BERDAYA Indonesian Journal of Community Empowerment
Volume 5 Issue 1 Year 2026 Pages 20-25
e–ISSN 2808-2133
https://journal.unnes.ac.id/journals/berdaya

Pengembangan Produk Cireng Crumble Isi Keju Berbasis Pre-Order melalui Uji Produk dan Evaluasi Mitra Kantin Universitas Negeri Semarang

Pre-Order-Based Product Development of Cheese-Filled Crumble Cireng Through Product Testing and Canteen Partner Evaluation at Universitas Negeri Semarang

Nurus Sofiana, Nicko Martien Firmansyah, Asri Estevani, Langlang Handayani*
Program Studi Pendidikan Fisika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Semarang, Semarang, Indonesia

*Correspondence to: *langlanghandayani@mail.unnes.ac.id*

Abstrak: Penelitian ini didasari oleh peran penting sektor kuliner dalam ekonomi kreatif di Indonesia, serta adanya masalah seperti terbatasnya variasi produk dan kurangnya inovasi menu di kalangan pengusaha kantin di kampus. Selain itu, pengelolaan produksi yang tidak efektif sering kali menyebabkan pemborosan bahan baku dan peningkatan kebutuhan modal. Penelitian ini bertujuan untuk memperkenalkan produk baru, yaitu cireng crumble isi keju, dengan cara penjualan pre-order kepada pelaku usaha kantin di Universitas Negeri Semarang (Unnes). Selain itu, penelitian ini juga ingin mengetahui kebutuhan mereka dan mengevaluasi apakah produk ini layak untuk dijual. Metode yang dipakai adalah kualitatif deskriptif partisipatif yang melibatkan dua orang mitra usaha kantin Rektorat Unnes. Prosesnya dilakukan melalui wawancara, pengujian langsung sampel produk, dan pengisian kuesioner digital menggunakan Google Form. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua mitra, yaitu 100%, menyatakan mereka sangat tertarik dengan produk yang diperkenalkan dan mereka merasa informasi yang diberikan sudah sangat jelas. Dari sisi keuangan, dengan modal awal Rp100.000,00 dan harga jual Rp12.000,00 per pack (yang berisi 4 buah), usaha mikro ini bisa mendapatkan laba kotor sebesar Rp32.000,00 dan sudah mencapai titik impas atau Break Even Point (BEP) hanya dengan menjual 6 pack. Namun, mitra memberikan catatan bahwa penampilan fisik produk masih kurang rapi, sehingga perlu ada perbaikan pada kualitas visual dan kemasan agar lebih profesional.

Kata kunci: Cireng Crumble; Inovasi Produk; Kantin Kampus; Pre-Order; UMKM.

Abstract: This research is motivated by the important role of the culinary sector in Indonesia's creative economy, as well as existing challenges such as limited product variety and lack of menu innovation among campus canteen entrepreneurs. Furthermore, ineffective production management often leads to raw material waste and increased capital requirements. This study aims to introduce a new product, namely cheese-filled Cireng Crumble, through a pre-order sales system to canteen business operators at Universitas Negeri Semarang (Unnes). Additionally, this study seeks to identify their needs and evaluate whether the product is viable for sale. The method used is participatory descriptive qualitative, involving two canteen business partners at the Unnes Rectorate. The process was carried out through direct interviews, product sample testing, and digital questionnaire completion via Google Form. The results show that all partners, 100%, expressed strong interest in the introduced product and felt that the information provided was very clear. From a financial standpoint, with an initial capital of Rp100,000 and a selling price of Rp12,000 per pack containing 4 pieces, this micro-business can generate a gross profit of Rp32,000 and reaches its Break Even Point (BEP) by selling only 6 packs. However, partners noted that the physical appearance of the product was still untidy, indicating a need for improvement in visual quality and packaging to appear more professional.

Keywords: *Campus Canteen; Cireng Crumble; MSMEs; Pre-Order; Product Innovation.*

© Universitas Negeri Semarang. This is an open access article under the CC BY license

PENDAHULUAN

Salah satu sektor dalam ekonomi kreatif dengan kontribusi terbesar terhadap perekonomian Indonesia berasal dari sektor kuliner. Berdasarkan data BPS (2024), jumlah pelaku UMKM di Indonesia selalu meningkat setiap tahun, salah satunya adalah sektor kuliner yang banyak dilirik oleh masyarakat (Azhari & Apriadi, 2025). Kantin kampus merupakan salah satu titik penting di perguruan tinggi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mahasiswa dalam bidang makanan. Secara umum, kantin di sekitar Universitas Negeri Semarang (Unnes) menyediakan berbagai pilihan makanan dan minuman sehari-hari, seperti nasi dengan lauk pauk, sayuran, mie, gorengan, camilan tradisional, hingga minuman ringan dan kopi. Menu yang ditawarkan biasanya sudah sangat dikenal oleh para mahasiswa, sehingga pilihan yang tersedia cenderung serupa dari satu kantin ke kantin lainnya. Namun sayangnya, pelaku usaha kantin kampus sering mengalami kendala berupa ragam produk yang terbatas serta minimnya inovasi menu yang

dapat menarik konsumen mahasiswa. Manajemen produksi yang tidak efisien merupakan salah satu masalah paling mendasar yang dihadapi kuliner skala mikro.

Produksi yang kurang cermat akan menyebabkan bahan baku yang tidak terjual terbuang sia-sia, sekaligus mendorong meningkatnya modal usaha. Salah satu solusi untuk sistem produksi adalah sistem pre-order, di mana jumlah produk makanan dapat diproduksi sesuai dengan pesanan, sehingga membantu pelaku usaha mengelola bahan baku dengan lebih efektif dan mengurangi potensi terjadinya pemborosan (Shillingford, 2021). Berdasarkan permasalahan tersebut, mahasiswa Universitas Negeri Semarang (Unnes) merancang kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pengenalan produk baru dalam bentuk olahan cireng crumble isi keju dengan sistem pre-order untuk para pelaku usaha kantin di lingkungan kampus Unnes. Penelitian ini terdiri dari tiga kegiatan utama, yaitu sesi wawancara langsung dengan penjual kantin untuk menggali kebutuhan dan permasalahan mereka, uji produk secara langsung melalui pencicipan produk, serta melakukan penilaian menggunakan kuesioner digital berbasis Google Form.

Pendekatan ini dipilih karena dinilai partisipatif dan langsung menanggapi kebutuhan mitra. Pengabdian ini bertujuan untuk: (1) memperkenalkan produk cireng crumble isi keju yang berorientasi inovasi berdasarkan sistem pre-order kepada mitra penjual kantin kampus Unnes; (2) mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan pelaku usaha kantin melalui wawancara langsung; serta (3) mendapatkan evaluasi produk secara langsung dari mitra melalui uji sampel dan kuesioner digital sebagai referensi pengembangan bisnis. Kegiatan ini secara teoritis berlandaskan pada pentingnya pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi yang bertujuan menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa. Untuk itu, dibutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kreativitas dan kemampuan inovatif sebagai faktor utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif di bidang wirausaha (Prasmoro & Zulkarnaan, 2021). Kewirausahaan di kampus juga membantu mengasah kemampuan berpikir kritis agar seseorang dapat menjadi wirausahawan yang tangguh, sehingga mahasiswa mampu menciptakan peluang usaha yang nyata (Siregar et al., 2023); (Hartati et al., 2025). Dalam bisnis kuliner, inovasi produk serta orientasi kewirausahaan terbukti menjadi faktor yang menentukan keunggulan kompetitif UMKM dalam menjangkau dan mempertahankan konsumen (Warganegara & Ardila, 2023). Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan menjadi sarana pembelajaran praktik kewirausahaan yang memberikan manfaat langsung bagi mitra kantin kampus di Unnes.

METODE

Kegiatan ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan menggambarkan secara nyata respons mitra terhadap produk inovatif yang diperkenalkan. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik kegiatan pengabdian yang bersifat partisipatif, di mana tim mahasiswa terlibat langsung bersama mitra dalam seluruh rangkaian kegiatan. Sasaran kegiatan ini adalah dua orang pemilik kantin yang berada di area Rektorat Universitas Negeri Semarang. Mereka dipilih secara purposive sebagai perwakilan pengusaha kuliner di lingkungan kampus yang menjual menu makanan rumahan dan camilan ringan sehari-hari bagi mahasiswa.

Kedua mitra dipilih berdasarkan beberapa pertimbangan strategis. Pertama, keduanya telah berjualan lama di lingkungan kampus Unnes sehingga memahami karakteristik konsumen mahasiswa. Kedua, lokasi di kantin Rektorat memudahkan akses mahasiswa dari berbagai fakultas. Ketiga, menu yang dijual masih didominasi produk konvensional, sehingga pengenalan produk cireng crumble isi keju dapat melengkapi dan memperluas variasi menu mereka.

Kegiatan diawali dengan tahap perencanaan usaha pada 21 Februari 2026 yang mencakup perumusan konsep produk, target pasar, anggaran biaya, dan sistem pre-order. Tahap berikutnya adalah pengadaan bahan baku pada 1–4 Maret 2026 meliputi keju 160 gram, tepung tapioka 500 gram, crumble 250 gram, minyak goreng 500 ml, serta bumbu pelengkap (penyedap rasa, lada, bubuk bawang putih). Proses produksi dilaksanakan pada 7 Maret 2026 menggunakan peralatan kompor gas dan wadah plastik kemasan. Produk dikemas dalam pack berisi 4 buah dengan harga jual Rp12.000,00 per pack.

Sistem penjualan pre-order diterapkan agar produksi dilakukan sesuai pesanan masuk, meminimalkan pemborosan bahan baku, dan menekan biaya operasional (Shillingford, 2021). Pelaksanaan pengabdian kepada mitra kantin dilaksanakan pada 28 April 2026 di kantin Rektorat Unnes melalui tiga tahap: wawancara mendalam, uji sampel produk secara langsung, dan pengisian kuesioner digital berbasis Google Form.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di kantin Rektorat Universitas Negeri Semarang pada 28 April 2026 dan berjalan lancar. Wawancara langsung dengan dua mitra penjual kantin menunjukkan bahwa mereka menyambut baik dan terbuka terhadap peluang menghadirkan produk baru di kantin kampus. Pada tahap uji produk, kedua mitra diberikan sampel cireng crumble isi keju untuk dicicipi secara langsung, sebagaimana didokumentasikan pada Gambar 1 dan Gambar 2.



Gambar 1. Dokumentasi Uji Sampel Produk Bersama Mitra Pertama



Gambar 2. Dokumentasi Uji Sampel Produk Bersama Mitra Kedua

Ekspresi antusias dan kepuasan mitra saat mencicipi produk menunjukkan respons yang sangat positif. Antusiasme ini menandakan bahwa produk baru yang ditawarkan memiliki daya tarik dan berpotensi diterima oleh konsumen kantin kampus. Dalam konteks pengabdian masyarakat, pengenalan produk inovatif secara langsung kepada mitra UMKM merupakan langkah penting untuk mendorong pengembangan usaha mereka. Christanto Edy dkk. (2024) menegaskan bahwa inovasi produk menjadi faktor kunci dalam bisnis, terutama bagi UMKM yang ingin meningkatkan daya saing dan memperluas segmen pasar. Uji produk secara langsung terbukti menjadi metode yang efektif untuk memperkenalkan inovasi kuliner kepada pelaku usaha kantin sebagai mitra distribusi potensial.

Setelah uji produk, kedua mitra mengisi kuesioner digital melalui Google Form yang terdiri dari lima pertanyaan evaluasi. Pertanyaan pertama mengenai ketertarikan terhadap produk menunjukkan bahwa 100% mitra menyatakan tertarik terhadap cireng crumble isi keju yang diperkenalkan (Gambar 3). Hasil ini mengindikasikan bahwa produk memiliki daya tarik yang kuat di mata pelaku usaha kantin kampus dan berpotensi untuk dipasarkan lebih luas (Christanto Edy dkk., 2024).



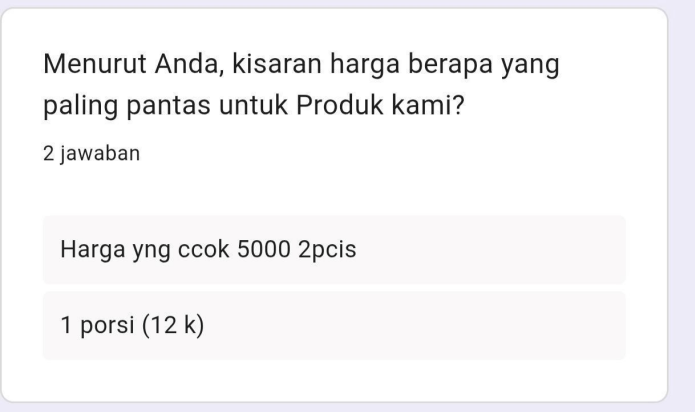
Gambar 3. Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Ketertarikan Mitra terhadap Produk

Pertanyaan kedua mengenai pengenalan awal terhadap produk menunjukkan hasil yang seimbang, yaitu 50% mitra menyatakan sudah pernah mengenal produk serupa dan 50% belum pernah mengenal produk tersebut sebelumnya (Gambar 4). Temuan ini menunjukkan bahwa cireng crumble isi keju masih tergolong produk baru yang potensial di kalangan kantin kampus.



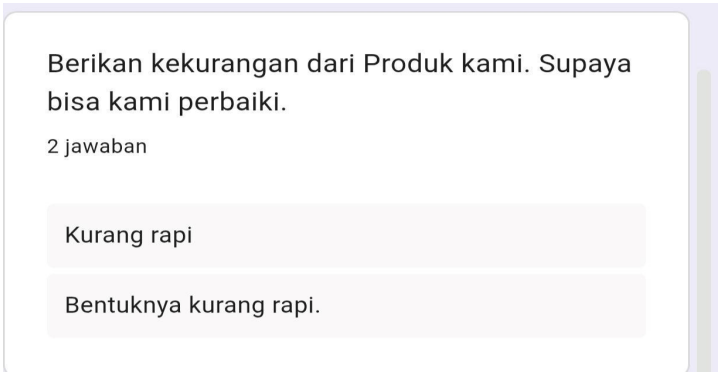
Gambar 4. Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Pengenalan Awal terhadap Produk

Pertanyaan ketiga mengenai kejelasan penyampaian informasi produk menunjukkan bahwa 100% mitra menyatakan penjelasan disampaikan dengan sangat jelas. Hal ini menunjukkan bahwa tim mahasiswa berhasil mengomunikasikan konsep produk dan sistem pre-order secara efektif kepada mitra. Pertanyaan keempat berupa isian terbuka mengenai kisaran harga yang dianggap wajar menghasilkan dua jawaban, yaitu Rp5.000 untuk 2 buah dan Rp12.000 per porsi berisi empat buah (Gambar 5). Kedua jawaban ini setara dengan kisaran harga Rp2.500 hingga Rp3.000 per buah, yang membuktikan bahwa harga jual Rp12.000 per pack telah sesuai dengan ekspektasi mitra dan daya beli mahasiswa.



Gambar 5. Tanggapan Mitra Mengenai Kisaran Harga Produk

Pertanyaan kelima mengenai kekurangan produk menghasilkan masukan yang konsisten dari kedua mitra, yaitu tampilan fisik produk yang masih kurang rapi (Gambar 6). Masukan ini menjadi catatan penting untuk perbaikan teknik pencetakan dan pengemasan agar produk tampil lebih profesional. Hal ini sejalan dengan penegasan Prananda dan Rahimah (2024) bahwa kemasan dan tampilan visual yang menarik sangat mempengaruhi persepsi kualitas dan keputusan pembelian konsumen.



Gambar 6. Masukan Mitra Mengenai Evaluasi Kerapian Produk

Dari sisi finansial, usaha cireng crumble isi keju ini dijalankan dengan modal awal sebesar Rp100.000,00. Dengan harga jual Rp12.000,00 per pack dan sistem pre-order yang menekan pemborosan bahan baku, usaha ini mampu mencatatkan laba kotor sebesar Rp32.000,00 dan mencapai titik impas (Break Even Point) pada penjualan 6 pack. Perhitungan ini menunjukkan bahwa hanya dengan menjual 6 pack, seluruh modal awal sudah dapat kembali, membuktikan efisiensi sistem produksi pre-order dalam usaha kuliner skala mikro (Shillingford, 2021).

KESIMPULAN

Pengenalan produk inovasi cireng crumble isi keju dengan sistem pre-order mendapat sambutan yang sangat positif dan antusias dari pelaku usaha kantin di Rektorat Universitas Negeri Semarang. Sistem pre-order terbukti efektif dalam meminimalkan pemborosan bahan baku dan menekan biaya operasional usaha kuliner skala mikro mahasiswa. Analisis keuangan menunjukkan bahwa usaha ini sangat layak dengan pencapaian titik impas (Break Even Point) hanya dengan penjualan 6 pack produk. Untuk pengembangan ke depan, evaluasi mitra mengenai kerapian fisik dan kemasan produk perlu ditindaklanjuti agar produk memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar yang lebih luas.

PERNYATAAN PENGGUNAAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI) GENERATIF

Penulis menyatakan bahwa tidak ada kecerdasan artifisial (AI) generatif atau teknologi berbantuan AI yang digunakan dalam proses penulisan manuskrip ini.

PERNYATAAN BENTURAN KEPENTINGAN

Penulis menyatakan bahwa tidak ada benturan kepentingan finansial maupun hubungan personal yang diketahui dapat memengaruhi karya yang dilaporkan dalam artikel ini.

PERNYATAAN INFORMASI PENDANAAN

Penelitian ini tidak menerima hibah khusus dari lembaga pendanaan di sektor publik, komersial, maupun nirlaba.

PERNYATAAN KONTRIBUSI PENULIS

Nurus Sofiana, Nicko Martien Firmansyah, Asri Estevani: Konseptualisasi, Metodologi, Penulisan Draf Asli, Kurasi data, Validasi. Langlang Handayani: Supervisi, Penulisan - Tinjauan & Penyuntingan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Langlang Handayani, M.App.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan selama kegiatan pengabdian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada para pelaku usaha kantin di Rektorat Universitas Negeri Semarang yang telah meluangkan waktu dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan uji produk ini. Kegiatan ini merupakan bagian dari implementasi mata kuliah Kewirausahaan, Program Studi Pendidikan Fisika, FMIPA UNNES, Tahun Akademik 2024/2025.

DAFTAR PUSTAKA

Azhari, R., & Apriadi, D. (2025). Peran kewirausahaan dalam memicu pertumbuhan UMKM melalui e-commerce pada usaha coffee shop. *Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, 5(1), 215–221.

Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Indonesia 2024*. Jakarta: BPS. https://www.bps.go.id

Christanto Edy, I., Faskahariyanto, K., & Adinugroho, S. (2024). Pembinaan UMKM kuliner berbasis keluarga yang kuat melalui inovasi produk. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 8–13.

Hartati, Y. S., Mufidah, R., & Putri, E. P. (2025). Sosialisasi kewirausahaan bagi mahasiswa selaku pelaku UMKM di Kelurahan Entrop Distrik Jayapura Selatan. *Cendisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1–5. https://doi.org/10.55049/cnd.v2i1.17

Prananda, Y., & Rahimah. (2024). Inovasi produk dan pemasaran kreatif dalam pemberdayaan UMKM di Desa Besar II Terjun untuk peningkatan ekonomi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(3), 251–257.

Prasmoro, A. V., & Zulkarnaan, I. (2021). Peningkatan sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif dalam berwirausaha. *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Teknologi – SNITek 2021*, 87–93.

Shillingford, J. (2021). *The pre-order economy: How demand-driven production reduces waste and increases efficiency*. London: Routledge.

Siregar, P. P., Julmasita, R., Ananda, S., & Nurbaiti. (2023). Pentingnya pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi. *Asatiza: Jurnal Pendidikan*, 4(1), 43–50. https://doi.org/10.46963/asatiza.v4i1.805

Warganegara, T. L. P., & Ardila, K. (2023). Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 7(3), 647–653. https://doi.org/10.35870/emt.v7i3.1175