

Pembuatan Website dan Label Kemasan Keju Mozarella Produksi KU Mustarika Jaya Makmur Sebagai Rintisan Kampung Kedjoe (Kang Djoe) Ngantang-Malang

Ulla Delfana Rosiani^{1*}, Dwina Moentamaria², Pramana Yoga Saputra³, Farid Angga Pribadi⁴, Becik Gati Anjari⁵, Ely Setyo Astuti⁶

^{1,3,4,6}Jurusan Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Malang

^{2,5}Jurusan Teknik Kimia, Politeknik Negeri Malang

e-mail: ^{1,*}rosiani@polinema.ac.id, ²dwina@polinema.ac.id, ³pramana.yoga@polinema.ac.id,

⁴faridangga@polinema.ac.id, ⁵becik.gati@polinema.ac.id, ⁶ely.setyo.astuti@polinema.ac.id

Abstrak

Kelompok Usaha (KU) “Mustarika Jaya Makmur” yang berada di Dusun Tepus, Desa Ngantru, Kecamatan Ngantang, Kabupaten Malang (Data BPS menyebutkan Malang termasuk 5 besar penghasil susu di Indonesia) menghasilkan susu sapi murni. Peternak sapi perah, menurut keterangan Mitra bahwa KU Mustarika Jaya Makmur, memiliki beberapa permasalahan yang dihadapi, yaitu: permintaan susu segar dari tahun ke tahun stagnan bahkan diprediksi menurun padahal produksi susu setiap harinya melimpah (diatas permintaan susu), sehingga peternak susu tak jarang merugi, hal ini disebabkan beberapa faktor dari kualitas susu yang belum terstandarisasi selain itu juga kalah persaingan dengan produk-produk merek terkenal yang memiliki kemasan yang bagus dan menarik. Selain itu penyebab turunnya pendapatan ini adalah belum maksimal upaya melakukan diversifikasi produk menjadi keju dan sejenisnya untuk meningkatkan nilai ekonomi dari susu. Adanya kegiatan PPM Reguler ini diharapkan mampu memberikan solusi berupa: Pembuatan website Profil KU Mustarika Jaya Makmur sehingga dapat membantu mempromosikan usaha dan produk-produk yang dihasilkan. Selain itu akan dibuatkan desain kemasan dan label yang menarik untuk produk olahan susu berupa keju Mozarella. Diharapkan dari kedua produk yang dihasilkan dari kegiatan PPM reguler ini dapat meningkatkan pendapatan dan penyebaran informasi adanya produk UMKM dari desa Ngantru Ngantang. Produk olahan susu ini merupakan rintisan Kampung Kedjoe (Kang Djoe) yang menjadi harapan warga desa Ngantru untuk bisa meningkatkan pendapatan warga disana.

Kata kunci—company profile, label Kang Djoe, media promosi

1. PENDAHULUAN

Kabupaten Malang memiliki prospek pengembangan usaha sapi perah yang sangat menjanjikan karena kebutuhan akan susu sapi yang terus meningkat dan juga didukung oleh karakteristik wilayah yang cocok untuk usaha ternak sapi perah, yaitu iklim yang cocok untuk sapi perah berproduksi dan ketersediaan akan lahan hijau sebagai pakan yang cukup. Menurut data BPS tahun 2018, Kabupaten Malang menyumbang 16,3% produksi susu sapi nasional. Konsumsi Susu Sapi Susu yang dihasilkan sapi perah ini mempunyai peran penting dalam subsektor peternakan.

Salah satu daerah penghasil susu sapi di Kabupaten Malang ada Dusun Tepus, Desa Ngantru, Kecamatan Ngantang daerah ini terletak di perbatasan kabupaten Malang dan kota Batu. Salah satu kelompok ternak penghasil susu sapi di Dusun

Tepus, Desa Ngantru, Kecamatan Ngantang adalah Kelompok Usaha (KU) peternak susu perah “Mustarika Jaya Makmur”. Kelompok ini didirikan pada tanggal 1 Mei 2013, beralamatkan di Jalan Raya Selorejo Dusun Tepus, Desa Ngantru, Kecamatan Ngantang, Kabupaten Malang. Asal mula kelompok ini didirikan untuk menampung susu yang dihasilkan oleh peternak untuk didistribusikan ke industri susu, menjadi wadah bagi anggota KU untuk berinteraksi, berbagi informasi sesama anggota KU. Situasi peternakan KU Mustarika Jaya Makmur ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Situasi peternakan KU Mustarika Jaya Makmur

Pada awal dibentuknya pada tahun 2013 hingga tahun 2017 jumlah anggota di Kelompok Usaha (KU) peternak susu perah Mustarika Jaya Makmur sebanyak 120 peternak dengan jumlah sapi yang dimiliki sekitar 300 [1]. Rata-rata susu yang diperoleh per hari adalah 4500-4800 Liter. Kemudian pada tahun 2017 hingga sekarang terjadi penurunan hingga 50% dengan jumlah anggota menjadi 60 ternak dan jumlah sapi yang dimiliki 120 sapi dengan kapasitas produksi susu sebanyak 1000-1200 Liter perhari.

Penurunan tersebut disebabkan karena beberapa faktor dari profesi peternak sapi tidak begitu diminati oleh penduduk karena pendapatannya yang terus menurun, ketidakmampuan dalam pengolahan susu, teknologi yang dipakai masih sederhana hal ini mempengaruhi daya simpan susu, pasar industri lebih memilih susu impor daripada susu lokal, jumlah produksi susu yang melimpah tidak diimbangi dengan permintaan pasar, distribusi ke pasar industri masih dikuasai oleh tengkulak sehingga menekan harga susu dari peternak, sampai adanya kompetitor Kelompok usaha lain dengan kepentingan dan tujuan yang sama sehingga beberapa anggota berpindah ke Kelompok usaha lain. Hal ini menyebabkan penurunan produksi susu yang ditampung di Kelompok usaha Mustarika Jaya Makmur.

Pada KU Mustarika Jaya Makmur mutu susu yang ditampung tetap dipertahankan dengan cara melakukan pengecekan mandiri menggunakan instrumen lactosan. Dengan jumlah susu yang ada saat ini, pihak KU hanya menjual susu dalam bentuk susu segar dengan wilayah dan jarak terbatas. Pihak KU Mustarika Jaya Makmur menjamin susu sapi yang sesuai dengan standart dari KU Mustarika Jaya Makmur ini terserap ke konsumen yang sebagian besar adalah penjual makanan atau minuman yang

berbasis susu. KU Mustarika Jaya Makmur menjual susu segar dengan kisaran Rp. 7000- 8000,- per liter, hal ini mengindikasikan pihak peternak menjual susunya lebih rendah harga tersebut. Inilah yang menyebabkan peternak susu secara umum dan anggota KU khususnya belum mendapatkan benefit yang cukup untuk meningkatkan taraf hidup mereka.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka perlu dicari solusi untuk menaikkan nilai ekonomi susu. Salah satu upaya adalah dengan mencari produk olahan susu yang bernilai jual tinggi, dikenal dan disukai oleh konsumen, menggunakan teknologi yang mudah dan sederhana serta tidak memiliki hasil samping. Berdasarkan data BPS, keju mozzarella dan keju cheddar adalah salah satu produk yang booming di Indonesia. Cita rasanya tidak tajam, tidak beraroma menyengat dan tampilannya yang sangat menarik membuat popularitasnya menjadi meningkat. Hal ini juga bisa dilihat dari penjualan keju mozzarella di Indonesia diperkirakan mencapai 19 juta dolar pada 2017, dan pasarnya tumbuh 8,1 persen per tahun. (sumber : tirta.id). Secara umum proyeksi industri keju di Indonesia akan tumbuh hingga 4,41% per tahun (CAGR 2022-2027). (Laporan Statista)

Pada kegiatan PPM Kemitraan 2023 telah dilaksanakan pembinaan untuk anggota KU Mustarika Jaya Makmur dalam pembuatan produk olahan keju cheddar, mozzarella dan Whey. Selain itu juga diberikan dasar pengetahuan tentang bagaimana menghitung harga dasar produk yang akan dijual.

Dengan aplikasi ini ini anggota KU Mustarika Jaya Makmur akan mandiri untuk menentukan macam produk, jumlah produk serta harga dasar penjualan produk tersebut. Manfaat lainnya adalah aplikasi ini memberikan dasar pengetahuan tentang area bisnis kepada KU Mustarika Jaya Makmur sehingga mendukung untuk pengembangan ke arah produk olahan susu lainnya berdasarkan keuntungan yang akan diperoleh.

Setelah tahap pembuatan produk dilakukan, berdasarkan dari hasil analisis dan wawancara dengan KU Mustarika Jaya Makmur telah dirumuskan dan disepakati permasalahan utama yang menjadi prioritas untuk diselesaikan saat ini adalah:

1. Dibutuhkannya promosi dan pemasaran produk. Perlu dibuatkan media promosi dan penyampaian informasi terkait keberadaan peternakan susu ini dan produk-produk yang dihasilkan.
2. Produk utama yang dimiliki saat ini adalah susu segar. Saat ini sedang dalam kegiatan untuk melakukan pengembangan produk, yaitu menghasilkan produk olahan berupa susu

pasteurisasi dan keju mozzarella. Kedua produk ini belum memiliki kemasan dan label yang sesuai dan layak untuk dijual ke masyarakat.

2. METODE

Pelaksanaan PPM ini melakukan dua kegiatan utama yaitu pembuatan *website company profile* dan pembuatan desain kemasan dan label produk keju mozzarella. Penjelasan untuk tiap kegiatan ini akan dijelaskan sebagai berikut:

2.1 Pembuatan *website company profile* untuk KU Mustarika Jaya Makmur Review

Pada permasalahan ini akan dilakukan pembuatan *website company profile* untuk KU Mustarika Jaya Makmur. *Website company profile* digunakan untuk media pengenalan KU Mustarika Jaya. *Website company profile* berisi informasi secara detail tentang KU Mustarika Jaya. Dengan adanya website, pilihan strategi pemasaran akan lebih beragam. Terdapat pilihan untuk melakukan pemasaran secara digital dengan memanfaatkan *search engine*. Pendekatan solusi untuk mengatasi permasalahan, melalui tahapan-tahapan ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Tahapan pembuatan *website company profile*

Tahapan yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Survei tempat KU Mustarika Jaya
 2. Persiapan dan perancangan *website company profile*
 3. Mengumpulkan aset untuk *website company profile* berupa video dan foto
 4. Tim PPM dan mahasiswa mengolah aset yang dimiliki dan membuat *website company profile*
- Website company profile* bisa digunakan

2.2 Pembuatan desain kemasan dan label produk keju mozzarella

Proses pembuatan desain kemasan dan label untuk produk keju mozzarella dimulai dengan tahap survei dan identifikasi kendala serta kebutuhan KU Mustarika Jaya Makmur. Tim PPM dosen dan mahasiswa selanjutnya melakukan riset identitas merek untuk memahami nilai dan citra merek yang ingin diwujudkan. Setelah itu, dilakukan pembuatan konsep desain yang sesuai karakteristik produk dan

merek. Tahap pemilihan material dan tekstur kemasan dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan produk dan aspek keberlanjutan. Tim PPM dosen dan mahasiswa juga melakukan uji coba untuk mendapatkan umpan balik, yang selanjutnya digunakan untuk finalisasi desain kemasan dan label produk keju mozzarella sehingga di dapatkan hasil akhir desain yang menarik dan efektif untuk mendukung kesuksesan produk KU Mustarika Jaya Makmur. Pendekatan solusi untuk mengatasi permasalahan, melalui tahapan-tahapan ditunjukkan pada Gambar 3



Gambar 3. Desain kemasan dan label produk keju mozzarella

Berikut adalah penjelasan mendetail setiap langkahnya:

1. Survei dan Identifikasi Kendala serta Kebutuhan KUB Mustarika Jaya Makmur.
2. Riset Identitas Merek dan Pembuatan Konsep Desain
3. Pemilihan Material dan Tekstur Kemasan
4. Tim PPM dan Mahasiswa Melakukan Uji Coba dan Finalisasi
5. Desain Kemasan dan Label Produk Keju Mozzarella

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pembuatan *Website Company profile*

Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) yang direncanakan ini dapat memberikan kontribusi kepada KU yang menjadi mitra, yaitu KU Mustarika Jaya Makmur yang termasuk dalam kategori masyarakat yang produktif secara ekonomi (usaha mikro) dengan memberikan kontribusi dalam bidang jasa dan produk.

Tabel 1. Hasil Video *Company profile* KU Mustarika Jaya Makmur

Page	Gambar
1	<p>UK MUSTARIKA JAYA</p> <p>Menu 1 Menu 2 Menu 3 Menu 4</p> <p>DAPATKAN MOZARELLA BERKUALITAS!</p> <p>PELAJARI LEBIH LANJUT</p>
2	<p>Mozarella Product</p> <p>Lili Mix Bakery mixes taste with intention. We know that food is more than sustenance, it's an experience. There's comfort in warm cake, joy in sweet drizzles, and happiness in pillow-soft bread. We serve oven-fresh pastries meant to make our customers smile.</p> <p>We look forward to your visit, and hope that we get to bake you happy!</p>
3	<p>Kreasi Mozarela</p> <p>Pizza Mozarella Made fresh daily from premium ingredients</p> <p>Nugget Mozarella Comfort food you can enjoy any time of day</p> <p>Pasta Mozarella Guaranteed to satisfy every sweet craving</p> <p>LIHAT LEBIH BANYAK</p>
4	<p>TEST KITCHEN Our team is constantly cooking up something new in our test kitchen, so we can offer seasonal specials alongside our bestsellers.</p> <p>FOOD DOING GOOD We love cooking for you! But we also want to bake others happy. Lili Mix does monthly food drives for local shelters.</p>

3.2 *Desain Kemasan Produk Keju Mozarella*

Adapun hasil dari desain kemasan keju Mozarella seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4.

Dalam kegiatan ini juga ditambahkan desain untuk keju Cheddar, adapun hasilnya seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4 dan Gambar 5.



Gambar 4. Desain kemasan Keju Mozzarella



Gambar 5. Desain kemasan Keju Cheddar

Rencana produk keju yang akan dimasukkan dalam kotak kemasan ini berupa slice keju dengan ketebalan 2 cm dan diameter 7 cm sesuai yang dihasilkan mesin pembuat keju. Untuk jenis penjualan direncanakan ada beberapa jenis kemasan untuk ukuran produk: 1x40 gram dan 3x40 gram, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 6.



Gambar 6. Bentuk Kemasan Keju Mozzarella



Gambar 8. Dokumentasi pemilik KU Mustarika Jaya keju Kang Djoe bersama tim PPM



Gambar 7. Diskusi desain label keju Kang Djoe

Pada kegiatan ini selain membuatkan *company profile* dan label, tim PPM melakukan survei, pengambilan data berupa foto dan video di KU Mustarika Jaya untuk mengisi website sebagai *company profile*. Dokumentasi kegiatan seperti yang terlihat pada gambar 7 dan Gambar 8.

Terdapat beberapa rencana tahapan berikutnya dari kegiatan PPM ini, yaitu adalah:

1. Mengunggah Website KU Mustarika Jaya ke web server *public*, sehingga informasi tentang *Company profile* Kelompok Usaha ini dapat dikenal kalangan luas dan produk jualan juga bisa diketahui masyarakat umum

2. Melakukan finalisasi desain kemasan produk kembali dan memastikan bahan kemasan yang sesuai dan melakukan uji coba ketahanan sebelum dicetak dalam jumlah besar
3. Melanjutkan rencana berikutnya untuk terwujudnya Kampung Keju (Kang Djoe) di Ngantang Kabupaten Malang sekaligus menjadi desa binaan Politeknik Negeri Malang

4. KESIMPULAN

Penelitian yang telah dilakukan menghasilkan suatu kebermanfaatn terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. *Company profile* yang dihasilkan dalam kegiatan PPM ini sangat sesuai dengan keinginan dan dibutuhkan mitra, yaitu KU Mustarikan Jaya. Tidak hanya itu, Mitra merasa sangat dibantu dengan adanya kegiatan PPM ini dan berharap akan ada kegiatan lanjutan.

6. SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat tahun ini berjalan lancar. Kegiatan ini bisa dilanjutkan lagi tahun depan dengan pendampingan papan petunjuk usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Malang yang telah memberi dukungan moral dan dana terhadap program pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Handayani, P. K., 2016, Sistem Informasi Administrasi Data Kepegawaian Pada Bagian Personalia PT. XYZ. *Jurnal Simetris*.7(1): 373-378. <https://doi.org/10.24176/simet.v7i1.527>
- [2] Fathoni., 2010, Strategi Implementasi Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat pedesaan di indonesia. *Seminar Nasional VI*, 3 Juli 2010, Yogyakarta.
- [3] Darmawan, I., 2011, E-Government: Studi Pendahuluan di Kabupaten Sragen. *Proceeding Simposium Nasional Otonomi Daerah*, LAB-ANE FISIP Untirta, hal. 69-75.
- [4] Jahja, R., Haryana, M.D. and Rendra, M., 2012. Sistem informasi desa: Sistem informasi dan data untuk pembaruan desa. *Yogyakarta: COMBINE Resource Institution (CRI)*.
- [5] Polinema, 2021. Rencana Strategis dan Fokus Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) Politeknik Negeri Malang.
- [6] Widodo, J., 2010. *Analisis Kebijakan Publik: Konsep dan Aplikasi Analisis Proses Kebijakan Publik*. Malang: Bayu Media.
- [7] Rahmawati, D., 2012, Analisis Faktor Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 5(1): 107–18.
- [8] Siswanti, S., Darmana, A.E. and Kusumaningrum, A., 2024, Pengembangan Web Profile Sebagai Alat Bantu Promosi Minuman Tradisional. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi dan Pendidikan (MANTAP)*, 1(2), pp.40-45..
- [9] Roziqin, A.K. and Arianto, W., 2023, Perancangan *Company profile* Berbasis Web sebagai Sarana Pemasaran pada PT Japung Kreasindo Bersama. *Journal of Research and Publication Innovation*, 1(2), pp.389-394.
- [10] Wibowo, T. and Tanijaya, E., 2021, October. Perancangan Website *Company profile* Pt. Sentek Indonesia. In *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, Vol. 3, No. 1, pp. 1170-1174).
- [11] Negara, J.G.P. and Nastiti, P., 2022, Pemanfaatan Teknologi Informasi Digital Sebagai Media Optimasi Marketing UMKM Paring Spirulina. *Komatika: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), pp.07-11.
- [12] Diana, L., Wirasaputra, D.E., Pratama, R. and Darmawan, A.N., 2022, Pembuatan website profil untuk UMKM TITI JAYA sebagai media pemasaran dan pemasaran.: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), pp.173-178.