

ABSTRAK

Peningkatan tren *plant-based* dan *healthy lifestyle* merupakan suatu potensi terciptanya **Shuka Yogurt** sebagai alternatif dari yogurt *dairy*. **Shuka Yogurt** merupakan produk yogurt berbasis susu kelapa yang *lactose-free* dan juga *dairy-free*, sehingga cocok untuk mereka yang memiliki intoleransi laktosa, alergi *dairy*, ataupun untuk vegan dan vegetarian. Dalam pembuatan yogurt nabati terdapat beberapa tantangan seperti sifat sensori belum ideal, varian rasa kurang bervariasi, dan belum diketahui informasi mengenai kandungan nutrisi. Oleh karena itu, dilakukan reformulasi untuk mendukung tekstur dan viskositas yogurt, penambahan varian rasa dengan fitonutrien, dan melakukan uji proksimat. Penelitian kualitatif seperti *Focus Group Discussion* (FGD) dan *In-depth Interview*, dan penelitian kuantitatif dengan survei, untuk mendukung pengembangan bisnis dan produk. Berdasarkan penelitian tersebut didapatkan rasa *original* sangat diminati, adanya ketertarikan pada varian rasa pandan dan kayu manis, label nutrisi membuat produk lebih terpercaya dan dipilih, meminati *platform* penjualan *offline* dan *online* dengan kegiatan pemasaran seperti testimoni, *Instagram ads*, dan *endorsement*. Evaluasi sensori dilakukan untuk melihat penerimaan rasa, dengan penerimaan tertinggi hingga terendah secara berurutan adalah *coconut original*, *coconut cinnamon*, dan *coconut pandan*. Uji tekstur dan viskositas juga dilakukan untuk mendukung sensori **Shuka Yogurt**. Hasil dari uji tekstur terdapat kemiripan dengan yogurt kelapa dan yogurt *dairy* komersial pada nilai *cohesiveness* dan *adhesiveness* dengan batasan 0,91-1,17 dan 1,07-2,10 mJ, serta kesamaan pada nilai *elasticity* yaitu 1,00. Viskositas yang didapatkan serupa dengan yogurt kelapa komersial. Hasil uji proksimat juga menyatakan bahwa **Shuka Yogurt** memiliki kalori dan kandungan karbohidrat yang lebih rendah daripada yogurt *dairy* dan yogurt kelapa komersial. Perhitungan finansial membuktikan bahwa bisnis **Shuka Yogurt** memiliki potensi yang baik untuk berkembang, dengan *break-even point* dapat dicapai pada penjualan sebanyak 1.356 unit yang akan tercapai pada bulan Oktober 2022. **Shuka Yogurt** juga berpotensi sebagai bisnis yang *profitable* dengan IRR sebesar 37%, dan ROI sebesar 442,55% pada tahun pertama.

Kata kunci: bisnis, fermentasi, kelapa, santan, yogurt nabati

ABSTRACT

*The increasing trend of plant-based and healthy lifestyle is a potential for **Shuka Yogurt** as an alternative to dairy yogurt. **Shuka Yogurt** is a coconut milk-based yogurt that is lactose-free and dairy-free, making it suitable for those with lactose intolerance, dairy allergies, vegans and vegetarians. Several challenges in making plant-based yogurt are sensory properties that are not yet ideal, less varied of flavor variants, and unknown information about nutritional content. Therefore, reformulation was needed to support the texture and viscosity, flavored varieties with phytonutrients, and conducting proximate tests. Qualitative research with Focus Group Discussion (FGD) and In-depth Interview, and quantitative research with surveys, were performed to support business and product development. It was found that original flavors were in great demand, with interest in pandan and cinnamon flavor variants, nutrition labels made products more reliable and selected, interested in offline and online sales platforms with marketing activities such as testimonials, Instagram ads, and endorsements. The acceptance of variant taste was carried out with sensory evaluation, with highest to lowest acceptance, respectively, original coconut, coconut cinnamon, and coconut pandan. Texture test showed similarities with coconut yogurt and commercial dairy yogurt on the cohesiveness and adhesiveness values with the limits of 0.91-1.17 and 1.07-2.10 mJ, and the similarity in the elasticity value is 1.00. The viscosity obtained was similar to that of commercial coconut yogurt. Both tests were performed to support **Shuka Yogurt** sensory. The proximate test results also stated that **Shuka Yogurt** had lower calories and carbohydrate content than commercial dairy yogurt and coconut yogurt. Financial calculations prove a good potential of **Shuka Yogurt** business to grow, with a break-even point of 1,356 units in sales by October 2022. **Shuka Yogurt** can also be considered a profitable business IRR of 37%, and an ROI of 442.55% in the first year.*

Keywords: business, coconut, coconut milk, fermentation, plant-based yogurt