

INOVASI PRODUK YOGURT RASA BUAH CAMPOLAY DAN PEYULUHAN MANAJEMEN PEMASARAN DI UMKM SABILULUNGAN, KECAMATAN DRAMAGA

INNOVATION OF CANISTEL FRUIT FLAVOR YOGURT AND MARKETING INSTRUCTIONS IN SABILULUNGAN MSMEs, DRAMAGA DISTRICT

Sri Rejeki Retna Pertiwi¹, Titi Rohmayanti¹, Delfitriani¹, Aminullah^{1a}, Mardiah¹, Ahmaludin¹, Yasri Apriani¹, Mega Silpia¹

¹Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Teknik dan Ilmu Pangan Halal, Universitas Djuanda Bogor Jl. Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35 Ciawi, Bogor 16720.

^a Korespondensi: Aminullah, E-mail: aminullah@unida.ac.id

(Diterima: 23-12-2021; Ditelaah: 27-12-2021; Disetujui: 22-03-2022)

ABSTRACT

Compared to original or plain yogurt, yogurt with fruit flavor variants tend to be preferred by consumers. This service activity aimed to develop fruit flavor variants in Sabilulungan SMEs yogurt by adding canistel fruit flavors and increasing knowledge of marketing activities for yogurt products. The methods in this service activity include trial testing of adding canistel powder into yogurt products, training on making canistel fruit-flavored yogurt with Sabilulungan MSMEs, and counseling on marketing activities of an innovative product. The service results showed that yogurt products with the addition of 10% canistel powder have a yogurt taste with a pronounced canistel taste, no detectable aftertaste, and a mild canistel fruit aroma without a minor smell. After getting the percentage of canistel powder based on the previous trial, training activities were carried out on making yogurt with the addition of selected canistel powder. Prior to the training, the post-test results showed an increase in knowledge about the characteristics and benefits of canistel fruit and an increase in knowledge related to marketing activities. However, some of the questions in the questionnaire, especially related to marketing management, have not been well understood by MSME. Yogurt of Sabilulungan MSME has four fruit flavors: durian, melon, strawberry, and canistel. Overall, this service activity went well, and according to the activity plan, and was able to develop yogurt products that were then expected to increase product sales.

Keywords: canistel flavor, innovation yogurt, marketing, counseling, research downstream.

ABSTRAK

Yogurt dengan varian rasa buah cenderung lebih disukai oleh konsumen dibandingkan dengan yogurt original atau plain. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk mengembangkan varian rasa buah pada yogurt UMKM Sabilulungan dengan menambahkan rasa buah campolay serta meningkatkan pengetahuan dari kegiatan pemasaran untuk produk yogurt. Metode dalam kegiatan pengabdian ini meliputi pengujian trial penambahan serbuk campolay ke dalam produk yogurt, pelatihan pembuatan yogurt rasa buah campolay bersama UMKM Sabilulungan, dan penyuluhan kegiatan pemasaran dari suatu produk inovasi. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa produk yogurt dengan penambahan 10% serbuk campolay memiliki rasa yogurt dengan rasa campolay yang terasa, tidak terdeteksi aftertaste, dan aroma buah campolay yang mild tanpa bau langu. Setelah mendapatkan persentase serbuk campolay berdasarkan trial sebelumnya, kemudian dilakukan kegiatan pelatihan pembuatan yogurt dengan penambahan serbuk campolay terpilih. Sebelum dilakukan pelatihan, hasil post-test yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan mengenai karakteristik dan manfaat buah campolay dan peningkatan pengetahuan

terkait kegiatan pemasaran. Beberapa pertanyaan dalam kuisioner khususnya terkait manajemen pemasaran belum secara baik dapat dipahami oleh pelaku UMKM.. Pelatihan yang dilakukan dapat menarik antusias pelaku UMKM, di mana mereka dapat mengembangkan varian rasa buah campolay pada yogurt yang sudah ada. Saat ini yogurt UMKM Sabilulungan memiliki 4 varian rasa buah, yaitu durian, melon, stroberi, dan campolay. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berjalan dengan baik dan sesuai dengan rencana kegiatan serta dapat mengembangkan produk yogurt yang kemudian diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk.

Kata Kunci: hilirisasi, pemasaran, penyuluhan, rasa campolay, yogurt inovasi

Pertiwi, S. R., & Rohmayanti, T., Delfitriani., Aminullah., Mardiah., Ahmaludin., Apriani, Y., & Silpia, M. (2022). Inovasi Produk Yogurt Rasa buah campolay dan penyuluhan manajemen pemasaran di UMKM sabilulungan MSMEs, Dramaga District. *Jurnal Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(1) 01-09.

PENDAHULUAN

Buah campolay merupakan buah berasal dari daerah Meksiko yang kemudian berkembang ke Amerika Selatan, Asia, dan Afrika. Buah campolay lewat matang memiliki kandungan gula yang lebih tinggi dan senyawa karotenoid yang terlihat dari warna buah yang kuning hingga jingga. Pertiwi *et al.* (2020a) melaporkan konversi buah campolay menjadi serbuk campolay lewat matang, di mana serbuk ini telah diaplikasikan dalam produk inovasi minuman kopi dingin (Rohmanto, 2021). Kegiatan inovasi dalam suatu produk makanan merupakan hal yang harus dilakukan dalam menjalin keberlanjutan suatu produktivitas. Inovasi produk dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan pelaku usaha untuk mengembangkan produk baru, mengubah desain produk, atau menggunakan teknik baru dalam memproduksi (Reguia, 2014). Kegiatan inovasi produk ini harus mengetahui kebutuhan konsumen agar lebih mudah proses penerimaan oleh konsumennya. Selain itu, Inovasi produk memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif produk tersebut (Elwisam dan Lestari, 2019). Varian produk merupakan salah satu dari sarana kompetitif sebagai pembeda produk satu dengan yang lain, atau antara produk sendiri dengan produk kompetitor (Kottler, 2009). Kegiatan inovasi ini sangat erat dengan kegiatan pemasaran produk sehingga strategi pemasaran merupakan

faktor yang sangat penting bagi keberhasilan usaha di saat ini.

Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan adalah melakukan desain model bisnis. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010), model bisnis menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai. Terdapat sembilan blok bangunan dasar yang dapat menjelaskan model bisnis dengan sangat baik yang memperlihatkan cara berfikir tentang bagaimana sebuah pelaku usaha menghasilkan uang. Pendesainan Business Model Canvas (BMC) dapat dilakukan oleh pihak untuk memetakan strategi-strategi bertahan di era COVID-19 agar lebih praktis digunakan dalam menyusun konsep model bisnis. UMKM Sabilulungan merupakan UMKM yang bergerak dalam produksi olahan yogurt. Produk olahan yang menggunakan bahan baku susu sapi atau susu kambing ini merupakan produk olahan yang sangat digemari berbagai kalangan. UMKM ini berdiri sejak tahun 2016 yang diprakarsai oleh Ibu Lisda Fauzia Harahap dengan memberdayakan ibu-ibu kader posyandu di sekitar lingkungan Desa Cikarawang, Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor. Saat ini, UMKM Sabilulungan memiliki sekitar 7 personel dalam kegiatan usahanya, di mana sebagian besar merupakan Ibu Rumah Tangga.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, kegiatan pengabdian dilakukan oleh Tim Pengabdian Fakultas Teknik dan Ilmu Pangan Halal Universitas Djuanda Bogor untuk mendesain inovasi dalam produk

yogurt, di mana sekaligus merupakan kegiatan hilirasasi hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Tim. Inovasi yang dilakukan meliputi pemanfaatan buah campolay dalam bentuk serbuk ke produk yogurt serta penyuluhan kegiatan pemasaran yang dapat dilakukan dan dikembangkan oleh pihak UMKM Sabilulungan.

MATERI DAN METODE

Kegiatan pengabdian yang dilakukan terdiri dari tiga tahapan, yaitu percobaan trial penambahan serbuk buah campolay lewat matang dan pelatihan pembuatan produk inovasi yogurt dengan rasa campolay yang juga meliputi penyuluhan kegiatan pemasaran dari produk inovasi. Selain itu, dilakukan pengisian pre-test dan post-test pada kegiatan pelatihan ini untuk melihat kemajuan yang dicapai setelah kegiatan pelatihan.

Percobaan trial pembuatan yogurt rasa buah campolay

Percobaan trial dilakukan sebelum kegiatan pelatihan dilaksanakan. Percobaan ini meliputi penambahan serbuk campolay ke dalam yogurt. Sebelumnya, serbuk campolay lewat matang ini dibuat melalui metode Pertiwi et al. (2020a). Kemudian, serbuk campolay sebanyak 5%, 10%, dan 15% dididihkan dalam air terlebih dahulu dan disaring. Kemudian, hasil saringan ditambahkan ke dalam 100 ml yogurt.

Pelatihan pembuatan dan penyuluhan manajemen pemasaran produk inovasi yogurt rasa buah campolay

Kegiatan pembuatan yogurt inovasi yogurt ini dilakukan secara langsung atau luring di UMKM Sabilulungan, Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor, dengan protokol kesehatan yang sesuai standar. Pelatihan diawali dengan pemberian pre-test kepada pelaku UMKM Sabilulungan yang berjumlah

7 orang terkait dengan buah campolay dan kegiatan pemasaran. Selanjutnya, penyampaian materi terkait karakteristik dan manfaat buah campolay serta aplikasi yang sudah berjalan dari buah campolay dilakukan kepada peserta. Setelah itu, penyuluhan mengenai manajemen pemasaran dari produk inovasi dilakukan untuk memberi pengetahuan terkait kegiatan pemasaran. Kemudian, pengisian post-test dilakukan setelah kegiatan penyampaian dua materi awal pelatihan.

Kegiatan utama, yaitu pelatihan pembuatan yogurt rasa buah campolay dilakukan setelah pengisian post-test selesai dilakukan. Pembuatan yogurt inovasi dilakukan secara demonstrasi oleh pelatih dan hasil produk kemudian dinilai sensorinya secara deskriptif oleh peserta.

Analisis data

Data yang dihasilkan pada percobaan trial kemudian dianalisis secara deskriptif. Sedangkan, data pre-test dan post-test kemudian dianalisis secara rata-rata dan deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan yogurt dengan penambahan serbuk campolay lewat matang

Percobaan trial penambahan serbuk campolay lewat matang dilakukan sebelum kegiatan pelatihan. Kegiatan trial dalam rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Gambar 1. Percobaan trial penambahan serbuk campolay ke dalam yogurt



Kegiatan trial ini kemudian menghasilkan informasi sensori secara deskriptif, di mana hasil trial dari kegiatan.

Tabel 1. Deskripsi sensori dari yogurt UMKM Sabulungan dengan penambahan serbuk campolay

Konsentrasi serbuk campolay	Deskripsi sensori yogurt
5%	Rasa yogurt dominan, rasa campolaynya kurang terasa, after taste tidak ada
10%	Rasa yogurt kuat, rasa campolay sedang, after taste getir/langu tidak ada
15%	Rasa yogurt kuat, rasa campolay kuat, after taste getir

Tabel 1 menunjukkan bahwa penambahan serbuk campolay sebanyak 15% dari volume yogurt yang digunakan memberikan rasa getir pada yogurt. Rasa getir ini disebabkan oleh lendir yang terkandung di dalam buah. Mehraj *et al.* (2015) melaporkan bahwa lendir dalam buah campolay mengandung senyawa tannin, flavonoid, dan alkaloid. Pertiwi *et al.* (2020b) melaporkan perendaman dalam larutan garam dapat menurunkan senyawa tannin, flavonoid, dan alkaloid. Selain terdeteksi rasa getir, yogurt dengan penambahan 15% serbuk campolay juga menghasilkan rasa campolay yang lebih kuat, yaitu rasa khas campolay dengan sedikit rasa manis. Hal ini disebabkan oleh buah campolay lewat matang memiliki kandungan protein dan gula yang lebih tinggi dibandingkan buah campolay matang (Pertiwi, *et al.*, 2020a).

Berdasarkan Tabel 1, penambahan serbuk campolay hingga 10% dapat dilakukan ke dalam produk yogurt dengan kondisi sensori yang baik, di mana rasa campolay terasa akan tetapi tanpa *after taste* getir yang tidak terdeteksi.

Pelatihan pembuatan dan penyuluhan manajemen pemasaran yogurt inovasi rasa buah campolay

Pelatihan pembuatan dan penyuluhan manajemen pemasaran dimulai dengan penyampaian materi mengenai karakteristik dan manfaat buah campolay serta penerapannya ke dalam produk makanan olahan. Kegiatan yang disampaikan oleh pemateri dari tim pengabdian.

Gambar 2. Penyampaian materi mengenai kegiatan pelatihan pembuatan yogurt inovasi.



Disampaikan dalam kegiatan ini bahwa buah campolay memiliki nama lain, yaitu *alkesa*, *sawo belanda*, *sawo mentega*, dan *egg-fruit*. Buah yang berasal dari daerah Meksiko memiliki warna kuning hingga yang menarik. Lanerolle *et al.* (2008) dan Costa *et al.* (2010) melaporkan bahwa warna yang menarik ini disebabkan oleh kandungan senyawa karotenoid di dalam buah. Selain mengandung senyawa karotenoid, buah campolay memiliki lendir yang menyebabkan sedikit rasa getir. Mehraj *et al.* (2015) melaporkan bahwa lendir pada buah campolay disebabkan oleh senyawa alkaloid, flavonoid, dan tannin, di mana sekaligus memberikan manfaat antioksidan.

Selain itu juga disampaikan beberapa pemanfaatan atau penerapan buah campolay ini di sebagai produk olahan. Produk yang dimaksud adalah *dessert*, *salad*, *es krim*, and *jus* (Lim, 2012) serta *saos* (Malinao *et al.*, 2017). Pertiwi *et al.* (2018) menggunakan buah campolay dalam bentuk tepung ini ke dalam pembuatan

	a. 6	tidak tahu		✓		✓		✓				✓		✓		✓	
	b. 7																
	c. 8																
	d. 9		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
	e. 10									✓							
9	Nilai yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan yang berhubungan dengan produk/ menjelaskan keunggulan produk disebut....																
	a. Proporsi nilai	tidak tahu	✓		✓		✓		✓			✓		✓			✓
	b. Segmentasi pasar				✓		✓		✓		✓		✓		✓		
	c. Struktur biaya																
	d. Saluran distribusi			✓	✓												
	e. Hubungan pelanggan				✓						✓						
10	Sarana/cara perusahaan dalam menjual produk dapat dijelaskan pada elemen																
	a. Saluran distribusi	✓	✓			✓	✓	✓	✓							✓	
	b. Segmentasi pasar			✓						✓	✓	✓	✓		✓		✓
	c. Struktur biaya																
	d. Saluran distribusi				✓								✓				
	e. Proporsi nilai																
11	Saat ini universitas djuanda sudah bekerja sama dengan UMKM Sabilulungan dalam pelatihan pemanfaatan buah campolay pada produk yogurt. Kegiatan ini dapat dimasukkan ke dalam elemen																
	a. Mitra Utama	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	b. Segmentasi pasar											✓		✓		✓	

Tabel 2 menunjukkan hasil dari pengisian pre-dan post-test yang menggambarkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman mengenai hal yang disampaikan dalam kegiatan pelatihan. Awalnya, hampir sebagian besar peserta pelatihan tidak mengetahui buah campolay yang menjadi

topik pelatihan. Setelah disampaikan materi terkait buah campolay, terdapat 4 orang peserta ternyata pernah melihat buahnya secara langsung dan pernah memakannya. Secara keseluruhan terjadi peningkatan pengetahuan selama kegiatan pelatihan mengenai buah campolay. Bahkan dari

beberapa pertanyaan yang diajukan, peserta sudah memiliki pengetahuan, seperti buah dapat dijadikan tepung dan dapat ditambahkan ke dalam minuman yogurt. Hal ini sesuai dengan praktik pembuatan yang telah mereka lakukan, di mana terdapat penambahan sari buah ke dalam yogurt seperti melon.

Akan tetapi, untuk pertanyaan terkait dengan manajemen pemasaran khususnya bisnis model, peserta sedikit mengalami kesulitan. Hal ini terlihat dari hasil pre-test yang menunjukkan kecenderungan ketidakpahaman terkait teknis pemasaran. Secara umum, pelaku di UMKM Sabilulungan merupakan Ibu Rumah Tangga yang merupakan kader posyandu. Selain itu, keseluruhan dari mereka lebih banyak terlibat di dalam proses produksi bukan di bidang pemasaran. Biasanya pemasaran dilakukan oleh ketua dari UMKM ini yang juga merupakan seorang guru di salah satu sekolah di daerah Cikarawang, Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor. Hasil post-test pada Tabel 2 menunjukkan peningkatan pemahaman terkait pemasaran dibandingkan hasil pre-test. Penyampaian materi yang dilakukan pemateri mampu mengajak peserta untuk mencoba memahami terkait bagaimana pemasaran dari yogurt Sabilulungan ini. Selain itu, hasil post-test menunjukkan bahwa peserta pelatihan antusias dengan kegiatan pelatihan yang dilakukan di Desa Cikarawang, Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor. Kegiatan pelatihan praktik pembuatan yogurt Sabilulungan dengan rasa buah campolay.

Gambar 4. Pelatihan pembuatan yogurt rasa buah campolay.



KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa produk yogurt dapat ditambahkan hingga 10% serbuk campolay dengan karakteristik rasa campolay yang terasa, tidak terdeteksi *aftertaste*, dan aroma buah campolay yang tanpa bau langu. Selain itu hasil post-test yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan mengenai karakteristik dan manfaat buah campolay dan peningkatan pengetahuan terkait kegiatan pemasaran. Walaupun hasil pre-test menunjukkan kebelumtahuan terhadap dua materi ini, khususnya pertanyaan terkait pemasaran. Pelatihan yang dilakukan dapat menarik antusias pelaku UMKM, di mana mereka dapat mengembangkan varian rasa buah campolay pada yogurt yang sudah ada. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berjalan baik dan sesuai dengan rencana kegiatan serta diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk dari kegiatan ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian ini didukung oleh bantuan pendanaan Program Penelitian Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka Dan Pengabdian Masyarakat Berbasis Hasil Penelitian Dan Purwarupa PTS 2021, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, Republik Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminullah, Purba, R., Rohmayanti, T., dan Pertiwi, S.R.R. 2020. Sifat mutu fisik mi basah berbahan baku tepung campolay masak penuh. *Jurnal Agroindustri Halal*, 6(2): 172 – 180.
- Costa, T. S. A., Wondracek, D. C., Lopes, R. M., Vieira, R. F., & Ferreira, F. R. 2010. Carotenoids composition of canistel (*Pouteria campechiana* (Kunth) Bachni). *Revista Brasileira de Fruticultura*, 32(3): 903-906.
- Elwisam dan Lestari, R. 2019. Penerapan strategi pemasaran, inovasi produk kreatif dan orientasi pasar untuk meningkatkan kinerja pemasaran umkm. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2): 277-286.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lanerolle, M., Priyadarshani, A. M., Sumithraarachchi, D. B., and Jansz, E. R. 2008. The carotenoids of *Pouteria campechiana* (Sinhala: ratalawulu). *Journal of the National Science Foundation of Sri Lanka*, 36(1): 95-98.
- Lim, T. K. 2012. *Edible Medicinal and Non-Medicinal Plants*. New York: Springer.
- Malinao, B. C., Arquiza, E., Cardinal, K. V., Borghonia, K. D., & Minoza, J. M. 2017. Development of canistel into ketchup (Thesis). College of Hotel and Restaurant Management, University of Cebu, Baniland, Philippine.
- Mehraj, H., Sikder, R. K., Mayda, U., Taufique, T., and Uddin, J. 2015. Plant physiology and fruit secondary metabolites of canistel (*Pouteria campechiana*). *World Applied Sciences Journal*, 33: 1908-1914.
- Osterwalder, A. and Pigneur, Y. 2010. *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Pertiwi S.R., Nurhalimah S., and Aminullah, A. 2020b. Optimization on process of ripe canistel (*Pouteria campechiana*) fruit flour based on several quality characteristics. *Brazilian Journal of Food Technology*, Campinas, 23: 1-8.
- Pertiwi, S. R. R., Aminullah, A., Hutami, R., & Nirmala, D. (2018). Application of non-gluten canistel (*Pouteria campechiana*) flour-maizena mocaf-tapioca composite on the processing of steamed brownies. *Jurnal Agroindustri Halal*, 4(2), 153-161.
- Pertiwi, S.R.R., Sunarya, R., Rohmayanti, T., and Aminullah. 2020a. Optimization on formulation of foamed overripe canistel powder using response surface methodology. *Revista Brasileira de Fruticultura*, 42(3): 1-12.
- Reguia, C. 2014. Product innovation and the competitive advantage. *European Scientific Journal*, 1: 137-144.
- Rohmanto, F.L. 2021. Profil Sensori Minuman Serbuk dari Campuran Serbuk Campolay (*Pouteria campechiana*) Lewat Matang dan Kopi Instan Granula dengan Metode Rate-All-That-Apply (RATA). Skripsi. Fakultas Teknik dan Ilmu Pangan Halal. Universitas Djuanda Bogor, Bogor.