

Inovasi Pengembangan Produk dan Desain Packaging Pada Usaha Kue Nutriwell

I Gusti Ayu Nita Janisya^{1*}, I Made Artana², I Made Dwi Hita Darmawan³

Universitas Primakara, Denpasar, Indonesia

e-mail korespondensi: nitajanisya20@gmail.com^{1}, artana@primakara.ac.id², dwihita@primakara.ac.id³

Abstract

Indonesia is famous for its abundant natural resources and extensive agricultural land, with the majority of the population working in the agricultural sector. This sector plays an important role in improving welfare and food security. Badung Regency, especially Petang District in the North Badung area, has the potential to produce vegetables and tubers that can be developed into innovative products. One of the innovations from these agricultural products is a snack business, namely Nutriwell, which produces vegetable soes made from gluten free flour (mocaf flour) and combined with vegetables. Nutriwell's business has developed, supported by a grant from the Ministry of Education, Culture, Research and Technology (Kemdikbud) of the Republic of Indonesia through the Student Entrepreneurship Development Program (P2MW). The grant of Rp. 13,050,000 helped overcome obstacles such as the lack of product development innovation and attractive product packaging. To overcome these problems, researchers used the Objective Key Results (OKR) method to evaluate the effectiveness of product development and packaging. This final project aims to offer product development solutions and packaging for Nutriwell products. The results of the program implementation show that Nutriwell has achieved the goals set, a significant improvement in product quality and packaging, with positive responses from consumers in organoleptic tests. This program recommends continuing product innovation and optimizing digital marketing to support Nutriwell's growth as a business that benefits the community.

Keywords: Nutriwell; Objective Key Results; Gluten Free Flour; Product Packaging

Abstrak

Indonesia terkenal dengan sumber daya alam yang melimpah dan lahan pertanian yang luas, memiliki mayoritas penduduk yang bekerja di sektor pertanian. Sektor ini berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan dan ketahanan pangan. Kabupaten Badung, khususnya Kecamatan Petang di wilayah Badung Utara, memiliki potensi penghasil sayur-mayur dan umbi-umbian yang dapat dikembangkan menjadi produk inovatif. Salah satu inovasi dari hasil pertanian tersebut adalah usaha cemilan yaitu Nutriwell yang memproduksi kue soes sayur terbuat dari tepung gluten free (tepung mocaf) dan dikombinasikan dengan sayuran. Usaha Nutriwell telah berkembang, didukung oleh hibah dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Kemdikbud) Republik Indonesia melalui Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW). Hibah sebesar Rp. 13.050.000 ini membantu mengatasi kendala seperti kurangnya inovasi pengembangan produk dan kemasan produk yang menarik. Untuk mengatasi masalah tersebut, peneliti menggunakan metode Objective Key Results (OKR) guna mengevaluasi efektivitas pengembangan produk dan packaging. Tugas akhir ini bertujuan untuk menawarkan solusi pengembangan produk dan packaging produk Nutriwell. Hasil pelaksanaan program menunjukkan, bahwa Nutriwell sudah mencapai tujuan yang ditetapkan, peningkatan kualitas produk dan *packaging* yang signifikan, dengan respon positif dari konsumen dalam uji organoleptik. Program ini merekomendasikan keberlanjutan inovasi produk dan optimalisasi pemasaran digital untuk mendukung pertumbuhan Nutriwell sebagai usaha yang bermanfaat bagi masyarakat.

Kata Kunci: Nutriwell; Objective Key Results; Tepung Gluten Free; Packaging Produk

Accepted: 2025-01-12

Published: 2025-04-15

PENDAHULUAN

Indonesia terkenal sebagai penghasil sumber daya alam yang melimpah dengan lahan pertanian yang luas. Hal ini memicu sebagian besar penduduknya mayoritas bekerja di sektor pertanian (Setiani et al., 2021). Sektor pertanian mempunyai peran yang sangat penting untuk meningkatkan kesejahteraan dan ketahanan pangan. Salah satu penghasil pangan dan memiliki

potensi yang cukup besar di sektor pertanian di Indonesia adalah pulau Dewata Bali khususnya Kabupaten Badung (Yuendini et al., 2019). Kabupaten Badung dibagi menjadi 3 wilayah yang memiliki sektor unggulan yaitu wilayah Badung Utara, wilayah Badung Tengah dan wilayah Badung Selatan (Diskominfo, 2023). Sektor tersebut sudah disesuaikan dengan kondisi dan potensinya masing-masing, wilayah yang memiliki potensi perkebunan dan penghasil tanaman pangan yaitu wilayah Badung Utara tepatnya di Kecamatan Petang. Hasil dari tanaman pangan tersebut berupa sayur-mayur dan umbi-umbian. Sayuran dan umbi merupakan sumber nutrisi yang kaya akan protein, vitamin, karbohidrat, mineral, serat dan antioksidan.

Salah satu inovasi yang dapat dimanfaatkan dari hasil pertanian tersebut serta saat ini masih menjanjikan adalah usaha cemilan (Prabandari et al., 2024; Purnama et al., 2023). Permintaan masyarakat terhadap cemilan terus meningkat dan mengalami lonjakan yang sangat signifikan, tercermin dari peningkatan jumlah UMKM di sektor kuliner. Menurut informasi pada dataindonesia.id peningkatan jumlah UMKM di sektor kuliner sebanyak 4,34 juta di tahun 2022 (Mustajab, 2023). Namun kebanyakan pelaku usaha cemilan belum sepenuhnya memperhatikan aspek kesehatan dalam produknya. Sedangkan saat ini banyak masyarakat yang menginginkan makanan yang sehat dan praktis serta mengandung sumber nutrisi yang kaya akan protein, vitamin, karbohidrat, mineral, serat dan antioksidan. Dari permasalahan dan besarnya hasil panen pertanian serta peluang bisnis tersebut, tentu mendorong penulis menciptakan usaha dan inovasi produk yang bernama Nutriwell, dimana produk yang ditawarkan adalah kue *soes* kering dengan kombinasi sayuran.

Nutriwell tentunya memiliki perbedaan dan keunggulan dari produk cemilan lainnya. Perbedaannya berada pada bahan baku pembuatan, Nutriwell merupakan kue yang dibuat dari bahan utama tepung *gluten free* (tepung mocaf) pengganti tepung terigu serta mengkombinasikan dengan sayur-mayur. Selain itu, Nutriwell juga memiliki keunggulan dalam cita rasa yang khas, tekstur yang lebih krispi, ukuran kue yang lebih kecil daripada produk kue *soes* yang ada dipasaran.

Karakteristik pasar yang akan disasar oleh pemilik usaha dari produknya adalah ada 3 jenis yaitu: (1) Model *Business to Customer* (B2C) yang akan menyasar orang-orang yang peduli akan kesehatan. *Channel* distribusi yang akan dilakukan adalah melalui sistem penjualan secara langsung di tempat produksi. (2) Model *Business to Business* (B2B) yang akan menyasar warung serta toko oleh-oleh. *Channel* distribusi yang akan dilakukan melalui sistem konsinyasi dengan warung lokal, supermarket dan toko oleh-oleh yang ada di wilayah Bali. (3) Model bisnis yang ketiga yaitu *Business to Government* (B2G), dimana diharapkan nantinya bisa berfokus bekerjasama dengan lembaga pemerintahan. Dalam hal ini, produk Nutriwell dapat ditawarkan untuk keperluan acara atau program pemerintah seperti promosi produk lokal atau pengembangan, mengikuti kegiatan hibah dari pemerintah, mengikuti pelatihan, berpartisipasi dalam acara EXPO dan pasar murah serta pengenalan industri makanan setempat. Dengan menjalin kerjasama ini, diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* melalui keterlibatan pemerintah yang mendukung pertumbuhan ekonomi lokal (Kenedi et al., 2023; Lastari1 et al., n.d.). Diharapkan dari berdirinya usaha ini selain peningkatan ekonomi, juga mampu membuka lapangan pekerjaan baru. Selain itu dengan berhasilnya usaha yang penulis buat diharapkan mampu memotivasi generasi muda untuk berani berwirausaha.

Sebelumnya usaha Nutriwell sudah berproses, dimana berpartisipasi aktif dalam mengikuti program hibah dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Kemdikbud) Republik Indonesia yang melaksanakan kegiatan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) yang dimana penulis berhasil mendapatkan pendanaan hibah untuk Nutriwell sebesar Rp. 13.050.000. Pendanaan ini akan penulis fokuskan pada inovasi pengembangan produk dan desain *packaging* pada usaha Nutriwell. Dimana inovasi pengembangan produk serta *packaging* yang menarik dapat meningkatkan citra produk dipasaran (Meliyani, 2024; Muldani et al., 2023; Putra et

al., 2024). Namun, adapun beberapa permasalahan yang dihadapi usaha Nutriwell ini antara lain: (1) Produk yang belum sempurna dari segi bentuk, rasa dan tekstur. (2) Belum memiliki *packaging* produk yang menarik. Melihat dan menimbang dari permasalahan tersebut maka dilakukanlah inovasi pengembangan produk dan *desain packaging* produk pada usaha Nutriwell, diharapkan nantinya dapat membantu menyelesaikan permasalahan yang ada pada usaha Nutriwell.

METODE

Metode pelaksanaan program yang digunakan dalam proses pertumbuhan usaha Nutriwell adalah *Objective Key Results* (OKR). Metode *Objective Key Results* (OKR) merupakan sebuah metode untuk menetapkan tujuan kerja dan penerapan disiplin berkelanjutan yang bertujuan untuk mendorong kolaborasi tim dan menghasilkan kontribusi terukur guna mempercepat kemajuan usaha (Jakobsen, 2020; Meikal et al., 2024). Dalam penyusunan OKR, Nutriwell akan melakukan diskusi dengan seluruh team yang ada untuk menentukan *objective* dan *key results*. *Objective* adalah tujuan yang ingin dicapai sedangkan *key results* adalah alat ukur untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Usaha Nutriwell akan membuat 1 *objective* berdasarkan tujuan usaha yang akan dijalankan dalam 2 bulan kedepan dan 3 *key results* untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Berikut OKR dari usaha Nutriwell, antara lain:

Tabel 1. OKR Usaha Nutriwell dalam 2 Bulan

Objective		Mengembangkan produk dan <i>packaging</i> untuk menarik minat konsumen serta meningkatkan daya saing produk di pasaran
1.	Key Results	Melakukan uji organoleptik produk terhadap minimal 15 orang dengan tingkat kepuasan minimal 85% terhadap rasa, bentuk dan tekstur produk
	Inisiatif	- Mencari minimal 1 orang perhari untuk diminta melakukan <i>testing</i> produk - Menanyakan langsung terkait penilaian kepuasan setiap melakukan <i>testing</i> produk
2.	Key Results	Menciptakan <i>packaging</i> yang menarik dan ramah lingkungan
	Inisiatif	- Merancang dan membuat <i>desain packaging</i> yang menonjolkan identitas merek (warna, logo, nomor izin edar (PIRT) dan gaya visual) - Melakukan riset pasar untuk mencari material kemasan yang ramah lingkungan dengan bahan yang dapat di daur ulang
3.	Key Results	Melakukan penerbitan izin PIRT
	Inisiatif	- Registrasi akun OSS - Jika NIB sudah terbit maka langsung ke menu permohonan PIRT, jika belum maka harus membuat NIB - Melengkapi persyaratan pengajuan PIRT - Dilakukan Verifikasi dan persetujuan dari dinas kesehatan - Penerbitan PIRT

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Hasil Pelaksanaan Program

Dalam proses pengembangan produk, penulis melaksanakan proses produksi dan inovasi produk yang menjadi fokus utama. Nutriwell menyadari pentingnya berinovasi dan memperbaiki produk agar dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen. Dalam upaya ini, Nutriwell terus mengembangkan produk agar lebih sempurna dan sesuai dengan keinginan konsumen. Nutriwell juga melakukan riset pasar secara berkala untuk memahami kebutuhan konsumen dan mengidentifikasi peluang baru dalam pengembangan produk. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, Nutriwell menawarkan inovasi produk berupa kombinasi kue, sayur dan coklat menjadi sebuah cemilan yaitu kue *soes* sayur. Proses ini dilakukan dengan menggunakan bahan baku yang telah tersedia. Berikut adalah tahapan dalam proses pengembangan produk:

1. Perencanaan Inovasi Produk

Perencanaan inovasi produk dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi konsumen yang ingin memenuhi gaya hidup sehat. Rencana ini mencakup pemilihan bahan utama berupa tepung *gluten free* yang aman untuk konsumen dengan intoleransi gluten, serta penambahan sayuran untuk meningkatkan kandungan gizi produk.

2. Pembuatan Produk

Dalam proses ini dimulai dengan mempersiapkan bahan untuk pembuatan kue seperti tepung *gluten free*, sayuran dan bahan tambahan lainnya. Hal pertama yang dilakukan yaitu menimbang bahan untuk proses satu kali produksi, kemudian mencampur dan memasak semua bahan agar menjadi adonan yang siap untuk di bentuk. Selanjutnya dilakukan pembentukan kue dan proses pengovenan selama 55 menit agar tekstur kue krispi serta tahan lama. Kemudian kue diisi dengan coklat dan siap untuk dipasarkan. Berikut adalah beberapa dokumentasi pembuatan produk:



Gambar 1. Proses Pengembangan Produk

3. Hasil Produk

Setelah melalui rangkaian proses yang telah dilakukan, terciptalah sebuah kue sayur yang siap untuk dikonsumsi dan dipasarkan. Berikut adalah hasil dari pengembangan dan inovasi produk:



Gambar 2. Hasil Pengembangan dan Inovasi Produk

4. Pengujian Organoleptik Produk

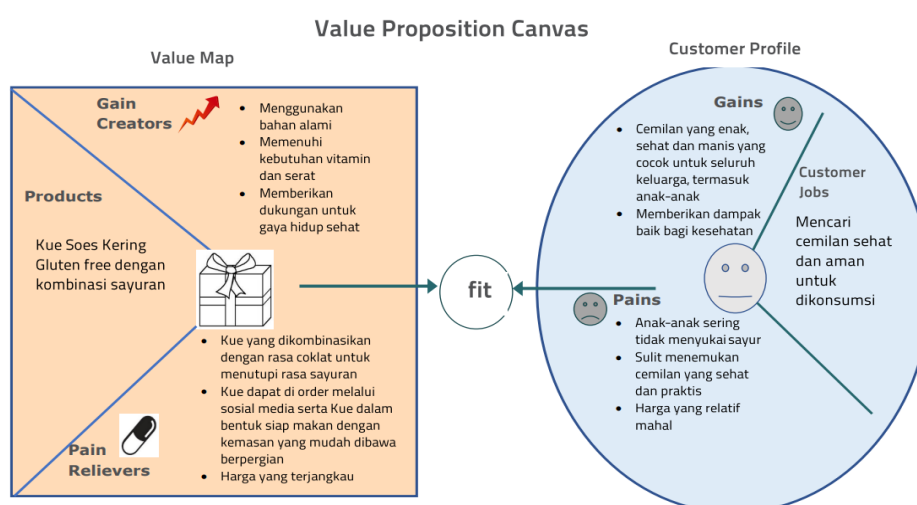
Dalam proses ini, penulis mencari sejumlah orang untuk melakukan uji organoleptik produk terhadap rasa, tekstur dan bentuknya. Selanjutnya sejumlah orang tersebut akan mencoba produk dan nantinya akan di wawancara oleh penulis terkait pengembangan produk kedepannya.

5. Pembuatan Legalitas

Pembuatan legalitas ini merupakan salah satu bagian dari tahap pengembangan produk, dimana legalitas untuk memenuhi standar yang berlaku terutama karena usaha Nutriwell ini baru dan produk makanan. Pengajuan legalitas ini mencakup pendaftaran NIB, pendaftaran izin PIRT dan pendaftaran HKI.

Dengan menggabungkan keahlian dan keinginan konsumen, Nutriwell dapat menciptakan produk yang unik serta memenuhi harapan konsumen. Proses pengembangan produk dimulai dengan melakukan produksi kue dan nantinya akan dilakukan pengujian organoleptik produk terhadap target market yang sudah ditetapkan.

Dari hasil pengujian organoleptik produk, Nutriwell akan menuangkan hasil tersebut ke dalam *value proposition canvas* (Darmawan, 2023; Putra et al., 2024). Berikut adalah Gambaran *value proposition canvas* dalam proses pengembangan dan inovasi produk:



Gambar 3. Value Proposition Canvas

Berdasarkan Value Proposition Canvas di atas, kue *soes* kering *gluten free* dengan kombinasi sayuran dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh konsumen. Kue ini

menjadi solusi sebagai cemilan sehat untuk keluarga karena menggunakan bahan alami serta mengandung vitamin dan serta. Dalam pengembangan produk ini, penulis berinovasi dengan menggunakan bahan utama berupa tepung *gluten free* dan mengkombinasikan dengan sayuran. Penulis memilih tepung gluten free karena untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang menginginkan produk bebas *gluten* serta bagus untuk kesehatan maupun gaya hidup sehat. Sementara itu, kombinasi dengan sayuran bertujuan untuk meningkatkan kandungan gizi pada produk, seperti serat, vitamin, dan mineral, sekaligus menjadikannya pilihan cemilan sehat yang tetap enak dan menggugah selera, terutama bagi anak-anak yang sering kali enggan mengonsumsi sayuran dalam bentuk biasa. Dengan pengembangan ini, kue *soes* kering *gluten free* dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan cemilan sehat yang enak, praktis, dan bergizi.

2. Hasil Pengembangan Packaging Produk

Pada pengembangan packaging produk Nutriwell, merupakan langkah awal guna memperkuat daya tarik dan persaingan di pasar. Desain *packaging* produk Nutriwell memperhatikan aspek visual yang menarik dan sesuai dengan identitas merek Nutriwell. Kreativitas dan estetika yang diterapkan pada desain *packaging* dapat menciptakan kesan positif, memudahkan identitas produk dan meningkatkan daya ingat merek. Selain itu, desain *packaging* Nutriwell memperhitungkan faktor fungsionalitas seperti kepraktisan, keamanan dan ketahanan.

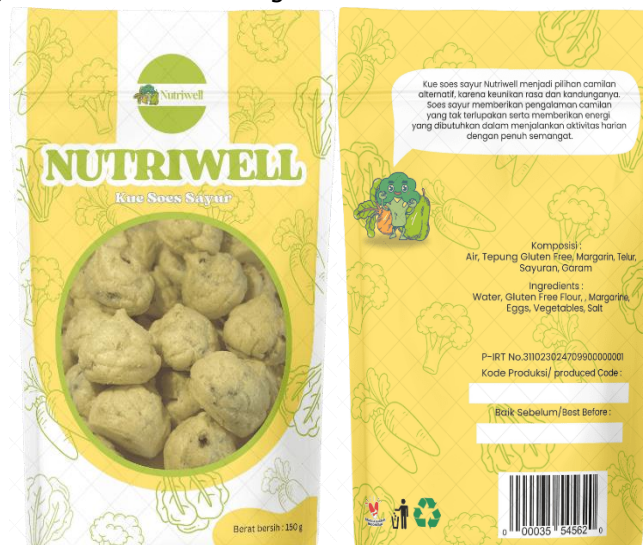
Pengembangan *packaging* produk dapat membantu konsumen membuat keputusan pembelian yang lebih terinformasi, sekaligus membangun kepercayaan terhadap merek. Oleh karena itu, dalam pengembangan *packaging* produk penulis juga memperhatikan kebutuhan dan preferensi konsumen serta menjaga konsistensi dengan nilai merek Nutriwell.



Gambar 4. Packaging Awal Produk dan Perubahan Packaging ke Dua

Sejak awal berdirinya, Nutriwell telah melakukan berbagai perubahan pada kemasan produk seperti yang terlihat pada gambar diatas. *Packaging* awal masih menggunakan plastik biasa, karena pada saat itu masih mencoba menjual di sekitar rumah. Kemudian, seiring berjalannya waktu ada beberapa masukan dari konsumen untuk menggunakan kemasan *standing pouch* agar lebih praktis dan dapat dibawa berpergian. Seiring dengan adanya pendanaan yang mendukung pengembangan *packaging*, Nutriwell terus melakukan pengembangan hingga saat ini menggunakan kemasan dengan desain yang sederhana dan terkesan mewah. Perubahan ini mencakup peningkatan kualitas material, desain yang lebih menarik, dan fungsi kemasan yang lebih praktis. Dengan kemasan yang lebih modern dan sesuai dengan preferensi pasar, Nutriwell berhasil meningkatkan daya tarik produknya sekaligus memperkuat citra merek di pasar makanan sehat.

a. Desain Packaging Produk dalam Standing Pouch



Gambar 5. Packaging Produk dalam Standing Pouch

Packaging Nutriwell dalam *standing pouch* yang terkesan lebih modern dan terkesan mewah. *Packaging* ini dibuat menggunakan aluminium foil yang dilaminasi doff, berisi juga informasi penting seperti berat bersih yaitu 150 gr dan komposisi pembuatan dengan jelas serta

desain struktur yang mudah untuk dibuka dan ditutup kembali. Bahan plastik yang digunakan sudah tahan bocor dan ekonomis serta sudah memastikan produk tetap terjaga kualitasnya selama penyimpanan. Dengan desain *packaging* yang modern, produk Nutriwell tidak hanya akan menarik perhatian konsumen tetapi juga memberikan nilai tambah yang akan meningkatkan daya saing produk di pasar modern.

3. Hasil Implementasi Objective Key Result (OKR)

Implementasi OKR pada usaha Nutriwell dijalankan selama 2 bulan dan terus melakukan *monitoring* setiap minggunya untuk mengetahui sejauh mana *progress* yang telah dijalankan dalam mencapai *key result* dan *objective*. Proses *monitoring* ini bertujuan untuk mengevaluasi *progress* secara terukur dan mengidentifikasi hambatan yang mungkin terjadi. Pada tahap *monitoring* akan dilakukan penilaian terhadap progress yang telah dilakukan karena *Key Results* "Melakukan uji organoleptik produk terhadap minimal 15 orang dengan tingkat kepuasan minimal 85% terhadap rasa, bentuk dan tekstur produk" menjadi prioritas penulis, maka penilaian *monitoring* mingguan akan di hitung berdasarkan *user* yang didapatkan dan tingkat kepuasan dalam melakukan pengujian organoleptik produk. Berikut merupakan perhitungan nilai *monitoring* :

$$\text{Nilai Monitoring} = \frac{15}{7} = 2$$

$$\text{Nilai Monitoring} = \frac{\text{Hasil User Perminggu}}{2}$$

Keterangan:
 15 = User dalam 2 Bulan untuk Uji Organoleptik
 7 = Jumlah minggu dalam 2 bulan
 2 = Minimal jumlah user dalam 1 minggu

Gambar 6. Rumus Perhitungan Monitoring

$$\text{Nilai Tingkat Kepuasan} = \frac{\text{Tingkat Kepuasan User}}{85\%}$$

Keterangan:
 85% = Nilai minimal tingkat kepuasan user

Gambar 7. Rumus Perhitungan Tingkat Kepuasan

$$\text{RUMUS PERHITUNGAN \%} = \frac{\text{Skor Perolehan}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100$$

Keterangan:
 Skor Minimal = 0
 Skor Maksimal = 10

Gambar 8. Rumus Perhitungan Persentase

Saat implementasi OKR dilakukan penilaian terhadap *Key Results* "Melakukan uji organoleptik produk terhadap minimal 15 orang dengan tingkat kepuasan minimal 85% terhadap rasa, bentuk dan tekstur produk" yang menjadi prioritas penulis, maka

penilaian *monitoring* mingguan akan di hitung berdasarkan *user* yang didapatkan dan tingkat kepuasan dalam melakukan pengujian organoleptik produk. Berikut adalah hasil dari Tingkat kepuasan konsumen:

Tabel 2. Tingkat Kepuasan Konsumen

Responden	Tingkat Kepuasan	Persentase (%) Kepuasan
1	8,2	82%
2	8,2	82%
3	8,2	82%
4	8,5	85%
5	8,5	85%
6	8,5	85%
7	8,5	85%
8	8,7	87%
9	8,7	87%
10	8,7	87%
11	8,7	87%
12	8,7	87%
13	8,7	87%
14	8,9	89%
15	8,9	89%

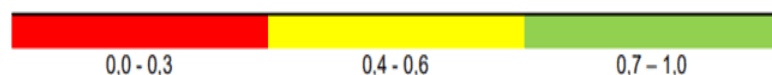
Dengan pendekatan ini, usaha Nutriwell diharapkan mampu meningkatkan efektivitas pelaksanaan OKR sekaligus mencapai hasil yang optimal dalam pengembangan usahanya. Berikut ini merupakan hasil implementasi OKR pada usaha Nutriwell:

Tabel 3. Hasil Implementasi OKR

No.	Monitoring	Initiative	Progress	Nilai Kepuasan	Nilai
1	11 November 2024	- Mencari sejumlah orang untuk melakukan pengujian organoleptik terhadap produk yang dikembangkan - Mencari informasi terkait cara pengajuan nomor edar PIRT	- Mendapatkan 3 orang yang bersedia untuk melakukan uji organoleptik produk - Tingkat kepuasan terhadap rasa, bentuk dan tekstur 82% - Melakukan pembuatan <i>desain</i> kemasan - Melakukan pengajuan nomor edar PIRT pada website OSS	0,9	1,5
2	18 November 2024	- Mencari sejumlah orang untuk melakukan pengujian organoleptik terhadap produk yang dikembangkan	- Mendapatkan 2 orang yang bersedia untuk melakukan uji organoleptik - Tingkat kepuasan terhadap rasa, bentuk dan tekstur 85%	1,0	1,0
3	25 November 2024	- Mencari sejumlah orang untuk melakukan pengujian organoleptik terhadap produk yang dikembangkan - Mencari tempat untuk	- Mendapatkan 2 orang yang bersedia untuk melakukan uji organoleptik - Tingkat kepuasan terhadap rasa, bentuk dan tekstur 85% - Menghubungi 3 tempat	1,0	1,0

		mencetak kemasan serta yang menyediakan material kemasan ramah lingkungan dengan bahan yang dapat di daur ulang	percetakan kemasan		
4	2 Desember 2024	Mencari sejumlah orang untuk melakukan pengujian organoleptik terhadap produk yang dikembangkan Mencari tempat untuk mencetak kemasan serta yang menyediakan material kemasan ramah lingkungan dengan bahan yang dapat di daur ulang	Mendapatkan 2 orang yang bersedia untuk melakukan uji organoleptik Tingkat kepuasan terhadap rasa, bentuk dan tekstur 87% Mendapatkan 1 tempat percetakan kemasan serta sudah standar <i>food grade</i>	1,0	1,0
5	9 Desember 2024	Mencari sejumlah orang untuk melakukan pengujian organoleptik terhadap produk yang dikembangkan	Mendapatkan 2 orang yang bersedia untuk melakukan uji organoleptic Tingkat kepuasan terhadap rasa, bentuk dan tekstur 87%	1,0	1,0
6	16 Desember 2024	Mencari sejumlah orang untuk melakukan pengujian organoleptik terhadap produk yang dikembangkan	Mendapatkan 2 orang yang bersedia untuk melakukan uji organoleptic Tingkat kepuasan terhadap rasa, bentuk dan tekstur 87%	1,0	1,0
7	23 Desember 2024	Mencari sejumlah orang untuk melakukan pengujian organoleptik terhadap produk yang dikembangkan	Mendapatkan 2 orang yang bersedia untuk melakukan uji organoleptic Tingkat kepuasan terhadap rasa, bentuk dan tekstur 89%	1,0	1,0

Selama 2 bulan mengimplementasikan OKR pada usaha Nutriwell, maka akan ditentukan penilaian dari *key results* yang telah dijalankan. Penilaian dilakukan pada setiap monitoring mingguan, sesuai dengan progres yang telah dilaksanakan. Hasil akhir, nilai *monitoring* mingguan akan dijumlahkan lalu di bagi 7 (*monitoring* selama 2 bulan). Berikut ini merupakan indikator nilai untuk mengetahui keberhasilan OKR yang diimplementasikan. Indikator penilaian progres OKR:



Dari *objective* yang telah ditentukan dan *key results* yang sudah dijalankan selama 2 bulan. Maka dapat di hitung tingkat ketercapaiannya dengan cara menjumlahkan nilai yang didapatkan lalu dilakukan pembagian sesuai dengan jumlah *monitoring* yang telah dilakukan. Berikut ini perhitungan nilai keberhasilan *objective* OKR Nutriwell:

Nilai OKR Nutriwell					
Objective	Monitoring	N	TK		
Mengembangkan produk dan packaging untuk menarik minat konsumen serta meningkatkan daya saing produk di pasaran	11 November 2024	1,5	0,9	1,0	1,0
	18 November 2024	1,0	1,0		
	25 November 2024	1,0	1,0		
	2 Desember 2024	1,0	1,0		
	9 Desember 2024	1,0	1,0		
	16 Desember 2024	1,0	1,0		
	23 Desember 2024	1,0	1,0		

Pada Tabel di atas dapat dilihat nilai ketercapaian *objective* dari OKR yang telah dijalankan selama 2 bulan. Dimana pada implementasi OKR ini memperoleh nilai 1,0 yang berarti goals telah tercapai dengan maksima. Hal ini disebabkan karena initiative yang dijalankan setiap minggunya sudah berjalan dengan baik, sehingga *key results* dapat terpenuhi hingga melebihi jumlah target. Implementasi OKR selama 2 bulan pada usaha Nutriwell memperoleh nilai akhir 1,0 yang berarti telah ada kemajuan di dalam manajemen kinerja untuk mencapai *goals*-nya. OKR yang diimplementasikan pada usaha Nutriwell sudah terukur dan berjalan dengan baik, sehingga *objective* dapat tercapai dengan maksimal.

4. Evaluasi Hasil Pelaksanaan Program

Evaluasi hasil pelaksanaan program ini menunjukkan ketercapaian tujuan yang signifikan. Berikut adalah hasil evaluasi dari sisi ketercapaian tujuan secara jelas:

1. Inovasi dan pengembangan produk

Tujuan inovasi dan pengembangan produk Nutriwell berhasil dicapai. Telah berhasil menciptakan produk yang dapat memenuhi preferensi konsumen. Dengan memperkenalkan rasa baru yang mengkombinasikan sayuran serta sesuai dengan selera konsumen. Inovasi ini dapat memperkuat posisi Nutriwell sebagai merek yang mengedepankan produk inovatif, sehat dan bergizi serta sesuai dengan kebutuhan pasar yang semakin peduli akan kesehatan.

2. Pengembangan *packaging* produk

Tujuan pengembangan *packaging* produk berhasil dicapai. Pengembangan *packaging* produk melibatkan sejumlah aspek penting yang mendukung keberhasilan produk di pasar. Pertama, *packaging* berfungsi sebagai wadah fisik yang melindungi produk dari kerusakan dan kontaminasi selama distribusi dan penyimpanan. Selain itu, *desain packaging* juga memiliki tujuan untuk menarik perhatian konsumen, menciptakan identitas visual yang menarik dan mencerminkan nilai merek serta dapat menyampaikan informasi produk. Selanjutnya, aspek fungsional seperti kenyamanan penggunaan dan kepraktisan dalam penggunaan produk juga dapat menjadi tujuan dalam pengembangan *packaging*. Secara keseluruhan, tujuan pengembangan *packaging* adalah menciptakan *packaging* yang tidak hanya melindungi produk secara efektif, tetapi juga dapat menarik konsumen, menyampaikan pesan merek dan meningkatkan pengalaman pengguna.

Meskipun program ini berhasil mencapai tujuan, terdapat beberapa hambatan dan tantangan yang dihadapi selama pelaksanaan program:

1. Keterbatasan Waktu

Keterbatasan waktu menjadi salah satu tantangan utama dalam proses produksi Nutriwell. Ketika permintaan produk meningkat, keterbatasan ini mengurangi kemampuan perusahaan

untuk mencapai target produksi sesuai jadwal. Hal ini berdampak langsung pada potensi penurunan pendapatan dan menurunkan tingkat kepuasan pelanggan yang mengharapkan ketersediaan produk secara konsisten. Ketidakmampuan untuk mengelola waktu secara optimal menjadi hambatan besar dalam menjaga pertumbuhan dan keberlanjutan usaha.

2. Kurangnya Sumber Daya Manusia

Kurangnya sumber daya manusia juga menjadi masalah signifikan yang mempengaruhi kelancaran produksi Nutriwell. Jumlah tenaga kerja yang terbatas memperlambat proses produksi dan menghambat pelaksanaan inovasi. Beban kerja yang berat pada tenaga kerja yang ada semakin memperburuk situasi, karena mereka sering kali harus menangani berbagai tugas secara bersamaan. Kondisi ini tidak hanya menurunkan efisiensi operasional, tetapi juga mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan langkah strategis guna memperkuat tim kerja dan meningkatkan kapasitas produksi.

3. Menurunnya Kualitas Sayuran karena Cuaca Hujan Ekstrem

Salah satu tantangan yang dapat mempengaruhi kualitas produk Nutriwell adalah penurunan kualitas bahan baku sayuran akibat cuaca hujan yang ekstrem. Hujan yang berlebihan dapat mempengaruhi pertumbuhan tanaman sayuran, mengakibatkan beberapa masalah seperti kelembaban yang berlebihan, pembusukan, atau kerusakan akibat genangan air. Selain itu, hujan yang terus menerus dapat memperlambat proses pematangan tanaman dan meningkatkan risiko terkena penyakit atau hama, yang pada akhirnya mempengaruhi kualitas bahan baku yang digunakan dalam produk Nutriwell.

4. Fluktuasi Harga dan Biaya Produksi

Cuaca hujan yang berdampak pada hasil pertanian dapat menyebabkan harga bahan baku sayuran melonjak, karena pasokan yang terbatas. Kenaikan harga ini bisa mempengaruhi biaya produksi Nutriwell, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi harga jual produk. Jika biaya bahan baku meningkat namun harga jual tidak dapat disesuaikan karena sensitivitas harga di pasar, margin keuntungan Nutriwell bisa tertekan.

Dari hasil evaluasi ini, dapat disimpulkan bahwa program ini telah mencapai tujuan yang ditetapkan dimana inovasi pengembangan produk telah berhasil memenuhi preferensi konsumen dengan menghadirkan kue soes kering berbasis sayuran yang lezat, sehat, dan bergizi. Kombinasi rasa baru ini tidak hanya menjawab kebutuhan pasar yang semakin peduli akan kesehatan akan tetapi juga memperkuat posisi Nutriwell sebagai merek yang inovatif. Selain itu, pengembangan packaging produk juga berhasil mencapai tujuannya dengan menciptakan desain yang tidak hanya melindungi produk secara optimal, tetapi juga menarik perhatian konsumen melalui identitas visual yang menarik dan informatif. Packaging ini memberikan kenyamanan dan kepraktisan bagi pengguna, sekaligus memperkuat citra merek di pasar.

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan:

1. Inovasi Pengembangan Produk

Nutriwell berhasil menciptakan cemilan sehat berupa kue soes dengan kombinasi sayuran, sesuai dengan preferensi konsumen dan tren gaya hidup sehat. Proses pengembangan produk melibatkan pemilihan bahan baku berkualitas, pengujian resep terstruktur, dan pengujian organoleptik. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai rata-rata tingkat kepuasan konsumen sebesar 85% serta produk ini diterima dengan baik oleh konsumen, baik dari segi rasa, tekstur, maupun bentuk.

2. Pengembangan Packaging Produk

Packaging produk berhasil dirancang dengan memperhatikan aspek estetika, informatif, ramah lingkungan, dan kebutuhan logistik. Kemasan ini tidak hanya melindungi produk secara optimal tetapi juga meningkatkan daya tarik visual, memperkuat identitas merek, dan mendukung keberlanjutan usaha.

3. Implementasi Metode OKR selama 2 Bulan

Penerapan metode *Objective Key Results* (OKR) selama dua bulan menunjukkan keberhasilan dengan nilai akhir 1,0 yang mencerminkan pencapaian target secara maksimal. Hal ini mencerminkan pencapaian tujuan secara maksimal berkat pelaksanaan inisiatif yang terukur dan terarah setiap minggunya. OKR terbukti efektif dalam meningkatkan manajemen kinerja, memastikan seluruh target terpenuhi bahkan melampaui ekspektasi. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil mencapai tujuannya dengan meningkatkan kualitas produk, daya tarik kemasan, dan citra merek Nutriwell. Keberhasilan ini menegaskan potensi besar Nutriwell untuk terus berkembang sebagai usaha inovatif yang mampu memenuhi kebutuhan pasar sekaligus memberikan dampak positif bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmawan, I. M. D. H. (2023). Information Technology Training Towards Digital MSMEs (Collaboration with the Bangli District Cooperative and MSMEs office). *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service*, 4(2). <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v4i2.2807>
- Diskominfo. (2023, October 15). *Sektor Unggulan Kabupaten Badung*. Badungkab.Go.Id. <https://badungkab.go.id/kab/unggulan>
- Jakobsen, N. J. (2020). *The preferred strategic execution method of Silicon Valley*.
- Kenedi, K., Farid, I. C., Maulani, S. M., & Akmal, R. F. (2023). Pendampingan Peningkatan Inovasi Produk Makanan Ringan Produksi Rumah Dalam Rangka Peningkatan Ekonomi Keluarga. *Prosiding Seminar Umum Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 172–182. <https://doi.org/10.46306/seumpama.v1i1.20>
- Lastari1, D., Kadek, N., Artana2, I. M., Putu, G., & Juliharta3, K. (n.d.). *Analisis Strategi Digital Marketing Dan Implementasi Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Perhiasan*.
- Meikal, R., Made Artana, I., Istri, A. A., & Paramitha, I. (2024). *Implementasi Framework Objective and Key Result pada Startup TimbangIN*.
- Meliyani, Q. A. (2024). Inovasi Desain Logo Dan Kemasan Produk Rengginang Ibu Nyai Di Desa Rengasdengklok Utara. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 3.
- Muldani, V., Ali Busro, M., & Kunci, K. (2023). *Pengembangan Inovasi Produk dan Proses Produksi untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Rumah Qur'an Baitul Karim*. <https://jurnal.astinamandiri.com/index.php/JIPM>
- Mustajab, R. (2023, November 2). *Data Jumlah Industri Mikro dan Kecil di Indonesia (2013-2022)*. <https://DataIndonesia.Id/Industri-Perdagangan/Detail/Data-Jumlah-Industri-Mikro-Dan-Kecil-Di-Indonesia-20132022>.
- Prabandari, I. G. A., Putri, T., Putu, D., Dewi, N., Pramesti, G. A., Putri, D., Artana, M., Putri, I. G. A. P. T., & Dewi, D. P. N. (2024). Manajemen Strategis dan Pengembangan UMKM Kabupaten Jembrana melalui Analisis SWOT. *Warmadewa Economic Development Journal (WEDJ)*, 7(2), 79–87. <https://doi.org/10.22225/wedj.7.2.2024.79-87>
- Purnama, N., Utami, N. W., & Darmawan, I. M. D. H. (2023). Inovasi dan Digitalisasi Pemasaran Budidaya Ayam Caru Sebagai Sarana Upakara Hindu di Desa Banjar Anyar Kecamatan Kediri Kabupaten Tabanan. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(3), 711–721. <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i3.491>
- Putra, I. B. A., Darmawan, I. M. D. H., Dewi, D. P. N., Denpasar, K., Bali, P., Studi Akuntansi, P., Ekonomi dan Bisnis, F., Primakara, U., & Correspondence, I. (2024). Pelatihan Business Model

- Canvas untuk Meningkatkan Kompetensi Wirausaha Siswa SMA. *AJAD: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 479–484. <https://doi.org/10.59431/ajad.v4i3.358>
- Setiani, S. Y., Pratiwi, T., & Fitrianto, A. R. (2021). Tenaga Muda Pertanian dan Ketahanan Pangan di Indonesia. *CAKRAWALA*, 15(2), 95–108. <https://doi.org/10.32781/cakrawala.v15i2.386>
- Yuendini, Rachmi, Puspitasari, Harini, & Alfana. (2019). Analisis Potensi Ekonomi Sektor Pertanian dan Sektor Pariwisata di Provinsi Bali Menggunakan Teknik Analisis Regional. *Jurnal Geografis*. <https://doi.org/10.15294/jg.v16i2.20831>