

# 263-272 Detak Prapanca - My Gummy dan Soesang Milk.pdf

## ***My Gummy dan Soesang Milk: Pemanfaatan Susu dan Buah Lokal sebagai Inovasi Guna Mendongkrak UMKM***

Detak Prapanca<sup>1\*</sup>, Sitta Rif'atul Musyarofah<sup>2</sup>, Viola Maharani R.A<sup>3</sup>, Eka Sabela<sup>4</sup>, Melly Wanda Ismi W<sup>4</sup>

1Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia, email: d.prapanca@umsida.ac.id

2Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia, email: sittamusyarofah4@gmail.com

3Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia, email: violamaharani08@gmail.com

4Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia, email: sabelaeka11@gmail.com

5Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia, email: mellywanda93@gmail.com

\*Koresponden penulis

### **Article History:**

Received: 05 September 2023

Revised: 18 Mei 2024

Accepted: 30 Mei 2024

**Keywords:** trends, utilization, innovation, MSMEs

**Abstract:** Gendro is a village in Pasuruan, East Java, which is rich in dairy milk potential and local fruits such as oranges. Through this potential, the KKN-P group consisting of 69 UMSIDA students innovated to develop products made from milk and oranges which became the flagship of Gendro village in the form of orange jelly candy branded "My Gummy" and banana milk branded "Soesang Milk". Both products are produced through research, interviews, and repeated trials to produce satisfactory final results. "My Gummy" and "Soesang Milk" products are packaged with attractive packaging and labels. Marketing of "My Gummy" and "Soesang Milk" products is carried out through social media and Gendro village folk party events on Sunday, March 3, 2024. The innovation of making "Soesang Milk" and "My Gummy" products is a positive step to develop and boost the economic conditions and competitiveness of MSMEs in Gendro village.

### **Introduction**

Letak geografis desa Gendro yang berada di daerah pegunungan beriklim sejuk dengan suhu rata-rata 16 - 25 derajat celsius dan curah hujan 3.650 mili meter per tahun (Hayusman et al., 2018) mempengaruhi banyaknya kuantitas peternak susu sapi perah dan petani buah sayur lokal. Hal tersebut menjadikan susu dan buah lokal seperti jeruk sebagai produk unggulan yang dapat dikembangkan serta memiliki daya saing bagi kemajuan UMKM desa Gendro. Susu dan buah jeruk diketahui memiliki banyak manfaat bagi kesehatan. Susu sapi merupakan salah satu jenis susu yang kaya akan manfaat dan sumber protein hewani (Salwa Zakiyyah, 2021). Buah jeruk merupakan buah yang kaya akan kandungan vitamin C. Mengonsumsi buah jeruk dapat memberikan dampak kesehatan bagi tubuh. Buah jeruk dapat diolah menjadi berbagai macam olahan produk, hal ini dikarenakan jeruk merupakan tanaman yang banyak dibudidayakan dan mudah ditemui di swalayan maupun pasar tradisional (Dayat Suryana, 2018). Susu sapi murni dan buah jeruk

lokal selain dapat dijual secara langsung juga biasa diolah dalam berbagai macam bentuk produk seperti yoghurt, susu aneka rasa, permen susu, stik susu, dan minuman rasa buah oleh para pelaku UMKM.

Ditinjau melalui kaca mata mahasiswa KKN-P kelompok 69 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, permasalahan umum yang ada di desa Gendro berupa kurangnya strategi inovasi dalam mengikuti tren perkembangan olahan yang semakin variatif dan mendominasi pasar modern. Inovasi menurut Goman (Rusdiana, 2014) merupakan bentuk penerapan ide kreatif secara praktis. Proses inovasi dapat memberikan nilai tambah bagi suatu barang dan jasa sehingga terciptalah berbagai keuntungan (Octavianto, 2020). Berdasarkan permasalahan umum yang terdapat di desa Gendro, mahasiswa KKN-P kelompok 69 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo berinovasi dalam mengembangkan produk unggulan desa Gendro berupa susu dan buah lokal (jeruk) sebagai produk yang memiliki tren baru dan potensi dalam mendongkrak UMKM di desa Gendro.

Produk yang menjadi inovasi mahasiswa KKN-P 69 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo berupa produk olahan permen jelly dengan bahan dasar buah jeruk yang dibranding dengan nama *“My Gummy”* serta susu pisang dengan bahan dasar susu sapi murni yang dibranding dengan nama *“SoeSang Milk”*.

## **Method**

Kegiatan mahasiswa KKN-P kelompok 69 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo salah satunya yaitu pengembangan UMKM lokal desa gendro yang dilakukan dalam kurun waktu 2 sampai 3 minggu. Kegiatan tersebut direncanakan dan dilakukan oleh mahasiswa yang berjumlah 15 orang. Kegiatan dilakukan di desa Gendro, kecamatan Tukur, kabupaten Pasuruan. Adapun metode pelaksanaan kegiatan tersebut diantaranya:

1. Survei desa dan potensi yang ada

Survei dilakukan melalui dua tahapan. Pertama, dilakukan dengan berselancar di akun web desa gendro. Kedua, dilakukan secara langsung di lapangan. Tujuannya untuk mengetahui permasalahan dan potensi yang dapat dikembangkan guna memajukan UMKM di desa Gendro.

2. Proses pelaksanaan kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan melakukan praktik secara langsung, praktik tersebut terdiri dari beberapa rangkaian kegiatan wirausaha seperti:

- A. Rencana produksi

Menganalisis ketersediaan bahan baku, proses produksi, dan perencanaan anggaran untuk produksi skala kecil.

B. Kegiatan pengembangan produk

Pengembangan produk susu pisang "*SoeSang milk*" serta permen jelly rasa jeruk "*My Gummy*" dilakukan dengan mempertimbangkan kualitas, rasa, dan harga yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat melalui uji coba yang dilakukan berkali-kali. Dalam uji coba pengembangan produk susu dan permen jelly tentunya mengalami berbagai macam lika-liku serta hambatan, namun dalam proses tersebut kami menemukan hasil akhir dari akumulasi trial yang telah dilakukan dengan harapan dapat membantu dalam mengembangkan UMKM di desa Gendro melalui inovasi produk olahan susu dan buah yang telah dibuat.

C. Produksi dan pengolahan

Rencana produksi susu pisang "*SoeSang Milk*" serta permen jelly rasa jeruk "*My Gummy*" dilakukan dalam jumlah kecil, 6-15 botol untuk "*SoeSang Milk*" dan 15 pouch kemasan untuk "*My Gummy*". Susu pisang "*SoeSang Milk*" serta permen jelly rasa jeruk "*My Gummy*" diolah dengan bahan pilihan yang berkualitas dan peralatan rumahan yang telah disterilisasi guna menjaga kualitas produk yang akan diberikan.

D. Pemasaran produk

Pemasaran produk susu pisang "*SoeSang Milk*" serta permen jelly rasa jeruk "*My Gummy*" dimulai dengan mencari kemasan yang menarik dan sesuai dengan produk dilanjutkan dengan membuat label produk kemasan "*SoeSang Milk*" dan "*My Gummy*", serta melakukan kegiatan promosi lokal yang efektif, termasuk menggunakan media sosial dan melakukan pameran produk yang dikemas dalam acara pesta rakyat desa gendro.

3. Penyerahan hasil inovasi produk unggulan kepada pihak desa

Mahasiswa KKN-P kelompok 69 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo berencana menyerahkan hasil inovasi produk kepada pihak desa dalam acara pesta rakyat Desa Gendro yang bertepatan pada hari Minggu, 03 Maret 2024. Acara tersebut diselenggarakan oleh kelompok mahasiswa KKN-P kelompok 69 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dengan melakukan kolaborasi bersama sanggar kesenian dan pelaku UMKM setempat yang bertempat di balai Desa Gendro.

## Result And Discussion

Masalah yang dihadapi Desa Gendro setelah dilakukan survei dan diskusi oleh mahasiswa KKN-P kelompok 69 yaitu kurang adanya inovasi pengolahan bahan lokal desa Gendro yang dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan UMKM di desa tersebut.

### 1. Proses Produksi susu pisang “*SoeSang Milk*”

#### A. Trial pembuatan produk “*SoeSang Milk*”

Uji coba produk diawali dengan pemilihan bahan berkualitas yang akan menjadi komposisi dalam pembuatan produk susu pisang tersebut. Mahasiswa KKN-P kelompok 69 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo melakukan observasi terkait buah pisang sebagai bahan utama dalam pembuatan susu melalui media internet dan wawancara secara langsung dengan pedagang buah pisang setempat. Berdasarkan hasil riset dan wawancara secara mendalam, mahasiswa KKN-P kelompok 69 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo memilih pisang ambon sebagai jenis pisang yang akan dijadikan bahan baku utama dalam pembuatan susu pisang. Selain pisang ambon, susu fresh dari petani susu sapi perah desa Gendro menjadi bahan baku yang tidak kalah penting dalam proses produksi susu pisang. Proses trial pembuatan susu pisang dilakukan sebanyak 3 kali untuk memastikan resep yang akan digunakan dalam produksi susu pisang ini. Hasil resep terbaik dengan komposisi bahan yang sesuai selera dan cita rasa yang pas pada akhirnya diperoleh pada proses trial yang ketiga.

Komposisi bahan yang dipakai dalam produksi susu pisang beserta cara pembuatannya adalah sebagai berikut:

#### ➤ Komposisi Bahan Produk “*SoeSang Milk*”

Komposisi Bahan	Jumlah Takaran
1. Buah pisang matang	2 buah
2. Susu fresh	250 mili liter
3. Gula pasir	1 sendok makan
4. Ekstrak vanilla	1 sendok teh

#### ➤ Cara Pembuatan Produk “*SoeSang Milk*”

1. Siapkan blender,
2. Masukkan pisang, susu, gula dan ekstrak vanilla,
3. Blender hingga semua bahan tercampur rata dan lembut,

4. Sajikan segera atau dapat disimpan di kulkas hingga 3-4 hari.



*Gambar 1.*  
Proses menimbang ekstrak vanilla pada pembuatan produk “SoeSang Milk



*Gambar 2.*  
Proses menyaring susu pisang yang telah dihaluskan untuk disajikan menjadi susu pisang siap konsumsi

#### B. Pembuatan label kemasan dan tagline produk “*SoeSang Milk*”

Mahasiswa KKN-P kelompok 69 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo memilih kemasan botol dengan ukuran 250 ml. Konsep perancangan label dan *tagline* produk kemasan “*SoeSang Milk*” memakai konsep media kreatif. *Tagline* yang digunakan untuk produk “*SoeSang Milk*” adalah “Miliky MOO Dalam Setiap Tegukan”. Marinus Angipora (2002: 192) Label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya. Sedangkan *tagline* ialah slogan singkat pada suatu merek yang digunakan sebagai sarana/media periklanan untuk memasarkan produk (Welan, 2016). Penggunaan *tagline* dapat memberikan kesan positif seperti mudahnya konsumen dalam mengingat suatu produk sehingga memberi dorongan kepada mereka untuk membeli produk tersebut (Osak & Pasharibu, 2020). Label dan *tagline* menurut pengertian tersebut merupakan hal yang sangat penting bagi produk karena dengan label dan *tagline* konsumen dapat mengenal dan mengingat suatu produk, hal ini disebabkan produk telah memiliki identitas yang berisi informasi tentang produk tersebut (Irrubai, 2021).

Pembuatan label kemasan susu pisang “*SoeSang Milk*” diawali dengan observasi pada media kreatif guna mendapatkan label kemasan yang menarik dan sesuai tren masa kini. Hasil observasi mahasiswa KKN-P kelompok 69 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo terhadap label kemasan yang menarik dan sesuai untuk produk susu pisang “*SoeSang Milk*” adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Label kemasan produk susu pisang “SoeSang Milk”

#### E. Pemasaran produk “SoeSang Milk”

Philip Kotler (2002) pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Fadilah, 2020).

Proses strategi pemasaran produk susu pisang “SoeSang Milk” dimulai dengan mencari kemasan yang menarik dan sesuai dengan produk, dilanjutkan melakukan kegiatan promosi lokal yang efektif, termasuk penggunaan media sosial sebagai sarana promosi. Pameran produk dalam acara pesta rakyat desa Gendro juga merupakan bentuk strategi pemasaran guna meningkatkan eksposur (sebuah cara untuk memperkenalkan dan menguatkan branding yang dipunya agar lebih dikenal oleh konsumen) produk kepada target pasar lokal. Ini adalah strategi yang tepat untuk meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk tersebut. Target pasar produk susu pisang “SoeSang Milk” ialah warga setempat desa Gendro terutama anak-anak. Target pasar memengaruhi proses penelitian konsumen, dimana dimensi atau indikator tujuan pasar serupa dengan menetapkan sasaran besarnya komponen saat ini dan potensi pertumbuhan, persaingan, dan juga kelayakan (Putri et al., 2022).

Melalui acara pesta rakyat desa Gendro diharapkan dapat memperkenalkan produk hasil inovasi mahasiswa KKN-P kelompok 69 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yakni susu pisang “SoeSang Milk” kepada masyarakat setempat serta menaikkan minat mereka terhadap produk hasil olahan susu yang menjadi unggulan desa.

#### 2. Proses Produksi permen jelly “My Gummy”

##### A. Trial pembuatan produk “My Gummy”

Produk permen jelly “My Gummy” tercetus melalui salah satu program kerja unggulan mahasiswa KKN-P kelompok 69 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo pada

bidang kesehatan yang berkaitan dengan solusi menu alternatif pencegah stunting untuk balita dan anak-anak.

Uji coba produk diawali dengan pemilihan bahan berkualitas yang akan menjadi komposisi dalam pembuatan produk permen jelly tersebut. Mahasiswa KKN-P kelompok 69 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo melakukan observasi terkait buah jeruk sebagai bahan utama dalam pembuatan permen jelly melalui wawancara secara langsung dengan pedagang buah jeruk setempat. Berdasarkan hasil wawancara secara mendalam, mahasiswa KKN-P kelompok 69 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo memilih jeruk madu sebagai jenis buah yang akan dijadikan bahan baku utama dalam pembuatan permen jelly. Proses trial pembuatan permen jelly dilakukan sebanyak 4 kali untuk memastikan resep yang akan digunakan dalam produksi permen jelly ini. Hasil resep terbaik dengan komposisi bahan yang sesuai selera dan cita rasa yang pas pada akhirnya diperoleh pada proses trial yang terakhir.

Berikut komposisi bahan yang dipakai dalam produksi permen jelly beserta cara pembuatannya:

➤ Komposisi Bahan Produk “*My Gummy*”

Komposisi Bahan	Jumlah Takaran
1. Buah jeruk	150 mili liter
2. Madu	29 gram
3. Gula pasir	21 gram
4. Gelatin	28 ram

➤ Cara Pembuatan Produk “*My Gummy*”

1. Masukkan 150 ml sari buah ke dalam panci
2. Tambahkan gula, gelatin, dan madu
3. Aduk pelan dengan api kecil hingga mendidih
4. Angkat lalu tuang ke cetakan
5. Diamkan dalam lemari pendingin selama kurang lebih 20-30 menit
6. Beri tepung maizena pada tiap permen jelly agar tidak lengket (Opsional)



Gambar 4. Produk permen jelly “My Gummy” dengan label kemasan sementara

B. Pembuatan label kemasan dan tagline produk “My Gummy”

Dalam pembuatan kemasan produk “My Gummy”, mahasiswa KKN-P kelompok 69 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo memilih kemasan pouch dengan ukuran 9 x 15 cm. Konsep perancangan label produk kemasan “My Gummy” diawali dengan observasi pada media kreatif guna mendapatkan label kemasan yang menarik dan sesuai tren masa kini. Adapun tagline produk “My Gummy” adalah “My Gummy So Yummy”. Berdasarkan hasil observasi mahasiswa KKN-P kelompok 69 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, label kemasan yang menarik dan sesuai untuk produk permen jelly “My Gummy” adalah sebagai berikut:



Gambar 5. Label kemasan produk “My Gummy” siap launching

C. Pemasaran produk “My Gummy”

Proses strategi pemasaran produk permen jelly "My Gummy" dimulai dengan melakukan kegiatan promosi lokal yang efektif, termasuk penggunaan media sosial

sebagai sarana promosi. Adapun target pasar dari produk permen jelly “My Gummy” adalah anak-anak karena “My Gummy” sendiri merupakan produk permen sehat yang dapat menjadi menu alternatif atasi stunting. Kegiatan rutin posyandu PIN (Pekan Imunisasi Nasional) menjadi tonggak utama dalam proses pemasaran produk permen jelly “My Gummy”. Selain itu, dilakukan pula pameran produk dalam acara pesta rakyat desa Gendro bersamaan dengan produk susu pisang “SoeSang Milk”. Melalui acara pesta rakyat desa Gendro diharapkan dapat memperkenalkan produk hasil inovasi kelompok KKN-P kelompok 69 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang menjadi salah satu menu pendamping untuk atasi stunting yakni permen jelly “My Gummy” kepada masyarakat setempat serta menaikkan minat mereka terhadap produk hasil olahan buah lokal yang kaya akan manfaat.



Gambar 6. Kegiatan rutin posyandu PIN (Pekan Imunisasi Nasional) sebagai proses pemasaran utama produk permen jelly “My Gummy”

## Conclusion

Inovasi pembuatan produk olahan susu “Soesang Milk” serta olahan buah lokal berupa permen jelly rasa jeruk dan apel “My Gummy” merupakan langkah positif dalam upaya memanfaatkan produk lokal unggulan dengan konsep tren masa kini yang bertujuan untuk mengembangkan serta mendongkrak kondisi perekonomian dan daya saing UMKM masyarakat di desa Gendro.

## Acknowledgements

Terimakasih kami kepada bapak Suwaji selaku kepala desa Gendro dan seluruh perangkat desa yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melakukan program pengabdian masyarakat yang berupa KKN Pencerahan. Terimakasih pula kami sampaikan kepada seluruh teman teman anggota kelompok KKN-P 69 yang turut berkontribusi dalam setiap program kerja mengenai pembuatan artikel dan inovasi produk.

## References

- Dayat Suryana. (2018). *Manfaat Buah*. Dayat Suryana Independent.
- Fadilah, N. (2020). *Pengertian , Konsep , dan Strategi Pemasaran Syari ' ah*. 1(2).
- Hayusman, L. M., Anam, A., Hidayat, T., Industri, F. T., Tutur, K., Pasuruan, K., Surya, P., & Alternatif, E. (2018). *Pemanfaatan Teknologi Panel Surya Kelompok*. 5068, 59–67.
- Irrubai, M. L. (2021). Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga. *Sosio-Didaktika: Social Science Education Journal*, 3(1), 17–26. <https://doi.org/10.15408/sd.v3i1.3794>
- Octavianto. (2020). Pengembangan Sumber Daya Manusia dengan Berbasis Inovasi untuk Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 397–407. <http://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/504>
- Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Awareness. *E- Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 9(4), 357–380.
- Putri, H. P., Sari, N. S., & Rahmah, N. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Riset Konsumen: Target Pasar, Perilaku Pembelian dan Permintaan Pasar (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 1–11.
- Rusdiana. (2014). *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Pustaka Pustaka.
- Salwa Zakiyyah, H. N. (2021). Susu Sapi sebagai Obat bagi Kesehatan Tubuh: Studi Takhrij dan Syarah Hadits. *Jurnal Riset Agama*, 1(2), 375–388. <https://doi.org/10.15575/jra.v1i2.14672>
- Welan, C. H. (2016). *Figurative Languages Used In Movie Taglines Claudya Hein Welan*. 04, 128–135.

# 263-272 Detak Prapanca - My Gummy dan Soesang Milk.pdf

---

ORIGINALITY REPORT

---

# 19%

SIMILARITY INDEX

---

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

---

★ojs.unik-kediri.ac.id

Internet

5%

---

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY OFF

EXCLUDE SOURCES OFF

EXCLUDE MATCHES OFF