

Pengemasan, Pelabelan, dan Strategi Pemasaran Yogurt Fungsional berbasis Kecambah Kacang Tolo

Winarsi^{1*}, Gumintang Ratna Ramadhan¹, Yovita Puri Subardjo¹

¹Jurusan Ilmu Gizi, Fakultas Ilmu-ilmu Kesehatan, Universitas Jenderal Soedirman.

*Penulis korespondensi: winarsi12@gmail.com

Abstract

Public demand for functional food products continues to increase along with increasing awareness of the importance of a healthy diet. The main challenges in developing functional yogurt products based on mung bean sprouts are packaging, labeling, and marketing strategies. This Community Service Activity aims to explore and develop packaging methods, labeling, and marketing strategies for functional yoghurt based on cowpea sprouts. This activity was carried out at the Cony Yoghurt producer in Purwanegara village, North Purwokerto sub-district, Banyumas Regency, Central Java. The participants were 11 mothers. The Community Service method includes counseling, discussion, and training on Packaging, Labeling, and Marketing Strategies for Functional Yogurt based on Cowpea Sprouts. This activity succeeded in increasing participants' knowledge in terms of Packaging, Labeling, and Marketing Strategies for Functional Yogurt based on Cowpea Sprouts by 25.41%, as well as in terms of packaging and labeling the product. After completing the training, participants practiced by packaging, labeling, and selling their products offline and online, although the capacity was still limited.

Keywords: packaging; labelling; marketing; yoghurt based on cowpea sprouts

Abstrak

Permintaan masyarakat terhadap produk pangan fungsional terus meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya pola makan sehat. Tantangan utama dalam pengembangan produk yogurt fungsional berbasis kecambah kacang tolo adalah pengemasan, pelabelan, dan strategi pemasaran. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan mengembangkan metode pengemasan, pelabelan, dan strategi pemasaran untuk yogurt fungsional berbasis kecambah kacang tolo. Kegiatan ini dilakukan pada produsen Yogurt Cony di desa Purwanegara, kecamatan Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Peserta berjumlah 11 orang ibu. Metode PkM meliputi penyuluhan, diskusi, dan pelatihan tentang Pengemasan, Pelabelan, dan Strategi Pemasaran Yogurt Fungsional berbasis Kecambah Kacang Tolo. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan peserta dalam hal Pengemasan, Pelabelan, dan Strategi Pemasaran Yogurt Fungsional berbasis Kecambah Kacang Tolo sebesar 25,41%, demikian pula dalam hal mengemas dan melabel produk. Setelah selesai pelatihan, peserta mempraktekkan dengan mengemas, melabel, dan menjual produknya secara offline dan online, meskipun kapasitasnya masih terbatas.

Kata Kunci: pengemasan; pelabelan; pemasaran; yogurt berbasis kecambah kacang tolo

1. PENDAHULUAN

Industri pangan fungsional semakin berkembang pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen akan pentingnya kesehatan dan kesejahteraan. Yogurt merupakan salah satu produk pangan fungsional yang memiliki banyak manfaat kesehatan, termasuk memperbaiki sistem pencernaan, meningkatkan sistem imunitas, dan menyediakan nutrisi penting seperti protein, serat, vitamin C, dan antioksidan fenolik (Winarsi et al., 2022). Permintaan terhadap produk yogurt terus meningkat, namun diversifikasi bahan baku untuk pembuatan yogurt masih terbatas.

Kecambah kacang tolo (*Vigna unguiculata*) merupakan salah satu sumber pangan lokal yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai bahan baku yogurt fungsional. Kacang tolo memiliki kandungan protein tinggi, serat, vitamin, dan mineral yang bermanfaat bagi kesehatan. Proses kecambahnya dapat meningkatkan nilai gizi dan ketersediaan nutrisi dari kacang tolo, membuatnya menjadi bahan yang ideal untuk produk pangan fungsional.

Tantangan utama dalam pengembangan produk yogurt fungsional berbasis kecambah kacang tolo terletak pada metode pengemasan, pelabelan, dan strategi pemasaran. Pengemasan yang baik harus mampu menjaga kualitas dan stabilitas yogurt selama penyimpanan dan distribusi (Simanjuntak & Naibaho, 2023). Selain itu, pelabelan yang informatif dan menarik dapat membantu meningkatkan daya tarik konsumen, dengan menyertakan informasi yang jelas tentang manfaat kesehatan dan komposisi nutrisi (Shafie *et al.*, 2019). Di sisi lain, strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci untuk memperkenalkan produk ini kepada masyarakat luas dan bersaing dengan produk-produk lain di pasaran.

Pengemasan dan pelabelan produk yogurt berbasis kecambah kacang tolo (Yocamcalo) memainkan peran penting dalam menjaga kualitas produk, menarik minat konsumen, dan memenuhi standar regulasi (Marsh & Bugusu, 2007). Pengemasan yang baik dapat melindungi yogurt dari kontaminasi, kerusakan fisik, dan mempertahankan kesegaran, serta rasa produk. Sementara itu, pelabelan yang informatif dan menarik dapat memberikan informasi yang diperlukan oleh konsumen serta membangun kepercayaan terhadap produk (Silayoi & Speece, 2007).

Selain pengemasan dan pelabelan, strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk memperkenalkan dan mempromosikan Yocamcalo ke pasar yang lebih luas. Strategi pemasaran yang tepat dapat menarik pelanggan baru, dan membangun loyalitas pelanggan terhadap produk (Iswanto *et al.*, 2023). Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilakukan di produsen Yogurt Cony di desa Purwanegara, Kecamatan Purwokerto Utara ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan mengembangkan metode pengemasan, pelabelan, dan strategi pemasaran yang optimal untuk yogurt fungsional berbasis kecambah kacang tolo.

2. METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan dengan pendekatan penyuluhan, diskusi, dan pelatihan. Metode ini dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam, keterampilan praktis, serta strategi yang efektif kepada para peserta dalam hal pengemasan, pelabelan, dan pemasaran yogurt fungsional berbasis kecambah kacang tolo.

1) Peserta

Peserta utama adalah produsen Yogurt Cony dan masyarakat di sekitarnya, berjumlah 11 orang. Masyarakat tersebut memiliki berbagai profesi dan usaha, seperti Guru SD, penjual snack, catering, dan ibu rumah tangga biasa. Sebelum dilakukan penyuluhan dan pelatihan, peserta diberikan pretest, dan setelah selesai kegiatan diberikan posttest.

2) Penyuluhan

Penyuluhan merupakan metode yang digunakan untuk memberikan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat atau peserta. Kegiatan penyuluhan ini akan dibagi menjadi tiga topik utama:

a. Pengemasan Yogurt Kecambah Kacang Tolo

Dalam kegiatan pengemasan yogurt kecambah kacang tolo ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang pentingnya pengemasan yang baik dan benar untuk menjaga kualitas dan keamanan produk yogurt. Jenis-jenis bahan pengemasan yang aman dan sesuai, teknik pengemasan yang efektif, dan pentingnya pengemasan dalam memperpanjang umur simpan produk. Presentasi tentang teori pengemasan, studi kasus, dan contoh pengemasan yang baik.

b. Pelabelan Yogurt Kecambah Kacang Tolo

Pelabelan yocamcalo ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang pentingnya pelabelan yang informatif dan menarik untuk memenuhi regulasi dan menarik minat konsumen. Komponen utama pada label (informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, bahan-bahan, dll.), desain label yang menarik, dan peraturan pelabelan yang harus dipatuhi. Dalam kegiatan ini juga dijelaskan mengenai standar pelabelan, contoh label yang baik, dan simulasi pembuatan label.

c. Strategi Pemasaran Yogurt Kecambah Kacang Tolo

Dalam hal penyuluhan tentang strategi pemasaran Yocamcalo bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang strategi pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas dan membangun *brand*. Analisis pasar, segmentasi pasar, strategi promosi, dan penggunaan media sosial untuk pemasaran, merupakan materi yang dipresentasikan. Presentasi juga dilakukan tentang konsep dasar pemasaran, diskusi tentang studi kasus sukses, dan workshop membuat rencana pemasaran (Chaffey *et al.*, 2009).

3). Pelatihan

Pelatihan dirancang untuk memberikan keterampilan praktis kepada peserta dalam hal pengemasan, pelabelan, dan pemasaran yogurt fungsional berbasis kecamambah kacang tolo.

a. Pelatihan Pengemasan

Peserta diajarkan teknik pengemasan secara langsung, termasuk cara menggunakan peralatan pengemasan dan bahan-bahan pengemasan yang direkomendasikan. Untuk melakukan pengemasan produk Yocamcalo, ada beberapa langkah yang perlu diperhatikan agar produk tetap berkualitas dan aman dikonsumsi, yaitu:

a) Pemilihan Bahan Kemasan

Pilihlah bahan kemasan yang aman untuk makanan/minuman dan memiliki kemampuan untuk menjaga kesegaran yogurt. Misalnya plastik food grade, kaca, atau karton berlapis. Pastikan bahwa bahan kemasan memiliki sifat *inhibitor* yang baik bagi udara dan kelembapan guna mencegah kontaminasi dan menjaga kualitas yogurt.

b) Desain Kemasan

Desain kemasan yang praktis dan mudah digunakan oleh konsumen. Pastikan ukuran dan bentuk kemasan sesuai dengan volume yogurt yang akan dikemas (Ampuero dan Vila, 2006). Sertakan informasi penting pada label, seperti nama produk, daftar bahan, tanggal produksi, tanggal kadaluarsa, petunjuk penyimpanan, dan informasi nutrisi.

c) Sterilisasi dan Kebersihan

Pastikan kemasan disterilkan sebelum digunakan untuk menghindari kontaminasi mikroba. Jaga kebersihan selama proses pengemasan dengan menggunakan alat dan ruang yang bersih serta mengikuti standar sanitasi yang ketat.

d) Pengisian dan Penutupan

Isikan yogurt ke dalam kemasan dengan hati-hati untuk menghindari tumpahan dan kontaminasi. Gunakan alat pengisian yang steril. Tutup kemasan dengan rapat untuk mencegah udara masuk dan menjaga kesegaran yogurt. Pastikan penutupan dilakukan dengan mesin penutup yang bersih dan steril.

e) Penyimpanan dan Distribusi

Simpan yogurt pada suhu dingin yang sesuai untuk menjaga kualitas dan mencegah pertumbuhan bakteri patogen. Biasanya, yogurt disimpan pada suhu 4°C atau lebih rendah. Distribusikan produk dengan menggunakan rantai dingin (*cold chain*) untuk menjaga suhu tetap stabil selama transportasi hingga mencapai konsumen.

f) Pengujian Kualitas

Lakukan pengujian mikrobiologis secara berkala untuk memastikan yogurt bebas dari kontaminasi patogen. Evaluasi kualitas sensorik yogurt seperti rasa, aroma, dan tekstur untuk memastikan produk tetap sesuai standar.

b. Pelatihan Pelabelan

Peserta dilatih untuk membuat label produk menggunakan perangkat lunak grafis sederhana (Steenis *et al.*, 2017). Peserta akan belajar cara menyusun informasi pada label dengan benar dan estetis. Berdasarkan Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan, Peraturan BPOM Nomor 16 Tahun 2020 tentang Pencantuman Informasi Nilai Gizi untuk Pangan Olahan yang diproduksi oleh UMKM dan Peraturan BPOM No 22 Tahun 2019 tentang Informasi Nilai Gizi pada Label Pangan Olahan Label Pangan Olahan adalah setiap keterangan mengenai Pangan Olahan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain

yang disertakan pada Pangan Olahan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian Kemasan Pangan. Label Pangan Olahan memuat keterangan mengenai nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih atau isi bersih, nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor, halal bagi yang dipersyaratkan, tanggal dan kode produksi, keterangan kedaluwarsa, nomor izin edar; dan asal usul bahan pangan (Gambar 1).



Gambar 1. Contoh Label Yocamcalo.

c. Pelatihan Strategi Pemasaran

Workshop tentang cara menyusun rencana pemasaran yang efektif (Rahmawati & SE, 2016). Peserta akan belajar tentang penggunaan media sosial, pembuatan konten promosi, dan strategi peluncuran produk. Strategi pemasaran yang memungkinkan dapat diterapkan produsen yogurt kacang tolo (yocamcalo), agar usaha terus berkembang dan menerapkan strategi pemasaran yang tetap untuk menghadapi persaingan.

1) Strategi produk

Strategi produk memiliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhi yocamcalo dalam menghadapi persaingan dan peningkatan penjualan usahanya.

- a. Penentuan logo dan moto
Untuk menarik daya tarik konsumen bisa dengan cara menentukan logo pada label atau kemasannya.
- b. Penciptaan merek
Dalam usaha yogurt kacang tolo ini bahwa untuk penciptaan merek disingkat dengan nama Yocamcalo yang mudah di hafal dan di ingat
- c. Penciptaan kemasan
Dalam usaha yogurt kacang tolo ini bahwa untuk penciptaan kemasan produk dibuat semenarik mungkin seperti yogurt drink yang ada di pasaran untuk kemasannya berupa botol yang terbuat dari plastic dan bisa juga dikemas menggunakan plastic dan di bentuk seperti lilin.
- d. Pelabelan
Pelabelan yocamcalo ini sudah lengkap, terdapat nutrition fact, komposisi, ukuran.

2) Strategi harga

Strategi harga memiliki beberapa factor yang dapat mempengaruhi yocamcalo menghadapi persaingan dan peningkatan penjualannya (Suriyanti et al., 2024).

- a. Menentukan tujuan penetapan harga
Untuk penetapan harga yocamcalo menyesuaikan harga pasar, karena pemasaran di lingkungan desa kadang masyarakat menganggap mahal maka diturunkan sedikit harganya akan tetapi kualitas produk tetap sama, jadi dengan menurunkan harga walaupun dengan menurunkan harga laba sedikit berkurang supaya usaha tersebut tetap berjalan dan tetap diminati oleh konsumen.
- b. Memperkirakan permintaan
Untuk memperkirakan permintaan harga yocamcalo dengan cara menyesuaikan harga pasar.

3) Strategi distribusi

Strategi distribusi memiliki beberapa factor yang dapat mempengaruhi pemasaran yocamcalo dalam menghadapi persaingan dan peningkatan penjualan usahannya. Strategi yang perlu dipertimbangkan adalah menyesuaikan dengan sasaran konsumen dan menghadapi persaingan dari usaha sejenis, dengan cara mempertahankan kualitas produk terutama dari segi rasa dibuat bervariasi dan tidak ada campuran pemanis buatan, dan tetap menjaga kualitas produk higienis dan sehat dengan susu kecambah kacang tolo dan menetapkan harga pasar dengan harga merakyat dan terjangkau.

4) Strategi promosi

Strategi promosi memiliki beberapa factor yang dapat mempengaruhi Yocamcalo menghadapi persaingan dan peningkatan penjualan usahanya.

a. Promosi penjualan (sales promotion)

Promosi yocamcalo dapat dilakukan dengan promosi penjualan untuk meningkatkan jumlah pelanggan agar produk dijangkau masyarakat luas dengan cara melakukan pemasaran secara langsung dengan konsumen, melakukan pemasaran secara online menggunakan media social seperti WA, instgram dan juga facebook.

b. Publisitas

Yocamcalo dapat melakukan kegiatan promosi untuk memancing konsumen berkali-kali dengan mengikuti kegiatan pameran atau lomba produk pangan.

c. Penjualan pribadi (personal selling)

Penjualan yocamcalo melalui proses tatap muka langsung antara penjual dan pembeli. Tujuannya, dapat dibangun hubungan pribadi dan rasa percaya antara pembeli dan penjual, menjalin komunikasi, dan pembeli dapat bertanya banyak perihal produk yang ditawarkan. Konsumen menjadi tambah yakin tentang kualitas produk yocamcalo

d. Interactive media (Media interaktif)

Yocamcalo dapat menggunakan media internet dalam penjualannya, seperti instagam,facebook, WA, terkait dengan story produk, posting produk dengan penjelasan kualitasnya agar produk diketahui oleh masyarakat luas dan meningkatkan jumlah pelanggan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan ini dilakukan pretest dan posttest untuk mengetahui pengetahuan peserta terhadap materi kegiatan. Terdapat peningkatan pengetahuan peserta dari 67,52 menjadi 84,68 terkait pengemasan, pelabelan, dan pemasaran produk Yocamcalo ($P=0,0001$) (Gambar 2). Diskusi dilakukan untuk mendorong partisipasi aktif dari para peserta.



Gambar 2. Peserta mengerjakan pretest/posttest.

Diskusi ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai permasalahan yang dihadapi oleh peserta dalam pengemasan, pelabelan, dan pemasaran yogurt, serta mencari solusi bersama. Dalam hal ini ada diskusi kelompok dan sesi tanya jawab. Peserta dibagi menjadi kelompok-kelompok kecil untuk berdiskusi tentang tantangan dan peluang dalam pengemasan, pelabelan, dan pemasaran. Setiap kelompok kemudian mempresentasikan hasil diskusinya dan mendapatkan masukan dari fasilitator dan peserta lain. Mungkin peningkatan nilai posttest karena peserta dapat melogikakan setiap materi setelah berdiskusi.

Hasil pelatihan membuat kemasan dan pelabelan yocamcalo ditampilkan pada Gambar 3 berikut. Dengan metode penyuluhan, diskusi, dan pelatihan ini, diharapkan peserta dapat mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh untuk meningkatkan kualitas produk dan daya saing yogurt fungsional berbasis kacang tolo di pasar.



Gambar 3. Kemasan dan Pelabelan Yocamcalo.

4. KESIMPULAN

Melalui kegiatan PkM ini pengetahuan peserta meningkat 25,41%, demikian pula ketrampilan dalam membuat label dalam kemasan Yocamcalo. Antusiasme peserta terlihat dari upaya untuk mempraktekkan produksi Yocamcalo, mengemas, melabel, dan menjualnya secara online dan offline.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Rektor Universitas Jenderal Soedirman yang telah memberikan dana Pengabdian kepada Masyarakat dengan skema Berbasis Riset Tahun anggaran 2024. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mahasiswa Lentera Firdausi dan Nur Indahsari yang telah membantu kegiatan PkM ini, serta Ibu A.G Setyawati mitra produsen Yogurt Cony, dan Masyarakat sekitar yang mengikuti penyuluhan dan pelatihan hingga selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Ampuero, O., & Vila, N. (2006). Consumer perceptions of product packaging. *Journal of Consumer Marketing*, 23(2), 100–112.
- Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., & Mayer, R. (2009). *Internet marketing: strategy, implementation and practice*. Pearson education.
- Iswanto, J., Subekan, S., SaDiyah, D. F., Mastur, M., & Tohawi, A. (2023). Strategi Pemasaran yang Efektif: Meningkatkan Omzet Penjualan Roti dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Islam di Mawaddah Bakery Bandar Lor Kediri. *Journal On Education*, 5(4), 17807–17813.
- Marsh, K., & Bugusu, B. (2007). Food packaging—roles, materials, and environmental issues. *Journal of Food Science*, 72(3), R39–R55.

- Rahmawati, D., & SE, M. M. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Shafie, A., Nazri, M. A., & Hussin, H. (2019). Makanan halal menurut perspektif islam dan kepentingan pelabelan. *BITARA International Journal of Civilizational Studies and Human Sciences (e-ISSN: 2600-9080)*, 2(3), 70–84.
- Silayoi, P., & Speece, M. (2007). The importance of packaging attributes: a conjoint analysis approach. *European Journal of Marketing*, 41(11/12), 1495–1517.
- Simanjuntak, J., & Naibaho, K. E. T. (2023). PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN MAKANAN: Yoghurt Susu Horbo di desa Huta Tinggi Kabupaten Samosir. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(1), 683–690.
- Steenis, N. D., Van Herpen, E., Van Der Lans, I. A., Ligthart, T. N., & Van Trijp, H. C. M. (2017). Consumer response to packaging design: The role of packaging materials and graphics in sustainability perceptions and product evaluations. *Journal of Cleaner Production*, 162, 286–298.
- Suriyanti, S., Sismar, A., Nurnaningsih, A., & Tandiawan, V. (2024). Pengaruh Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Hasil Penjualan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 1622–1634.
- Winarsi, H., Erminawati, E., & Ramadhan, G. R. (2022). Formulation of sprouted cowpea yoghurt rich in antioxidant, as functional drink for diabetics. *Food Research*, 6(6), 21–29.