



Inovasi Pemasaran dan Pemanfaatan Potensi Profitabilitas pada Minuman Fermentasi Tepache

Elly Rasmikayati¹, Eti Suminartika², Bobby Rachmat Saefudin^{3*}

^{1,2} Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran

³ Fakultas Pertanian, Universitas Ma'soem

E-mail: * bobirachmat@gmail.com

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v6i1.227>

Info Artikel:

Diterima :
2025-01-05

Diperbaiki :
2025-01-09

Disetujui :
2025-01-12

Kata Kunci: Minuman Probiotik, Minuman Fermentasi, Tepache, Pemasaran, Peluang Usaha

Abstrak: Industri makanan dan minuman berkontribusi cukup besar untuk perekonomian Indonesia. Pasar minuman fermentasi semakin berkembang karena kesadaran konsumen akan Kesehatan. Belakang ini terjadi perkembangan pada produk fermentasi non susu salah satu contoh minuman fermentasi yang populer adalah tepache. Minuman fermentasi tepache berpotensi menjadi sebuah usaha karena selain pemanfaatan limbah juga karena Indonesia memiliki potensi buah lokal. Dengan menerapkan keterampilan produksi, teknologi pengemasan dan penyimpanan, pengelolaan bisnis, serta pemasaran yang baik akan mendukung potensi usaha. Program pengabdian ini berupaya untuk mengadvokasi inovasi pemasaran dan peluang usaha. Karena masih terdapat kendala kemasan produk yang digunakan saat ini kurang menarik perhatian pelanggan dan masih banyak calon pembeli yang tidak tahu produk dan usaha dari kebun Al-Qur'an karena minimnya penyebaran informasi. Metode yang dilakukan menggunakan Focus Group Discussion (FGD) untuk advokasi inovasi pemasaran dan perhitungan Harga Pokok Produksi untuk advokasi peluang usaha. Hasil yang didapatkan terdapat kemasan menggunakan kaleng yang dapat menjaga kualitas dan keutuhan produk serta desain kemasan yang informatif untuk memberikan informasi secara efektif kepada pelanggan serta promosi melalui media sosial. Selain itu, minuman fermentasi tepache memiliki peluang usaha yang menjanjikan karena masih terbukanya pasar dan rentang harga yang sesuai dengan manfaat Kesehatan yang ditawarkan oleh minuman fermentasi tepache.

Abstract: *The food and beverage industry contributes significantly to the Indonesian economy. The fermented beverage market is growing due to consumer awareness of health. Recently, there has been a development in non-dairy fermented products, one example of a popular fermented drink is tepache. Tepache fermented drinks have the potential to become a business because in addition to utilizing waste, Indonesia also has the potential for local fruit. By applying production skills, packaging and storage technology, business management, and good marketing will support business potential. This community service program seeks to advocate marketing innovation and business opportunities. Because there are still obstacles, the product packaging currently used is less attractive to customers and there are still many prospective buyers who do not know the products and businesses of the Al-Qur'an garden due to the lack of information dissemination. The method used is Focus Group Discussion (FGD) for advocacy of marketing innovation and calculation of Production Cost for advocacy of business opportunities. The results obtained are packaging using cans that can maintain the quality and integrity of the product and informative packaging design to provide information effectively to customers and promotion through social media. In addition, tepache fermented drinks have promising business opportunities because the market is still open and the price range is in accordance with the health benefits offered by tepache fermented drinks.*

Keywords:

Probiotic Drinks

Fermented Drinks

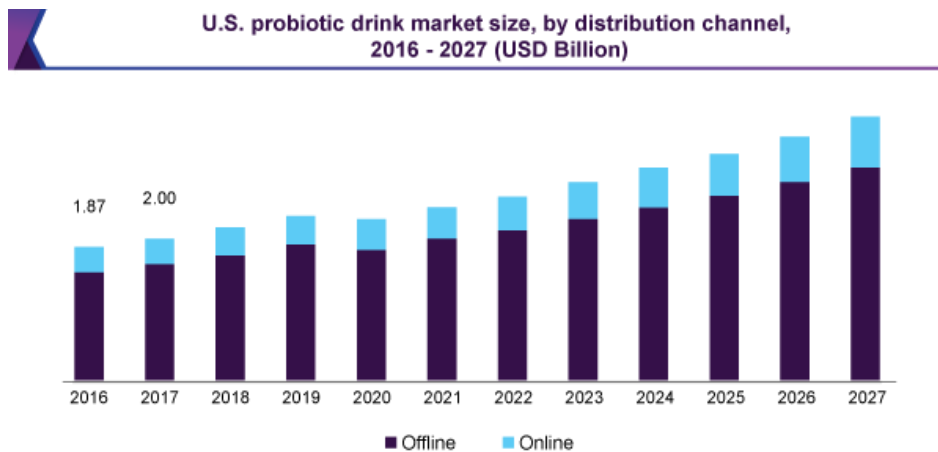
Tepache

Marketing

Business Opportunities

Pendahuluan

Industri makanan dan minuman saat ini mempunyai kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian Indonesia (Widodo, 2019). Pasar minuman fermentasi global merupakan sektor industri yang sedang berkembang karena konsumen telah sadar akan kesehatan, hal ini ditunjukkan dengan peningkatan permintaan terhadap minuman yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan mengurangi risiko penyakit (Marsh et al., 2014). Selain peran fermentasi dalam mengawetkan makanan, proses fermentasi dapat mengubah karakteristik nutrisi makanan dan memberikan efek menguntungkan pada kesehatan manusia (Šikić-Pogačar et al., 2022). Produk fermentasi memberikan manfaat kesehatan dalam banyak hal karena mengandung vitamin, mineral, dan senyawa bioaktif dengan sifat prebiotik, antimikroba, atau antioksidan yang dihasilkan selama proses fermentasi (Marco et al., 2021).



Gambar 1. Ukuran Pangsa Pasar Minuman Probiotik Tahun 2016-2017

Sumber: (Grand View Research, 2019)

Berdasarkan data pada gambar 1 pada tahun 2019 ukuran pasar minuman probiotik di tingkat global memiliki nilai sebesar 13.65 miliar USD. Ukuran pasar minuman probiotik diproyeksikan akan terus tumbuh hingga tahun 2027 sebesar 6.1% Compound Annual Growth Rate (CAGR) atau tingkat pertumbuhan tahunan gabungan. Konsumen semakin mengenal produk tersebut dan menyadari pentingnya bagi kesehatan usus mereka. Selain itu, peningkatan kesadaran akan kesehatan, khususnya di kalangan konsumen muda, telah mendorong permintaan global terhadap produk ini. Ditambah lagi, tersedianya produk siap minum yang praktis dikonsumsi saat bepergian telah mendukung pertumbuhan pasar. Menurut (Khoiriyah et al., 2023), minuman sehat selain dapat menghilangkan rasa haus dan dahaga, juga mempunyai efek menguntungkan terhadap kesehatan. Terdapat kandungan bahan-bahan aktif dalam minuman sehat seperti vitamin dan mineral yang dapat memberikan dampak positif terhadap tubuh. Belakangan ini, popularitas produk fermentasi dengan bahan dasar non-susu mulai berkembang (Panghal et al., 2018). Minuman fermentasi yang paling populer dalam kelompok produk susu adalah yogurt dan kefir, sedangkan minuman fermentasi nabati yang paling populer adalah kombucha dan tepache (Ligenza et al., 2021). Salah satu produk fermentasi non-susu yang cukup populer yaitu fermentasi berbahan dasar buah, fermentasi ini memiliki keunggulan dan manfaat yang lebih baik dibandingkan dengan produk berbahan dasar susu sapi (Ávila et al., 2020).

Buah-buahan dianggap sebagai barang yang mudah rusak dan perlu diproses segera untuk meminimalkan kerugian pasca panen. Namun, proses produksi buah-buahan menghasilkan hampir 60% limbah dari total produksi. Penciptaan produk probiotik dapat menjadi strategi untuk meningkatkan nilai pasar dan aksesibilitas buah-buahan serta mengurangi limbah produksi dan menjadikannya sebuah produk

yang bernilai tambah (Gomes et al., 2021). Minuman fermentasi olahan dari limbah buah yang populer contohnya adalah Tepache yang diolah dengan bahan baku utama kulit buah nanas. Tepache termasuk minuman fermentasi yang unik dalam hal nilai sensorik dan dihargai di Mexico karena merupakan minuman dengan tradisi produksi lama. Beberapa penulis mengatakan bahwa kata “Tepache” berasal dari kata “tepiatl” atau “tepiatzin” yang berarti air atau minuman dari varietas jagung yang bernama “tepitl”. Sumber-sumber lain menunjukkan kata “tepachoa” yang berarti menekan atau menggiling sesuatu dengan menggunakan batu (Pérez-Armendáriz & Cardoso-Ugarte, 2020).

Tepache memiliki khasiat yang baik bagi kesehatan, termasuk mendukung sistem kekebalan tubuh dan pencernaan. Selain itu, tepache memiliki kelebihan karena mikrobiologinya yang unik serta bahan dan cara pembuatannya yang sederhana (Ligenza et al., 2021). Di Mexico, tepache telah dikonsumsi sejak zaman kuno dengan tujuan untuk ritual keagamaan dan juga pengobatan. Manfaat pengobatan ini disebabkan karena adanya mikroorganisme di dalam minuman yang difermentasi (Romero-Luna et al., 2017). Tepache sangat populer di Mexico karena memiliki rasa yang unik dan berkhasiat. Namun, apabila dibandingkan dengan Mexico, minuman fermentasi tepache di Indonesia masih kurang terpromosikan, hanya sebagian kecil masyarakat yang mengetahui dan bahkan mengonsumsi. Menurut penelitian (Jumadi et al., 2023) di beberapa daerah di Indonesia telah dilakukan pengenalan dan pelatihan mengenai cara membuat minuman fermentasi tepache dengan harapan kedepannya masyarakat akan lebih mengenal dan juga mengembangkan tepache menjadi usaha minuman fermentasi.

Minuman fermentasi tepache berpotensi menjadi sebuah usaha karena selain pemanfaatan limbah juga karena Indonesia memiliki potensi buah lokal dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi (Fauzani, 2021). Pengembangan minuman fermentasi di sektor pertanian dapat mendukung peningkatan ekonomi masyarakat dengan cara meningkatkan keterampilan dan kapasitas produksi dalam pengelolaan pasca panen, penerapan teknologi pengemasan dan penyimpanan, serta pengelolaan bisnis dan strategi pemasaran. Diperlukan analisis usaha untuk melihat sejauh mana peluang usaha dapat berkembang dan menempatkannya di posisi yang tepat sasaran untuk pemasaran (Bahwita, 2022). Salah satu contoh usaha di Kota Bandung yang memproduksi minuman fermentasi adalah UMKM Kebun Al-Qur'an. Berdiri sejak tahun 2000, usaha ini berfokus pada pembuatan minuman fermentasi. Saat ini, mereka telah menghasilkan berbagai produk fermentasi dari beragam bahan baku, seperti susu, buah-buahan, dan sayuran. Hanya saja terdapat kendala kemasan

produk yang digunakan saat ini masih sangat sederhana karena hanya berupa botol plastik tanpa adanya keterangan produk sehingga kurang menarik perhatian pelanggan. Di sisi lain, Banyak calon pembeli yang tidak tahu tentang produk dan usaha dari Kebun Al-Qur'an karena penyebaran informasi yang terbatas.

Metode

Penelitian ini menggunakan *Participatory Action Research* (PAR) berorientasi pada pengembangan dan mobilisasi ilmu pengetahuan untuk masyarakat sebagai aktor perubahan (Afandi et al., 2022). Proses yang digunakan PKM untuk mempelajari dan menjawab kebutuhan masyarakat umum. Oleh sebab itu, pendekatan ini menjadi sebuah sarana untuk menumbuhkan kesadaran kritis secara kolektif di tengah masyarakat. Pengabdian ini berpotensi menjadi sebuah inovasi dengan mengajarkan pemasaran dan pemanfaatan potensi profitabilitas minuman fermentasi tepache.

Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan Maret-April 2024 di Kebun Al-Qur'an yang berlokasi di Jalan Pasir Luhur, Gg. Buah 4, Kelurahan Padasuka, Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung.

Alat dan Bahan

Alat yang digunakan:

- Laptop/komputer
- Pisau
- Toples kaca
- Kain bersih
- Saringan
- Botol

Bahan yang digunakan:

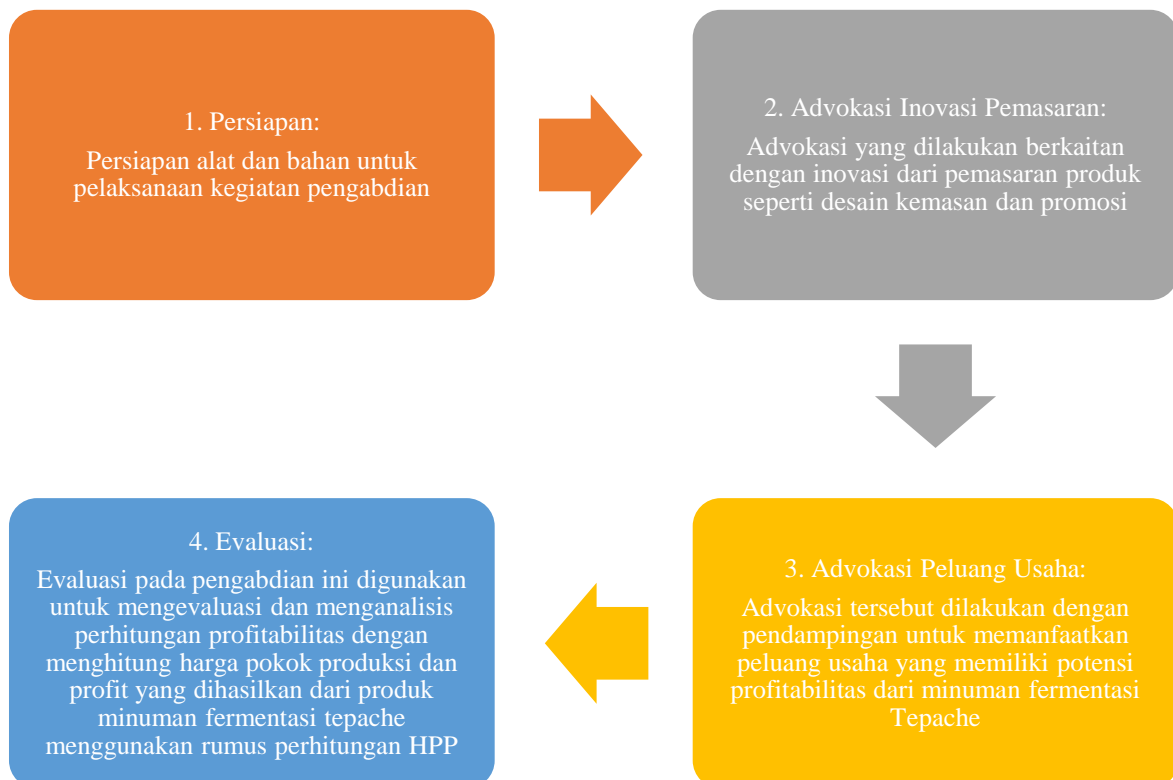
- Nanas matang
- Air
- Gula Merah
- Kayu manis atau cengkeh (opsional)

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian ini dibagi pada beberapa tahap kegiatan yang dilakukan, diantaranya:

- a. Persiapan: Tahap ini dilakukan untuk briefing serta persiapan alat dan bahan yang dibutuhkan dalam setiap proses kegiatan pengabdian.
- b. Advokasi Inovasi Pemasaran: Tahap ini dilakukan untuk mengadvokasi atau pendampingan kepada Kebun Al-Qur'an sebagai mitra yang bekerja sama dalam pengabdian ini. Advokasi yang dilakukan berkaitan dengan inovasi dari pemasaran produk seperti desain kemasan dan promosi. Hal ini dilakukan sebagai solusi pada permasalahan dan langkah inovatif dalam keberlangsungan usaha Kebun Al-Qur'an.
- c. Advokasi Peluang Usaha: Kegiatan advokasi tersebut dilakukan dengan pendampingan untuk memanfaatkan peluang usaha yang memiliki potensi profitabilitas dari minuman fermentasi Tepache. Pada tahap kegiatan ini diupayakan dengan menghitung harga pokok produksi dan menyesuaikan kualitas bahan baku.
- d. Evaluasi: Evaluasi pada pengabdian ini digunakan untuk mengevaluasi dan menganalisis perhitungan profitabilitas dengan menghitung harga pokok produksi dan profit yang dihasilkan dari produk minuman fermentasi tepache dengan rumus sebagai berikut:

$$HPP = \text{Biaya bahan baku} + \text{Biaya Tenaga kerja} + \text{Biaya Overhead}$$



Gambar 2. Flow Chart Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Hasil dan Pembahasan

Advokasi Inovasi Pemasaran

Kegiatan advokasi inovasi pemasaran dilakukan metode *Focus Group Discussion (FGD)* dengan mitra. untuk mendiskusikan gagasan yang akan diangkat dalam desain kemasan dengan membuat beberapa contoh desain termasuk bentuk kemasan yang akan digunakan agar kemasan untuk produk minuman fermentasi agar lebih menarik dan diketahui oleh konsumen. Dari hasil FGD tersebut diputuskan akan menggunakan kemasan kaleng dan desain kemasan yang informatif yang mana dalam desain kemasan tersebut terdapat informasi yang dapat diketahui oleh konsumen terkait produk tersebut, seperti nama produk, komposisi, tanggal kadaluarsa, dan berat bersih dari produk. Kemudian, kemasan produk akan menggunakan kemasan kaleng, karena memiliki ketahanan dan higienitas yang baik untuk menjaga kualitas minuman fermentasi tepache.



Gambar 3. Kemasan Pada Minuman Fermentasi Tepache

Selain kemasan, inovasi untuk pemasaran tersebut diputuskan untuk membuat akun media sosial sebagai sarana promosi produk minuman fermentasi yang diproduksi oleh kebun Al-Qur'an untuk penyampaian informasi yang lebih baik, menarik lebih banyak pelanggan, dan memperkuat branding dari usaha Kebun Al-Qur'an.



Gambar 4. Sarana Promosi Berupa Akun Media Sosial

Advokasi Peluang Usaha

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa harga pokok produksi minuman fermentasi Tepache adalah sebesar Rp 7.450 untuk 1 produk minuman fermentasi tepache dengan ukuran 250 ml atau Rp 59.600 untuk 1 produk minuman fermentasi tepache dengan ukuran 2 liter. Margin yang diharapkan dari setiap penjualan produk minuman fermentasi tepache adalah 200%, maka harga jual untuk 1 produk minuman fermentasi tepache dengan ukuran 250 ml adalah sebesar Rp 22.350 dibulatkan menjadi Rp 22.500 atau harga jual untuk 1 produk minuman fermentasi tepache dengan ukuran 2 liter adalah sebesar Rp 178.800 dibulatkan menjadi Rp 180.000.

Tabel 1. Harga Pokok Produksi Minuman Fermentasi Tepache

No	Biaya Produksi	Harga Satuan	Kapasitas	HPP (per liter)	Persentase (%)
Biaya Bahan Baku					
1	Nanas	15.000/buah	1 buah nanas/2 liter	15.000	25
2	Gula	16.000/kg	250 gr/2 liter	4.000	7
3	Kayu manis	3.000/10 gram	2 gram/2 liter	600	1
4	Air	4.000	2 liter	4.000	7
Total				23.600	
Biaya Produksi					
5	Botol kemasan	4.000		12.000	20
6	Label dan sticker	500		2.000	3

		Total	14.000	
Biaya Overhead Lainnya				
7	Tenaga kerja	160.000	20.000	34
8	lain-lain	2.000	2.000	3
		Total	22.000	
		Total Keseluruhan	59.600	100

Harga jual dari tepache tersebut disesuaikan dengan kualitas bahan baku yang dapat bersaing dengan produk-produk lainnya di pasar minuman fermentasi. Harga jual tepache cukup bervariasi dengan harga jual berada pada kisaran harga Rp 20.000-Rp 50.000 dengan ukuran 250 ml.



Gambar 5 Hasil Pembuatan Tepache

Pada gambar 4 menunjukkan hasil produksi minuman fermentasi tepache yang sudah disesuaikan dengan perhitungan harga pokok produksi sebelum dikemas.

Kesimpulan

Produk minuman fermentasi tepache memiliki pasar yang masih terbuka lebar, dengan peluang usaha yang memberikan keuntungan yang cukup besar serta menawarkan manfaat atau khasiat yang baik bagi kesehatan tubuh. Maka, penggunaan kemasan yang dapat melindungi produk serta memiliki desain yang informatif dapat mendukung branding dari tepache. Selain itu, promosi yang memberikan informasi terkait minuman tepache melalui media sosial dapat mensosialisasikan minuman fermentasi tepache kepada masyarakat umum.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih yang sebesar-besarnya diucapkan kepada Kebun Al-Qur'an yang merupakan mitra dari program pengabdian ini. Dari berbagai diskusi dan saling bertukarnya informasi terkait minuman fermentasi semoga senantiasa dapat memberikan manfaat baik berupa ilmu pengetahuan serta kontribusi agar minuman fermentasi dapat terus berkembang dan lebih terasa secara nyata khasiat dan manfaat bagi masyarakat secara umum.

Referensi

- Afandi, A., Laily, N., Wahyudi, N., Umam, M. H., Kambau, R. A., Rahman, S. A., Sudirman, M., Jamilah, Kadir, N. A., Junaid, S., Nur, S., Parmitasari, R. D. A., Nurdiyanah, Wahyudi, J., & Wahyudi, M. (2022). Metodologi Pengabdian Masyarakat. In *Sustainability (Switzerland)* (Cetakan I, Vol. 11, Issue 1). Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI.
- Ávila, B. P., da Rosa, P. P., Fernandes, T. A., Chesini, R. G., Sedrez, P. A., de Oliveira, A. P. T., Mota, G. N., Gularte, M. A., & Roll, V. F. B. (2020). Analysis of the perception and behaviour of consumers regarding probiotic dairy products. *International Dairy Journal*, 106. <https://doi.org/10.1016/j.idairyj.2020.104703>
- Bahwita, U. S. (2022). Potensi Start Up Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19 di Kota Banda Aceh Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Urban Teahouse Lampineung Banda Aceh). UIN Ar-Raniry.
- Fauzani, E. (2021). Strategi Pemasaran dan Diversifikasi Produk Terhadap Volume Penjualan Buah Nanas (Studi Kasus pada Petani UMKM di Desa Tangkit Baru Kabupaten Muaro Jambi Provinsi Jambi). *Jurnal Citra Ekonomi*, 2(1), 100–111.
- Gomes, I. A., Venâncio, A., Lima, J. P., & Freitas-Silva, O. (2021). Fruit-Based Non-Dairy Beverage: A New Approach for Probiotics. *Advances in Biological Chemistry*, 11(06), 302–330. <https://doi.org/10.4236/abc.2021.116021>

- GrandViewResearch. (2019). Probiotic Drink Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product (Dairy-based, Plant-based), By Distribution Channel (Offline, Online), By Region, And Segment Forecasts, 2020 - 2027.
- Jumadi, O., Hala, Y., Sahribulan, & Kurnia, N. (2023). Pelatihan Pembuatan Minuman Fermentasi Tepache bagi Guru Biologi SMAN 1 Pamboang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 01(02), 156–161.
- Khoiriyah, N. M., Hindarti, S., & Rianti, T. S. M. (2023). PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP KONSUMSI MINUMAN SEHAT DI KOTA MALANG. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 1(03).
- Ligenza, A., Jakubczyk, K., Kochman, J., & Janda, K. (2021). Health-promoting potential and microbial composition of fermented drink tepache. *Medycyna Ogólna i Nauki o Zdrowiu*, 27(3), 272–276. <https://doi.org/10.26444/monz/138713>
- Marco, M. L., Sanders, M. E., Gänzle, M., Arrieta, M. C., Cotter, P. D., De Vuyst, L., Hill, C., Holzapfel, W., Lebeer, S., Merenstein, D., Reid, G., Wolfe, B. E., & Hutkins, R. (2021). The International Scientific Association for Probiotics and Prebiotics (ISAPP) consensus statement on fermented foods. *Nature Reviews Gastroenterology and Hepatology*, 18(3), 196–208. <https://doi.org/10.1038/s41575-020-00390-5>
- Marsh, A. J., Hill, C., Ross, R. P., & Cotter, P. D. (2014). Fermented beverages with health-promoting potential: Past and future perspectives. *Trends in Food Science & Technology*, 38(2), 113–124.
- Panghal, A., Janghu, S., Virkar, K., Gat, Y., Kumar, V., & Chhikara, N. (2018). Potential non-dairy probiotic products–A healthy approach. *Food Bioscience*, 21, 80–89. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.fbio.2017.12.003>
- Pérez-Armendáriz, B., & Cardoso-Ugarte, G. A. (2020). Traditional fermented beverages in Mexico: Biotechnological, nutritional, and functional approaches. *Food Research International*, 136(March), 109307. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2020.109307>

- Romero-Luna, H. E., Hernández-Sánchez, H., & Dávila-Ortiz, G. (2017). Traditional fermented beverages from Mexico as a potential probiotic source. *Annals of Microbiology*, 67(9), 577–586. <https://doi.org/10.1007/s13213-017-1290-2>
- Šikić-Pogačar, M., Turk, D. M., & Fijan, S. (2022). Knowledge of fermentation and health benefits among general population in North-eastern Slovenia. *BMC Public Health*, 22(1), 1–11. <https://doi.org/10.1186/s12889-022-14094-9>
- Widodo, S. (2019). Strategy of Strengthening Food and Beverage Industry in Indonesia. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 11(4 (J)), 102–110.