabdian ini dilaksanakan di Dusun Kalitengah RT/RW 018/005 Desa Glagahombo Kecamatan Tegalrejo Kabupaten Magelang. Ibu Sumaryani sebagai mitra pemilik usaha industri pangan yang diolah menjadi produk Cistik Sofia. Adapun, tahapan pelaksanaan kegiatan dalam pengabdian ini dilakukan melalui tiga tahapan penting, yaitu pelatihan dan pendampingan strategi pemasaran melalui media sosial dan *e-commerce*, penambahan varian rasa produk olahan *cheese stick*, dan pelatihan pembukuan keuangan.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Pelatihan dan pendampingan strategi pemasaran

Dari hasil observasi tim pengabdian kepada mitra, didapatkan bahwa permasalahan pertama yang dihadapi yaitu terkait strategi rendahnya pemasaran produk dan masih sulit mendapatkan tempat di masyarakat. Sejauh ini mitra masih menggunakan cara pemasaran dengan berkeliling secara langsung ke pasar-pasar, warung-warung, bahkan kadang hanya dipasarkan jika ada pesanan saja. Melalui kegiatan ini, tim pengabdian memberikan sebuah pendampingan dan pelatihan dalam hal pemanfaatan sosial media dan *platform e-commerce* dalam strategi peningkatan strategi pemasaran. Kegiatan ini diawali dengan pembuatan akun yang akan digunakan sebagai media pemasaran, yaitu Instagram dan Shopee (Gambar 3).



Gambar 2. Tampilan media sosial Instagram

Pada kegiatan ini mitra dilatih dalam penggunaan kedua media tersebut, mulai dari proses pemilihan gambar, *uploading*, dan penambahan *caption* yang menarik. Kemudian, sebagai upaya dalam menarik minat baik konsumen atau para pemilik usaha agar mau membeli produk olahan cistik sofia ini, tim pengabdian bersama mitra mengganti kemasan dan mendesain ulang logo (Gambar 4). Hal ini dilakukan tentunya atas dasar keresahan mitra itu sendiri, yang banyak mendapatkan komentar dari konsumen terkait tampilan kemasan dan logo yang dimiliki.



Gambar 3. Tampilan desain logo terbaru produk Cistik Sofia

### 3.2. Penambahan varian rasa produk olahan cistik Sofia

Setelah melalui beberapa tahapan kegiatan dalam pengembangan usaha olahan Cistik Sofia, selanjutnya Tim pengabdian bersama-sama meminta membuat sebuah inovasi baru dengan penambahan varian rasa. Selain olahan Cistik Sofia dengan rasa original, adapun varian rasa baru yang ditambahkan yaitu Sofia Buah Naga, Sofia Seledri dan Sofia Wortel sebagaimana ditampilkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Varian rasa baru produk olahan cistik Sofia

### 3.3. Pelatihan pembukuan keuangan

Setelah pelatihan pemasaran dan penambahan varian rasa produk cistik, tim juga mengedukasi mitra dalam membuat pembukuan keuangan (Gambar 5). Pelatihan ini diikuti oleh seluruh pegawai, pembuatan buku khas pengeluaran mengawali pelatihan ini. Yang menjadi poin penting yaitu biaya pembelian bahan baku, biaya operasional usaha, gaji pegawai serta pengeluaran lainnya. Program ini terlaksana pada 5 Agustus 2022, meskipun sebelumnya mitra memiliki pembukuan keuangan namun masih belum terlaksana secara periodik dan masih ditemukan adanya pencatatan yang belum lengkap.

Pelatihan pembukuan keuangan sederhana dapat memudahkan mitra dalam melihat pemasukan, pengeluaran serta keuntungan di tiap bulannya. Hal ini dapat mendukung mitra dalam pengelolaan keuangan. Setelah dilaksanakannya pelatihan pembukuan sederhana ini, manfaat bisnis untuk mitra yaitu memudahkan dalam mengontrol biaya operasional usaha, mengetahui perkembangan usaha yang sedang berjalan, mengetahui pemasaran yang nantinya mempengaruhi laba maupun rugi untuk perkembangan bisnis selanjutnya.



Gambar 5. Kegiatan pelatihan pembukuan keuangan sederhana

## 4. Kesimpulan

Dari pelaksanaan program pengabdian di Dusun Kalitengah Desa Glagahombo Kecamatan Tegalrejo Kabupaten Magelang, didapatkan respons dan partisipasi aktif dari Mitra. Dalam peningkatan strategi pemasaran, Mitra dapat menjual produk Cistik dalam berbagai varian rasa dengan kemasan baru yang lebih menarik dengan mempertahankan kualitas produk. Selain itu, proses pemasaran tidak hanya dilakukan melalui *door to door* namun juga dapat dipasarkan melalui media sosial (*Instagram, Whatapps*). Selain itu, pengetahuan pembukuan keuangan yang didapatkan dari pelatihan kepada mitra turut mendukung proses manajemen keuangan yang berdampak pada pengaturan produksi sesuai dengan kebutuhan.

## Daftar Pustaka

- Ansa, C. C., & Lieputra, N. (2019). Pengembangan UKMK Sistik Khas Cianjur Penuhi Penghasilan Sampingan Keluarga. *Keuangan Umum dan Akutansi Terapan*, 1(1), 27-34.
- Arif, D. Z., Cahyadi, W., & Firdhaus, A. S. (2018). Kajian Perbandingan Tepung Terigu (*Triticum aestivum*) Dengan Tepung Jewawut (*Setaria italica*) Terhadap Karakteristik Roti Manis. *Pasundan Food Technology Journal*, 5(3), 180-189. <https://doi.org/10.23969/pftj.v5i3.1267>
- Pratiwi, A. S. (2021). Barang Kebutuhan Pokok Yang Tidak Dikenai Pajak Pertambahan Nilai: Perbandingan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 116/PMK. 10/2017 Dengan Peraturan Presiden Nomor 71 Tahun 2015. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 4(1), 47-60.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License