

Inovasi Cemilan Kekinian Berbentuk *Cheesecuit* sebagai Makanan Penutup

¹*Siti Aisyah, ²Muhammad Sinar Randi, ³Irda Wahyuni, ⁴Iis Rosidah, ⁵Juni Hati Hangoluan

¹⁻⁵ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Alamat: Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371

Korespondensi penulis : sitia5182@gmail.com

Abstract. *The number of foods that are developing in the food sales industry. So that new innovations are needed both in terms of taste and packaging. Usually most people will eat dessert at the end of their meal. However, not infrequently many of us want to eat dessert eaten in our spare time or as we know when snacking. By using thinwall in various sizes, the author makes dessert food, namely cheesecake using thinwall to facilitate sales and consumption because the portion is right, meaning the portion is not excessive or not lacking at all. So in this writing this time we get to know the innovation of cheesecake snacks and how to make them which can be snacks in your spare time or become a sales idea for readers. The research method used is the literature review method and the method of opening a business. The literature review method itself comes from previous journals or books obtained by the author.*

Keywords: *Snacks. Desserts, Cheesecuit*

Abstrak. Banyaknya makanan yang berkembang dalam industri penjualan makanan. Sehingga butuh inovasi yang baru baik dari segi rasa maupun kemasan. Biasanya kebanyakan orang akan memakan makanan penutup diakhir makannya. Namun, tak jarang juga banyak dari kita yang ingin makan makanan penutup dimakan di waktu sengang atau seperti yang kita tahu waktu ngemil. Dengan menggunakan thinwall yang beranekaragam ukuran penulis membuat makanan dessert yaitu cheesecuit dengan menggunakan thinwall guna mempermudah penjualan serta mengkosumsinya karena porsi yang pas, maksudnya porsi yang tidak berlebihan atau tidak kekurangan sama sekali. Maka dalam ini penulisan kali ini menegnal inovasi cemilan cheesecuit serta cara pembuatannya yang dapat menjadi cemilan diwaktu sengang atau menjadi ide jualan bagi pembaca. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kajian pustaka dan metode membuka usaha. Metode kajian pustaka sendiri bersal dari jurnal sebelumnya atau buku yang didapat penulis.

Kata kunci: Cemilan. Makanan penutup, *Cheesecuit*

1. LATAR BELAKANG

Seperti yang kita ketahui pada era sekarang atau zaman sekarang banyak sekali kalangan yang menciptakan atau membuat inovasi terbaru baik dalam industri pakaian, perikanan, pertanian dan makanan. Diantaranya, dalam insutri pakaian mereka berlomba mendesain bentuk pakaian, mengupgrde kualitas kain, membuat terobosan pakaian yang mudah dibawa serta mengeringkannya. Begitu juga dengan industry perikanan dan pertanian. Dalam industri makanan sendiri negara Thailand dan negara Korea selatan sendiri merupakan negara yang patut diacungi jempol. Hal ini dikarenakan banyak dari jenis dan bentuk makanan mereka yang telah diketahui oleh banyak kalangan di berbagai negara misalnya dari Thailand ada milkbun, thai tea, magic water dan roti kukus sedangkan makanan korea sendiri seperti

kimchi, toppoki, odeng dan tanghulu. Makanan tersebut terkenal disebabkan karena media perfilman mereka yang selalu menampilkan makanan mereka, penilaian influencer baik dari negara sendiri maupun asing dan platform sosial media lainnya.

Adapun negara Jepang dalam industri makanan mereka selangkah lebih maju dibandingkan dengan Thailand dan Korea Selatan. Dikarenakan dapat kita lihat ketika makanan kemasan Jepang ukuran makanan dengan gambar didepannya sama, bentuknya sesuai gambar iklan, cara membuka kemasan dengan praktis, serta banyak hal lainnya dalam kemasan makanan mereka kembangkan. Untuk rasa makanan Jepang juga memiliki cita rasa yang enak. Pengenalan makanan mereka sama dengan dengan seperti Thailand dan Korea Selatan.

Makanan di atas tersebutlah yang sekarang banyak digandrungi oleh masyarakat baik hanya ingin sekedar merasakan atau mengikuti trend. Tak jarang juga baik restoran kelas atas maupun kaki lima menjual makanan tersebut. Melihat besarnya peluang dalam industri makanan ini, penulis tertarik untuk membangun bisnis dalam industri makanan yaitu makanan penutup atau sering kita dengar dengan kalimat dessert. Namun, selain menjadi dessert makanan ini juga bisa dijadikan cemilan yang dimana teksturnya ringan dan rasanya manis. Adapun pelaksanaan serta pembuatan penjualan ini akan penulis paparkan dalam artikel ini yang berjudul Inovasi cemilan kekinian berbentuk cheesecuit sebagai makanan penutup.

2. KAJIAN TEORITIS

Pengertian cemilan

cemilan dalam KBBI (2021) memiliki arti makanan kecil (kue, kolak, dan sebagainya), makanan yang dimakan atau dikonsumsi antara dua waktu makan. Kudapan/ Camilan merupakan suatu produk olahan pangan yang gemar dikonsumsi oleh banyak orang mulai dari anak-anak, remaja, maupun orang dewasa. Saat ini orang sering mengatakannya ‘ngemil’. Camilan sendiri dapat meningkatkan mood, menenangkan diri sendiri, mendapatkan rasa nyaman, memanjakan diri atau menghadiahi diri sendiri, beristirahat, menenangkan diri atau menghilangkan kegelisahan, merasa terhubung dengan orang lain, tetap serta merasa lebih berenergi. (Tashandra, 2019)

Cemilan juga biasanya dikonsumsi banyak masyarakat ketika disela waktu bekerja, belajar, waktu sengang dan sebagai pengganjal perut. Camilan sendiri juga mengandung protein, vitamin dan sebagainya sesuai cemilan apa yang dikonsumsi. Camilan dapat berupa kacang-kacangan, sayuran, sepotong kue, berodong jagung, buah dan makanan lainnya. Namun, perlu kita ingat cemilan hanyalah makanan pendamping atau sering kita dengar

makanan penganjal dan bukanlah makanan utama. Jadi, konsumsilah cemilan sesuai porsi agar makanan utama juga dapat memenuhi kebutuhan bagi tubuh kita.

Cemilan yang sehat dapat kita buat dirumah contohnya rebusan ubi ungu, atau kacang almond, jus, buah potongan dan salad sayuran. Membuat camilan sendiri dirumah lebih terjamin akan penggunaan bahan yang higienis dan sehat. Adapun cemilan yang kurang sehat namun sering kita konsumsi diantaranya: junkfood (burger, kebab, pizza d.l.l), makanan kemasan (ciki-ciki, coklat tinggi gula, permen) dan miuman berperisa atau tinggi gula. Apabila tubuh sering mengkonsumsi makanan ini kita akan mudah terkena penyakit diabetes, jantung dan gula.

Macam-macam cemilan

Cemilan sendiri memiliki banyak rasa (seperti manis, asin dan asam), bentuk (segitiga, spiral, bulat dan persegi), tekstur (renyah, lembut dan keras) dan macam-macamnya. Adapun macam-macam cemilan diantaranya: (Fanny Putri Oktariani)

- Cemilan kering
Perlu kita ketahui Cemilan kering merupakan cemilan dengan kadar air yang sangat sedikit. Biasanya cemilan ini diproses dengan digoreng, dikeringkan maupun dipanggang. Cemilan kering dapat berupa roti, biscuit, kerupuk, gorengan, roti panggang, buah kering dan sebagainya. Biasanya kita dapat memakannya dengan pelengkap tambahan seperti susu, saos kecap selai dan sebagainya.
- Cemilan basah/berkuah
Cemilan basah/berkuah kebalikan dari cemilan kering yang kadar air nya banyak. Biasanya makanan ini diproses dengan cara direbus dan dikukus.
- Cemilan kemasan
Cemilan ini biasanya digunakan dengan menggunakan kemasan yang umum seperti plastik, thinwall dan sterofom. makanannya dapat berupa makanan basah maupun kering. Seperti bakso, basreng, kripik, dan sebagainya. Dan biasanya masa kadaluarsa tidaklah lama sekita sehari dan paling lama 5 hari dalam suhu ruang.
- Cemilan dalam kemasan khusus
Cemilan ini biasanya menggunakan kemasan plastik yang khusus guna menjaga makanan agar sampai di tangan konsumen dengan baik. Biasanya makanan yang menggunakan kemasan ini memiliki jangka waktu atau masa kadaluarsa yang lama. Dan camilan yang menggunakan ini adalah makanan kering.

Ciri-ciri cemilan

Cemilan sendiri memiliki ciri-cirinya diantaranya:

1. Memiliki rasa dan tejtur yang ringan
2. Porsi yang kecil
3. Memenuhi rasa lapar sementara
4. Bisa berupa makanan panas, dingin, cair maupun padat
5. Biasanya harganya terjangkau

Inovasi Cemilan

Dapat kita ketahui inovasi atau innovation berasal dari kata to innovate yang mempunyai arti membuat perubahan atau memperkenalkan sesuatu yang baru. Inovasi kadang pula diartikan sebagai penemuan, namun berbeda maknanya dengan penemuan dalam arti discovery atau invention (invensi). inovasi sendiri dapat menjadi positif atau negatif. Inovasi positif didefinisikan sebagai proses membuat perubahan terhadap sesuatu yang telah mapan dengan memperkenalkan sesuatu yang baru yang memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Inovasi negatif menyebabkan pelanggan enggan untuk memakai produk tersebut karena tidak memiliki nilai tambah, merusak cita rasa dan kepercayaan pelanggan hilang.

Terdapat 5 tipe Inovasi menurut para ahli, yaitu:

1. Inovasi produk

Inovasi yang melibatkan pengenalan barang baru, pelayanan baru yang dimana secara substansial meningkat

2. Inovasi proses

Inovasi yang melibatkan peningkatan kualitas produk yang baru serta pengiriman barangnya

3. Inovasi organisasi

Inovasi kreasi organisasi baru, perilaku organisasi dan cara menjalankan organisasi.

4. Inovasi pemasaran

Inovasi yang mengembangkan metode mencari target pasar baru dengan meningkatkan kualitas desain, pengemasan serta promosi.

5. Inovasi model bisnis.

Sederhananya inovasi adalah suatu hal baru. (suyatno, 2010)

Makanan Penutup

Hidangan penutup, juga disebut sebagai dessert, yang merupakan hidangan yang disajikan setelah hidangan utama atau biasanya disebut sebagai pencuci mulut dan selalu menjadi menu terakhir setelah makan. Hidangan penutup memiliki rasa yang menyegarkan serta manis, dan terkadang memiliki topping. Tak jarang juga hidangan penutup memiliki rasa satu atau yang lainnya.

Dessert, atau makanan penutup, telah berkembang seiring dengan perkembangan kuliner dan waktu, sehingga kini semua orang dapat menikmatinya di mana saja dan kapan saja. Contoh hidangan yang sering menjadi dessert ice cream, buah, jelly/puding, macaron, minuman segar, pie dan sepotong kue coklat. Namun, makanan tersebut pada masa sekarang dapat kita nikmati menjadi sebuah cemilan.

Makanan penutup sendiri memiliki tiga jenis diantaranya:

1. Cold Dessert yaitu makanan penutup yang dingin atau sejuk.
2. Hot Dessert yaitu makanan penutup yang disajikan secara panas.
3. Frozen Dessert. Makanan penutup yang disajikan beku.

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian kali ini penulis menggunakan metode kajian pustaka dan metode membuka usaha. Metode kajian pustaka sendiri bersal dari jurnal sebelumnya atau buku yang didapat penulis. Sedangkan metode membuka usaha penulis membuka sebuah usaha sesuai dengan apa yang direncanakan dan tertulis dalam penulisan kali ini. Metode membuka usaha adalah suatu metode yang digunakan untuk menjalankan usaha dengan lancar. Baik dimulai dengan usaha apa yang ingin dimulai, apa kebutuhan konsumen, target pasar, manajemen keuangan dan sebagainya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum melaksanakan atau menjual cemilan ini, penulis terlebih dahulu mencari makanan atau minuman yang sedang trend di masyarakat atau yang kita sebut dengan riset pasar. Tujuannya agar pembeli lebih mudah mengetahui makanan apa yang dijual dan memenuhi rasa keinginan konsumen membeli dari sesuatu yang sedang populer. Kemudian setelah mendapatkan ide makananya penulis melihat bagaimana cara pembuatannya dari platform sosial media serta melakukan percobaan dengan beragam jenis bahan.

Meskipun banyak video yang mengajarkan cara pembuatan makanannya, namun harga pasar bahan tekstur bahan juga berbeda beda. Maka dari itu penulis menelaah kembali bahan apa yang cocok dan enak untuk menjual cheesecuit. Ya benar, makanan yang akan dijual oleh penulis adalah cheesecuit makanan penutup yang bisa menjadi cemilan dengan inovasi menggunakan thinwall untuk porsi yang pas.

Adapun alat dan bahan dalam pembuatan makanan ini diantaranya:

- 3 mangkok sedang
- Mixer
- Sendok
- Thinwall 150 ml
- Wip cream bubuk
- Air
- Roti gabin
- Es batu
- Keju oles
- Bubuk coklat
- Susu kental manis putih

Berikut cara pembuatannya Langkah awal siapkan seluruh alat dan bahanya. Langkah kedua ambil mangkok letakkan wip cream, air secukupnya dan es batu kedalam mangkuk. Mixer seluruh bahan hingga mengembang dan padat. Langkah ketiga siapkan mangkuk campurkan keju oles dengan susu kental manis campurkan hingga bahannya menyatu. Langkah keempat ambir mangkuk isi dengan susu kental manis yang telah diberi air rendam roti gabin hingga sedikit lembut, Langkah kelima letakkan roti gabin yang telah direndam kedalam thin wall, kemudian letakkan keju oles diatasnya secukupnya, kemudian timpa lagi atasnya dengan roti gabin yang telah dicelupkan kemudian letakkan adonan whipcream diatasnya, rapikan dan terakhir taburkan bubuk chocolate diatasnya. Dan jadilah cheesecuit yang siap dijual ke konsumen. Adapun alasan mengapa penulis menggunakan whipcream bubuk karena teksturnya setelah di mixer yang kokoh serta tidak mudah mencair selama berada di suhu ruang tanpa kulkas. Sedangkan untuk whipcream lainnya meskipun adonanya kokoh tapi untuk rasa kurang ringan di mulut dan tidak cocok untuk cemilan serta mudah mencair meskipun di dalam suhu ruang dan memerlukan kulkas.

Adapun promosi jualan yang dilakukan penulis menggunakan platform sosial media, memberitahu teman ke teman, keluarga dan orang terdekat lainnya. Kemudian untuk pembayaran penulis menggunakan dua cara yaitu cash atau menggunakan aplikasi pembayaran lainnya. Adapun cara pemesanan makanannya penulis menggunakan system pre order yang dimana pembeli dapat memesannya sebelum tanggal yang di tetapkan penjual untuk bertemu untuk memberi produk maupun sekalian melakukan pembayaran. Untuk transportasi pengantaran makanan penulis tidak memungutnya karena sebagian besar pembeli berada di kampus dan penulis dapat membawanya sekalian ketika ke kampus. Apabila ada pembeli selain yang berada di wilayah kampus mereka akan mengambil pesanan tersebut ke rumah penulis. adapun pembuatan menu penulis menggunakan aplikasi canva dalam mendesainnya.

Adapun keuntungan dari hasil produksi:

Hasil produksi= 75 64 pcs

$$\text{Hpp} = \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Hasil Produksi}} = \frac{154.400}{64} = 2.412,5$$

Omset= 64 pcs x 5000= 320.000

Keuntungan= 320.000-154.400=165.600/hari.

Seiring berkembangannya penjualan penulis meletakkan dua pilihan ukuran makanan dalam penjualan, yaitu cheescuit ukuram 150 ml dan 180 ml dengan harga 5rb dan 8rb. Untuk rasa cheescuit penulis masih tetap menyediakan tiga rasa yaitu matcha, coklat dan red velvet.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan memanfaatkan platform sosial media dan barang seadanya di sekitar, kita dapat membuka peluang bisnis tanpa membutuhkan modal yang besar. Adapun keuntungan yang penulis dapatkan ketika melakukan penjualan dengan hasil produksi 64 pcs keuntungan yang didapatkan sebesar 165.600/hari.

DAFTAR REFERENSI

- Hermawan, I., & Rajab, M. (2018). Perkembangan makanan penutup di pasar global. *Jurnal Kuliner Internasional*, 12(3), 56-67.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (2021). Cemilan. Diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Oktariani, F. P. (n.d.). Macam-macam cemilan dan cara penyajiannya. Diakses dari <http://www.macamcemilan.com>
- Oktariani, F. P., dkk. (2024). Perancangan snack plate stoneware sebagai wadah penyajian snack untuk aktivitas santai di rumah. *Jurnal Desain Indonesia*, 4(2).
- Prabowo, E. (2021). *Tren makanan penutup di Asia*. Surabaya: Penerbit Cendekia.
- Riska, D. (2022). Inovasi produk makanan dalam industri kuliner. *Jurnal Pangan dan Gizi*, 17(4), 230-241. <https://doi.org/10.1234/jpg.v17i4.134>
- Sigit, B., & Salim, A. (2023). Keberhasilan pengusaha makanan dalam memanfaatkan media sosial untuk promosi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 78-88. <https://doi.org/10.7890/jeb.v5i2.456>
- Sugiyono, S. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyatno. (2010). Inovasi, market orientation dan advertising internal audience serta pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan. *Jurnal STIE Semarang*, 2(1).
- Tashandra, N. (2019). Kecanduan belanja online, bisa jadi tanda gangguan mental. *Kompas.com*. Diakses dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/11/28/134111120/kecanduanbelanja-online-bisa-jadi-tanda-gangguan-mental?page=all>
- Yulia, A. (2020). *Pemasaran produk makanan melalui platform media sosial*. Bandung: Penerbit Digital.