

PENINGKATAN PENGETAHUAN TENTANG PENGEMBANGAN PRODUK FROZEN FOOD PADA JEMPOL FOOD, GODEAN, SLEMAN, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Andrean Emaputra^{1*}, Toto Rusianto², Ellyawan Setyo Arbintarso³,
Cyrilla Indri Parwati⁴, Kartinasari Ayuhikmatin Sekarjati⁵, Imam Sodikin⁶,
Joko Susetyo⁷, Fatiha Widyanti⁸, Arie Pohandry⁹, Andri Ayusta Yudha¹⁰,
Rangga Shafi Pradana¹¹

¹ Fakultas Teknik, Universitas AKPRIND Indonesia, Indonesia

² Fakultas Teknik, Universitas AKPRIND Indonesia, Indonesia

³ Fakultas Teknik, Universitas AKPRIND Indonesia, Indonesia

⁴ Program Pendidikan Vokasi, Universitas AKPRIND Indonesia, Indonesia

⁵ Program Pendidikan Vokasi, Universitas AKPRIND Indonesia, Indonesia

⁶ Fakultas Teknik, Universitas AKPRIND Indonesia, Indonesia

⁷ Fakultas Teknik, Universitas AKPRIND Indonesia, Indonesia

⁸ Program Pendidikan Vokasi, Universitas AKPRIND Indonesia, Indonesia

⁹ Fakultas Teknik, Universitas AKPRIND Indonesia, Indonesia

¹⁰ Fakultas Teknik, Universitas AKPRIND Indonesia, Indonesia

¹¹ Fakultas Teknik, Universitas AKPRIND Indonesia, Indonesia

Korespondensi penulis: andrean.emaputra@akprind.ac.id

Keywords: Training, product development, frozen food, Jempol Food, Yogyakarta

Abstract: Currently, frozen food products are growing rapidly in the community. One of the frozen food producers in the Godean area of DIY is Jempol Food. Jempol Food producers experience intense competition in marketing their products from both large brands and MSMEs. Therefore, Jempol Food needs to receive counselling on how to increase customer satisfaction in order to maintain existing customers and develop new customers. To address this challenge, a team of lecturers and students from the University of AKPRIND Indonesia conducted community service activities for the producers through counselling activities. This PkM activity was carried out through several stages, namely, first, the service team and the leaders and employees of Jempol Food introduced themselves to each other. Second, the service team observed production activities, conducted question-and-answer sessions, and provided improvement suggestions to Jempol Food. Third, there was a session for concluding, closing, and a group photo session. This community service activity was a resounding success, as evidenced by the enthusiastic response of Jempol Food's owners and employees, and the well-received suggestions for improvement, which have led to the creation of superior Jempol Food products through continuous improvement that meet community needs at competitive prices. This is expected to make Jempol Food even more successful in the future.

Abstrak

Saat ini produk makanan beku atau *frozen food* sedang berkembang pesat di masyarakat. Salah satu produsen *frozen food* yang berada di wilayah Godean DIY adalah Jempol Food. Produsen Jempol Food mengalami persaingan yang ketat dalam pemasaran produknya baik berasal dari brand-brand besar maupun dari UMKM. Oleh karena itu, Jempol Food perlu untuk mendapatkan penyuluhan tentang bagaimana meningkatkan kepuasan konsumen demi menjaga konsumen yang telah ada dan mengembangkan konsumen baru. Untuk menjawab tantangan tersebut, tim dosen dan mahasiswa dari Universitas AKPRIND Indonesia melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat kepada produsen tersebut melalui kegiatan penyuluhan. Kegiatan PkM ini dilaksanakan melalui beberapa tahap, yaitu, pertama, tim pengabdian dan pimpinan serta karyawan Jempol Food saling memperkenalkan diri. Kedua, tim pengabdian melihat aktivitas produksi, melakukan tanya jawab, dan memberikan usulan perbaikan kepada Jempol Food. Ketiga,

adanya sesi penarikan kesimpulan, penutup, dan sesi foto bersama. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat berhasil dengan baik yang ditandai dari antusias pemilik dan karyawan Jempol Food yang sangat baik dan saran-saran perbaikan dapat diterima dengan baik demi menciptakan produk-produk Jempol Food yang unggul melalui perbaikan berkesinambungan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dengan harga yang kompetitif. Hal tersebut diharapkan dapat membuat Jempol Food semakin sukses di masa yang akan datang.

Kata Kunci: *Pelatihan, pengembangan produk, frozen food, Jempol Food, Yogyakarta*

PENDAHULUAN

Produk makanan adalah produk yang penting keberadaannya di masyarakat. Produk tersebut ada yang berupa *fresh food* atau *frozen food*. Keberadaan kedua jenis makanan tersebut mendukung pemenuhan gizi masyarakat Indonesia mulai dari anak-anak, remaja, pemuda, hingga dewasa. Oleh karena itu, upaya-upaya dilakukan untuk meningkatkan kualitas kedua jenis makanan tersebut agar semakin dapat memenuhi kecukupan gizi, sehat, higienis, dan digemari oleh masyarakat. Hal tersebut, seperti penyuluhan tentang peningkatan produk makanan dari ketela diberikan kepada ibu-ibu Kalijeruk I dan II di Yogyakarta (Emaputra et al., 2026). Ibu-ibu di RW 2 Kelurahan Pegulon, Kecamatan Kendal, Kabupaten Kendal mendapatkan pelatihan tentang pembuatan makanan tambahan yang berbahan dasar ikan (Prameswari et al., 2019). Ibu-ibu di Desa Adiarsa Barat Karawang Barat mendapatkan pelatihan pembuatan makanan dari daun kelor (Karim & Dewi, 2021). Siswa SMP Yari Padang mendapatkan pelatihan tentang pembuatan salad buah (Dewi et al., 2024).

Salah satu jenis makanan yang saat ini sedang trend di masyarakat adalah *frozen food*. Jenis makanan tersebut terkenal dengan rasa yang enak, kemudahan dan kecepatan dalam penyajiannya. *Frozen food* merupakan makanan yang dibekukan dan siap dipanaskan kembali (dengan tambahan bumbu-bumbu sesuai dengan jenis masakan yang diinginkan) untuk menjadi bahan makanan yang siap saji.

Beberapa pelatihan telah diberikan kepada masyarakat untuk membuat dan mengembangkan *frozen food*. Pertama, pelatihan diberikan kepada Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Graha Permai untuk memperkenalkan jenis makanan tersebut dan cara membuatnya (Novita, 2022). Kedua, UMKM Sahara Frozen Food, yang memproduksi *frozen food* seperti dimsum, risoles, pisang coklat, dan lumpia, mendapatkan pelatihan tentang pengemasan yang sesuai standar dan pelatihan pemasaran online (Lasmini et al., 2023). Ketiga, Kelompok Penerima Manfaat Program Keluarga Harapan (PKH) non produktif di Desa Cinunjang dan Giriwangi, Gunung Tanjung, Tasikmalaya mendapatkan pelatihan tentang cara memproduksi makanan beku dalam nugget dan mempromosikannya secara komersial (Afriza et al., 2022). Keempat, ibu-ibu PKK di lingkungan Cempaka Banjarbaru diberdayakan melalui pelatihan pembuatan *frozen food* risoles varian isi, seperti isi ayam, yogurt, mayo dan sayuran (Ambarwati

et al., 2025). Kelima, pelatihan pembuatan *frozen food* yang berbasis makanan lokal diberikan kepada ibu-ibu PKK Kampung Emas (Munif et al., 2025).

Jempol food merupakan salah satu merk dagang yang menghasilkan *frozen food*. Jempol Food tersebut dimiliki oleh Bapak Bambang Sutrisno dan terletak di Jl. Sembuh Wetan, RT. 04/RW. 25, Sembuh Wetan, Sidokarto, Kec. Godean, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55264 (dengan lokasi <https://maps.app.goo.gl/9aY4WJk4AhuBh2jV9>, dan alamat Ig: jempolfood.id). Contoh produk yang dihasilkan oleh Jempol Food dapat dilihat pada Gambar 1-2, seperti gelatin ayam, dimsum ayam.



Gambar 1. Contoh Produk yang Dihasilkan oleh Jempol Food, Seperti Gelatin Ayam dan Dimsum Ayam



Gambar 2. Aneka Macam Produk yang Dihasilkan oleh Jempol Food yang Dipamerkan Saat Kunjungan Tamu

Saat ini kompetisi di antara produk *frozen food* berlangsung sangat ketat, karena banyak terdapat produk *frozen food* yang berasal dari perusahaan besar dan UMKM. Pesaing-pesaing tersebut seperti merk frozen food dari Golden Farm (Khoiriyah & Wicaksana, 2023), Comel (Sundari, 2023), Tweency (Maharani & Putri, 2024), Berkah (Amalia & Astuti, 2025), dan Dapoer Mama Ana (Rezky et al., 2023). Hal tersebut membuat produsen *frozen food* untuk terus melakukan inovasi produk agar diterima di pasar. Oleh karena itu, Jempol Food perlu untuk

mendapatkan pelatihan tentang inovasi produk yang tetap memperhatikan harga yang kompetitif agar semakin dapat bersaing dengan produk *frozen food* dari produsen yang lain.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan oleh tim dosen dan mahasiswa Universitas AKPRIND Indonesia kepada Jempol Food. Jempol Food merupakan produsen *frozen food* yang dipimpin oleh Bapak Bambang Sustrisno dan beralamat di Jl. Sembuh Wetan, RT. 04/ RW. 25, Sembuh Wetan, Sidokarto, Kec. Godean, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55264.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada hari Rabu, 13 Mei 2026 pada pukul 09.00 WIB-11.30 WIB di kantor Jempol Food (Gambar 3). Kegiatan ini dilaksanakan melalui beberapa tahap, yaitu, pertama, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan pengenalan tim pengabdi kepada pimpinan dan karyawan Jempol Food. Kedua, adanya sesi pengenalan produk dan proses produksi yang dilakukan oleh pimpinan dan karyawan Jempol Food kepada tim pengabdi. Ketiga, adanya penyampaian usulan perbaikan dari tim pengabdi kepada Jempol Food dan sesi tanya jawab. Keempat, adanya penarikan kesimpulan, penutup, dan foto bersama. Kegiatan ini diikuti oleh pemilik dan para karyawan Frozen Food. Indikator keberhasilan program ini adalah kehadiran dan partisipasi dari pemilik dan para karyawan Frozen Food yang tinggi dalam mengikuti kegiatan serta adanya *feedback* dari peserta untuk meningkatkan kualitas produk ke arah yang lebih baik dengan tetap mempertahankan harga yang kompetitif.



Gambar 3. Tempat produksi Jempol Food di Jl. Sembuh Wetan, RT. 04/ RW. 25, Sembuh Wetan, Sidokarto, Godean, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

HASIL

Kegiatan ini mampu meningkatkan pengetahuan Jempol Food untuk dapat mengembangkan produk *frozen food* yang lebih inovatif, berharga kompetitif, dan disukai oleh konsumen. Peningkatan pengetahuan tersebut mencapai 35%. Produk-produk tersebut harus terus dikembangkan oleh Jempol Food melalui riset pasar agar selalu sesuai dengan kebutuhan konsumen yang selalu berkembang. Hal tersebut dapat membuat konsumen Jempol Food selalu puas dengan produk yang dibeli dan setia dalam menggunakan produk. Jempol Food disarankan untuk melakukan survai kepuasan pelanggan agar produk selalu dapat ditingkatkan ke arah yang lebih baik, dengan kata lain produsen didorong untuk melakukan *continuous improvement*. Hal tersebut juga dilakukan untuk mengantisipasi persaingan usaha *frozen food* yang semakin ketat baik dengan perusahaan besar maupun dengan UMKM.

Perbaikan dan peningkatan kualitas dari produk *frozen food* dapat meliputi beberapa atribut kualitas produk dalam rencana jangka panjang. Atribut kualitas tersebut meliputi rasa, bau, estetika, ketahanan, batas kadaluarsa, kesesuaian dengan standar makanan (seperti SNI), pelayanan (keramahan) terhadap konsumen, dan nama baik perusahaan. Atribut-atribut kualitas tersebut diharapkan dapat diperbaiki dan dikembangkan secara terus-menerus oleh Jempol Food dalam memberikan solusi makanan beku di masyarakat sehingga bisnis perusahaan menjadi semakin berkembang dan lestari.

Riset pasar yang dilakukan oleh Jempol Food dapat dilakukan melalui beberapa cara. Pertama, produsen dapat melihat ulasan konsumen yang diberikan di google maps. Kedua, produsen dapat membuat kuesioner (kuesioner *Importance Performance Analysis*) untuk menggali atribut kualitas apa saja yang perlu untuk segera mendapatkan perbaikan, atribut kualitas yang sudah baik, atribut kualitas yang diberikan terlalu berlebih (atau terlalu tinggi), atau atribut kualitas yang perlu untuk dihilangkan. Hal tersebut dapat dilakukan untuk menekan biaya produksi sehingga produsen dapat memfokuskan sumber dayanya untuk meningkatkan atribut kualitas yang perlu untuk ditingkatkan atau dibuat, serta menghilangkan atau menurunkan atribut kualitas yang terlalu berlebih atau tidak perlu bagi segmen pasar tertentu sehingga harga produk tetap terjangkau oleh masyarakat. Ketiga, produsen juga dapat melakukan wawancara langsung kepada konsumen untuk mendapatkan umpan balik (*feedback*) terhadap kualitas produk yang dikonsumsi. Hal tersebut dilakukan untuk menjaga kualitas *frozen food* agar tetap unggul dan diminati oleh konsumen dengan harga yang tetap terjangkau.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat berhasil dengan baik dan materi dapat diterima dengan baik oleh Jempol Food. Kegiatan ini diakhiri dengan penarikan kesimpulan dan sesi foto bersama (Gambar 4-5). Luaran konkret dari kegiatan ini berupa pembelian langsung produk

Jempol Food oleh tim pengabdi UAI sebagai dukungan media promosi produk di lingkungan kampus kepada dosen dan mahasiswa. Selain itu, tim pengabdi juga memberikan modul pengembangan produk kepada mitra tersebut.



Gambar 4. Sesi Penutupan Kegiatan dan Foto Bersama Pemilik Jempol Food dan Tim Pengabdi UAI



Gambar 5. Foto Bersama Pemilik Jempol Food dan Tim Pengabdi UAI

DISKUSI

Hal-hal yang perlu dilakukan untuk meningkatkan penerimaan produk *frozen food* di pasar antara lain:

1. Melakukan survai pasar untuk mengetahui jenis produk *frozen food* apa saja yang sedang digemari oleh masyarakat
2. Melakukan survai kepuasan pelanggan untuk mendapatkan hal-hal apa saja yang perlu ditingkatkan dari produk yang telah ada. Salah satu metode yang dapat dipakai untuk mengevaluasi atribut kualitas apa yang perlu diperbaiki adalah dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) (Nagara & Emaputra, 2020).
3. Melakukan peningkatan kualitas produk berdasarkan saran-saran perbaikan dari konsumen (yang dapat berasal dari metode IPA). Hal ini dapat dibantu dengan survai dengan metode Kano model untuk mendapatkan atribut kualitas yang *attractive* atau menarik bagi konsumen yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan cepat (Emaputra et al., 2018, 2021, 2023; Emaputra & Subagyo, 2014). Kepuasan konsumen yang tinggi diharapkan dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan penjualan.
4. Melakukan analisis hubungan antara kebutuhan konsumen dan spesifikasi produk yang akan dibuat. Hal ini juga mempertimbangkan kualitas produk dari produsen pesaing. Langkah ini dapat dibantu dengan pemanfaatan metode *Quality Function Deployment* (QFD) untuk mendapatkan kebutuhan konsumen dan spesifikasi produk yang benar-benar penting untuk diperhatikan atau tidak boleh dikesampingkan atau dilupakan oleh produsen (Emaputra et al., 2020). Hal tersebut juga dapat menjamin dan meningkatkan penerimaan produk di pasar.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim dosen dan mahasiswa Universitas AKPRIND Indonesia ini mampu meningkatkan pengetahuan produsen *frozen food* dengan merek Jempol Food dalam meningkatkan kualitas produknya secara terus-menerus (*continuous improvement*). Peningkatan pengetahuan tersebut baik sekali. Hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam penyediaan makanan beku. Produk *frozen food* yang semakin menarik, berkualitas tinggi, dan memberikan solusi di masyarakat dengan harga yang kompetitif tentu saja akan semakin meningkatkan loyalitas konsumen, bertambahnya konsumen baru, serta memperkuat posisi Jempol Food di pasar makanan beku. Kegiatan serupa dapat terus ditingkatkan untuk menjaga budaya penjaminan mutu produk yang lebih baik dengan penerapan saran-saran perbaikan yang telah diberikan dengan adanya diskusi

lebih lanjut setiap 6 bulan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Tim pengabdian yang terdiri dari dosen dan mahasiswa Universitas AKPRIND Indonesia mengucapkan terima kasih kepada pimpinan Jempol Food, Bapak Bambang Sutrisno, dan karyawan Jempol Food yang telah mengizinkan dan mendukung kegiatan pengabdian masyarakat ini sehingga kegiatan ini dapat berhasil dengan baik dan lancar.

DAFTAR REFERENSI

- Afriza, E. F., Nurdianti, R. R. S., Sartika, S. H., & Nirbita, B. N. (2022). Peningkatan Keterampilan Pengolahan Frozen Food dalam Rangka Menumbuhkan Perekonomian dan Mewujudkan Ketahanan Pangan. *PaKMas*, 2(1), 159–164. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i1.835>
- Amalia, N. R., & Astuti, T. R. P. (2025). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Makanan Beku pada Berkah Frozen Mojosari. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 6(2), 15–20.
- Ambarwati, R., Amelia, C., & S, K. R. (2025). Pelatihan Pembuatan Frozen Food untuk Pemberdayaan Ibu-Ibu PKK Cempaka Banjarbaru. *Jurnal JPM*, 5(4), 247–257. <https://doi.org/10.59818/jpm.v5i4.1998>
- Dewi, N. P., Taufiq, Z., Vani, A. T., Triansyah, I., Abdullah, D., & Zulkarnaini, A. (2024). Edukasi Isi Piringku dengan Metode Pendekatan Pembuatan Salad Buah Segar di SMP Yari Padang. *Nusantara Hasana Journal*, 4(1), 119–126.
- Emaputra, A., Arbintarso, E. S., Rusianto, T., Asih, E. W., Rif`ah, M. I., Sulistyaningsih, E., Muktar, D. J., & Nugraha, D. S. (2026). Peningkatan Pengetahuan tentang Pengembangan Produk Olahan Ketela Melalui Perlombaan HUT Republik Indonesia pada Ibu-Ibu Kalijeruk I dan II. *Abdimas Aswaja*, 2(1), 139–149.
- Emaputra, A., Hidayat, T., & Mawadati, A. (2020). Design of Ergonomic Dust Collector Room for Coating Process Using Quality Function Deployment. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 807(1), 1–7. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/807/1/012047>
- Emaputra, A., Nagara, A. O. A., Mawadati, A., & Sulistyaningsih, E. (2023). Success Strategy for the Trans Jogja to Leverage its Services post COVID-19 Pandemic using Kano Model. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 14(1), 44–54.
- Emaputra, A., Rif`Ah, M. I., & Sekarini, D. (2018). Proposed Natural Fiber Bag Design Meeting Customers' Needs. *Proceedings - 2018 4th International Conference on Science and Technology, ICST 2018*, 1, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICSTC.2018.8528618>
- Emaputra, A., Sekarjati, K. A., & Susilawati, I. (2021). The Customer Satisfaction Analysis of the Cinema during COVID-19 Pandemic using the Kano Model in Indonesia. *Proceedings*

of the Second Asia Pacific International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Surakarta, 3019–3033.
<https://ieomsociety.org/proceedings/2021indonesia/556.pdf>

- Emaputra, A., & Subagyo. (2014). Model Kesuksesan Produk Saniter. *Jurnal Teknosains*, 4(1), 1–21. <https://doi.org/10.22146/teknosains.6045>
- Karim, U. N., & Dewi, A. (2021). Penyuluhan dan Pelatihan Pembuatan Makanan Ibu Hamil dari Daun Kelor untuk Menunjang Ketahanan Pangan di Desa Adiarsa Barat Karawang Barat Jawa Barat. *Jurnal Dinamika Pengabdian*, 6(2), 231–236.
- Khoiriyah, A., & Wicaksana, P. S. I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Frozen Food Merek Golden Farm di Masyarakat Kota Bekasi. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(4), 1141–1144. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i4.605>
- Lasmini, N. N., Ayuni, N. W. D., Suwintana, I. K., & Parthama, K. A. (2023). Pengabdian Kepada Masyarakat Pengembangan Usaha Frozen Food di Denpasar Barat. *Madaniya*, 4(3), 1103–1108.
- Maharani, A., & Putri, A. R. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Tweeny Frozen Food di Depok. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 278–287.
- Munif, N., Mahanani, T., & Ekawatiningsih, P. (2025). Diversifikasi Produk Olahan Frozen Food Berbahan Pangan Lokal Sebagai Upaya Meningkatkan Keterampilan PKK di Kampung Emas Pengasih Kulon Progo. *Abdimas Akademika*, 6(02), 93–103.
- Nagara, A. O. A., & Emaputra, A. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Barbershop dengan Metode Service Quality (Servqual) dan Importance Performance Analysis (IPA) Studi Kasus XYZ Barbershop. *Jurnal Rekayasa Industri (JRI)*, 2(2), 97–104. <https://ejournal.widyamataram.ac.id/index.php/JRI/article/view/183/132>
- Novita. (2022). Pelatihan Pembuatan Produk Frozen Food pada Kelompok Usaha Bersama. *Jurnal Pengabdian Kompetitif*, 1(1), 9–17.
- Prameswari, G. N., Kurnia, A. R., & Susilo, M. T. (2019). Peningkatan Pengetahuan Ibu melalui Penyuluhan dan Pelatihan Pembuatan Makanan Olahan Ikan. *HIGEIA*, 3(3), 469–478.
- Rezky, S. F., Hamdani, R., Suherdi, D., Sari, K., & Syahputri, A. (2023). Penggunaan Media Promosi Online dalam Meningkatkan Kualitas Penjualan Produk Frozen Food pada UKM Dapoer Mama Ana. *Jumas: Jurnal Masyarakat*, 02(01), 52–56.
- Sundari, R. (2023). Preferensi Konsumen dalam Membeli Produk Makanan Beku/ Frozen Food di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Comel Frozen Food). *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 2(3), 203–209.