



**LAPORAN AKHIR PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA
KEWIRAUSAHAAN (PKMK)**

**“LALAB’S : MIX AND MATCH INDIGENOUS VEGETABLE CHIP”
PENINGKATAN NILAI TAMBAH PRODUK OLAHAN SAYURAN
INDIGENOUS DENGAN TEKNOLOGI VACUUM FRYING**

Disusun oleh :

Ketua	:Mesil Asteri	A24063008 (2006)
Anggota	:Hatipah Nurtilawati	A24061658 (2006)
	Lindasari	A24062571 (2006)
	Dimas Supriadi	F24070049 (2007)
	Yulinda Nasti	H34080036 (2008)

**INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2010**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Kegiatan : **“LALAB’S : *Mix and Match Indigenous Vegetable Chips*”
Peningkatan Nilai Tambah Produk
Olahan Sayuran *Indigenous* dengan
Teknologi *Vacuum Frying***
2. Bidang Kegiatan : () PKMP (✓) PKMK
() PKMT () PKMM
3. Bidang Ilmu : () Kesehatan () Pertanian
() MIPA (✓) Teknologi
dan Rekayasa
() Sosial Ekonomi () Humaniora
() Pendidikan
4. Ketua Pelaksana Kegiatan
5. Anggota Pelaksana Kegiatan : 4 orang
6. Dosen Pendamping
7. Biaya Kegiatan Total
a. Dikti : Rp. 3 860 000
b. Sumber lain : -
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : 4 bulan

a.n. Ketua Departemen AGH Bogor, 4 Juni 2010
Ketua Pelaksana Kegiatan

Dr. Ir. Ahmad Junaedi, MSi
NIP. 19681101 199302 1 001

Mesil Asteri
NRP. A24063008

Wakil Rektor Bidang Akademik
dan Kemahasiswaan

Dosen pembimbing

Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmaryono, MS
NIP. 19581228 198503 1 003

Ir. Heny Purnawati, MSc. Agr
NIP. 19660406 199003 2 009

ABSTRAK

Sayuran mengandung gizi lengkap dan sehat. Akan tetapi, konsumsi sayuran Indonesia tergolong rendah. Para petani terkadang menjual hasil panen sekedar menjual hasil pertanian tanpa diolah lebih lanjut. Peningkatan nilai tambah diharapkan bisa menghasilkan produk yang praktis dan tanpa menghilangkan manfaatnya. Dengan produk kripi (*chip*) menggunakan teknologi *Vacuum Frying* memberi keunggulan yaitu hasil produk tidak berubah warna, renyah, tampilannya menarik, rasanya enak, aroma tidak berubah, kandungan serat tinggi, tahan lama tanpa bahan pengawet, dan disukai konsumen. Kegiatan ini telah mampu mencapai target yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu usaha yang dijalankan telah mampu menghasilkan Chips sayuran dengan rasa unik dan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen. LALAB'S tampil menjadi kudapan sehat, bergizi, praktis, dan menjadi alternatif solusi bagi konsumen yang tidak menyukai sayur sehingga dapat meningkatkan konsumsi sayuran. Komersialisasi kudapan sehat ini dilakukan melalui promosi dan pemasaran. Adanya kudapan sehat ini memiliki prospek pasar yang bagus karena daya penerimaan didukung daya beli konsumen yang tinggi.

Kata kunci : LALAB'S, sayuran indigenous, *vacuum frying*, kudapan sehat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritika atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan pada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan sehingga laporan akhir PKM ini bisa dibuat, serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah berjuang dalam menyebarkan kebaikan hingga sampai ke jiwa-jiwa yang ada.

Selanjutnya ucapan terima kasih yang besar kepada Ir. Heny Purnawati, MSc.Agr selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membantu mulai dari tahap penulisan hingga tahap pengerjaan PKM.

Adapun laporan ini disusun sebagai kelengkapan administrasi serta sebagai bahan evaluasi PKM selanjutnya agar karya-karya mahasiswa yang dihasilkan menjadi lebih kreatif dan inovatif serta berdaya saing. Semoga kegiatan PKM ini bisa memberikan manfaat khususnya bagi pertanian dalam rangka peningkatan citra sayuran *Indigenous* dan komersialisasi kudapan sehat Indonesia.

Akhir kata, kami meminta maaf apabila dalam penulisan laporan ini terdapat banyak sekali kesalahan. Adapun kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat kami tunggu demi kebaikan bersama.

Bogor, 3 Juni 2010

TIM PKMK LALAB'S

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sayuran merupakan salah satu sumber makanan yang mengandung gizi lengkap dan sehat. Berdasarkan dari penelitian para ahli menunjukkan bahwa mengkosumsi sayuran yang lebih beragam akan meningkatkan status nutrisi masyarakat. Badan kesehatan dunia (FAO) menyatakan bahwa jumlah konsumsi sayuran untuk memenuhi standar kesehatan adalah sebesar 65 kg/kapita/tahun. Sedangkan konsumsi sayuran Indonesia tercatat sebesar 39.39 kg/kapita/tahun (BPS, 2007). Berdasarkan hal tersebut konsumsi sayuran perkapita orang Indonesia masih tergolong rendah.

Para petani masih banyak menjual hasil panen sekedar menjual hasil pertanian tanpa diolah lebih lanjut menjadi produk yang berkualitas. Oleh karena itu, perlu adanya upaya peningkatan nilai tambah sayuran, khususnya sayuran indigenous. Peningkatan nilai tambah tersebut diharapkan bisa menghasilkan produk yang praktis dan tanpa menghilangkan manfaatnya. Salah satu solusinya dengan produk kripi (chip) dengan teknologi *Vacuum Frying*. Teknologi *Vacuum Frying* memiliki keunggulan yaitu hasil produk tidak berubah warna, renyah, tampilannya menarik, rasanya enak, aromanya tidak berubah, kandungan serat tinggi, tahan lama tanpa bahan pengawet, dan disukai konsumen. Sehingga terciptalah produk *Mix and Match Indigenous Vegetable Chip* dengan penambahan bumbu rempah-rempah yang khas untuk meningkatkan cita rasa produk.

Perumusan Masalah

Masalah yang melatarbelakangi program ini adalah:

1. Konsumsi sayuran untuk memenuhi standar kesehatan masyarakat Indonesia yang tergolong rendah, khususnya sayuran *Indigenous*.
2. Pemberian nilai tambah pada produk olahan sayuran membutuhkan teknologi yang dapat mempertahankan nilai gizi, cita rasa yang khas, dan penampilan produk yang menarik.
3. Industri produk olahan sayuran sudah berkembang akan tetapi membutuhkan inovasi dan kreativitas dalam pengemasan dan pemasaran produk.

Tujuan Program

Adapun tujuan program ini adalah sebagai berikut:

1. Melatih kemampuan mahasiswa untuk berwirausaha sebagai sarana pembelajaran model agribisnis skala kecil.
2. Meningkatkan konsumsi sayuran *Indigenous* dan memperbaiki kebutuhan gizi masyarakat Indonesia.
3. Diversifikasi produk dan memberikan nilai tambah pada sayuran Indigenous dalam bentuk kripi (*chips*).
4. Memasyarakatkan konsumsi sayuran guna meningkatkan gizi keluarga/masyarakat mulai dari anak-anak hingga dewasa, memperbaiki pandangan terhadap sayuran produk petani Indonesia, dan membangun rasa bangga mengkonsumsi produk pertanian Indonesia.

5. Mendorong peningkatan produk sayuran, meningkatkan hidup sehat bergizi dengan protein, vitamin, mineral, serat dan antioksidan yang cukup, serta mendorong pengembangan keanekaragaman produk sayuran.

Luaran yang Diharapkan

Produk komersil yang akan dihasilkan adalah:

1. LALAB'S (Mix and Match Indigenous Vegetable Chips) yang memiliki rasa yang unik dengan kemasan yang menarik.
2. Alternatif kudapan sehat yang dapat menjadi oleh-oleh khas Bogor.
3. Usaha LALAB'S yang akan terus berkembang dan diharapkan dapat meningkatkan kemandirian mahasiswa secara finansial.

Kegunaan Program

Pemanfaatan sayuran indigenous menjadi produk LALAB'S (*Mix and Match Indigenous Vegetable Chips*) yang memiliki rasa yang unik dan harga terjangkau. LALAB'S menjadi alternatif kudapan sehat, antioksidan dan bergizi yang dapat menggantikan kudapan tidak sehat khususnya untuk anak-anak yang beredar di masyarakat. Usaha LALAB'S yang akan terus berkembang sehingga menjadi oleh-oleh 'Lalaban *Chips*' khas Bogor sekaligus dapat meningkatkan kemandirian mahasiswa secara finansial. Target luaran dari program ini yang juga bisa dirasakan petani adalah mengangkat citra sayuran *indigenous* agar petani tetap semangat membudidayakan sayuran *indigenous* dan menambah pendapatan petani.

II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Lokasi Usaha

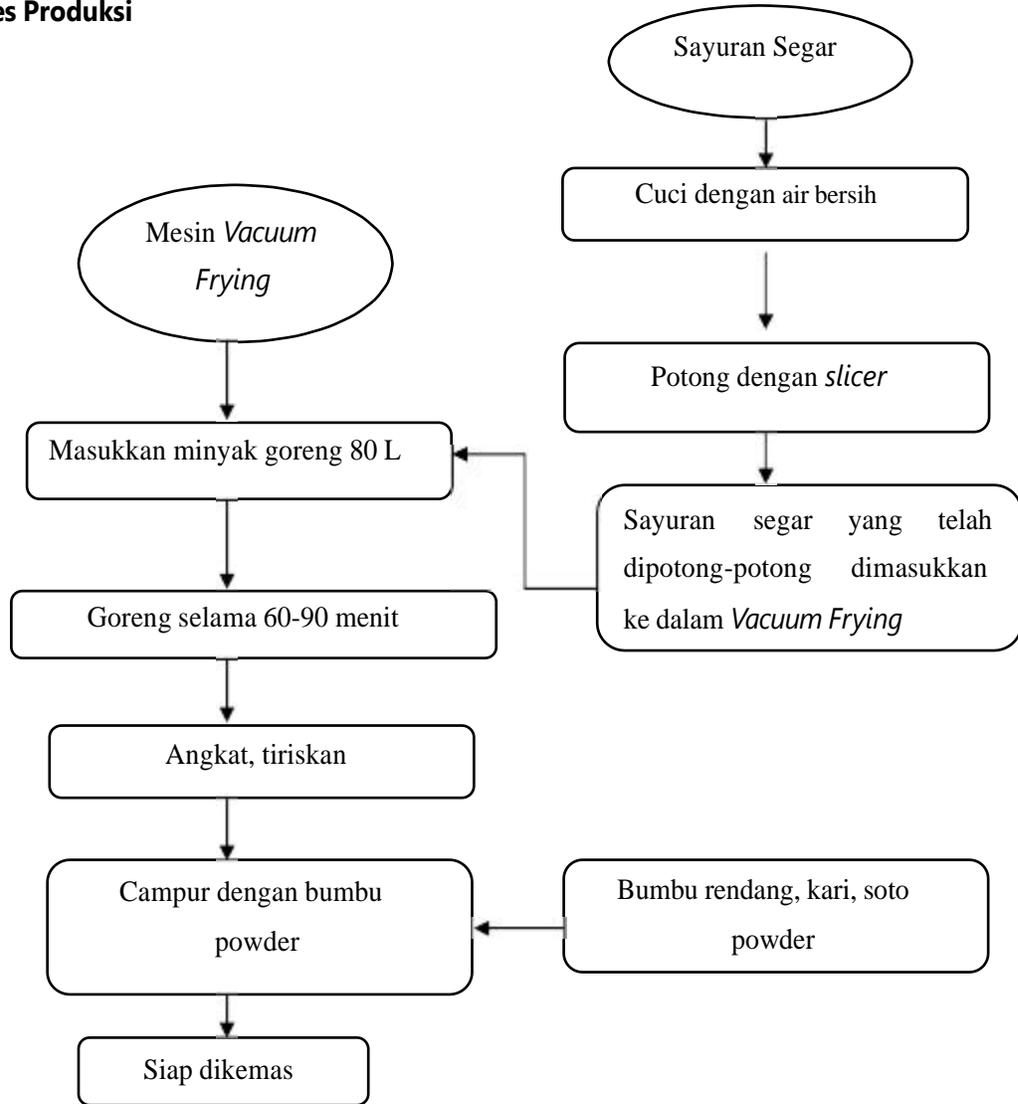
Proses produksi dilakukan di Sea Fast Center IPB karena *Vacuum Frying* dan alat pendukungnya berada di tempat ini. Selain itu, lokasi yang dijadikan sebagai tempat persiapan bahan baku, penyimpanan produk sekaligus *office* usaha LALAB'S adalah rumah kostan salah satu anggota kelompok, yang bertempat di Wisma Andaleb 2, Gang Cangkir Jl. Babakan Tengah No.38, RT 2/8 Dramaga, Bogor. Lokasi ini dipilih karena tempatnya strategis dan cukup luas untuk dapat melakukan aktivitas kegiatan tersebut dengan baik. Sedangkan lokasi yang dijadikan sebagai target usaha ini adalah daerah lingkaran kampus IPB Darmaga Bogor, dan daerah sekitar pusat belanja kota Bogor. Pemilihan daerah ini berkaitan dengan potensi daerah sebagai pusat kegiatan mahasiswa IPB yang cenderung mengetahui manfaat dari sayuran sehingga mendukung pemasaran produk ini.

Kapasitas Produksi

Produksi dilaksanakan 1-2 kali dalam seminggu, yaitu pada hari kerja. Adapun pemasaran dilakukan setiap hari. Setiap kali produksi ditargetkan menghasilkan 40 kemasan LALAB'S dan waktu yang dibutuhkan adalah 6-7 jam /produksi. Produk dikemas dengan bobot bersih 50 gr/kemasan dan dijual dengan

harga Rp 6.000. Maksimum order yang dapat dipenuhi sebesar 400 kemasan 50 gr /bulan.

Proses Produksi



Gambar 1. Diagram Alir Proses Pembuatan Kripik Sayuran *Indigenous* dengan Teknologi *Vacuum Frying*

Desain Produk

Desain produk yang menarik dan unik dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk lab's ini. Pengemasan dengan plastic aluminium dengan label yang *eye catching* semakin menambah rasa penasaran konsumen terhadap cita rasanya. Contoh produk dengan kemasan yang menarik dilampirkan.

Strategi Pemasaran

1) STP (*Segmentation, Targetting, and Positioning*)

- *Segmenting*

Lalab's merupakan kudapan dari sayuran indigenous yang sehat dan cita rasa rempah khas Indonesia. Produk dapat dijadikan makanan alternatif untuk meningkatkan tingkat konsumsi sayuran indigenous pada anak-anak dan masyarakat umumnya. Sayuran indigenous sebagai sumber vitamin dan mineral yang diperlukan tubuh.

a) Kelompok Anak-Anak (4-12 tahun)

Produk ini bertujuan untuk memperkenalkan kudapan sehat sejak dini kepada anak-anak dengan rasa yang digemari oleh mereka dan membangun rasa bangga mengkonsumsi produk pertanian Indonesia.

b) Kelompok Dewasa (13 tahun-tidak terhitung)

Produk ini bertujuan untuk Mendorong dan menghela peningkatan produk sayuran, meningkatkan hidup sehat bergizi dengan pangan, vitamin, mineral, serat dan antioksidan yang cukup, serta mendorong pengembangan keanekaragaman produk sayuran. Selain itu, juga untuk memperbaiki pandangan terhadap sayuran produk petani Indonesia dan membangun rasa bangga mengkonsumsi produk pertanian Indonesia.

- *Targetting*

Kegiatan *targetting* merupakan kegiatan penentuan fokus pasar. Target utama pemasaran produk Lalab's adalah anak-anak dengan kisaran umur antara 4-12 tahun dimana mereka membutuhkan asupan nutrisi vitamin dan mineral yang tinggi. Sedangkan segmen kedua yaitu kelompok dewasa merupakan segmen perluasan (agregasi) dari segmen anak-anak. Bagi segmen ini yang terpenting adalah seberapa besar manfaat yang didapatkan dari produk tersebut. Sebagai permulaan, pasar yang kami bidik adalah daerah lingkaran kampus IPB dan daerah Bogor sekitarnya. Dalam perkembangannya diharapkan Lalab's dapat dipasar di berbagai daerah di Jabodetabek dan daerah-daerah lain di Indonesia.

- *Positioning*

Lalab's sebagai kudapan sehat dari sayuran indigenous dengan rasa rempah yang khas Indonesia seperti rasa rendang, kari, rawon, soto, dan lain-lain. Lalab's ini selain memiliki citarasa beragam juga ditambah dengan pengemasan yang menggunakan aluminium foil untuk mempertahankan kualitas produk. Kemasan ini akan dibentuk secara menarik. Tren pemasaran produk diarahkan pada kepedulian anak-anak dan masyarakat terhadap gaya hidup sehat dan slogan *back to nature*.

2) *Marketing Mix*

- Produk

Produk berupa kudapan siap saji yang sehat dikemas menarik dan mewah sesuai segmentasi pasarnya. Keunggulan produk adalah Tidak berubah warnanya, Renyah, Tampilannya menarik, Rasanya enak, Aromanya tidak berubah, Kandungan seratnya tinggi, Tahan lama meskipun tanpa bahan pengawet, dan Disukai konsumen (*repeat order*-nya tinggi).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritika atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

- Harga

Produk ini dijual dengan harga Rp 6.000 per kemasan (50 gr).

- Tempat

Dalam memasarkan produk, maka dipilih beberapa tempat di daerah lingkaran kampus IPB. Penentuan lokasi pemasaran didasarkan pada kriteria sebagai berikut : strategis, akses masuk mudah, dan pengeluaran *cost* sekecil mungkin. Berdasarkan kriteria tersebut kami menetapkan beberapa lokasi pemasaran produk kami, yaitu :

1. Kantin asrama putra dan asrama putri TPB
2. Kantin tiap-tiap fakultas
3. Kantin sekolah
4. Rumah makan
5. Swalayan

- Promosi

Pemasaran merupakan faktor penting dalam berwirausaha, dalam memasarkan produk-produk yang bersifat *perishable* (mudah rusak) dan *bulky* (memerlukan tempat), perlu adanya strategi yang baik sehingga usaha ini dapat terus berjalan.

a. *Direct Selling Product*

Kami mendatangi langsung konsumen sesuai target yang telah ditentukan sebelumnya, sehingga jual beli terjadi secara langsung. *Direct selling* yang kami lakukan dengan menjual produk kami pada event-event tertentu seperti bazar, ekspo, pameran, pasar rakyat untuk menjemput bola dan lebih memperkenalkan produk

b. Internet

c. Membuat katalog, brosur, leaflet, ex-banner

Katalog dibuat untuk mempermudah konsumen melihat detail produk, mengenai tipe dan harganya. Brosur dan leaflet diperbanyak sebagai sarana promosi kepada konsumen secara luas. Ex-banner dibuat sebagai sarana promosi ditempat umum, diharapkan kehadirannya dapat menjadi daya tarik konsumen.

d. Kerja sama dengan pihak lain

Untuk meluaskan pasar, kami dapat bekerjasama dengan lembaga atau *independent* dalam membantu penjualan produk. Sistem kerjasamanya adalah dengan konsinyasi dan/atau sistem jual putus.

3) Aspek Finansial

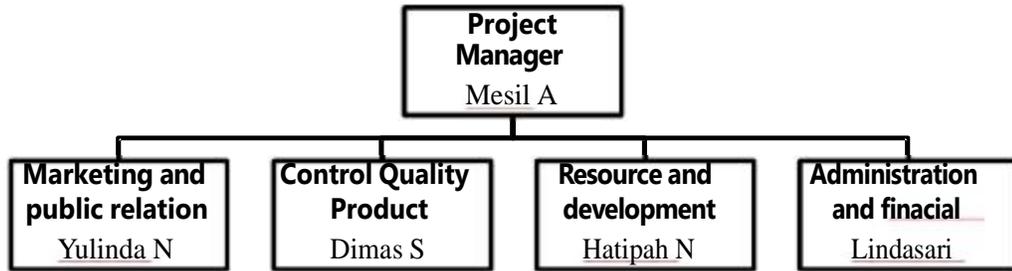
Analisis Kelayakan Usaha digunakan untuk melihat bagaimanakah keunggulan produk, peluang penjualan, biaya produksi, sehingga mendatangkan laba dan layak untuk diproduksi dan menjamin keberlanjutan usaha setelah kegiatan PKM Kewirausahaan diuskulkan. Analisis sensitivitas usaha meliputi analisis dengan Metode *Payback Period*, Metode *Net Present Value (NPV)*, Metode *Internal Rate of Return (IRR)* dan Analisis Titik Impas (*Break Even Point*).

4) Aspek Manajemen dan Organisasi

a. Bentuk badan usaha

Kedepannya perusahaan akan membentuk badan usaha CV yang berbentuk partnership antara dua orang atau lebih yang memilikinya bersama yang bergerak dalam di bidang perdagangan eceran.

b. Struktur organisasi perusahaan



Gambar 2. Bagan Struktur Organisasi Perusahaan LALAB'S

Rincian deskripsi pembagian tugas masing-masing anggota dilampirkan didalam lampiran.

III. METODE PENDEKATAN

Pembuatan produk

Pembuatan usaha skala
kecil-menengah

Investor

Promosi

Pemasaran

Konsumen

Gambar 3. Bagan tahapan pelaksanaan program

Pelaksanaan program ini diawali dengan pembuatan produk berdasarkan formula dari pustaka penelitian yang pernah ada. Setelah itu, dilakukan produksi dalam skala *pilot plant* untuk memberi gambaran umum produksi skala industri. Produk yang dibuat pada skala *pilot plant* dikaji kelayakannya dalam studi pra-kelayakan kemudian dikaji lebih lanjut dalam studi kelayakan. Apabila produk ini dinilai layak uji sebagai produk yang memenuhi standar industri, maka produk akan dikaji lebih lanjut dalam riset pasar. Namun jika dinilai tidak layak, maka perlu adanya evaluasi produk pada skala laboratorium.

Riset pasar ini sebagai penentu apakah produk akan diterjunkan ke pasaran atau tidak. Faktor-faktor penentunya antara lain segmen, target dan posisi produk dalam pasar. Jika menurut kajian, produk dinilai belum memenuhi kriteria pasar tersebut, produk akan dikaji ulang dalam studi pra-kelayakan, sehingga produk memiliki segmentasi yang baik, target yang jelas serta *positioning* yang strategis.

IV. PELAKSANAAN PROGRAM

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Program ini dilaksanakan selama 4 bulan yaitu dari Februari minggu ke empat sampai dengan Mei minggu ke empat. Produksi dilaksanakan di Laboratorium Seafast Fakultas Teknologi Pertanian IPB. Sedangkan tempat penyimpanan sementara produk sebelum dijual berada di tempat kost salah seorang dari anggota kelompok yang berada di daerah Babakan, Dramaga Bogor.

Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan	Bulan														
	Februari			Maret				April				Mei			
	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Konsultasi dengan Dosen	■	■			■						■				■
Pembelian Alat dan Bahan			■												
Rapat Pembagian Kerja				■											
Pengurusan Tempat Produksi						■									
Pembelian Bahan pelengkap							■								
Produksi								■			■				
Pemasaran								■	■	■	■	■	■	■	■
Suvey sayuran ke kebun petani								■							
Evaluasi Kerja									■						
Mengikuti ekspo PKM											■		■		
Promosi dan Uji Organoleptik												■			

Instrument Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan kegiatan ini terdapat beberapa instrumen yang dibutuhkan seperti *Vacuum frying*, sealer, baskom, timbangan, pisau stainless steel, kain serbet, *Container*, Centong, dan instrument lainnya.

Rancangan dan Realisasi Biaya

Dana yang telah diusulkan sebesar Rp 10.000.000,- dan dana yang dikeluarkan oleh DIKTI sebesar Rp 3.860.000,-. Walaupun jauh lebih kecil dari dana yang diusulkan dengan melakukan penghematan dan efisiensi penggunaan dana usaha ini dapat dijalankan dengan baik. Rincian penggunaan dana secara lengkap dilampirkan dalam lampiran.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini telah mampu mencapai target yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu usaha yang dijalankan telah mampu menghasilkan Chips sayuran dengan rasa unik dan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen. LALAB'S tampil menjadi kudapan sehat, bergizi, praktis, dan menjadi alternatif solusi bagi konsumen yang tidak menyukai sayur sehingga dapat meningkatkan konsumsi sayuran.

LALAB'S dihasilkan pada awalnya terdiri dari 1 formula yaitu oyong, pare, dan terong. Pada tahap promosi dan pemasaran, kami meminta komentar dan kritik dari konsumen sehingga di setiap produksi kami selalu melakukan perbaikan-perbaikan, inovasi, dan evaluasi agar menghasilkan produk yang berkualitas dan sesuai dengan permintaan pasar. LALAB'S terdiri dari 2 formula. Formula 1 untuk konsumen penggemar pare yang berisi oyong, terong, dan pare. Sedangkan formula 2 bagi konsumen bukan penggemar pare yang berisi oyong, terong, kecipir, labu siam, dan baby corn.

Atas dasar pertimbangan efisiensi penggunaan alat dan proses produksi, pada produksi ke empat ditetapkanlah formula yang ke 3 yaitu berisi oyong dan terong dengan perbandingan 2:1. Banyaknya jenis bahan yang digunakan sangat berpengaruh pada biaya bahan baku, lamanya proses produksi, rendemen hasil, dan lama penggunaan vacuum frying. Jenis bahan yang lebih banyak pada formula 1 dan 2 membuat biaya bahan baku lebih besar, proses *clening* dan pemotongan lebih lama, serta penggorengan harus dilakukan sampai 4 kali. Namun, hasil yang diperoleh lebih sedikit dari hasil formula 3. Hal ini berkaitan erat dengan kandungan air setiap bahan yang berpengaruh terhadap rendemen hasil. Akhirnya, formula 3 menjadi formula tetap untuk produk LALAB'S mulai produksi keempat sampai produksi terakhir. Penentuan formula 3 sebagai formula terpilih juga didasari hasil uji organoleptik yang telah dilakukan. Hasil uji lengkap terdapat pada lampiran.

Produksi yang telah kami lakukan adalah sebagai berikut:

1. Produksi I (24 Maret 2010) menghasilkan 23 kemasan.
2. Produksi II (26 Maret 2010) menghasilkan 25 kemasan.
3. Produksi III (31 Maret 2010) menghasilkan 33 kemasan.
4. Produksi IV (15 April 2010) menghasilkan 40 kemasan.
5. Produksi V (27 April 2010) menghasilkan 33 kemasan.

6. Produksi VI (29 April 2010) menghasilkan 40 kemasan kecil (20 gram) dan 12 kemasan sedang (50 gram).
7. Produksi VII (11 Mei 2010) menghasilkan 23 kemasan
8. Produksi VIII (12 Mei 2010) menghasilkan 44 kemasan
9. Produksi IX (17 Mei 2010) menghasilkan 50 kemasan
10. Produksi X (20 Mei 2010) menghasilkan 43 kemasan
11. Produksi XI (25 Mei 2010) menghasilkan 40 kemasan
12. Produksi XII (1 Juni 2010) menghasilkan 42 kemasan
13. Produksi XIII (2 Juni 2010) menghasilkan 40 kemasan

Pada produksi I-III hasil yang diperoleh selalu dibawah 40 kemasan, hal ini berkaitan dengan formula yang digunakan yakni formula 1 dan 2. Sementara pada produksi IV sampai XIII rata-rata produk yang dihasilkan diatas 40 kemasan per produksi. Pada periode ini telah digunakan formula terpilih yaitu formula 3 yang berisi oyong dan terung. Namun pada produksi VII hanya dihasilkan 23 kemasan hal ini dikarenakan ada kendala pada *vacuum frying* yang digunakan sehingga hasil yang diperoleh tidak maksimal.

Proses produksi saat ini telah melebihi target produksi pada usulan sebelumnya yang hanya 10 kali produksi. Produksi yang telah dilakukan sebanyak 13 kali, dan kedepannya sampai akhir bulan juni akan dilakukan 5 kali produksi lagi. Hal ini dikarenakan jaringan pemasaran LALAB'S sudah mulai terbentuk. Sehingga ada pesanan yang harus dipenuhi semisal untuk agen dan konsumen akhir.

Sampai saat ini proses pemasaran LALAB'S berjalan dengan lancar. Produk yang telah diproduksi berhasil terjual semua baik melalui *direct selling* maupun agen distribusi yang sudah terbentuk. Produk dipasarkan ke kosan mahasiswa, kelas-kelas, bazaar produk, AGRIMART, oleh-oleh pulang kampung, dan pemesanan dari pelanggan. Untuk kedepannya masih ada beberapa pesanan dari agen distribusi yang bersedia untuk bekerjasama dan dipasok ke kantin-kantin sekolah.

Secara keseluruhan program ini telah berjalan 100% begitu juga dengan target pencapaian. Produksi telah dilakukan sebanyak 13 kali dari 10 kali produksi yang direncanakan di proposal. Produk terjual sebanyak 448 kemasan sedang dan 40 kemasan kecil. Hasil penjualan ini telah melebihi BEP yaitu sebesar 311 kemasan sedang. Omset per bulan disajikan melalui gambar berikut.

Keterangan: *minggu pertama bulan Juni

Dari grafik tersebut dapat diketahui bahwa setiap bulan omset penjualan LALAB'S bertambah setiap bulannya. Diperkirakan pada akhir periode yaitu bulan Juni akan diperoleh omset sebesar Rp 1.600.000,-. Hal ini besar kemungkinan tercapai karena sudah ada order tetap dari agen-agen distribusi. Sampai awal Juni masih terdapat sisa dana dari DIKTI yaitu sebesar Rp 820.000,-. Sisa dana ini akan digunakan untuk produksi selanjutnya yang sesuai rencana akan dilakukan 5 kali produksi lagi. Modal dan keuntungan yang telah diperoleh akan digunakan untuk pengembangan usaha selanjutnya. Salah satu rencana pengembangan usaha ini yaitu menarik investor yang berminat terhadap LALAB'S untuk membeli *vacuum frying* sendiri. Dengan harapan, kepemilikan *vacuum frying* akan menjadikan usaha kami berkembang lebih baik dan lebih banyak memberikan manfaat.

Dalam pelaksanaan program ini ada beberapa kendala, seperti telah disebutkan sebelumnya. Dana yang diperoleh dari DIKTI jauh lebih kecil dari dana yang diusulkan. Namun, dana yang diperoleh benar-benar kami manfaatkan untuk menjalankan usaha ini. Dengan melakukan penghematan dan efisiensi penggunaan dana usaha ini dapat dijalankan dengan baik. Namun, akan lebih baik jika *vacuum frying* dapat dimiliki oleh kami secara pribadi tanpa harus menyewa. Dalam hal ini diperlukan dana yang lebih besar daripada yang diperoleh saat ini. Hal ini akan teratasi karena sudah ada beberapa investor yang ingin bekerjasama.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Usaha kripik LALAB'S ini sangat menjanjikan untuk dikembangkan dalam skala bisnis yang lebih besar. Keuntungan akan semakin besar jika memiliki alat *Vacuum Frying* sendiri. Usaha ini berkembang seiring dengan kesadaran konsumen untuk mengonsumsi kudapan yang sehat dan praktis. Hal tersebut dapat dilihat tingkat penerimaan konsumen yang diimbangi dengan daya beli konsumen. Selain itu, bisnis ini sudah memiliki jaringan pemasaran cukup luas sehingga dalam pengembangan pasar keluar kampus IPB akan lebih mudah.

Saran

Dalam menjalankan usaha ini perlu ketekunan, keuletan dan kreatifitas agar mampu bersaing dengan produk-produk dan bisnis yang sejenis yang ada dipasaran. Untuk menjamin kelangsungan usaha maka pemasaran perlu digencarkan lagi.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Rincian Penggunaan Biaya

PENGELUARAN

No	Komponen Analisis	Volume	Satuan	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Investasi					
1	Timbangan produk (250gram)	1	Unit	30 000	30000
2	Baskom	4	Buah	7 500	30000
3	Pengaduk plastik	2	Buah	4 000	8000
4	Container plastic	1	Buah	80 000	80000
5	Pisau tajam	2	Buah	15 000	30000
6	Kain lap	2	Buah	4 000	8000
7	Plastik PP	1	Bungkus	11 000	11000
8	Hand slicer	1	buah	10 000	10000
9	Jerigen	4	buah	10 000	40000
10	Minyak Goreng	64	liter	8250	528000
Total Investasi					775000
Biaya Variabel					
1	Sewa Vacuum Frying Kap. 5 Kg	36	Jam	25000	900000
2	Sayuran Indigenous				
	Pare	3	Kg	4000	12000
	Oyong	122	Kg	4000	168000
	Kecipir	1	Kg	3000	3000
	Terung ungu	58	Kg	3500	87500
	Baby corn	1	Kg	5000	5000
	Labu Siam	1	Kg	5000	5000
3	Isi gas elpiji 12 Kg	1	Buah	100000	100000
4	Bumbu/Flavour Rempah	4	rasa		253000
5	Alumunium foil 0,88 mm	2	Kg	60000	120000
6	Label	468	Buah	264	129222
Total Biaya Variabel					1 782 722
Biaya Operasional					
1	Promosi				105000
2	Transportasi				15000
Total Biaya Operasional					120 000
TOTAL PENGELUARAN					2 677 722

PENERIMAAN

Produksi Ke-	Jumlah	Jenis Kemasan	Harga	Penerimaan
Produksi I	23	Kemasan sedang	6000	138000
Produksi II	25	Kemasan sedang	6000	150000
Produksi III	33	Kemasan sedang	6000	198000
Produksi IV	40	Kemasan sedang	6000	240000
Produksi V	33	Kemasan sedang	6000	198000
Produksi VI	40	Kemasan Kecil	2000	80000
Produksi VII	12	Kemasan sedang	6000	72000
Produksi VIII	44	Kemasan sedang	6000	244000
Produksi IX	50	Kemasan sedang	6000	300000
Produksi X	43	Kemasan sedang	6000	258000
Produksi XI	40	Kemasan sedang	6000	240000
Produksi XII	42	Kemasan sedang	6000	252000
Produksi XIII	40	Kemasan sedang	6000	240000
Total	488		5429	2 610 000

BEP

Jumlah Produk	311
Harga Produk	4270

R/C 1.53

Net B/C 1.41

NPV 417 440.34

PP 4 bulan

Sisa Dana DIKTI

Rp 822 000

Perencanaan Penggunaan Sisa Dana

No	Keterangan	Jumlah Dana yang Diperlukan
1	Produksi 5 kali	600 000
2	Administrasi	120 000
3	Promosi	102 000
Total		822 000

Lampiran 2. *Vacuum Frying* dan Contoh Kemasan Hasil Uji Organoleptik



Gambar 2. Mesin *Vacuum Frying*

No	Keterangan
1	Wadah Air/ penurun tekanan
2	Wadah Penggorengan
3	Tabung <i>Vacuum</i>
4	Kompor Gas
5	Kendali Otomatis
6	Penutup <i>Vacuum</i>
7	<i>Spinner</i>



Gambar 1. Contoh produk dengan kemasan yang menarik

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritika atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Lampiran 2. Hasil Uji Organoleptik

Kemasan

Over All

Gambar 2. Tingkat Penerimaan Konsumen (berdasarkan questioner yang dibagikan ke konsumen)

Lampiran 3. Uraian Tugas Anggota

Tabel 2. Tugas Anggota Lalab's Corp.

Jabatan	Uraian Tugas
Project Manager (Mesil Asteri)	Bertanggung jawab secara keseluruhan atas kegiatan perusahaan, pembuat kebijakan, penentu arah kemajuan perusahaan
Marketing and Public Relation (Yulinda Nasti)	Manager MPR mempunyai tugas pokok menjalin kerjasama dengan berbagai pihak yang mendukung kelancaran usaha dan bertanggung jawab terhadap target pasar dan jaringan usaha. Tanggung jawab dalam memberikan citra yang baik di mata konsumen
Manajer Control Quality Product (Dimas)	Menjalinkan kerjasama dengan pemasok bahan baku, mengontrol kuantitas dan kualitas produk yang di kumpulkan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan,
Resource an Development (Hatipah)	Menentukan cara-cara atau dorongan untuk merangsang para konsumen untuk membeli. Merancang inovasi – inovasi baru dalam bidang pemasaran, peka mamahami kebutuhan konsumen, kemudian mengembangkan inovasi tersebut
Administration and Financial (Lindasari)	Mempunyai tugas pokok mengatur administrasi dan bertanggung jawab terhadap pengelolaan semua arus biaya yang keluar masuk keuangan perusahaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritika atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Lampiran 4. Dokumentasi Kegiatan

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Vacuum Frying

Pembukaan Alat

memasukkan bahan sayur ke alat

Kripik sayur setelah digoreng kripik dalam plastik

produk dalam kemasan

Label

Uji Organoleptik ke SDIT ALIYA

diskusi Kelompok PKM

Bazar BEM KM

Perkenalan produk ke SDIT ALIYA

Pamflet