



Pemasaran Produk Diversifikasi Pangan Olahan Kaopi

Sri Wahyuni¹, Sarinah¹, Cedrik Elcid Wurara¹, Andi Muh. Rao Pangerang¹

¹Jurusan Ilmu dan Teknologi Pangan, Fakultas Pertanian, Universitas Halu Oleo, Kendari

Email: sriwahyuni_aan@yahoo.com ; Telp: 0821189662086

Diterima tanggal 20 Agustus 2019

Disetujui tanggal 02 September 2019

ABSTRACT

This study aimed to determine the level of sales of kaopi diversified products as a new processed product in the community. This study analyzed product sales trends to determine consumers' preference in the new processed products from kaopi flour. The data of kaopi diversified products' sales were collected during two weeks after promoting the product through social media such as Facebook, Instagram, and WhatsApp. The results show that consumers were interested to buy kaopi diversified products within the two-week sales period. The tuli-tuli product had the highest sales among processed products of kaopi flour. Thus, it can be concluded that the kaopi flour diversification product was accepted by the public.

Keywords: *Marketing of kaopi product diversifications, Kaopi Flour Diversification*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat penjualan produk diversifikasi kaopi sebagai produk olahan baru di masyarakat. Oleh karena itu penting untuk menganalisis trend penjualan produk untuk melihat minat masyarakat terhadap produk olahan baru dari tepung kaopi. Metode penelitian ini adalah mengumpulkan data penjualan produk diversifikasi kaopi selama masa penjualan 2 (dua) minggu setelah melakukan promosi produk melalui media sosial seperti face book, instagram dan whatsApp. Hasil penelitian menunjukkan bahwa trend minat konsumen untuk membeli produk diversifikasi kaopi cukup baik dalam kurun waktu penjualan selama dua minggu. Produk Tuli-tuli memperlihatkan trend penjualan tertinggi diantara produk olahan tepung kaopi. Sehingga dapat disimpulkan produk diversifikasi tepung kaopi dapat diterima oleh masyarakat.

Kata kunci: *pemasaran, tepung kaopi, diversifikasi kaopi*

PENDAHULUAN

Data APTINDO (Asosiasi Produsen Tepung Terigu Indonesia) Konsumsi tepung terigu nasional hingga tahun 2014 berjumlah 2,79 Metrik Ton (MT) setara dengan 3,7 juta MT gandum. Jumlah tersebut tumbuh sekitar 5,4% dibandingkan tahun 2013. Selain itu, tepung terigu domestik memasok 96,5% kebutuhan konsumsi nasional, dan impor memasok 3,5%. Ekspor tepung terigu domestik mengalami trend



peningkatan, pada kuartal pertama 2014, Indonesia mengekspor 20.905 MT setara dengan US\$9,4 juta, jumlah mengalami peningkatan 30,6% dibandingkan kuartal pertama 2013. Jumlah impor bahan pangan yang tertinggi adalah gandum mencapai 6,3 juta ton.

Menurut Pade dan Akuba (2018) Gandum merupakan salah satu komoditi import yang terus mengalami peningkatan setiap tahun. Untuk mengurangi import gandum yang terus meningkat maka diperlukan adanya alternatif bahan pangan lokal sebagai sumber karbohidrat pengganti tepung terigu di masa yang akan datang. Salah satunya bahan hasil pertanian yang dapat diolah menjadi salah satu sumber karbohidrat yaitu ubi kayu. Banyaknya impor gandum untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri cukup beralasan mengingat bahan pangan ini belum dapat diproduksi didalam negeri. Hal ini disebabkan oleh semakin besarnya permintaan masyarakat akan makan berbasis gandum. Sehingga akan memberikan dampak negatif bagi bangsa Indonesia, yaitu terjadinya ketergantungan terhadap impor gandum serta akan mengurangi devisa negara dalam jumlah yang cukup besar (Harry, 2014).

Berdasarkan data BPS (2018) produksi ubi kayu pada tahun 2015 mencapai 21.801.415 ton. Ubi kayu memiliki beberapa keunggulan, diantaranya adalah kadar gizi makro (kecuali protein) dan mikro tinggi, kadar glikemik dalam darah rendah, kadar serat pangan larut tinggi, dalam usus dan lambung berpotensi menjadi prebiotik. Ubi kayu sebagai sumber energi yang kaya akan karbohidrat dapat diolah menjadi tepung. Wahyuni dan Armadani (2015) melaporkan Salah satu pangan pokok yang perlu diperhatikan secara seksama adalah ubi kayu/singkong (*Manihot utilissima*). Ubi kayu merupakan bahan pangan utama setelah beras yang ketersediaannya cukup melimpah di Indonesia dan mengandung kadar pati 25-35%. Berdasarkan aspek nutrisi, ubi kayu memiliki keunggulan dibandingkan dengan beras. Ubi kayu mengandung karbohidrat, lemak, kalsium, zat besi, vitamin A dan vitamin C. Meskipun ubi kayu merupakan penghasil karbohidrat yang potensinya besar, namun saat ini belum diupayakan secara maksimal.

Masyarakat Indonesia khususnya di Sulawesi Tenggara, ubi kayu diolah dalam bentuk *kaopi*. *Kaopi* merupakan produk hasil perasan dari ubi kayu yang telah di parut (masih dalam keadaan basah) dan dalam produk kering *kaopi* dapat dijadikan sebagai tepung yang dapat dimanfaatkan dalam upaya diversifikasi pangan untuk menunjang ketahanan pangan nasional dan meningkatkan nilai ekonomi, serta mengurangi penggunaan tepung terigu (Suismono, 2008). Astuti (2013) melaporkan bahwa konsumsi ubi kayu sebaiknya tidak dalam bentuk ubi kayu saja tetapi perlu diolah dengan penambahan lemak dan protein untuk menurunkan nilai indeks glikemiknya. Berdasarkan hal tersebut perlu dilakukan pengembangan produk ubi kayu yang memiliki indeks glikemik rendah yaitu dengan membuat produk.



Kandungan Produk pangan lokal Kaopi tersebut dapat dimanfaatkan sebagai bahan pangan. Pemanfaatan tepung kaopi akan menguntungkan secara ekonomi serta memberi manfaat kesehatan dan gizi bagi masyarakat. *Kaopi* umumnya dimanfaatkan sebagai makanan tradisional yaitu *kasoami*, sedangkan apabila dikeringkan menjadi tepung, *kaopi* dapat diolah menjadi *cookies*, biskuit, *cake*, *muffin*, *Pizza* dan produk olahan lainnya.

Tabel 1. Nilai Gizi Ubi Kayu dan Hasil Olahan Kaopi dan Kasoami

No	Kandungan Gizi	Ubi Kayu Segar	Hasil Olahan Ubi Kayu	
			Kaopi	Kasoami
1.	Kadar Air (%)	57,32	33,28	29,77
2.	Kadar Abu (%)	0,49	1,08	0,63
3.	Lemak (%)	0,22	0,09	0,35
4.	Protein (%)	1,20	0,52	1,15
5.	Karbohidrat (%)	40,77	65,03	68,08
6.	Vit. C (Mg.as askorbat)	20,15	5,46	1,33
7.	Energi (Kal/gram)	173,95	270,10	286,83
8.	HCN (mg/kg)	108,00	48,60	8,12

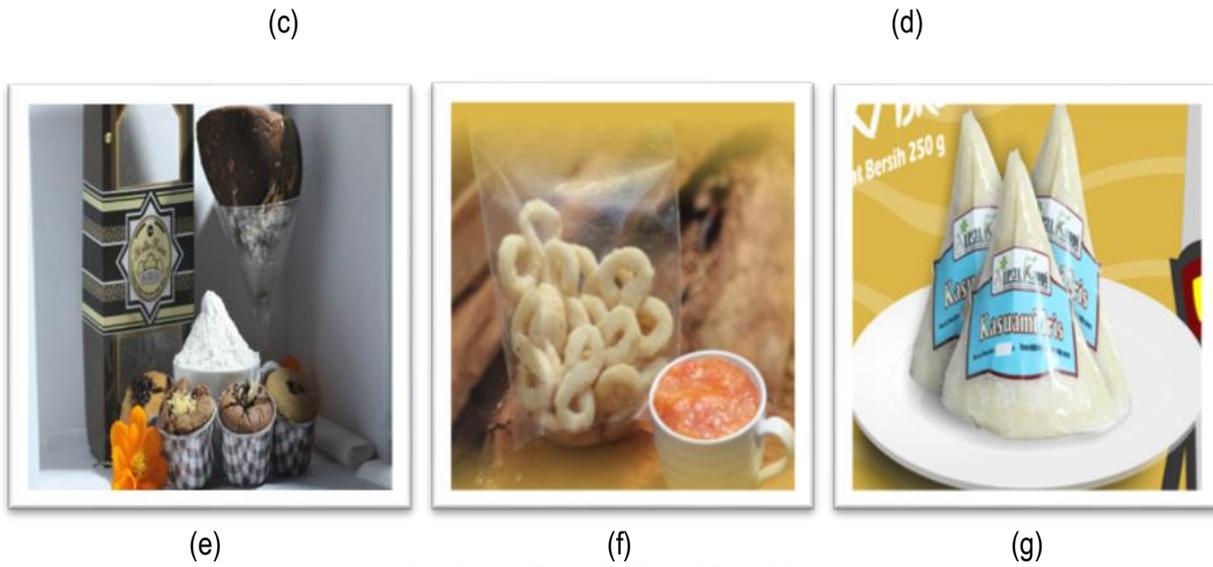


(a)

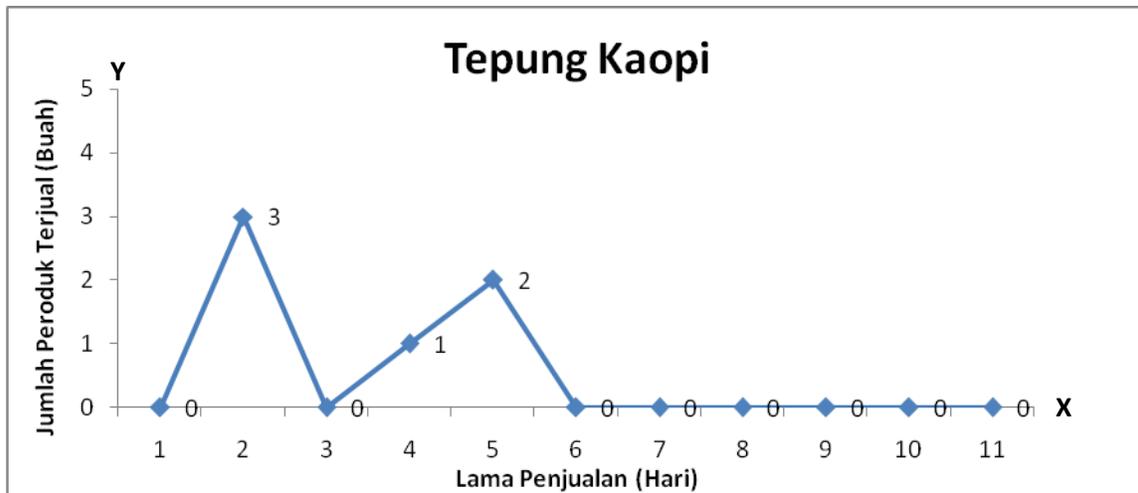


(b)





Gambar 1. Produk Diversifikasi Kaopi
(a= Tepung, b= Cake, c= Cookies, d= Pizza, e= Muffin, f= Tuli-tuli dan g= Kasoami Iris)

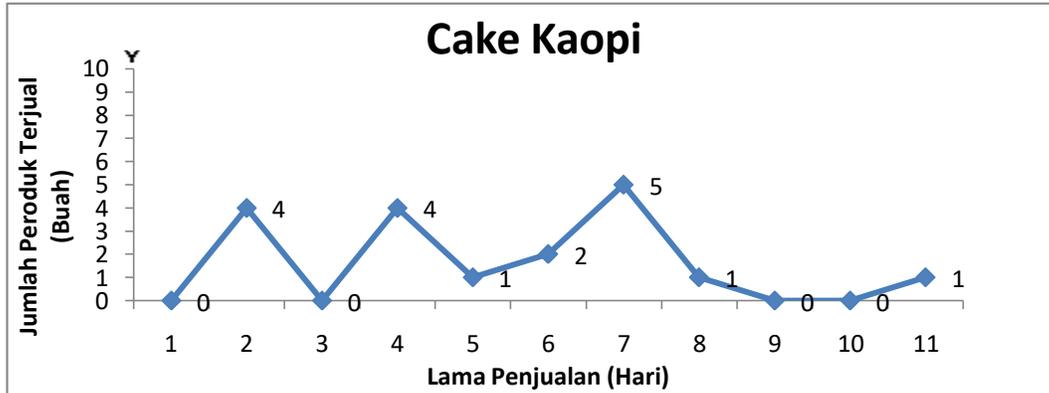


Gambar 2 Penjualan Produk Tepung Kaopi

Gambar 2 menunjukkan data penjualan tepung kaopi menurun dari penjualan ke-2 hingga penjualan ke-11. Hal ini dikarenakan adanya produk lain yang lebih mendominasi seperti tuli-tuli dan cake kaopi serta konsumen lebih suka produk yang sudah jadi tanpa diproduksi sendiri. Total penjualan selama 11 hari yaitu 6 buah. Menurut Rasulu *et al* (2012) proses pembuatan tepung ubi kayu dapat dilakukan dengan beberapa cara, salah satunya yaitu melalui proses pengupas-an, perendaman, pamarutan, pengepres-an, kemudian di keringkan sehingga men-jadi tepung ubi kayu. Menurut Amin (2006) proses pembuatan tepung ubi kayu secara tradisional diawali dengan pengupasan dan pencucian sampai

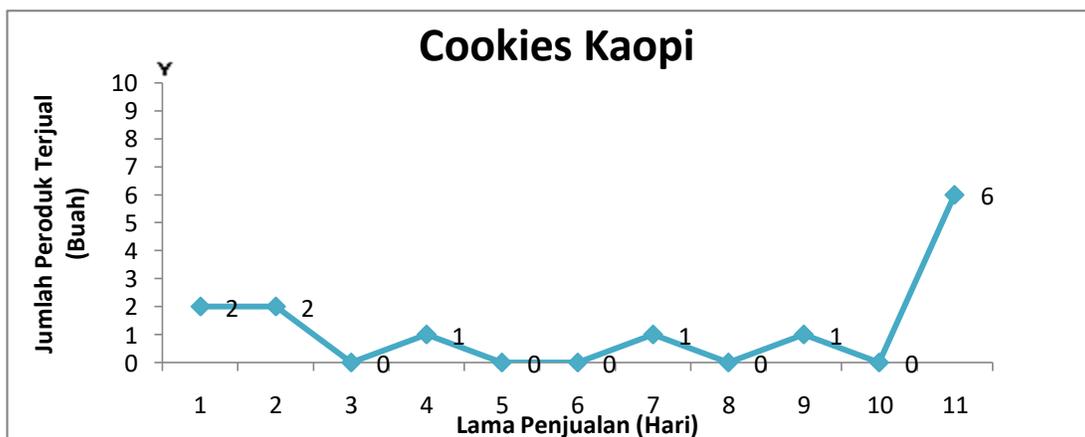


penggilingan, pengeringan dan pengayakan. Pengolahan ubi kayu dengan cara tradisional dalam proses pembuatan tepung, lebih praktis dan hemat biaya untuk penyajian tepung ubi kayu.



Gambar 3 Penjualan Produk Cake Kaopi

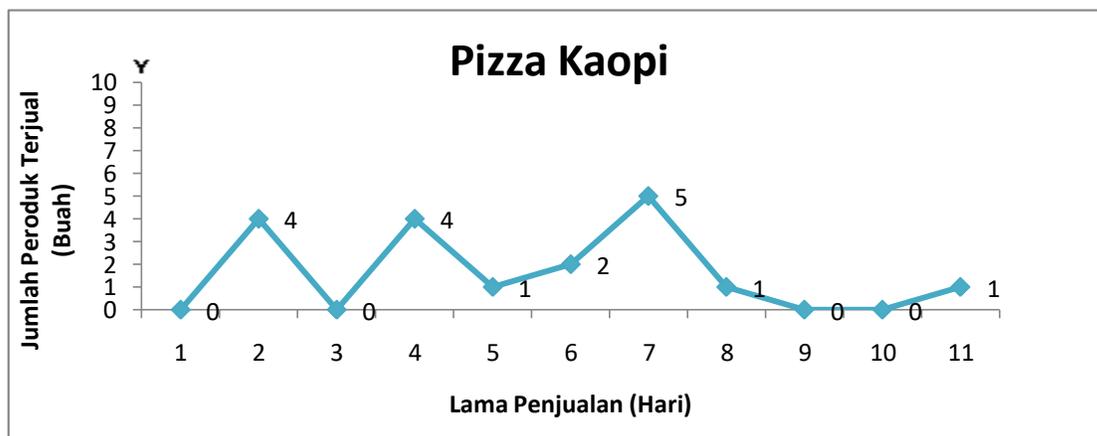
Berdasarkan Gambar 3 dapat dilihat target penjualan cake kaopi harian masih belum konsisten. Terjadi penurunan di penjualan ke 2,4,6 dan 9, tetapi meningkat secara drastis di penjualan ke-11. Pembeli dari produk cake kaopi sendiri kebanyakan datang dari kalangan ibu-ibu rumah tangga dan mahasiswa. Total penjualan selama 11 hari yaitu 34 buah. Cake adalah salah satu produk kue yang terbuat dari bahan utama tepung terigu, gula, telur, lemak dan tanpa bahan pengembang Pembuatan kue kering dan cake berbahan baku tepung singkong terfermentasi atau mokaf memerlukan tambahan bahan makanan lainnya untuk meningkatkan kandungan proteinnya (Nurlaila *et al.*, 2015)



Gambar 4 Penjualan Produk Cookies Kaopi

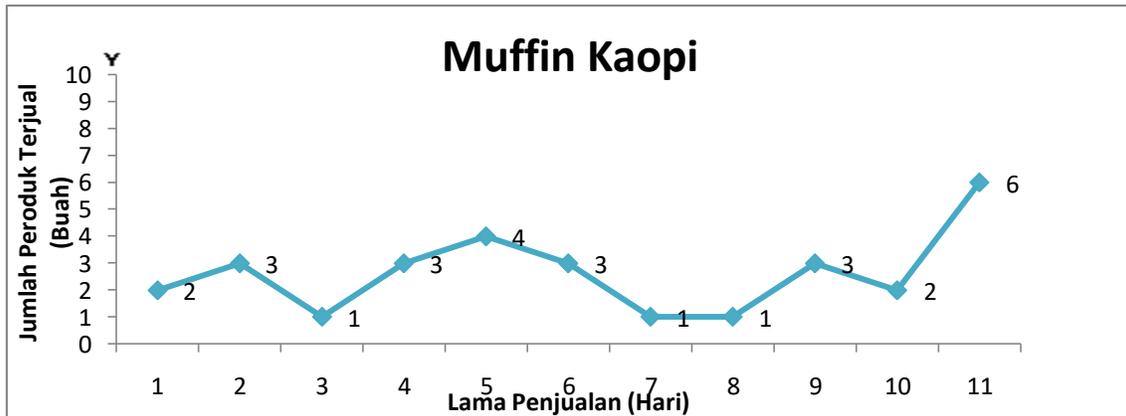


Gambar 4 menunjukkan data penjualan cookies kaopi dari penjualan ke-1 hingga penjualan ke-11 penjualan. Penjualan cookies kaopi mengalami peningkatan di penjualan ke-11 penjualan, hal ini disebabkan karena penjualan ke-11 bertepatan dengan hari raya Idul Adha sehingga konsumen banyak memesan untuk dijadikan cemilan di hari lebaran. Pangsa pasar yang diperuntukan untuk kalangan ibu-ibu rumah tangga membuat penjualan cookies kaopi ini lebih tinggi pada saat di hari-hari tertentu saja. Untuk penjualan di kalangan anak muda masih belum maksimal dikarenakan harga dari cookies kaopi ini yang belum terjangkau di semua kalangan anak muda. Total penjualan selama 11 hari yaitu 13 buah. Menurut Oktavia (2008), berbagai bahan yang berkontribusi terhadap jumlah kadar abu cookies salah satunya adalah kuning telur. Semakin banyaknya kandungan mineral yang dikandung di dalam bahan baku, maka akan semakin banyaknya kadar abu yang terdapat di dalam bahan tersebut. Tinggi rendahnya kadar abu suatu bahan antara lain disebabkan oleh kandungan mineral yang berbeda pada sumber bahan baku dan juga dapat dipengaruhi oleh proses demineralisasi pada saat pembuatan (Rachmania *et al.*, 2013). Menurut penelitian Lina (2012), Semakin besar tepung mocaf yang disubstitusi maka semakin besar kadar karbohidrat cookies, kadar abu yang dihasilkan 70,58% dengan tingkat penambahan mocaf tertinggi yaitu 55%:45% tepung terigu.



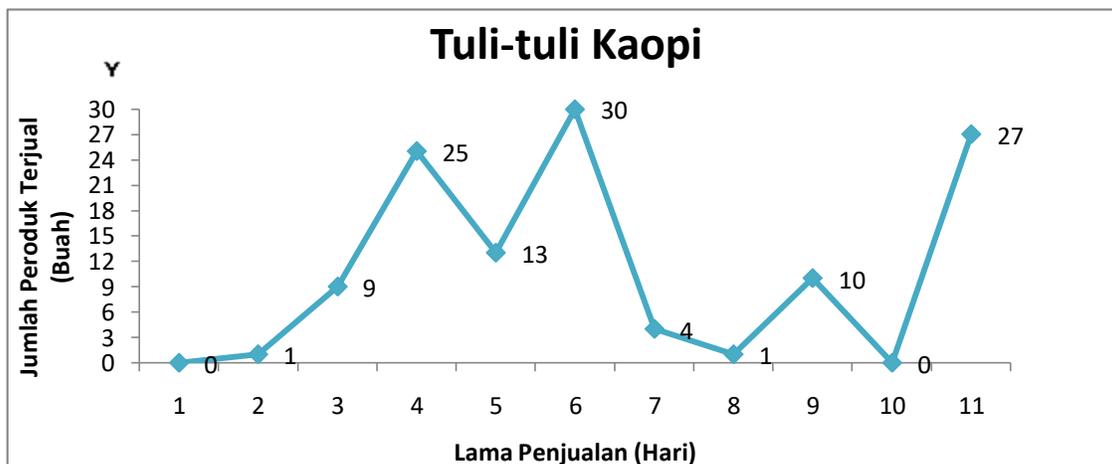
Gambar 5 Penjualan Produk Pizza Kaopi

Berdasarkan Gambar 5 konsumen dari produk pizza kaopi ini didominasi dari kalangan anak muda seperti mahasiswa karena produk ini termasuk produk yang unik dan belum pernah ditemukan di pasaran. Penjualan selama 11 hari tersebut menunjukkan penjualan naik turun hal ini dikarenakan tekstur pizza belum di dapatkan komposisi yang cocok tetapi rasa sudah sangat disukai oleh konsumen. Total penjualan selama 11 hari yaitu 18 buah.



Gambar 6 Penjualan Produk Muffin Kaopi

Gambar 6 menunjukkan data penjualan muffin kaopi dari penjualan pertama hingga ke-11, penjualan muffin kaopi mengalami peningkatan di penjualan ke-11, hal ini disebabkan karena penjualan hari ke-11 bertepatan dengan hari raya Idul Adha sehingga konsumen banyak memesan untuk dijadikan cemilan di hari lebaran. Pangsa pasar yang diperuntukan untuk kalangan ibu-ibu rumah tangga membuat penjualan cookies kaopi ini lebih tinggi pada saat di hari-hari tertentu saja. Untuk penjualan di kalangan anak muda masih belum maksimal dikarenakan harga dari cookies kaopi ini yang belum terjangkau di semua kalangan anak muda. Total penjualan selama 11 hari yaitu 29 buah.



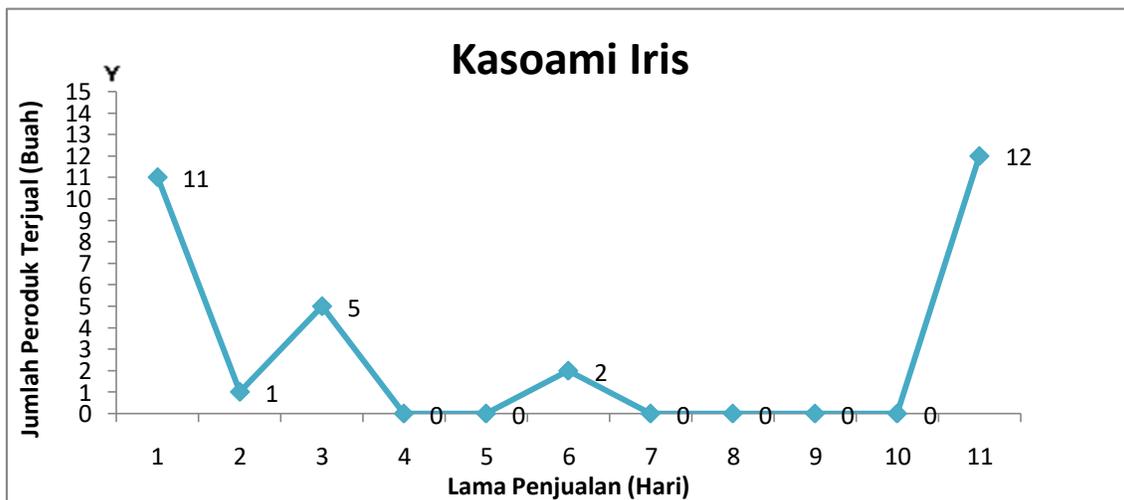
Gambar 7 Penjualan Produk Tuli-tuli Kaopi

Berdasarkan Gambar 7 menunjukkan produk tuli-tuli sendiri merupakan produk dengan penjualan terbanyak dibandingkan dengan produk yang lainnya. Alasannya, selain karena harganya yang terjangkau Tuli-tuli juga merupakan jajanan khas daerah Wakatobi yang sudah sangat jarang dan langka di temukan



di kota kendari sehingga dapat menarik minat konsumen khususnya mereka yang berasal dari Wakatobi. Meskipun grafik penjualan harian belum konsisten, tetapi produk tuli-tuli ini bisa dijadikan sebagai peluang usaha yang menjanjikan karena rasanya yang unik dan sehat. Total penjualan selama 11 hari yaitu 120 buah.

Berdasarkan Gambar 8 menunjukkan penjualan kasoami iris belum memberikan hasil yang maksimal. Hal ini disebabkan karena harganya yang lebih mahal dibandingkan dengan kasoami yang dijual secara komersial dipasaran. Kasoami iris ini sendiri di kemas di dalam kemasan vakum yang kedap udara sehingga masa simpannya lebih lama di bandingkan dengan kasoami biasa, inilah yang menyebabkan harga dari kasoami iris ini lebih tinggi dibandingkan kasoami biasa. Target pasar dari kasoami iris ini berasal dari kalangan bapak-bapak dan ibu-ibu rumah tangga yang sibuk dengan aktifitas pekerjaan di luar rumah sehingga tidak memiliki waktu untuk membeli produk sejenis di pasar tradisional. Rendahnya presentasi penjualan produk ini juga disebabkan karena belum banyak masyarakat yang mengetahui tentang produk kasoami iris ini. Total penjualan selama 11 hari yaitu 31 buah .



Gambar 8 Penjualan Produk Kasoami Iris

Pertumbuhan konsumsi produk dari tepung sangat menarik minat produsen pangan, salah satunya adalah produk yang dihasilkan dari kegiatan dari KKN PPM Teknologi pangan UHO tahun 2019 dengan memproduksi berbagai jenis hasil diversifikasi produk dari olahan kaopi. Berdasarkan hasil survei penjualan produk diversifikasi selama beberapa hari, produk ini memiliki hasil penjualan seperti tertera pada Gambar 1-7. Hal tersebut dilakukan dengan sitem penjualan *Offline* dan *online*. Menurut Nugraha



(2014) Sistem informasi dapat meningkatkan keunggulan kompetitif, antara lain, untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan cepat karena pembeli berhubungan langsung dengan penjual tanpa perantara, ketersediaan informasi produk yang akurat, memperluas jangkauan geografis, meningkatkan penjualan barang/produk, dan kenyamanan dalam bertransaksi tanpa perlu datang ke tempat penjualan sebagai cukup untuk melihat informasi pada website dan mengklik barang/produk yang diinginkan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa trend minat konsumen untuk membeli produk diversifikasi kaopi cukup baik dalam kurun waktu penjualan selama dua minggu. Produk Tuli-tuli memperlihatkan trend penjualan tertinggi diantara produk olahan tepung kaopi. Sehingga dapat disimpulkan produk diversifikasi tepung kaopi dapat diterima oleh masyarakat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Kemenristek Dikti yang telah mendanai penelitian ini melalui “Program pengabdian masyarakat KKN PPM tahun 2019”.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, H. 2006. Improvement of Quality and Self Life of Kasoami, A Traditional Cas-Sava Based Food from South East Sulawesi. *Forum Pascasarjana* 29(4): 301-319.
- APTINDO. 2014. *Data Impor Gandum Indonesia*. Jakarta.
- Astuti., R., Hendriyani, H dan Isnawati, M. 2013. Penambahan Kelapa (*Cocos Nucifera*) dan Kacang Tolo (*Vigna Unguiculata*) terhadap Nilai Indeks Glikemik Singkong (*Manihot Utilissima*). *Jurnal Gizi Klinik Indonesia* 10(1): 1-9.
- BPS. 2018. *Data Ubi Kayu*. Jakarta.
- Dini. 2012. Kasoami Sebagai Pangan Lokal Masyarakat Buton dalam Mendukung Kemandirian Pangan Nasional. *Prosiding Seminar Nasional Kemandirian Pangan*. UNPAD-BPTP Jawa Barat DRD Provinsi Jawa Barat.



- Handoko H. T. 2011. *Manajemen*. (edisi kesebelas). BPFE.Yogyakarta.
- Harry. 2014. Pencernaan sebagai Kunci Hidup Sehat. *Jurnal Teknologi dan Industri Pangan* 1(1): 19-23.
- Lina, I. 2012. Pembuatan Mocaf (Modified Cassava Flour) dengan Proses Fermentasi Menggunakan *Lactobacillus Plantarum*, *Saccharomyces Cerevisease* dan *Rhizopus Oryzae*. *Jurnal Pangan* 1 (1): 1-6.
- Nugraha, D. W. 2014. Sistem Informasi Penjualan Makanan Khas Kota Palu Berbasis Web. *Jurnal Teknik Informatika* (7)2: 68-74.
- Nurlaila, A., Muhariati, M dan Hamiyati. 2015. Pelatihan Pembuatan Aneka Cake dari Tepung Mocaf sebagai Upaya Pemberdayaan Bagi Mantan TKI (Tenaga Kerja Indonesia) Di Kabupaten Subang. *Jurnal Sarwahita* 13(1): 62-66.
- Oktavia, Dwi R. 2008. Evaluasi Produk Good Time Cookies di PT. Amott's Indonesia sebagai Dasar Penentuan Nilai Tambah Produk. Skripsi. IPB. Bogor.
- Pade, S.W dan Akuba, H. 2018. Pemanfaatan Tepung Ubi Kayu (*Manihot Utilisima*) sebagai Substitusi Tepung Terigu dalam Pembuatan Biskuit. *Journal of Agritech Science* 2(1): 1-9.
- Rachmania,R. A., Nisma F dan Mayangsari, E. 2013. Ekstrasi Glatin dari Tulang Ikan Tenggiri Melalui Proses Hisrolisis Menggunakan Larutan Basa. *Jurnal Media Farmasi* 10(3): 18-28.
- Rasulu, H., Yuwono, S. S dan Kusnadi, J. 2012. Karakteristik Tepung Ubi Kayu Terfermentasi sebagai Bahan Pembuatan Sagukasbi. *Jurnal Teknologi Pertanian* 13(1): 1-7.
- Suismono. 2008. Teknologi Pengolahan dan Pemanfaatan Pangan Lokal Berbasis Umbi Umbian. *Jurnal Pangan* 52(1): 38-50.
- Wahyuni, S dan Armadani, F. I. 2015. Kajian Pembuatan Beras Analog Berbasis Produk *Wikau Maombo* Instan. Prosiding Seminar Nasional Swasembada Pangan.
- Wijanarko. 2012. Uji Kadar dan Lemak pada Kasoami dengan Beberapa Perlakuan. Prosiding Seminar Nasional Kemandirian Pangan 2012. UNPAD-BPTP Jawa Barat-DRD Provinsi Jawa Barat.