

## *The Utilization of Cilembu Sweet Potatoes and Cinnamon as Basic Ingredients in Food and Beverage Processing Innovation*

### **Pemanfaatan Ubi Cilembu dan Kayu Manis sebagai Bahan Dasar Pengolahan Makanan dan Minuman**

**I Putu Darma Adhi Pratama<sup>1</sup>, Luh Putu Listiya Dewi<sup>2</sup>, Marella Nathania<sup>3</sup>, Ni Kadek Widyastuti<sup>4\*</sup>, I W. K. Teja Sukmana<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup>Prodi D4 Manajemen Perhotelan, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

(\*) Corresponding Author: [widyastuti@undhirabali.ac.id](mailto:widyastuti@undhirabali.ac.id)

Nomor HP/WA 0812-3638-288

#### Article info

##### **Keywords:**

*Ubi Cilembu, Cinnamon, Culinary Innovation, MSME, Tourism*

##### **Abstract**

*This study is motivated by the importance of utilizing local Indonesian ingredients to support modern culinary innovation, particularly within the tourism and MSME sectors. Ubi Cilembu (Cilembu sweet potato) is known for its natural sweetness and soft texture, while cinnamon provides a distinctive aroma and health benefits. However, both ingredients have not yet been fully optimized in modern food and beverage products. Therefore, this study aims to develop innovative products in the form of muffins, cookies, and cilatte by using Ubi Cilembu and cinnamon as the main ingredients. The research employed a mixed methods approach, combining qualitative and quantitative techniques. Primary data were obtained through observation, interviews, documentation, and questionnaires distributed to 30 respondents. Secondary data were gathered from literature on tourism, culinary studies, food processing, packaging, and marketing mix theory. The research process included recipe formulation, product trials, refinement of formulations, packaging design, and the implementation of a product launching event called Autumn Spice, attended by 34 participants. The results indicated that all three products were well received by consumers. A total of 75% of respondents considered the products marketable, with muffins product receiving the highest ratings for taste and texture. Cookies were appreciated for their crispiness, while the cilatte was perceived as unique and distinct from common coffee beverages. From an economic perspective, the event generated a profit of IDR 795,770. In conclusion, the utilization of Ubi Cilembu and cinnamon in food and beverage innovation has proven to produce creative, healthy, and marketable products with strong potential for further development at both industrial and MSME scales.*

**Kata kunci:**

Ubi Cilembu, Kayu Manis, Inovasi Kuliner, Kemasan, Pemasaran

**Abstrak**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya pemanfaatan bahan lokal Indonesia dalam mendukung inovasi kuliner modern, khususnya pada sektor pariwisata dan UMKM. Ubi Cilembu dikenal memiliki rasa manis alami dan tekstur lembut, sementara kayu manis memiliki aroma khas serta manfaat kesehatan. Namun, kedua bahan tersebut belum banyak dimanfaatkan secara maksimal dalam produk makanan dan minuman modern. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan produk inovatif berupa muffin, cookies, dan cilatte dengan memanfaatkan ubi Cilembu dan kayu manis sebagai bahan dasar. Metode penelitian yang digunakan adalah gabungan kualitatif dan kuantitatif. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, serta penyebaran kuesioner kepada 30 responden. Data sekunder diperoleh melalui literatur terbaik teori pariwisata, kuliner, pengolahan makanan, kemasan, dan bauran pemasaran. Proses penelitian meliputi perumusan resep, uji coba produk, perbaikan formulasi, perancangan kemasan, dan pelaksanaan *event launching* “Autumn Spice” yang dihadiri 34 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga produk dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Sebanyak 75% responden menilai produk layak dipasarkan, dengan *muffin* memperoleh penilaian paling tinggi dari segi rasa dan tekstur. *Cookies* mendapat apresiasi pada kerenyahan, sedangkan cilatte dianggap unik dan berbeda dari minuman kopi pada umumnya. Dari sisi ekonomi, pelaksanaan event menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 795.770. Kesimpulannya, pemanfaatan ubi Cilembu dan kayu manis dalam inovasi pengolahan makanan dan minuman terbukti mampu menghasilkan produk yang kreatif, bernilai jual, dan berpotensi dikembangkan lebih lanjut pada skala industri maupun UMKM.

**PENDAHULUAN**

Kemajuan ilmu pengetahuan dan perubahan gaya hidup mendorong masyarakat untuk lebih selektif dalam memilih produk pangan, khususnya makanan dan minuman yang tidak hanya memberikan rasa nikmat tetapi juga manfaat kesehatan. Bali sebagai destinasi wisata internasional menunjukkan perkembangan pesat dalam inovasi kuliner, dimana seni kuliner berperan penting dalam menyampaikan budaya lokal serta memperkaya pengalaman wisatawan. Inovasi pangan berbasis bahan lokal terus dilakukan, termasuk pemanfaatan rempah-rempah dan umbi-umbian yang kaya nutrisi. Kayu manis dengan kandungan antioksidan dan flavonoid yang bermanfaat dalam mencegah berbagai penyakit, seperti diabetes, stroke, hingga kardiovaskular (Rachmawati dalam Verdini, 2023; Indrawati dalam Istyawati., 2023; Bandara dalam Ogustin, 2022). Sementara itu, Ubi Cilembu merupakan produk fungsional lokal dengan kandungan gizi tinggi, di antaranya vitamin A, vitamin B, vitamin C, kalsium, serta karbohidrat, sehingga potensial untuk dikembangkan menjadi produk olahan pangan.

Berdasarkan potensi tersebut, pemanfaatan kayu manis dan ubi cilembu dapat mendukung pengembangan inovasi kuliner yang tidak hanya memperhatikan cita rasa, tetap juga manfaat kesehatan serta nilai ekonomi. Produk olahan yang dikembangkan berupa *Muffin Ubi Cilembu Kayu Manis*, *Cookies Ubi Cilembu Kayu Manis* dan *Cilatte Ubi Cilembu Kayu Manis*, yang menghadirkan kombinasi rasa khas serta memberikan nilai tambah dalam dunia kuliner. Inovasi ini diharapkan mampu meningkatkan

keaktivitas masyarakat dan pelaku pariwisata dalam menciptakan produk bernilai jual tinggi (Bentelu et al., 2023).

## METODE

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode tahapan pengumpulan data melalui wawancara, kuesioner, demonstrasi dan dokumentasi. Pada tahap wawancara, kegiatan yang dilakukan yaitu menggali informasi secara mendalam mengenai teknik pengolahan produk berbahan dasar ubi cilembu dan kayu manis, khususnya produk *cookies*, wawancara dilakukan dengan pemilik usaha rumahan *Stuffed Cookies* untuk memperoleh informasi tentang teknik produksi, penyimpanan, dan strategi pemasaran.

Setelah wawancara, tim penulis melakukan tahap penyebaran kuesioner kepada kalangan mahasiswa untuk memperoleh tanggapan terkait produk *muffin*, *cookies* dan *cilatte* berbahan dasar ubi cilembu dan kayu manis. Menurut Sugiyono (2017:192), kuesioner adalah suatu metode pengumpulan data dimana responden diberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab. Menurut Sugiyono (2014), jumlah minimal responden dalam uji coba kuesioner 30 orang. Terdapat 30 orang dari kalangan mahasiswa yang berpartisipasi dalam pengumpulan data ini. Penilaian yang terdapat dalam kuesioner tersebut meliputi: a) apakah mahasiswa pernah mendengar inovasi produk makanan dan minuman berbahan dasar dari ubi cilembu dan kayu manis, b) sejauh mana mahasiswa tertarik untuk mencoba inovasi produk tersebut, c) faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk mencoba produk inovasi ini, dan d) tingkat penerimaan mahasiswa terhadap produk inovasi.

Setelah kuesioner, tim penulis melanjutkan tahap demonstrasi produk, yaitu uji coba pembuatan dan penyajian langsung produk kepada konsumen untuk menilai kepraktisan teknik pengolahan, kualitas produk akhir, dan penerimaan konsumen nyata. Selanjutnya tahap dokumentasi, hasil resep dan pengolahan produk yang telah dibuat didokumentasikan melalui foto dan catatan sebagai referensi dalam pengembangan produk. Ketika dirasa hasil produk inovasi dari ubi cilembu dan kayu manis yang kami buat maksimal, maka tim penulis melaksanakan *Launching Product* dalam *event* yang berjudul “*Launching Product Muffin, Cookies dan Cilatte* berbahan dasar Ubi Cilembu dan Kayu Manis” yang dilaksanakan pada tanggal 8 Agustus 2025. Pada saat *event* berlangsung, tim penulis memberikan produk inovasi yang di *launching* dan juga menyebarkan kuesioner kepada para tamu undangan yang hadir untuk mendapatkan tanggapan terkait produk yang telah dibuat oleh tim penulis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proyek tugas akhir ini menghasilkan tiga buah produk yang berbahan dasar ubi cilembu dan kayu manis, yaitu *Muffin* ubi Cilembu kayu manis, *Cookies* ubi Cilembu kayu manis dan *Cilatte* ubi Cilembu kayu manis. Dengan dihasilkannya produk makanan penutup dan minuman dari olahan ubi cilembu dan kayu manis ini dapat menambah informasi mengenai bagaimana cara mengolah ubi cilembu dan kayu manis yang baik sehingga dapat digunakan sebagai bahan dasar pembuatan makanan penutup dan minuman.

Tabel 1. Komposisi Muffin ubi Cilembu kayu manis

No	Komposisi	Jumlah Takaran
1	Ubi Cilembu Panggang	250 gr
2	Bubuk Kayu Manis	1 sdt
3	Tepung Terigu	200 gr
4	Gula Pasir	100 gr
5	Chocolate Chips	100 gr
6	Baking Powder	2 sdt
7	Soda Kue	½ sdt
8	Vanili Bubuk	½ sdt
9	Garam	¼ sdt
10	Susu Cair	150 ml
11	Margarin Cair	1 ½ sdm
12	Telur	2 butir

Cara Membuat:

1. Kocok telur dan gula dengan *balloon whisk* sampai semua tercampur
2. Masukkan ubi cilembu panggang yang sudah dihaluskan, susu cair dan margarin cair aduk sampai rata
3. Masukkan tepung terigu, vanili bubuk, soda kue, garam, bubuk kayu manis, dan baking powder yang sudah di saring
4. Setelah itu siapkan *muffin cup* 45mm lalu tuang sebanyak 65 gr. Taburi 1 gr chocolate chips di atasnya
5. Panggang dalam oven dengan suhu 180°C selama 30 menit



Gambar 1. *Muffin* ubi Cilembu kayu manis  
 (Sumber: Dokumen Penulis, 2025)

Tabel 2. Komposisi *Cookies* ubi Cilembu kayu manis

No	Komposisi	Jumlah Takaran
1	Ubi Cilembu Panggang	225 gr
2	Bubuk Kayu Manis	½ tsp
3	Tepung Terigu	220 gr
4	Gula Pasir	100 gr
5	Chocolate Chips	5 pcs
6	Baking Powder	½ sdm
7	Butter Cair	125 ml
8	Telur	2 butir

Cara Membuat:

1. Siapkan wadah lalu masukkan butter cair dan gula pasir sampai gula pasir larut
2. Masukkan telur secara perlahan sambil diaduk rata selama 10 menit
3. Masukkan tepung terigu, bubuk kayu manis, dan baking powder lalu aduk hingga rata
4. Masukkan ubi cilembu panggang yang sudah dihaluskan dan aduk rata hingga semua tercampur lalu diamkan adonan selama 5 menit di lemari pendingin
5. Keluarkan adonan dari lemari pendingin, kemudian timbang adonan seberat 15 gr dan bentuk menjadi bulat-bulat
6. Tambahkan 3 chocochips di atas permukaan adonan *cookies*
7. Lalu masukkan adonan ke dalam oven selama 40 menit dengan suhu 150°C



Gambar 2. *Cookies* ubi Cilembu kayu manis  
 (Sumber: Dokumen Penulis, 2025)

Tabel 3. Komposisi Cilatte ubi Cilembu kayu manis

No	Komposisi	Jumlah Takaran
1	Ubi Cilembu Panggang	250 gr
2	Bubuk Kayu Manis	¼ sdt
3	Gula Pasir	28 gr
4	Susu Cair	500 ml
5	Kopi <i>Americano</i>	1 oz

Cara Membuat:

1. Masukkan ubi cilembu panggang yang sudah dipisahkan dagingnya ke dalam blender. Tambahkan gula pasir, susu cair dan bubuk kayu manis
2. Blender hingga halus dan lembut
3. Setelah campuran ubi halus, tambahkan 1 oz kopi *americano* ke dalam campuran ubi 250 ml, aduk agar tercampur rata
4. Setelah itu masukkan ke dalam botol



Gambar 3. Cilatte ubi Cilembu kayu manis  
 (Sumber: Dokumen Penulis, 2025)

### Proyeksi Harga Produk

Proyeksi harga yang dikeluarkan tim saat membuat produk *Muffin*, *Cookies*, dan *Cilatte*. Dibawah ini adalah proyeksi harga untuk masing - masing produk, yaitu proyeksi harga *muffin*, proyeksi harga *cookies* dan proyeksi harga *cilatte*.

#### 1. Proyeksi harga produk *Muffin* ubi Cilembu kayu Manis untuk 12 pcs

Tabel 4. Rincian Cost *Muffin* ubi Cilembu kayu manis

No	Komposisi	Harga Beli/Rupiah	Satuan	Jumlah Takaran	Harga Bahan
1	Ubi Cilembu Panggang	30.000	1 kg	250 gr	$(30.000/1000 \text{ gr}) * 250 \text{ gr} = \text{Rp}7.500$
2	Bubuk Kayu Manis	15.000	60 gr	5 gr	$(15.000/60 \text{ gr}) * 5 \text{ gr} = \text{Rp}1.250$
3	Gula Pasir	16.200	1 kg	100 gr	$(16.200/1.000 \text{ gr}) * 100 \text{ gr} = \text{Rp}1.620$
4	Susu Cair	5.000	200 ml	150 ml	$(5.000/200 \text{ ml}) * 150 \text{ ml} = \text{Rp}3.750$
5	Tepung Terigu	9.400	1 kg	200 gr	$(9.400/1.000 \text{ gr}) * 200 \text{ gr} = \text{Rp}1.880$
6	Baking Powder	6.000	45 gr	10 gr	$(6.000/45 \text{ gr}) * 10 \text{ gr} = \text{Rp}1.333$
7	Soda Kue	910	12 gr	2 gr	$(910/12 \text{ gr}) * 2 \text{ gr} = \text{Rp}151$
8	Vanili	8.000	20 gr	2 gr	$(8.000/20 \text{ gr}) * 2 \text{ gr} = \text{Rp}800$
9	Garam	6.000	500 gr	1 gr	$(6.000/500 \text{ gr}) * 1 \text{ gr} = \text{Rp}12$
10	Margarin Cair	19.000	500 gr	22.5 gr	

11	Telur	2.000	1 butir	2 butir	(19.000/500 gr)*22.5gr = Rp855
12	Chocolate Chips	8.200	100 gr	10 gr	2*2000 = Rp4.000 (8.200/100gr)*10
13	Muffin Cup	16.700	50 cups	12 cup	gr = Rp820 (16.700/50)*12
14	Stiker	8.000	104 pcs	12 pcs	=Rp4.000 (8.000/104)*12 pcs
15	Plastik Bungkus	3.000	100 pcs	12 pcs	= Rp923 (3.000/100 pcs)*
16	Labor Cost	5.000			12 pcs =Rp360 Rp5.000
<b>Total per 12 pcs</b>					<b>Rp34.254</b>

Sumber: Data diolah, 2025

Total *Food Cost* = Rp34.254 untuk 12 pcs. Sehingga, harga persatuan *muffin* yakni sebagai berikut :  $Rp34.254 / 12 \text{ pcs} = Rp2.854$  per pcs. Dengan kesepakatan bersama, tim penulis menjual *muffin per pieces* dengan harga Rp7.000. Maka *Cost Percentage* dari *muffin* adalah sebagai berikut :  $(Rp2.854 / Rp7.000) * 100\% = 40\%$ .

- Proyeksi harga produk *Cookies* ubi Cilembu kayu Manis untuk 5 *pouch* kemasan (8 pcs *cookies/pouch*)

Tabel 5. Rincian Cost *Cookies* ubi Cilembu kayu manis

No	Komposisi	Harga Beli/Rupiah	Satuan	Jumlah Takaran	Harga Bahan
1	Ubi Cilembu Panggang	30.000	1 kg	225 gr	(30.000/1000 gr)*225 gr = Rp6.750
2	Bubuk Kayu Manis	15.000	60 gr	2,4 gr	(15.000/60 gr)*2,4
3	Gula Pasir	9.300	500 gr	100 gr	gr = Rp600 (9.300/500gr)* 100
4	Butter Cair	11.500	250 gr	125 gr	gr =Rp1.860 (11.500/250ml)*12
5	Tepung Terigu	9.400	1 kg	220 gr	5 gr = Rp5.750 (9.400/1.000 gr)*
6	Baking Powder	6.000	45 gr	7 gr	220 gr = Rp2.068 (6.000/45 gr)*7 gr
7	Telur	2.000	1 butir	2 butir	= Rp933 2*2000 = Rp4.000
8	Chocolate Chips	8.500	100 gr	10 gr	(8.500/100gr)*10
9	Standing Pouch	910	1 pcs	5 pcs	gr = Rp85 (910*5 =Rp4.550
10	Stiker	8.000	20 pcs	5 pcs	(8.000/20 pcs)*4
11	Labor Cost	5.000			pcs =Rp2.000 Rp5.000
<b>Total</b>					<b>Rp33.596</b>

Total *Food Cost* = Rp33.596 per 5 *pouches*. Sehingga, harga persatuan *pouch cookies* yakni sebagai berikut:  $Rp33.596 / 5 \text{ pouches} = Rp6.719$  per *pouch*. Dengan kesepakatan bersama, tim penulis menjual *cookies per pouch* dengan harga Rp15.000. Maka *Cost Percentage* dari *cookies* adalah sebagai berikut :  $(Rp6.719 / Rp15.000) * 100\% = 44\%$ .

### 3. Proyeksi harga produk Cilatte ubi Cilembu kayu Manis untuk 4 botol Cilatte

Tabel 6. Rincian Cost Cilatte ubi Cilembu kayu manis

No	Komposisi	Harga Beli/Rupiah	Satuan	Jumlah Takaran	Harga Bahan
1	Ubi Cilembu Panggang	30.000	1 kg	250 gr	$(30.000/1000 \text{ gr}) * 250 \text{ gr} = Rp7.500$
2	Bubuk Kayu Manis	15.000	60 gr	1,5 gr	$(15.000/60 \text{ gr}) * 1,5 \text{ gr} = Rp375$
3	Gula Pasir	9.300	500 gr	28 gr	$(9.300/500 \text{ gr}) * 28 \text{ gr} = Rp520,8$
4	Kopi <i>Americano</i>	13.200	20 oz	4 oz	<i>Sponsored by Team</i>
5	Susu Cair	19.000	1000 ml	1000 ml	Rp19.000
6	Stiker	8.000	21 pcs	4 pcs	$(8.000/21 \text{ pcs}) * 4 \text{ pcs} = Rp1.523$ $(38.000/20 \text{ botol}) *$
7	Botol Kemasan	38.000	20 botol	4 botol	4 botol = Rp7.600 Rp2.500
8	<b>Labor Cost Total</b>	2.500			<b>Rp39,018</b>

Total *Beverage Cost* = Rp39,018 per 4 botol Cilatte. Sehingga, harga persatuan Cilatte Ubi Cilembu Kayu Manis yakni sebagai berikut :  $Rp39,018 / 4 \text{ botol} = Rp9.754$  per botol. Dengan kesepakatan bersama, tim penulis menjual cilatte per botol dengan harga Rp18.000. Maka *Cost Percentage* dari cilatte adalah sebagai berikut :  $(Rp9.754 / Rp18.000) * 100\% = 54\%$ .

#### Anggaran Biaya dan Kebutuhan Acara

Dalam pelaksanaan Event *Launching* Produk, tim mengambil sumber pendanaan dari hasil penjualan voucher event serta hasil penjualan produk berupa *muffin, cookies* dan cilatte berbahan dasar ubi cilembu dan kayu manis. Berikut adalah rincian rencana anggaran biaya yang telah disusun untuk mendukung kelancaran acara:

Tabel 7. Rincian Biaya

No	Nama Barang/ Jasa	Jumlah	Harga	Total
1	<i>Venue</i>	1	-	<i>sponsored by Undhira</i>
2	<i>Stage</i>	1	-	<i>sponsored by Undhira</i>
3	<i>Sound System</i>	2	-	<i>sponsored by Undhira</i>
4	Mic	1	-	<i>sponsored by Undhira</i>



5	Kamera	1	-	<i>sponsored by Undhira</i>
6	MC	1	-	Rp100.000
7	Name Tag Panitia	8	Rp1.000	Rp1.000
8	Banner	1	Rp80.000	Rp80.000
9	Catering Makanan	34	Rp15.000	Rp510.000
10	Minuman	2 dus	Rp50.000	Rp100.000
11	Konsumsi Panitia	8	Rp7.000	Rp56.000
12	Welcome Drink	-	Rp50.000	Rp50.000
13	Gelas	70	-	<i>sponsored by Undhira</i>
14	Stiker Produk	6 lbr	Rp8.000	Rp48.000
15	Paper Bag	34	Rp1.200	Rp40.800
16	Pembuatan Undangan	1 pcs	Rp1.000	Rp1.000
17	Kupon	30 pcs	Rp8.000	Rp8.000
18	Dekorasi	-	Rp800.000	Rp800.000
19	Produksi Produk	-	Rp700.000	Rp700.000
20	Stand Banner	1	Rp80.000	Rp80.000
	<b>Total</b>			<b>Rp2.574.800</b>

Tabel 8. Keuntungan Penjualan

No	Barang	Qty	Produk Harga	Total Penjualan	Food Cost	Laba Bersih
1	Muffin	Pcs	Rp7.000	Rp7.000 x 70pcs = Rp490.000	Rp2.854 x 70pcs = Rp199.780	Rp290.220
2	Cookies	Pack	Rp15.000	Rp15.000 x 50 pouch = Rp750.000	Rp6.639 x 50 pouch = Rp331.950	Rp418.050
3	Cilatte	Botol	Rp18.000	Rp18.000 x 50 botol = Rp900.000	Rp9.754 x 50 botol = Rp487.700	rp412.300
	<b>Total Pendapatan</b>					<b>Rp1.120.570</b>

Tabel 9. Keuntungan Event

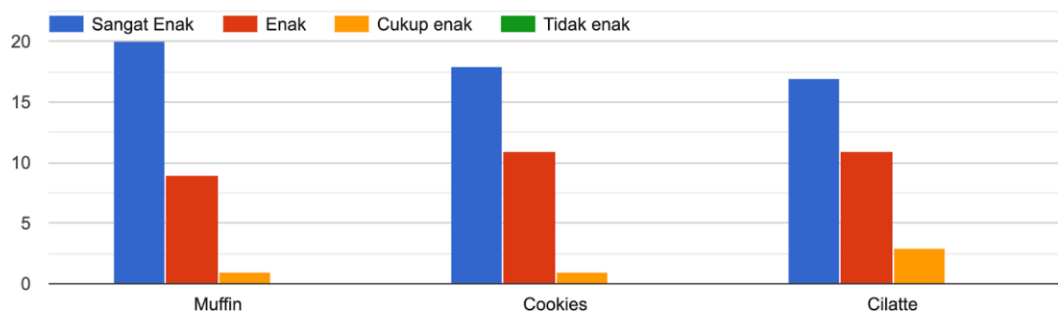
No	Sumber Keuntungan	Biaya	Pendapatan
1	Event <i>Launching</i> Produk dan <i>Lunch</i>	<b>Rp2.574.800</b>	
2	Penjualan Produk <i>Muffin</i>		Rp290.220
3	Penjualan Produk <i>Cookies</i>		Rp418.050
4	Penjualan Produk Cilatte		Rp412.300
	<b>Total Laba Keseluruhan (Pendapatan - Biaya)</b>		<b>=(Rp3.370.570 - Rp2.574.800) = Rp795.770</b>

### Penyebaran Kuesioner

Sebelum pelaksanaan event tugas akhir, dilakukan uji coba produk *muffin*, *cookies* dan *cilatte* berbahan ubi Cilembu dan kayu manis, disertai penyebaran kuesioner kepada 30 responden mahasiswa. Tujuannya adalah untuk memperoleh masukan dan mengetahui penilaian terhadap produk sebelum dipasarkan lebih luas.

Berdasarkan Gambar 4, sebagian besar responden memberikan penilaian yang sangat positif terhadap rasa produk. Sebanyak 20 dari 30 responden menyatakan bahwa rasa *muffin* Autumn Spice sangat enak, dan sisanya enak dan cukup enak. Produk *cookies* juga mendapatkan apresiasi tinggi, di mana 18 dari 30 responden menilainya sangat enak. Untuk minuman *Cilatte*, 17 dari 30 responden juga menyatakan sangat enak, sementara sisanya menilai enak dan cukup enak. Hal ini menunjukkan bahwa rasa dari ketiga produk telah berhasil memenuhi selera mayoritas responden.

Bagaimana rasa dari produk berikut ini?

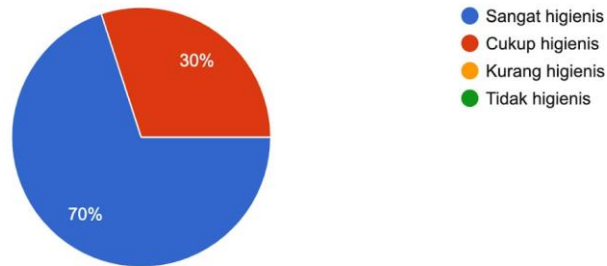


Gambar 4. Penilaian Rasa Produk

Penilaian dari segi pengemasan pada Gambar 5, 70% responden menilai bahwa kemasan Autumn Spice sangat higienis dan aman. Pada tampilan kemasan berdasarkan gambar 5.6, sekitar 66,7% responden menilai sangat menarik, 30% menyatakan menarik dan sisanya menyatakan cukup menarik. Dapat disimpulkan bahwa visual dan kebersihan produk sudah memenuhi ekspektasi konsumen.

Apakah kemasan produk Autumn Spice terlihat higienis dan aman?

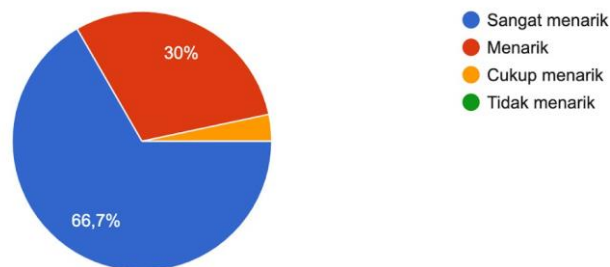
30 jawaban



Gambar 5. Penilaian Kemasan Produk Autumn Spice

Bagaimana tampilan desain kemasan dan label produk Autumn Spice?

30 jawaban

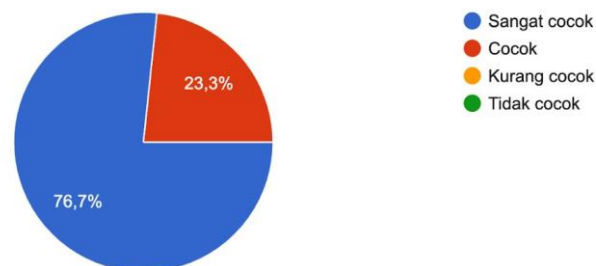


Gambar 6. Penilaian Desain Kemasan dan Label Autumn Spice

Sebanyak 76,7% responden berdasarkan Gambar 7, menyatakan bahwa produk Autumn Spice sangat cocok untuk dipasarkan secara luas, dan 23,3% menyatakan cocok. Selain itu, pada Gambar 8, dapat dilihat bahwa harga produk sangat sesuai oleh 46,7% responden dan sesuai oleh 50%. Temuan ini menunjukkan bahwa produk Autumn Spice memiliki potensi untuk berkembang di pasaran dengan positioning harga yang kompetitif.

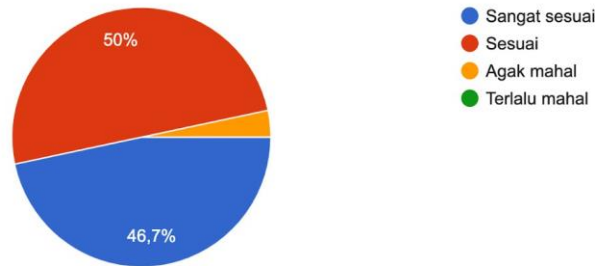
Apakah produk ini cocok dipasarkan secara luas?

30 jawaban



Gambar 7. Penilaian Kelayakan Produk dipasarkan

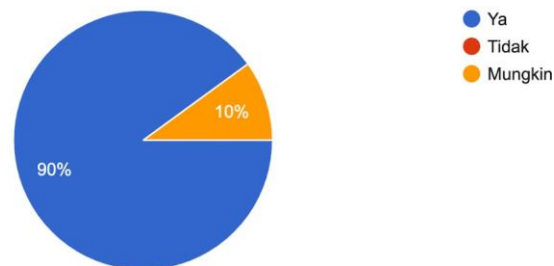
Bagaimana harga produk menurut Anda?  
 30 jawaban



Gambar 8. Penilaian Harga Produk

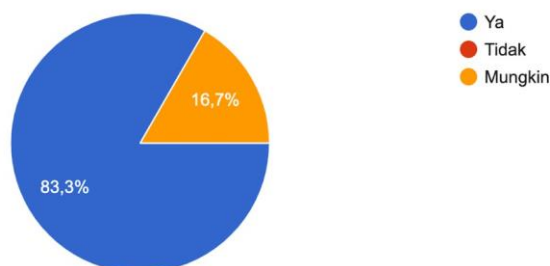
Dalam hal loyalitas konsumen seperti pada Gambar 9, sebanyak 90% responden menyatakan bersedia membeli produk Autumn Spice kembali, dan 10% menyatakan mungkin. Sedangkan untuk rekomendasi, 83,3% responden pada Gambar 10, juga menyatakan akan merekomendasikan produk ini kepada orang lain, dan 16,7% memilih mungkin. Hasil ini menunjukkan bahwa Autumn Spice punya peluang besar untuk mendapatkan pelanggan setia dan dikenal lewat rekomendasi dari mulut ke mulut.

Apakah Anda bersedia membeli produk Autumn Spice lagi?  
 30 jawaban



Gambar 9. Ketersediaan Responden untuk Membeli Produk

Apakah Anda akan merekomendasikan produk Autumn Spice ke orang lain?  
 30 jawaban



Gambar 10. Ketersediaan Responden Merekomendasikan Produk  
 Sumber: Data diolah, 2025

## Pembahasan

Hasil uji coba menunjukkan bahwa ketiga produk berbahan dasar ubi Cilembu dan kayu manis—*muffin*, *cookies*, dan *cilatte*—mendapat respon positif dari mayoritas konsumen kalangan mahasiswa. Hal ini menegaskan bahwa kombinasi bahan lokal tersebut dapat diterima dalam produk kuliner modern. Ubi Cilembu memberikan rasa manis alami dan tekstur lembut, sedangkan kayu manis menghadirkan aroma hangat yang khas, menciptakan keseimbangan cita rasa yang unik. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pemanfaatan bahan lokal mampu meningkatkan nilai jual dan daya tarik kuliner karena menawarkan pengalaman rasa yang autentik. Keunggulan penelitian ini terletak pada inovasi kombinasi bahan yang dihadirkan dalam bentuk minuman “*cilatte*”, yang masih jarang dijumpai di pasaran dan mampu menarik rasa ingin tahu konsumen.

Dari aspek pemasaran, penerapan bauran pemasaran 7P terbukti berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Aspek *product* yang menonjol pada keunikan bahan lokal mendorong persepsi nilai tambah produk. *Price* yang terjangkau memperkuat niat beli terutama di kalangan mahasiswa, sementara strategi *place* melalui event launching memudahkan akses dan memperkuat kesan eksklusif. *Promotion* melalui media sosial dan kegiatan tester terbukti efektif meningkatkan kesadaran merek dan menciptakan pengalaman langsung terhadap produk. Selain itu, faktor *people*, *process*, dan *physical evidence* memperkuat pengalaman positif konsumen melalui pelayanan yang ramah, proses penyajian yang menarik, dan tampilan produk yang estetik. Keseluruhan elemen ini membentuk persepsi kualitas dan kepercayaan terhadap merek, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan pembelian.

Keterkaitan strategi ini dengan tren wisata kuliner berbasis bahan lokal semakin memperkuat posisi produk “*Autumn Spice*” di pasar. Produk yang mengedepankan cita rasa khas lokal dengan kemasan modern berpotensi menjangkau tidak hanya mahasiswa, tetapi juga masyarakat umum dan wisatawan yang mencari pengalaman kuliner otentik. Dengan demikian, penguatan strategi pemasaran berbasis kearifan lokal dapat menjadi pendekatan efektif dalam memperluas segmen pasar sekaligus mendukung pelestarian potensi pangan lokal.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, seperti jumlah responden yang relatif sedikit dan hanya mencakup lingkup mahasiswa, serta promosi yang masih terbatas pada satu event dan media sosial. Oleh karena itu, penelitian mendatang dapat dilibatkan responden dari kalangan yang lebih beragam, termasuk konsumen dari kafe atau hotel, serta mengembangkan strategi promosi digital yang lebih luas. Selain itu, penggunaan kemasan ramah lingkungan dapat menjadi fokus untuk mendukung keberlanjutan dan meningkatkan daya saing produk di pasar.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses produksi *muffin*, *cookies*, dan *cilatte* berbahan dasar ubi Cilembu dan kayu manis dilakukan melalui seleksi bahan baku berkualitas, inovasi resep, serta uji coba berulang hingga menghasilkan produk dengan cita rasa, tekstur, dan aroma yang sesuai dengan preferensi konsumen, khususnya generasi muda.
2. Produk dikemas secara higienis dengan memperhatikan aspek ketahanan dan daya tarik visual. Setiap kemasan dilengkapi logo hasil desain sendiri sehingga mampu memperkuat identitas merek sekaligus meningkatkan minat konsumen.
3. Strategi promosi melalui pemberian tester, penyebaran kuesioner, event launching,

dan pemanfaatan media sosial terbukti efektif dalam memperkenalkan produk Autumn Spice. Hal ini menunjukkan bahwa ubi Cilembu dan kayu manis memiliki potensi besar sebagai bahan dasar inovasi kuliner modern yang bernilai jual tinggi dan diminati pasar.

Simpulan ini sekaligus menunjukkan bahwa inovasi kuliner berbasis bahan lokal dapat menjadi alternatif usaha yang prospektif serta mendukung perkembangan UMKM dan industri kuliner di Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan produk selanjutnya, baik melalui variasi resep, peningkatan kualitas kemasan, maupun strategi pemasaran yang lebih luas dan berkelanjutan.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Dhyana Pura atas fasilitas dan dukungannya, kepada Ibu Ni Kadek Widyastuti, S.E, M.Par dan Bapak I W.K. Teja Sukmana, S.E., M.M atas bimbingan dan arahan selama penelitian, kepada Panitia Pelaksana atas bantuan koordinasi, serta kepada Informan *Stuffed Cookies*, Responden dan Tester yang telah meluangkan waktu dan memberikan informasi berharga untuk penelitian ini, sehingga jurnal ini dapat diselesaikan dengan baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Istiyawati, R. C., Qurrohman, M. T., Bagusta, A. R., Sapalma, K. W., & Lestari, N. T. (2023). Pemanfaatan Kayu Manis (*Cinnamomum verum*) untuk Menurunkan Kadar Gula Darah. *Jurnal Pengemas Kesehatan*, 2(1), 33-38.
- Ogustin, B., & Komariah, K. (2022). Pembuatan Es Cream Jahe Dan Kayu Manis (Es Cream Janis) Dalam Rangka Pemanfaatan Rempah Di Indonesia Berbentuk Dessert. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 17(1).
- Sugiyono. 2014. Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kombinasi. Bandung : Alfabeta.
- Verdini, L., Khoerunnisa, T. K., & Kalsum, N. (2003). *Potensi Muffin Cinnamon sebagai Pangan Fungsional terhadap Sifat Organoleptik dan Kandungan Gizi*, 3(2), 90.