



LAPORAN AKHIR PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

JUDUL PROGRAM

BONGOU (*BOUNDARY GOURMET*) MASHED CASSAVA INSTAN SEBAGAI
ALTERNATIF PENGGANTI MAKANAN POKOK UNTUK MASYARAKAT DENGAN
KEBUTUHAN PANGAN INDEKS GLIKEMIK RENDAH

BIDANG KEGIATAN :

PKM KEWIRAUSAHAAN

Diusulkan Oleh :

Ketua Kelompok : Sabrina Soraya F24110100 (2011)
Anggota : Steven F24110078 (2011)
Diana Puspita Sari F24110016 (2011)
Rifa Amalia Nugraheni F24110012 (2011)
Ade Prasetyo Kuswicaksono F44120070 (2012)

INSTITUT PERTANIAN BOGOR

BOGOR

2014

PENGESAHAN LAPORAN AKHIR PKM-KEWIRAUSAHAAN

1. Judul Kegiatan : *Mashed Cassava* Instan sebagai Alternatif Makanan Pokok Berbahan Dasar Lokal Untuk Masyarakat dengan Diet Rendah Gula
2. Bidang Kegiatan : PKM-K
3. Ketua Pelaksana Kegiatan : Sabrina Soraya Asmoro
- a. Nama Lengkap : F24110100
- b. NIM : Ilmu dan Teknologi Pangan
- c. Jurusan : Institut Pertanian Bogor
- d. Universitas/Institut/Politeknik : Jl. Raden Saleh Perumahan Sukmajaya Permata
- e. Alamat Rumah dan No Tel./HP : Blok D No. 8, Depok / (021) 7708927 / 081311248373
- f. Alamat email : sabrina.soraya4@gmail.com
4. Anggota Pelaksana Kegiatan : 5 orang
5. Dosen Pendamping : Dr. Ir. Dede R. Adawiyah MS
- a. Nama Lengkap dan Gelar : 0005056806
- b. NIDN : Jl. Laladon No.38A RT 02 RW 05 Kecamatan Ciomas, Bogor
- c. Alamat Rumah dan No Tel./HP
6. Biaya Kegiatan Total : Rp 12.500.000,00
- a. Dikti : -
- b. Sumber lain (Pribadi) : -
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 4 bulan

Bogor , 18-07-2014

Menyetujui
Ketua Departemen
Ilmu dan Teknologi Pangan, Fateta

Ketua Pelaksana Kegiatan

(Dr. Ir. Feri Kusnandar, M.Sc)
NIP. 19680526.199303.1.004

(Sabrina Soraya Asmoro)
NIM. F24110100

Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan

Dosen Pendamping



(Prof.Dr.Ir. Yonny Koesmaryono, MS)
NIP. 19581228 198503 1003

(Dr. Ir. Dede R Adawiyah, M. Si.)
NIP. 19680505 199203 2 002

ABSTRAK

Mashed merupakan pangan olahan yang berasal dari umbi-umbian (pada umumnya menggunakan kentang) yang direbus kemudian dilumatkan dengan bumbu. *Mashed* yang menggunakan kentang sebagai bahan bakunya biasa disebut sebagai *mashed potato* yang biasa disajikan sebagai sumber karbohidrat pengganti nasi, misalnya penggunaan *mashed potato* sebagai sumber karbohidrat pada *beef steak*. *Mashed cassava* instan merupakan *mashed* dengan menggunakan singkong sebagai bahan bakunya yang disajikan secara praktis hanya dengan penambahan air panas (*rehidraasi*). Singkong dipilih sebagai bahan dasar karena selain sebagai inovasi, singkong merupakan sumber karbohidrat yang memiliki nilai ekonomis yang baik dan memiliki indeks glikemik rendah lebih rendah dari sumber karbohidrat lain sehingga aman dikonsumsi untuk konsumen penderita diabetes. Pembuatan *mashed cassava* dalam bentuk instan bertujuan agar konsumen dapat menyimpan produk dalam jangka waktu yang lama dan dapat menikmati produk ini dalam waktu yang singkat dan tanpa persiapan yang terlalu lama.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT karena hanya dengan rahmat dan hidayahNya kami dapat mengikuti Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKM-K). Pembuatan produk *mashed cassava* instan ini sudah diluncurkan dipasarkan sebagai hasil dari mengikuti program PKM-K ini. Selesaiannya pembuatan produk ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini kami mengucapkan terima kasih kepada pembimbing kami, ibu Dr. Ir. Dede R. Adawiyah MS karena telah membimbing kami serta berbagai pihak yang turut membantu kami dalam menyelesaikan dan mengikuti program PKM-K ini. Semoga produk kami ini dapat menginspirasi masyarakat khususnya mahasiswa untuk menciptakan inovasi-inovasi unik serta produk kami ini dapat diterima oleh konsumen.

Akhirnya, kami menyadari tak ada sesuatu yang sempurna, begitu pula dengan penulisan laporan akhir ini. Oleh karena itu kritik dan saran sangat kami harapkan untuk perbaikan di masa mendatang.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mashed merupakan sebuah sajian atau makanan yang dibuat dengan cara ditumbuk atau dihaluskan. Bahan pangan yang biasa digunakan sebagai bahan dasar pembuatan *mashed* adalah kentang sehingga sajian ini disebut *mashed potato*. Secara singkat, pembuatannya adalah dengan cara melunakkan kentang dengan cara dikukus atau direbus kemudian ditumbuk atau dihaluskan. Setelah itu ditambahkan dengan bumbu-bumbu lain seperti susu dan keju untuk menambah citarasa dari *mashed* ini. Pembuatan *mashed* ini dapat menghabiskan waktu yang cukup lama. Biasanya *mashed* dikonsumsi sebagai pengganti nasi karena berperan sebagai sumber karbohidrat. *Mashed* ini dikonsumsi bersama dengan lauk-pauk atau dapat pula disajikan bersama *steak*. Pemilihan turunan produk berupa *mashed* dilakukan karena bentuk produk ini dapat dinikmati menggunakan berbagai sumber karbohidrat.

Inovasi yang dilakukan pada produk ini adalah penggantian bahan baku serta bentuk penyajiannya yaitu dalam kemasan instan. Singkong dipilih menjadi bahan baku karena singkong belum pernah dijadikan bahan baku pembuatan produk *instant mashed*. Selain itu dari aspek ekonomi penggunaan singkong sebagai bahan baku lebih murah dari pada kentang dan memiliki akses ketersediaan yang cukup mudah. Kelebihan lainnya ialah singkong memiliki *Glucemix Index* yang lebih rendah dari sumber karbohidrat populer lainnya seperti nasi dan kentang sehingga aman dikonsumsi oleh penderita Diabetes.

Bentuk instan yang ditawarkan produk memiliki beberapa tujuan. Pertama, kemasan instan dibuat agar produk memiliki masa simpan yang cukup lama sehingga produksi tidak perlu dilakukan secara terus menerus dan konsumen dapat menyimpan produk ini dalam jangka waktu yang cukup lama. Kedua, teknologi praktis semakin dibutuhkan oleh masyarakat dengan mobilitas tinggi yang memerlukan asupan gizi dengan waktu penyiapan yang tidak lama. Ketiga, bentuk instan merupakan nilai lebih tersendiri bagi produk yang menjadi daya tarik bagi konsumen dengan kebutuhan tertentu seperti yang akan diutarakan berikutnya.

1.2 Perumusan Masalah

Masalah yang dirumuskan pada tulisan ini adalah bagaimana strategi pemasaran yang efektif untuk memasarkan produk agar produk dapat diterima oleh konsumen.

1.3 Tujuan Program

Tujuan kami mengikuti program PKM-K ini adalah untuk menciptakan inovasi-inovasi yang dapat diterima dan dinikmati oleh konsumen.

1.4 Luaran yang Diharapkan

Luaran yang diharapkan dari produk kami adalah agar produk kami dapat diterima oleh konsumen secara luas dan konsumen penderita diabetes secara khusus.

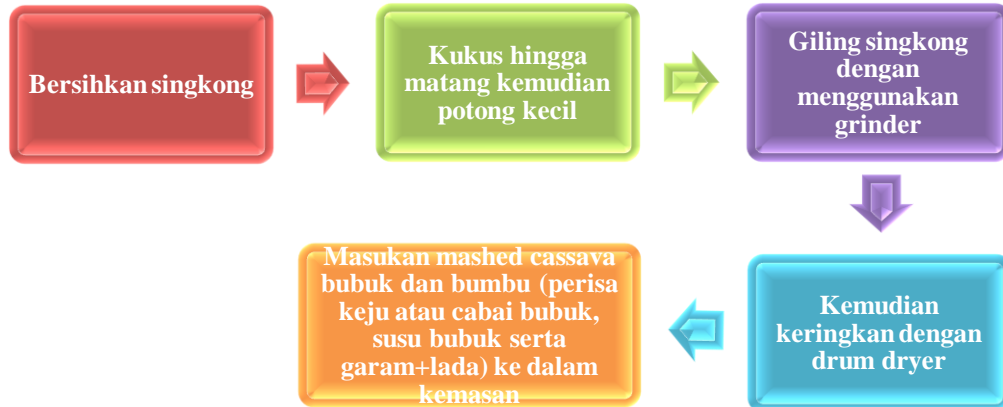
1.5 Manfaat Program

Manfaat dari program ini adalah untuk mengasah kreativitas mahasiswa dalam berwirausaha.

- *Grinder* - Saringan
- *Drum dryer* - Tempat makan besar

c. Proses Pembuatan

Gambar 1. Pembuatan *Instant Mashed Cassava*



d. Kapasitas Produksi 1 kg singkong dapat disajikan untuk 3 orang.

BAB IV PELAKSANAAN PROGRAM

4.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Program pelaksanaan PKM-K ini dilaksanakan selama empat bulan yaitu dari bulan Februari hingga bulan Juni. Pelaksanaan program ini dilaksanakan di kampus Institut Pertanian Bogor (IPB).

4.2 Tahapan Pelaksanaan

- Februari-April : Perancangan produksi, trial produksi, promosi.
- Mei-Juni : Pemasaran atau penjualan.

4.3 Instrumen Pelaksanaan

Instrumen yang digunakan dalam pembuatan produk *mashed cassava* instan adalah peralatan dapur rumah tangga (Kompor, panci, pisau, dll), peralatan laboratorium (*drum drier* dan *grinder*), serta kemasan atau packaging.

4.4 Rekapitulasi Biaya

SALDO AWAL Rp 3000000,00

PENGELUARAN MARET 2014(Rp 2730904,00)

PEMASUKAN MARET 2014

Rp 30000,00

Penjualan produk promo 5 pcs	Rp 30000
SALDO PER MARET 2014	Rp 299096,00

PENGELUARAN APRIL 2014	(Rp 296500,00)
PEMASUKAN APRIL 2014	Rp 264000,00
BonGou cheese sauce 16 pcs	Rp 136000
BonGou brown sauce 16 pcs	Rp 128000
SALDO PER APRIL 2014	Rp 266596,00

PENGELUARAN MEI 2014	(Rp 2527355,00)
PEMASUKAN MEI 2014	Rp 3225000,00
BonGou brown sauce 102 pcs	Rp 816000
BonGou cheese sauce 154 pcs	Rp 1309000
BonGou BBQ sauce 50 pcs	Rp 425000
BonGou blackpepper sauce 75 pcs	Rp 675000
SALDO PER MEI 2014	Rp 964241,00

PENGELUARAN JUNI 2014	(Rp 270000,00)
PEMASUKAN JUNI 2014	Rp 400000,00
BonGou Instan 100 pcs	Rp 400000
SALDO PER JUNI 2014	Rp 1094241,00

Laba / Rugi = saldo akhir – saldo awal
 = Rp 1094241,00 – Rp 3000000,00
 = (Rp 19054759)

Kerugian dikarenakan beban pembelian inventaris operasional yang merupakan variabel tetap. Dengan keuntungan penjualan produk BonGou sebesar Rp 2500/pc dan volume penjualan rata – rata 95pcs/minggu maka:

Laba perkemasaninstan = Rp 1300

Break Even Point = $\frac{Rp\ 19054759}{Rp\ 1300} = 1466\ pcs$

BEP akan ditempuh dengan menjual sebanyak 1466 pcs BonGouinstan.

Penjualan per minggu = 100 pcs

Payback Period = $\frac{Rp\ 19054759}{Rp\ 1300 \times 100\ PCS} = 14,66 = 15\ minggu$

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Mashed cassava instan diproduksi dengan beberapa tahapan penting yakni pembersihan dan pengupasan singkong, pengukusan, pengeringan (*drum drying*), penghalusan, dan pengemasan (termasuk pengemasan bumbu-bumbu). *Mashed cassava* dalam bentuk instan ini memiliki tiga varian rasa yaitu original, *spicy* atau pedas dan keju. Kemasan pada *mashed cassava* instan menggunakan plastik sebagai tempat untuk *mashed* dan bumbu-bumbu kemudian dimasukkan ke dalam *cup* plastik dan dilengkapi dengan sendok. Produk ini dapat disajikan dengan menambahkan air panas dengan jumlah tertentu dan mengaduk campuran tersebut dengan cepat.

Sebelum memasarkan *mashed cassava* dalam bentuk kemasan instan, *mashed cassava* disajikan sebagai produk pangan siap saji dengan menggunakan bauran produk berupa *mashed cassava* yang sudah diseduh dan diberi bumbu yang disajikan dengan empat varian rasa, yaitu ayam rasa *barbeque*, *blackpepper*, ayam katsu dengan *brown sauce* dan ayam katsu dengan *cheese sauce*. Tujuan dari penjualan bentuk *mashed cassava* siap saji ini adalah untuk tahap pengenalan produk kepada konsumen karena produk ini belum umum ada di pasaran sehingga banyak konsumen yang belum mengetahui mengenai produk. Kemasan produk *mashed cassava* siap saji adalah berupa box styrofoam kecil dilengkapi dengan tisu makan dan sendok yang disajikan lengkap bersama ayam dengan empat varian rasa yang dikemas dalam plastik *zipper* kemudian diletakkan di atas *mashed* yang sudah siap saji bersama saus sambal di dalam box styrofoam.

Teknik pemasaran produk *mashed cassava* dalam bentuk siap saji menggunakan teknik pemesanan atau *pre-order*. Hal tersebut dikarenakan kami membutuhkan waktu untuk menyiapkan produk tersebut. Sebelum melakukan penjualan kami melakukan promosi untuk menarik pelanggan dan meminta komentar mereka untuk tujuan pengembangan dan perbaikan produk. Sasaran pelanggan berawal dari lingkungan sekitar kami dan kemudian mulai meluas dari mulut ke mulut. Produk ini juga dipasarkan secara umum dalam beberapa pameran untuk memperluas jangkauan konsumen. Dalam pameran tersebut kami juga mendata biodata pelanggan agar dapat menawarkan kembali jika akan melakukan produksi. Sebagai produk inti, *Mashed cassava* dalam bentuk instan dipasarkan dengan cara menjajakan langsung kepada konsumen. Produk ini ditawarkan kepada para pelanggan yang kerap kali membeli produk *ready to eat* serta pada lingkungan tempat tinggal masing-masing anggota kelompok.

Kini produk dalam bentuk *ready to eat* sudah terjual sebanyak 380 buah dan untuk produk instan sudah terjual 100 buah. Produk instan sebagai produk utama akan diproduksi kembali dan dijual hal ini dikarenakan proses produksi produk instan lebih mudah serta cepat dan memiliki keuntungan yang cukup walaupun tidak terlalu besar yaitu Rp 1300,-/kemasan. Hal ini sudah memperhitungkan biaya produksi berupa sewa lab, harga kemasan, dan bahan baku. Untuk produk *ready to eat* laba yang diperoleh adalah Rp 2500,-/kemasan namun persiapan dan proses penjualan cenderung lebih sulit dan memakan waktu yang lama. Dengan pertimbangan tersebut produk dalam bentuk instan menjadi produk utama kami. Berdasarkan keuntungan pada kemasan instan dapat diperkirakan bahwa dengan melakukan penjualan 1466 kemasan maka modal akan kembali. Target tersebut dapat dicapai dalam waktu 15 minggu apabila penjualan per minggu mencapai 100 kemasan. Untuk itu dibutuhkan kegiatan promosi yang lebih intensif dan menyeluruh serta modal awal untuk kebutuhan produksi.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan PKM-K dengan judul BonGou (*Boundary Gourmet*) *Mashed Cassava* Instan sebagai Alternatif Makanan Pokok untuk Masyarakat dengan Kebutuhan Pangan Indeks Glikemik Rendah telah berjalan. Keunggulan yang ditawarkan adalah produk merupakan inovasi yang belum ada sebelumnya yang dipadukan dengan cita rasa yang lezat serta teknologi instan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat modern saat ini. Selain itu bahan baku yang digunakan lebih ekonomis dan memiliki *glucemic index* yang rendah sehingga aman bagi konsumen dengan diet rendah gula.

Pencapaian yang telah didapat diantaranya adalah ketersediaan kebutuhan produksi seperti alat investasi dan *supplier* bahan baku, terlaksananya kegiatan pemasaran dan penjualan selama sekitar 2 bulan, keikutsertaan dalam beberapa pameran seperti Agrinex-Expo, RAZOR, dan PKM Ekspo sehingga memperluas konsumen, pengembangan dan inovasi dari sisi rasa dan bentuk produk, pembuatan *design* seperti logo, *x-banner*, poster, kartu nama, pamflet sebagai salah satu sarana pemasaran dan tentunya jumlah penjualan sebanyak 380 kemasan untuk , poster, kartu nama, pamflet sebagai salah satu sarana pemasaran dan tentunya jumlah penjualan sebanyak 380 kemasan untuk produk *ready to eat* serta produk instan. Namun dari sisi keuangan, produksi dan kegiatan selama 2 bulan tersebut belum dapat mengembalikan modal awal dan masih menyebabkan kerugian. Dibutuhkan produksi selama kurang lebih 15 minggu untuk produk instan agar dapat mengembalikan modal awal bisnis.

6.2 Saran

Berdasarkan pencapaian dari kegiatan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran terkait pengembangan dan perbaikan di masa mendatang. Pertama, pentingnya mendapatkan hak paten untuk inovasi jenis produk yang belum ada sebelumnya di Direktorat Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI) untuk memproteksi hasil inovasi. Kedua, pengembangan dan perluasan kegiatan pemasaran agar produk ini dapat dikenal lebih luas lagi oleh masyarakat. Ketiga, pembangunan kios tetap beserta pegawai untuk memudahkan pemasaran seluruh produk baik *ready to eat* maupun produk instan.