

Program Kewirausahaan Mandiri Dalam Membuat Produk : Goguma Ice Cream

Pelita Bayhaqi Al Ansor¹, Salma Nurhaliza², Siti Rachma³, Reihana Fitri Aulia⁴, Nova

Alvia⁵

¹Universitas Djuanda, bebayuoo08@gmail.com

²Universitas Djuanda, salmanurhalizanyama@gmail.com

³Universitas Djuanda, sitirachma447@gmail.com

⁴Universitas Djuanda, reihanafitri@gmail.com

⁵Universitas Djuanda, novaalviaanugraheni@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas pengembangan es krim berbahan dasar ubi ungu dalam program wirausaha mandiri yang dilaksanakan di Kabupaten Bogor. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk mengenalkan produk inovatif kepada masyarakat, khususnya anak-anak di sekolah dasar, serta meningkatkan daya tarik konsumen terhadap es krim yang kaya akan rasa dan nutrisi. Metode penelitian meliputi perencanaan, pelaksanaan uji coba, dan produksi es krim dengan melibatkan masyarakat dalam proses pemberian umpan balik. Hasil menunjukkan bahwa minat konsumen meningkat berkat strategi pemasaran yang efektif, termasuk demonstrasi produk dan kampanye media sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa es krim ubi ungu tidak hanya menawarkan cita rasa unik tetapi juga manfaat kesehatan yang signifikan, sehingga berpotensi menjadi pilihan camilan sehat bagi masyarakat. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya mencakup pengembangan varian rasa baru dan peningkatan kolaborasi dengan petani lokal untuk mendukung keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: produk, kewirausahaan,

PENDAHULUAN

Menurut Cantillon, seorang pengusaha adalah individu yang memiliki kemampuan untuk mengalihkan atau mengubah sumber daya. Sumber daya ekonomi meningkat dari tingkat produktivitas yang rendah ke tingkat yang lebih tinggi (Widayati et al., 2019). Es krim adalah produk susu yang dibuat menjadi es krim atau sejenisnya (Mubarok et al., 2024) Ubi ungu kaya akan nutrisi seperti anthosianin, vitamin C&E, kalium, zat besi tetapi kurang disukai karena rasa. Jasaeggoguma *ice cream* cocok sebagai inovasi yang memanfaatkan ubi ungu sebagai

bahan kuat dengan cara mempermudah konsumsi. *Ice cream* ini mengandung semua manfaat kesehatan ubi ungu namun rasa yang lebih nikmat sehingga dapat diminati semua lapisan masyarakat. rasa es krim juga memengaruhi kesukaan konsumen Selain itu, produk ini dapat meningkatkan penghasilan petani ubi ungu dan turut serta dalam pembangunan industri lokal(Mubarok et al., 2024). Oleh karena keunggulan tersebut goguma *ice cream* layak dipilih sebagai produk makanan sehat dan berbahan baku lokal.

Minat masyarakat akan makanan berbahan dasar alami dan lokal semakin meningkat. goguma ice cream menjawab tren tersebut karena mengandung nutrisi alami dari ubi ungu(Malkan Bakhrul Ilmi et al., 2023) Tingkat konsumsi es krim di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya, mencapai 51,9 persen pada tahun 2013-2018(Malkan Bakhrul Ilmi et al., 2023) oleh karena itu kami memperhatikan peluang bisnis dan juga kesehatan bagaimana agar bisa sama sama sehat tanpa mengurangi angka minat pada ice cream. Bagi anak-anak ice cream merupakan jajanan yang sangat menggurikan sehingga sering kerap kali disetiap toko selalu ada produk ice cream(Ferdiani Suarna et al., 2024). Sutrisno R dalam teorinya tentang "Capability Approach" menegaskanMenyediakan kesempatan bagi individu untuk meningkatkan keterampilan mereka dan memperluas peluang ekonomi yang tersedia.Cara ini membantu meningkatkan kualitas hidup serta mengurangi tingkat kemiskinan dengan efektif.(Saputra et al., 2024)

METODE PENELITIAN

Metode Pelaksanaan

Pada kegiatan ini dilaksanakan selama 5 bulan, yang dimulai pada bulan agustus – desember. Objek dari pemasaran produk ini adalah petani di wilayah kabupaten bogor, untuk membantu pemasaran ubi ungu kepada masyarakat dan meningkatkan minat konsumen yang ada di kabupaten Bogor.

Metode Kegiatan

1. Perencanaan

Pada tahap perencanaan, langkah-langkah yang diambil oleh tim sebagai berikut :

- Penentuan tahap perencanaan : Ide yang kami pilih ialah “ice cream bahan dasar ubi ungu “
 - Penentuan bahan dan alat dalam membuat ice cream: ubi ungu *powder*, susu *fullcream*, *whipped cream*, dan bahan pendukung lainnya. Alat alat seperti *freezer*, *mixer*, *container box*.
 - Analisis keuangan: melakukan analisis untuk menentukan biaya pengeluaran bahan dan alat yang diperlukan.
2. Pelaksanaan Kegiatan (uji coba) : pada tahap ini, kegiatan berikut akan dilakukan:
- Pembelian bahan dan alat yang dibutuhkan: bahan seperti ubi ungu powder, susu fullcream, whipped cream, susu kental manis, pewarna makanan, vanili. Alat yang diperoleh seperti wadah, pengaduk, dan pencampur bahan.
 - Uji coba membuat eskrim : melakukan uji coba dengan mengabungkan semua bahan pada wadah yang sudah diperoleh. Pada proses ini, mengikutin resep dan prosedur yang sudah ditentukan. Uji cob aini dilakukan untuk menemukan hasil ekrim yang baik dan diterima oleh konsumen.
 - Terstimony : setelah proses pembuatan eskrim selesai, selanjutnya dilakukan tertimoni atau penilaian terhadap hasil pembuatan kepada Masyarakat terdekat. Dalam kegiatan tertimoni ini, seorang uji coba memberikan umpan balik mengenai kualitas dan tekstur pada eskrim yang sudah dibuat.
3. Tahap Pelaksanaan (produksi) :
- Setelah melakukan uji coba, tim melakukan tahap produksi dengan Langkah-langkah sebagai berikut :
- Penyiapan alat dan bahan : menyiapkan alat dan bahan yang sudah ditentukan dan melakukan produksi dalam jumlah yang lebih banyak.

- Pembuatan eskrim : pada proses ini, menggabungkan semua bahan dalam wadah dengan rasio yang tepat dan mengikuti resep dan Langkah-langkah yang sudah ditentukan.
- Pengemasan eskrim : pada proses pengemasan, bahan yang sudah diolah akan dimasukkan ke dalam box pendingin agar siap dijual. Setelah itu, menyiapkan cup yang sudah ditempelkan label yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan

Dalam program wirausaha mandiri ini, es krim berbahan dasar ubi ungu yang dikembangkan dari bulan Agustus 2024 berhasil menarik perhatian konsumen. Selama periode tersebut, telah diadakan berbagai inovasi untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik produk. Salah satunya adalah mencoba varian rasa yang baru dan desain kemasan yang menarik. Evaluasi menunjukkan minat konsumen semakin meningkat terhadap produk yang tidak hanya menawarkan cita rasa istimewa dari ubi ungu, namun juga memiliki kandungan gizi yang tinggi. Di samping itu, program ini memberikan pengalaman yang berharga dalam bidang pemasaran, produksi, dan manajemen bisnis kepada semua anggota tim.

Kegiatan utama dalam program ini adalah melakukan distribusi kepada Masyarakat di wilayah kabupaten Bogor terutama Lembaga Pendidikan Sekolah Dasar (SD) untuk mengenalkan produk kreatif dari mahasiswa dan meningkatkan daya tarik konsumen pada eskrim ubi ungu ini. Tujuan dari kegiatan ini guna diharapkan masyarakat mengetahui bahwa ubi ungu bisa menjadi varian rasa dalam berbagai macam menu hidangan dan dessert yang kaya akan rasa serta nutrisi yang baik untuk tubuh.

Edukasi Nutrisi

Dengan memperkenalkan *ice cream* ubi ungu, kami berupaya memberikan pemahaman kepada anak-anak dan orang tua tentang manfaat kesehatan yang dimiliki ubi ungu. Ketika kita mengonsumsi ubi jalar ungu yang kaya akan karbohidrat, serat, dan antioksidan, itu dapat membantu dalam memperbaiki pola makan kita untuk menjadi lebih sehat. Studi menunjukkan bahwa antosianin dalam ubi ungu memiliki sifat antioksidan yang membantu

melawan radikal bebas dalam tubuh. Jadi, es krim ini tidak hanya punya rasa istimewa tapi juga memberikan manfaat besar buat kesehatan.

Strategi pemasaran

Untuk mencapai tujuan tersebut, kami merencanakan beberapa strategi pemasaran yang akan kami lakukan, di antaranya: Menyelenggarakan acara demonstrasi produk dengan menyuguhkan sesinistakan es krim di sekolah-sekolah guna menarik perhatian siswa. Ini memberi kesempatan bagi mereka merasakan kelezatan es krim ubi ungu secara langsung.



Foto 1 ; konsumen di SD Negeri Pandansari 01



Foto 2 ; konsumen di MI Raudhlatul Wildan

Tidak hanya itu kita juga membuka booth pada event kampus untuk memperkenalkan produk keren kami agar konsumen semakin meluas.



Foto 3 ; booth kegiatan kampus

Penggunaan platform media sosial dalam kampanye untuk memperkenalkan produk dan memberikan informasi yang berguna mengenai manfaat kesehatan ubi ungu. Membagikan konten menarik seperti video tentang pembuatan es krim dan testimoni dari konsumen akan membantu meningkatkan eksposur produk tersebut.



Foto 4 ; Official Instagram goguma ice cream

Dengan kegiatan ini, kami berharap agar masyarakat dapat lebih mengenali es krim ubi ungu tidak hanya sebagai camilan lezat, melainkan juga sebagai salah satu komponen dalam pola makanan sehat. Dengan proses pembelajaran dan pengalaman praktis, diharapkan anak-anak akan memiliki kesadaran yang lebih mendalam terhadap nilai makanan lokal serta menyadari pentingnya asupan nutrisi yang seimbang. Oleh karena itu, kami bertekad untuk terus berinovasi dalam pengembangan produk berbasis ubi ungu yang tidak hanya lezat tetapi juga bermanfaat untuk kesehatan masyarakat

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan es krim berbahan dasar ubi ungu berhasil menarik minat konsumen, terutama anak-anak dan masyarakat di Kabupaten Bogor. Melalui program wirausaha mandiri ini, kami tidak hanya memperkenalkan produk inovatif yang kaya akan rasa dan nutrisi, tetapi juga memberikan pengetahuan tentang manfaat kesehatan dari ubi ungu. Cara promosi yang digunakan, seperti melakukan demonstrasi produk di sekolah dan memanfaatkan media sosial, terbukti efisien dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang kepentingan makanan sehat bersumber dari produk lokal. Dengan capaian yang positif, kami menyarankan untuk terus berinovasi dalam produk dan strategi pemasaran, guna memperluas dampak positifnya terhadap kesehatan masyarakat serta meningkatkan pendapatan petani ubi ungu.

REFERENSI

- Ferdiani Suarna, I., Syariifah, I. R., & Ashari, W. P. (2024). Wirausaha Dalam Bisnis Franchise Mixue Kiat Kesuksesan Dan Tantangan Dalam Mengelola Waralaba. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 155–165.
<https://doi.org/10.62017/jemb>
- Malkan Bakhrul Ilmi, I., Ayu Arini, F., Quratul Marjan, A., & Firdausiyah Nur Habieb, S. (2023). Kandungan gula es krim yang disukai mahasiswa depok. *Journal of The Indonesian Nutrition Association*, 46(2), 221–228.
<https://doi.org/10.36457/gizindo.v46i2.924>

- Mubarok, M. S., Fadhillah, N., & Fahim, A. (2024). *Pengaruh Sertifikasi Label Halal , Kebutuhan dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Mixue*. 3(3), 233–239.
- Saputra, M. R., Syafei, I., Indriani, A. N., & Kamali, A. S. (2024). *PELATIHAN PEMBUATAN ES KRIM SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KETERAMPILAN DAN PEMBERDAYAAN PEREMPUAN (Implementasi Kegiatan di Desa Kadukacang , Kecamatan Cimanuk) Informasi Artikel Es Pemberdayaan , Keterampilan*. 01(September), 47–51.
- Widayati, E., Yunaz, H., Rambe, T., Siregar, B. W., Fauzi, A., & Romli, R. (2019). *Pengembangan Kewirausahaan Dengan Menciptakan Wirausaha Baru Dan Mandiri. JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 6(2), 98–105. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v6i2.26181>