

PENGEMBANGAN PANNACOTTA SO-SWEET (SUSU KEDELAI & FILLING UNGU SWEET POTATO) RONDE TASTE SEBAGAI PEMANFAATAN BAHAN LOKAL MENJADI DESSERT KEKINIAN SUMBER NUTRISI

Intan Diah Kusuma¹, Dr. Dra. Badraningsih Lastariwati, M.Kes.²

Program Studi Teknik Boga, Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana
Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta
email: intandiah.2019@student.uny.ac.id

ABSTRAK

Saat ini masyarakat hanya memanfaatkan ubi ungu dan kedelai hanya sebatas menjadi olahan rumahan maupun makanan tradisional yang kurang digemari. Hal ini membuat tingkat konsumsi masyarakat akan ubi ungu dan kedelai tergolong rendah, sehingga kurang mendapatkan manfaat nutrisi di dalamnya. Salah satu cara pemanfaatannya yakni dengan mengkreasiakannya menjadi pannacotta. Pannacotta adalah *dessert* kekinian yang hanya ditemukan ditempat tertentu. Tujuan penelitian ini adalah: (1) menemukan resep yang tepat pada produk Pannacotta, (2) mengemas dan memberikan label yang menarik pada produk Pannacotta, (3) menghitung harga jual pada Pannacotta, (4) mengetahui penerimaan masyarakat terhadap produk Pannacotta (5) memberikan variasi *topping* yang autentik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian pengembangan (*Research and Development*) dengan metode penelitian 4D yaitu *Define, Design, Development* dan *Dissemination*. Penelitian secara analisis deskriptif dan uji T. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah (1) resep yang tepat untuk pembuatan produk Pannacotta SO-SWEET yaitu dengan substitusi 25% susu kedelai dan 30% ubi ungu, (2) mengemas dan memberikan label yang menarik pada produk Pannacotta SO-SWEET yaitu kemasan cup plastik bening yang kokoh, (3) menghitung harga jual produk Pannacotta dengan harga Rp 12.500,00/porsi, (4) memberikan *topping* autentik dengan cita rasa ronde yang dilapisi karamel jahe (5) penerimaan masyarakat terhadap produk Pannacotta dengan nilai rerata keseluruhan 4.1 masuk dalam kategori “sangat disukai” sehingga dapat diterima oleh masyarakat.

Kata kunci: Pannacotta, Ubi Ungu, Susu Kedelai, Ronde

ABSTRACT

Currently, people only use purple sweet potatoes and soybeans to make home-cooked meals or traditional foods that are less popular. This makes the level of public consumption of purple sweet potatoes and soybeans is relatively low, so they do not get the nutritional benefits in them. One way to use it is to make it into pannacotta. Pannacotta is a contemporary dessert that is only found in certain places. The aims of this study were: (1) finding the right recipe for Pannacotta products, (2) packaging and labeling attractive Pannacotta products, (3) calculating the selling price for Pannacotta, (4) knowing public acceptance of Pannacotta products (5) provides an authentic variety of toppings. This study uses research and development methods with 4D research methods, namely Define, Design, Development and Dissemination. This research uses descriptive analysis and T test. The results obtained from this study are (1) the right recipe for making Pannacotta SO-SWEET products, namely by substitution of 25% soy milk and 30% purple sweet potato, (2) packaging and labeling attractively. on Pannacotta SO-SWEET products, namely sturdy clear plastic cup packaging, (3) calculating the selling price of Pannacotta products at a price of Rp 12,500.00/portion, (4) providing authentic toppings with a rounded taste covered with caramel ginger (5) public acceptance Pannacotta products with an overall average value of 4.1 fall into the "very favorable" category so that they can be accepted by the public.

Keywords: Pannacotta, Purple Sweet Potato, Soy Milk, Ronde

PENDAHULUAN

Negara kaya adalah Indonesia, kekayaan alam melimpah di setiap daerahnya. Hal ini terbukti dengan banyak tumbuh berbagai macam varietas tumbuhan yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Salah satu tanaman yang memiliki peluang tinggi untuk tumbuh di Indonesia adalah umbi-umbian. Segala macam umbi banyak tumbuh di Indonesia karena jenis tanahnya sangat sesuai untuk perkembangan tanaman tersebut.

Salah satu bahan lokal yang dapat dimanfaatkan adalah ubi jalar. Ubi jalar merupakan tanaman yang tumbuh menjalar di dalam tanah dan menghasilkan umbi (Soediaoetoma, 1993). Umbi yang dihasilkan dapat berwarna putih, kuning, orange sampai merah, bahkan ada yang berwarna kebiruan dan violet. Ubi ungu dipilih karena mengandung banyak betakaroten atau vitamin A yang sangat tinggi, berguna dalam pencegahan beberapa jenis kanker karena merupakan salah satu antioksidan yang paling kuat. Betakaroten memiliki fungsi melindungi kulit dari kerusakan akibat sinar matahari dengan membelokkan dan memperbaiki kerusakan sel akibat paparan sinar UV yang berlebihan (Jo, 2012: 13). Semakin pekat warnanya maka semakin tinggi kadar betakaroten pada ubi jalar ungu yang merupakan pembentuk vitamin A dalam tubuh (Susanti, 2012: 4). Dalam ubi jalar ungu juga terdapat kalsium, protein, fosfor, zat besi, dan lemak. Ubi jalar ungu dapat dijadikan sebagai sumber serat agar terhindar dari sembelit dan menyehatkan pencernaan karena ubi yang dimasak beserta kulitnya menghasilkan lebih banyak serat. Ubi jalar ungu merupakan produk yang berpotensi untuk terus dikembangkan menjadi olahan makanan yang bergizi dan memiliki nilai jual yang baik jika diolah menyesuaikan perkembangan jaman saat ini dan kebutuhan pasar.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa produksi ubi ungu pada tahun 2017 sebesar 5,061 ton dan pada 2018 sebanyak 5,289 ton dengan pertumbuhan 4.51%

dan diperkirakan meningkat setiap tahunnya. Ironisnya, potensi yang besar tersebut tidak sebanding dengan pemanfaatannya. Pemanfaatan ubi ungu selama ini belum banyak dilakukan, maka dari itu perlu adanya inovasi mengenai pemanfaatan ubi ungu seperti dalam pembuatan pannacotta. Panna cotta adalah puding khas Italia yang kaya akan rasa dibandingkan dengan jenis puding lain yang sering dijumpai. Panna cotta dikenal sebagai puding yang pengentalannya tidak menggunakan pati dan telur melainkan dengan gelatin (Gisslen, 2007). Karakteristik panna cotta memiliki tekstur yang lembut yang berasal dari penggunaan krim kental (heavy cream) pada pembuatannya. Krim kental merupakan produk olahan susu yang memiliki kadar lemak tinggi sekitar 20-35% dengan ciri-ciri berwarna putih agak kekuningan dan dijual dalam kemasan tetrapack (Nursaadah, 2007).

Base pannacotta yang biasanya memakai bahan utama *whipping cream* yang sangat tinggi kalori, penulis kembangkan dengan menggantinya dengan susu kedelai untuk meningkatkan nutrisinya. Kedelai (*Glycine max (L.) Merrill*) merupakan salah satu jenis kacang-kacangan yang dapat digunakan sebagai sumber protein, lemak, vitamin, mineral dan serat. Kacang kedelai mengandung sumber protein nabati yang kadar proteinnya tinggi yaitu sebesar 35% bahkan pada varietas unggul dapat mencapai 40-44%. Selain itu kedelai juga mengandung asam lemak esensial, vitamin dan mineral yang cukup. Pengolahan susu kedelai menjadi susu akan menghasilkan kandungan proteinnya mencapai 1,5 kali protein susu sapi. Selain itu, susu kedelai juga mengandung lemak, karbohidrat, kalsium, fosfor, zat besi, vitamin A, vitamin B1 vitamin B2, dan isoflavon. Kandungan asam lemak tak jenuh pada susu kedelai lebih besar serta tidak mengandung kolesterol (Kurniasari, 2010).

Pannacotta dikembangkan dengan menekankan cita rasa lokal yakni rasa ronde sebagai campuran di *base* pannacotta dan sebagai

topping yang akan mempercantik hidangan. Ronde sebagai minuman tradisional Jawa yang pertama kali di kenal di kota Solo dan Salatiga. Sebuah cita rasa lokal kita yang seharusnya juga kita kembangkan supaya tetap bertahan dan lestari ditengah perkembangan jaman saat ini karena salah satu aset budaya yang berharga.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, penulis menginovasikan potensi lokal ubi ungu, susu kedelai, dan ronde menjadi produk yang bernama Pannacotta SO-SWEET (*Soy Milk & Purple Sweet Potato*) dengan ronde *taste*. Alasan pemilihan produk *pannacotta* SO SWEET adalah hidangan penutup/ *dessert* yang populer tetapi kurangnya inovasi untuk meningkatkan kandungan nutrisi di dalamnya. Kreasi ini dapat digunakan sebagai sajian menyegarkan saat bulan Ramadhan. Harapannya *pannacotta* SO-SWEET sebagai salah satu usaha meningkatkan kearifan penggunaan bahan pangan lokal di Indonesia.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) menemukan resep yang tepat pada produk Pannacotta, (2) mengemas dan memberikan label yang menarik pada produk Pannacotta, (3) menghitung harga jual pada Pannacotta, (4) mengetahui penerimaan masyarakat terhadap produk Pannacotta (5) memberikan variasi *topping* yang autentik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian pengembangan (*Research and Development*) dengan metode penelitian 4D yaitu *Define, Design, Development* dan *Dissemination*.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah metode R&D (*Research and Development*). Menurut Amile and Reesnes, metode *Research and Development* (R&D) merupakan suatu metode penelitian yang dapat digunakan untuk menghasilkan produk dan dapat menguji keefektifan dari produk tersebut. Dari pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa

metode R&D merupakan suatu metode yang bisa menghasilkan produk tertentu dan dapat menyempurnakan produk tersebut sesuai dengan acuan dan kriteria dari produk yang dibuat, sehingga nantinya dapat menghasilkan produk yang baru melalui berbagai tahapan dan validasi pengujian. Pada metode penelitian R&D peneliti akan melakukan penelitian terlebih dahulu untuk mengumpulkan sejumlah data yang nantinya diperlukan kemudian selanjutnya dilakukan pengembangan sistem dan melakukan pengujian serta evaluasi terhadap produk yang telah dibuat.

Pada pengembangan produk Pannacotta So-Sweet ini, menerapkan siklus 4D yang terdiri dari: tahap *define* (Pendefinisian), tahap *Design* (Perancangan), tahap *Develop* (Pengembangan), tahap *Disseminate* (Penyebaran).

Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian: Laboratorium Boga dan Laboratorium Kimia, Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Waktu Penelitian dimulai dari penyusunan proposal sampai dengan laporan Proyek Akhir siap diujikan, yakni bulan Maret – Mei 2022.

Target/Subjek Penelitian

Responden sebagai panelis pada tahap uji organoleptik produk sebagai panelis semi terlatih adalah mahasiswa Pendidikan Teknik Boga dan Busana, Fakultas Negeri Yogyakarta, Jurusan Tata Boga sebanyak 30 orang.

Prosedur

1. Tahap *define*

Tahap *define* merupakan sebuah tahap yang dilakukan dengan tujuan untuk mencari dan menentukan resep acuan terpilih. Prosedur ini dilakukan dengan cara mengujikan 3 produk acuan *pannacotta* secara bersamaan kemudian diteliti dan disimpulkan, pengujian ini dapat

dilakukan oleh, dosen dan praktisi di tempat magang atau dapat juga dilakukan oleh 3-5 orang panelis terlatih.

2. Tahap *design*

Tahap *design* merupakan tahap kedua setelah *define*. Tahap ini merupakan suatu tahap dimana ketika produk acuan telah terpilih maka akan digunakan sebagai produk yang akan dikembangkan. Tahap *design* bertujuan untuk mencari dan menentukan 1 resep pengembangan yang terbaik diantara ketiga resep inovasi. Prosentase pada inovasi produk ini yaitu angka. Pembuatan Pannacotta SO-SWEET menggunakan prosentasi ubi ungu (30%), (40%), dan (50%), sedangkan prosentase susu kedelai (25%), (35%), dan (45%). Sistem uji cobanya sebagai berikut: uji sensoris 3 produk pengembangan dan 1 produk acuan secara bersamaan dengan panelis dosen pembimbing, dan mahasiswa lain atau dapat juga menggunakan panelis terlatih (3-4) orang sehingga nantinya dapat memperoleh 1 resep pengembangan terpilih.

3. Tahap *develop*

Tahap *Develop* bertujuan untuk menentukan teknik penyajian (Garnish, Plating, dan Kemasan) pada produk pengembangan hasil dari tahap *design*

a. Hasil literasi Penyajian

Garnish berasal dari bahasa Prancis yang berarti hiasan hidangan, garnish berfungsi sebagai hiasan yang dapat menambah daya tarik serta keindahan penyajian. Kemasan merupakan hal yang penting karena kemasan tidak hanya digunakan sebagai pelindung terhadap produk, tetapi kemasan digunakan juga sebagai media promosi untuk memikat konsumen sehingga konsumen berkeputusan untuk melakukan pembelian produk yang bersangkutan.

b. Merancang Teknik Penyajian

Untuk penyajian produk Pannacotta SO-SWEET, menggunakan *dessert Plate* yang berwarna putih. Dengan diberi garnish berupa daun mint. Untuk pengemasan produk Pannacotta SO-

SWEET menggunakan Cup plastik tebal kemudian diberi label kemasan.

c. Uji Validasi I

Validasi teknik penyajian pada 1 produk acuan dan 1 produk pengembangan secara bersamaan dengan 2 orang dosen dan 1 orang dari industri. Bila hasil uji validasi I sudah layak, maka dapat dilanjutkan dengan tahap *disseminate*. Jika masih perlu perbaikan, maka dilakukan uji validasi II.

d. Uji Validasi II

Validasi teknik penyajian pada 1 produk acuan dan 1 produk pengembangan secara bersamaan dengan 2 orang dosen dan 1 orang dari industri sehingga diperoleh produk pengembangan terpilih dan dilanjutkan dengan tahap *disseminate*.

e. Penentuan harga jual dan *Break-even Point* (BEP)

Penentuan harga jual dan *Break Even Point* ini dilakukan untuk mengetahui harga jual produk sehingga memiliki laba yang diinginkan. Penentuan BEP dilakukan dengan cara mengetahui harga jual terlebih dahulu. Penentuan harga jual dilakukan dengan menghitung pengeluaran dibagi dengan produk yang dihasilkan, setelah itu menentukan laba dan harga jual diperoleh. Dilanjutkan perhitungan BEP dengan cara sebagai berikut:

$$\begin{aligned} 1. \text{ BEP-Rupiah} &= \frac{\text{Total Fixed Cost}}{\text{Harga jual per unit} - \text{variable cost}} \times \text{Harga jual / unit} \\ 2. \text{ BEP-Unit} &= \frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Harga Jual} - \text{Variabel Cost}} \end{aligned}$$

f. Analisis BMC

Analisis ini dilakukan untuk mempermudah perusahaan dalam memasarkan produk ke masyarakat luas.

3. Tahap *disseminate*

Tahap *Disseminate* bertujuan untuk mengetahui tingkat penerimaan produk acuan dan produk pengembangan pada skala luas. Uji Tingkat Kesukaan Masyarakat Pada tahap uji

tingkat kesukaan ini dilakukan dengan cara sebagai berikut: Hidangkan produk acuan dan produk pengembangan kepada 30 orang panelis tidak terlatih (masyarakat umum/target konsumen).



Gambar 1. Plating Hasil Pengembangan Produk

Teknik Analisis Data

Data dianalisis secara deskriptif kuantitatif, yaitu dengan menggambarkan produk secara detail dan juga untuk mengetahui skor terendah hingga tertinggi dari hasil penelitian untuk produk Pannacotta SO-SWEET ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Define

Tahap ini mendefinisikan produk yang akan dikembangkan yaitu Pannacotta SO-SWEET. Produk ini memiliki rasa *creamy* manis dengan tekstur yang lembut. Produk ini diolah dengan cara pencampuran, perebusan, dan pendinginan. Pada Tahap ini dicari 3 resep pannacotta dan dipilih satu resep terbaik untuk dikembangkan menjadi Pannacotta SO-SWEET

Tabel 1. Resep Acuan Pannacotta

No	Bahan	R1	R2	R3
1	Whipping Cream	500 gr	-	300 g
2	Susu UHT	500 gr	250 gr	300 g
3	Vanilli	10 gr	-	5 g
4	Gula	115 gr	40 g	129 g
5	Gelatine	20 gr	15 g	7 g
6	Santan	-	20 gr	-
7	Daun Pandan	-	2 lbr	-

Dari ketiga resep diatas, yang ditunjukkan pada tabel 1 terpilih formulasi R1 paling banyak disukai oleh panelis sehingga dihasilkan resep acuan pembuatan Pannacotta pada pembuatan Pannacotta SO-SWEET.

Design

Setelah ditemukan resep acuan yang dipilih. Maka resep acuan tersebut akan diubah dengan penambahan ubi ungu sebanyak 20%, 30% dan 40%. Setelah dilakukan uji karakteristik terpilih substitusi ubi ungu sebanyak 30%. Sedangkan penambahan susu kedelai sebanyak 25%, 35%, dan 45% didapatkan karakteristik terbaik adalah 25%.

Develop

Pada tahap ini ada 2 kegiatan yang dilakukan, yaitu *validation testing* dan *packaging*. Secara rinci akan dijelaskan sebagai berikut:

1) Validation testing

Setelah produk melewati tahap *development* yang menghasilkan produk dengan berbagai pengembangan dan perbaikan, tahapan dimana dilakukan *expert appraisal* produk. *Expert appraisal* adalah teknik untuk melakukan validasi atau menilai kelayakan dari rancangan produk. Dalam penelitian kali ini, *expert appraisal* akan disebut dengan validasi. Validasi dilakukan sebanyak 2 kali atau lebih jika belum didapatkan hasil yang memuaskan. Kegiatan ini dilakukan oleh para ahli dalam bidang yang sesuai dengan produk yang dikembangkan. Berdasarkan validasi yang telah dilakukan sebanyak 2 kali, maka diperoleh beberapa perubahan

terhadap produk Pannacotta. Pada tahap ini tidak terdapat perubahan pada produk. Hal ini berdasarkan respon dari saran yang diberikan oleh panelis kepada produk yang diujikan.

Dissemination

Dissemination adalah tahap terakhir dari model penelitian ini. Tahap ini sering disebut juga tahap penyebarluasan atau publikasi dengan uji penerimaan masyarakat. Pengujian ini dilakukan pada hari Jum'at 17 juni 2022 di deresan, depok, DIY

Penerimaan Masyarakat terhadap Produk Pengembangan Pannacotta

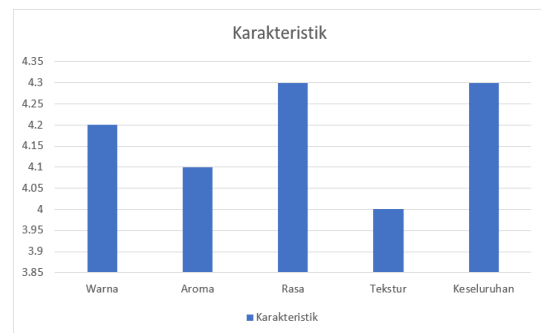
Produk disajikan semenarik mungkin agar dapat menarik perhatian masyarakat dengan diselenggarakan penyerbarluasan, diketahui bahwa tingkat kesukaan dan penerimaan oleh konsumen yang sesungguhnya. Pada saat penyebarluasan berlangsung disediakan sampel produk untuk masyarakat yang mencoba produk Pannacotta SO-SWEET. masyarakat diharapkan dapat memberikan tanggapan terhadap produk-produk yang disebarluaskan itu. Dengan itu dapat diketahui tingkat penerimaan produk oleh masyarakat.

Pada tahap uji kesukaan ini, produk yang harus dinilai oleh masyarakat yang sebagai penguji produk meliputi warna, aroma, tekstur, rasa, dan keseluruhan, dengan penilaian menggunakan angka 1, 2, 3, 4 dan 5. Selain itu pengunjung juga harus menilai apakah produk tersebut dapat disukai atau tidak disukai. Data deskripsi tingkat kesukaan produk Pannacotta SO-SWEET perhitungan uji kesukaan oleh 30 orang penguji yang diambil secara bebas pada saat penyebarluasan dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Uji Kesukaan oleh Panelis Tidak Terlatih

No	Karakteristik	Tingkat Kesukaan					Skor	Rata-rata	Kategori
		STS	TS	AS	S	SS			
1.	Warna			1	22	7	126	4.2	Disukai
2.	Aroma			3	20	7	124	4.1	Disukai
3.	Tekstur			2	17	11	129	4,3	Disukai
4.	Rasa			3	23	4	121	4.0	Disukai
5.	Keseluruhan			1	17	12	131	4.3	Disukai
Rerata Keseluruhan								4.1	Disukai

Berdasarkan data yang tertera di tabel 2, dapat diambil kesimpulan bahwa hasil uji penerimaan oleh panelis produk Pannacotta SO-SWEET karakteristik warna, aroma, tekstur, rasa, dan keseluruhan pada hasil penilaian masuk kategori “sangat disukai”. Berikut adalah grafiknya:



Harga Jual

Tabel 3. Harga Penjualan Pannacotta

Nama Bahan	Ukuran	Satuan	Harga per kebutuhan resep
Susu Kedelai	128	Gram	2.500
Susu UHT	500	ml	8.000
Ubi Ungu	80	Gram	640
Whipping Cream	496	Gram	19.000
Vanilli	20	Gram	2.000
Gula	225	Gram	3.100
Gelatine	40	Sdt (12.5 gr)	6.900
Tepung Ketan Putih	.200	Sdt (3 gr)	4.000
Tepung Tapioka	50	ml	1.300
Jahe	5	c m	1.500
Sereh	1	btg	500
Daun Pandan	1	lbr	100
Kacang Tanah	50	Gram	1.750
Gula Merah	50	gram	1.000
Total Bahan Baku			52.290

Item	Jumlah
1. Food Cost (15)	52.290
2. Labor Cost (15)	7.844
3. Overhead Cost dari total Food Cost (20)	10.458
Total Cost	70.592
Profit 60% dari total cost	42.355
Total Harga	112.946
Harga yang harus dibayar/porsi	12.500

BEP (*Break Even Point*)

Harga Variabel= 7.844

Harga Penjualan= 12.500

Margin Produk= $12.500 - 7.844 = 4.656$

BEP Unit = Modal : margin

= $70.592 : 4.656$

= 15 unit

BEP Rupiah = Modal – (Harga variabel – margin)

= $70.592 - (7.844 - 4.656)$

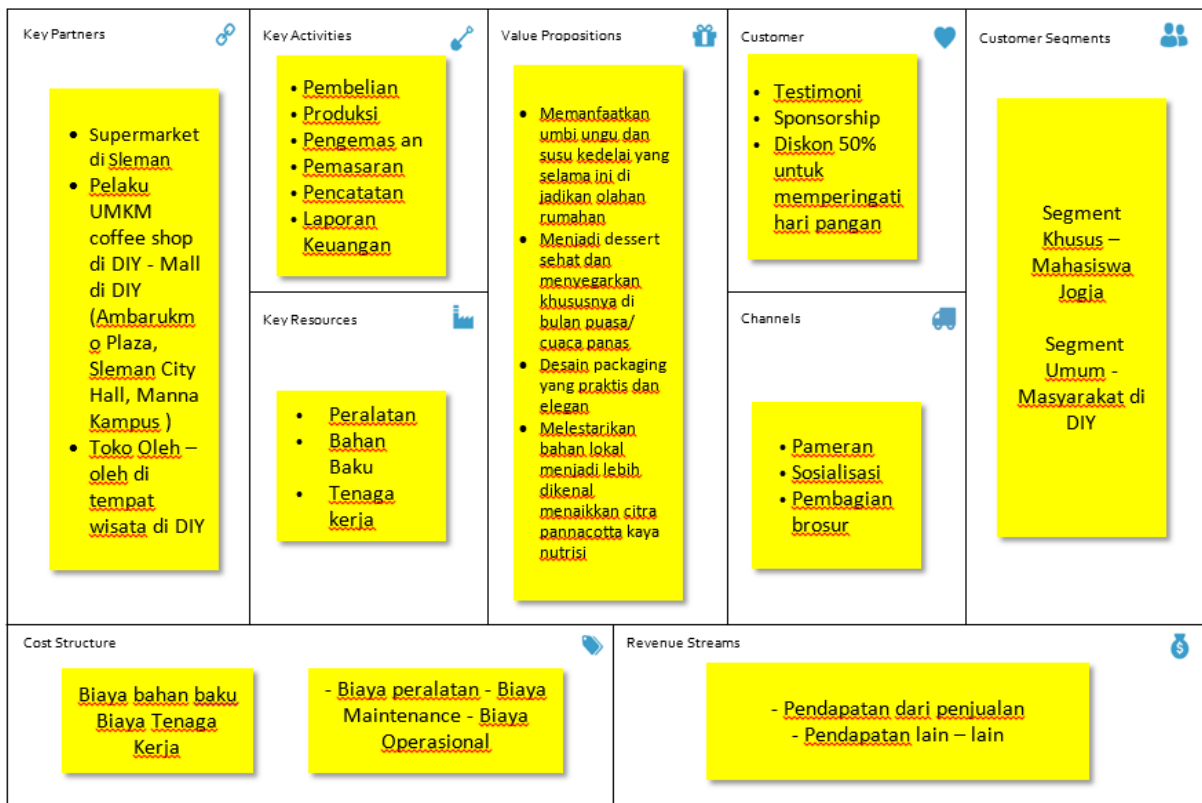
= $70.592 - 3.188$

= 67.404

Dari perhitungan diatas produk Pannacotta SO-SWEET harus terjual sebanyak 15 unit atau mendapatkan omset sebesar Rp. 67,404 untuk dapat mencapai titik kembali modal atau titik impas

Analisis BMC (*Business Model Canvas*)

Produk PANNACOTTA SO SWEET



SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Susu kedelai dan ubi ungu merupakan salah satu pangan lokal Indonesia yang bernilai ekonomis sekaligus bernilai gizi baik untuk kesehatan. Pemanfaatan ubi ungu dan susu kedelai yang diolah menjadi bahan *dessert* pannacotta diharapkan mampu memberikan variasi *dessert* berkualitas solusi untuk mengembangkan pangan lokal Indonesia yang bernilai gizi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa resep Pannacotta SO-SWEET terpilih adalah pengembangan dari resep acuan (R1) kemudian dikembangkan dengan penambahan ubi ungu sebanyak 30% dan susu kedelai sebanyak 25% untuk mensubstitusi *whipping cream*. Harga Jual dalam pembuatan produk Pannacotta dari penghitungan biaya produksi, dan pengambilan *markup* sebesar 60% dapat ditentukan harga jual sebesar Rp 12.500 /porsi.

Penerimaan masyarakat terhadap produk olahan pannacotta yang dihasilkan dari segi warna dengan nilai rerata 4,2, aroma dengan nilai rerata 4,1, rasa dengan nilai rerata

4,3, tekstur dengan nilai rerata 4,0, keseluruhan dengan nilai rerata 4,3, dan rerata keseluruhan 4,1 masuk dalam kategori “sangat disukai”. Sehingga produk yang dihasilkan dapat diterima oleh masyarakat menjadi salah satu produk inovasi bahan pangan lokal.

Saran

Pengembangan produk makanan dari bahan lokal ubi ungu dan susu kedelai menjadi produk *dessert* pannacotta dengan *ronde taste* adalah salah satu solusi untuk mengembangkan bahan pangan lokal yang bernilai gizi. Masyarakat hendaknya mulai menyadari pentingnya pemanfaatan bahan lokal sebagai wujud mencintai kekayaan pangan tanah air. Selain itu, *Dessert* pannacotta dengan *ronde taste* perlu dilakukan pengujian lebih lanjut terkait kandungan gizinya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A Furchan. (2004). Pengantar Penelitian dalam Pendidikan, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2004), hlm. 54. Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan, (Yogyakarta:

- Pustaka Pelajar Offset, 2004), Hlm. 54, 53(9), 1689–1699
- [2] Amrin, T. 2003. Seri Agritekno: Susu Kedelai. Depok: Penebar Swadaya.
- [3] Ayustaningwarno, F., Retnaningrum, S., Safitri, I., Anggraheni, N., & Suhardinata, F. 2014. Aplikasi Pengolahan Pangan. Yogyakarta: Deepublish.
- [4] Bittman, M. 2012. How to Cook Everything. The Basics: All You Need to Make Great Food. New Jersey: John Wiley & Sons.
- [5] Boyle, T. 2015. Flavorful: 150 Irresistible Desserts. Boston: Houghton Mifflin Harcourt Publishing.
- [6] Cahyono, A.D. 2011. Manfaat Susu Kedelai Sebagai Terapi Penurun Kadar Glukosa Darah pada klien Diabetes Mellitus. Jurnal AKP. Vol 2 No 2. Hal 28-37.
- [7] Crocker, B. 2011. Cook Book: 1500 Recipes for the Way You Can Cook Today. New Jersey: John Wiley & Sons.
- [8] Durand, F. 2013. Bakeless Pudding: Pudding, Panna Cotta, Fluff, Icebox Cake and More No-Bake Dessert. New York: Stewart, Tabori & Chang.
- [9] Durianto, D., Sugiarto, & Budiman, L.J. 2008. Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [10] Ferrinadewi, E. 2008. Merek dan Psikologi Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [11] Fitriani, F.F. 2014. Lembut dan Manis Rasa Panna Cotta, Manis Juga Laba Bisnisnya.
- [12] Ganeshram, R. 2016. Cooking with Coconut. North Adams: Storey Publishing.
- [13] Gisslen, W. 2007. Professional baking 4th Edition. New Jersey: John Wiley & Sons.
- [14] Iii, B. A. B., & Penelitian, M. (2019). Skripsi BAB III Metode R&D. 3, 25–30.
- [15] Priliana, Patricia. 2002. Pemanfaatan Tapioka sebagai Bahan Substitusi Tepung Beras Ketan pada Pembuatan Dodol. Universitas Widya Mandala, Surabaya.
- [16] Sudarmadji, S.B, Haryono dan Suhardi. 1989. Analisa Bahan Makanan dan Pertanian. Penerbit Liberty. Yogyakarta.
- [17] Suparno, Rikastuti, Indratiningsih dan Triatmojo, 2001. Diktat Kuliah Dasar Teknologi Hasil Ternak. Jurusan Peternakan. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta
- [18] Suryanto, A. (2006). Pembuatan Whipping Cream Nabati Dengan Berbagai Konsentrasi dan Jenis Lemak Serta Aplikasinya Dalam Pembuatan Es Krim. 1–8.
- [19] Wijaya, L. evan dan ratih indriyani. (2016). Analisis Bussines Model Canvas Pada CV. Kayu Murni Surabaya. Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents, 4(2), 304–313. <https://media.neliti.com/media/publications/53470-ID-none.pdf> Haripatworo, L., & Irmawati, B. (2020). Analisis Bussiness Model Canvas PT. Dhenara Prima Mandiri. 4–11