



**LAPORAN AKHIR PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA
JUDUL PROGRAM**

**OYBON (OYSTER BONBON): PERMEN SEHAT DARI JAMUR
TIRAM PUTIH CEGAH PENYAKIT JANTUNG**

**BIDANG KEGIATAN:
PKM KEWIRAUSAHAAN**

Diusulkan oleh:

Amellia	(G84110086/2011)
Avicienna Ulhaq	(F14110108/2011)
Nailatul Karomah	(G84100007/2010)
Yusuf Irshan	(G84110004/2011)
Faizal Amir	(H14110063/2011)

**INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2014**

PENGESAHAN PKM KEWIRAUSAHAAN

- | | |
|---------------------------------|---|
| 1. Judul Kegiatan | : OYBON (Oyster Bonbon): Permen Sehat dari Jamur Tiram Putih Cegah Penyakit Jantung |
| 2. Bidang Kegiatan | : PKM-K |
| 3. Ketua Pelaksana Kegiatan | |
| a. Nama | : Amellia |
| b. NIM | : G84110086 |
| c. Jurusan | : Biokimia |
| d. Institut | : Institut Pertanian Bogor |
| e. Alamat Rumah/No HP | : Jl. Ulin D/10 Budi Agung, Bogor/08518777187 |
| f. Alamat e-mail | : amellia161092@gmail.com |
| 4. Anggota Pelaksana Kegiatan | : 4 Orang |
| 5. Dosen Pendamping | |
| a. Nama Lengkap dan Gelar | : drh. Sulistiyani, M.Sc., Ph.D. |
| b. NIDN | : 0006025905 |
| c. Alamat Rumah/Telp | : Jl. Gaharu C/12B, Cibanteng, Bogor/0818101157 |
| 6. Sumber Kegiatan Total | |
| a. Dikti | : Rp 8.500.000,00 |
| b. Sumber Lain | : - |
| 7. Jadwal dan Waktu Pelaksanaan | : 4 bulan |

Bogor, 7 Juni 2014

Menyetujui,
Ketua Departemen Biokimia



Dr. Ir. I Made Artika, M.App.Sc.
NIP.19630117 198903 1 001

Ketua Pelaksana Kegiatan



Amellia
NIM. G84110086

Wakil Rektor Bidang Akademik
dan Kemahasiswaan

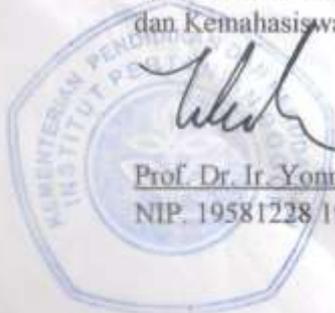


Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmaryono, MS.
NIP. 19581228 198503 1 003

Dosen Pendamping



drh. Sulistiyani, M.Sc., Ph.D.
NIP. 195902060 198403 2 001



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	iii
ABSTRAK	1
BAB 1. PENDAHULUAN	2
BAB 2. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA	2
BAB 3. METODE PELAKSANAAN	6
3.1 Managemen Organisasi	6
3.2 Aspek Teknis	6
BAB 4. PELAKSANAAN PROGRAM	7
4.1 Anggaran Biaya	7
BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN	10
BAB 6. KESIMPULAN	11
LAMPIRAN	11
Scan Bukti Pembayaran	11

ABSTRAK

Penyakit jantung telah menjadi penyebab kematian nomor 1 di Indonesia. Penyakit jantung tidak hanya menyerang orang berusia lanjut, namun juga menyerang orang dewasa dan remaja. Penyakit jantung berkaitan erat dengan konsentrasi kolesterol total dalam darah di atas normal (hiperkolesterolemia).

Inovasi produk olahan jamur tiram putih yang akan dibuat adalah 'OYBON' (*Oyster Bonbon*), permen sehat dari jamur tiram putih yang merupakan jenis pangan fungsional. Produk ini diharapkan mampu mencegah penyakit jantung melalui penurunan kadar kolesterol darah sehingga terbentuknya gaya kekebalan tubuh *psychoimun*.

Saat ini konsumen cukup cerdas dalam memilih jenis pangan, pangan yang dipilih bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan energi, mengenyangkan, atau karena rasanya yang lezat. Namun aktivitas fisiologis komponen yang dikandungnya juga dipertimbangkan, pangan tersebut adalah jenis pangan fungsional. OYBON merupakan permen sehat yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat berbagai kalangan dan usia (sesuai dengan takaran kategori usia yang akan dianjurkan), khususnya yang sadar akan pola hidup sehat. OYBON hadir dengan kemasan menarik dan rasa unik sehingga dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan *profit* produsen.

Kata kunci : Jamur tiram Putih, Jantung, Permen

BAB 1. PENDAHULUAN

Keberadaan jamur tiram putih (*Pleurotus ostreatus*) cukup banyak di Indonesia. Jamur tiram putih pun merupakan jamur yang sangat digemari oleh masyarakat. Jamur tiram sendiri kaya akan protein, lemak, serat, dan mineral. Jamur tiram putih telah lama dipercaya masyarakat India dan Cina sebagai salah satu bahan alam yang dapat mengobati penyakit kanker, antiinflamasi, antihiperkolesteremia, dan dapat bekerja sebagai zat antioksidan (Widyastuti 2005). Ekstrak jamur tiram putih mengandung senyawa lovastatin yang dapat menghambat terbentuknya kolesterol dalam hati. Senyawa ini akan menghambat aktivitas enzim HmG KoA reduktase dalam hati untuk membentuk kolesterol (Alarcon *et al.* 2003).

Pemanfaatan jamur tiram putih di masyarakat hanya sebatas sebagai sayuran makan atau produk jajanan. Salah satu usaha untuk meningkatkan nilai mutu dari jamur tiram putih adalah dengan memanfaatkannya menjadi produk yang bernilai lebih di masyarakat, yakni produk berupa permen ekstrak jamur tiram putih yang berkhasiat antikolesterol. Ekstrak jamur tiram putih telah terbukti secara *in vivo* melalui hewan uji tikus Sprague Dawley hiperkolesterolemia, dengan dosis 30 mg/kg BB dan 60 mg/kg BB dapat menurunkan konsentrasi kolesterol dalam darah tikus hiperkolesterolemia sebesar 53.89% dan 66.43%. Mengacu pada uraian di atas, inovasi produk yang akan diusulkan untuk program PKM bidang Kewirausahaan ini adalah 'OYBON' (*Oyster Bonbon*), permen sehat dari jamur tiram putih yang merupakan jenis pangan fungsional.

Pangan fungsional lebih digemari dibandingkan obat-obatan karena memiliki efek psikologis yang menyehatkan tanpa mengkonsumsi obat dengan efek samping yang jauh lebih rendah, oleh karena itu OYBON dapat menjadi peluang usaha yang menjanjikan. OYBON diharapkan dapat menjadi pangan fungsional yang digemari masyarakat karena berupa permen yang berkhasiat antikolesterol sehingga mampu mencegah penyakit jantung dengan terbentuknya gaya kekebalan tubuh *psychoimun*.

Manfaat dari kegiatan kewirausahaan ini adalah memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk pangan fungsional yang dapat mencegah penyakit jantung dan mengasah *skill* berwirausaha. Kemungkinan kendala yang akan dihadapi ketika kegiatan kewirausahaan ini berlangsung adalah meyakinkan konsumen akan khasiat dari permen sehat OYBON yang merupakan produk baru di Indonesia, bahkan di dunia. Hal tersebut memerlukan strategi *branding* dan *marketing* yang baik.

BAB 2. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

OYBON merupakan permen sehat yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat berbagai kalangan dan usia (sesuai dengan takaran kategori usia yang akan dianjurkan), khususnya yang sadar akan pola hidup sehat. OYBON hadir dengan kemasan menarik dan rasa unik sehingga dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan *profit* produsen.

Usaha permen OYBON diproduksi sendiri dengan memanfaatkan beberapa tenaga kerja. Sasaran utama dari penjualan OYBON adalah masyarakat penderita hiperkolesterolemia dan masyarakat umum yang sadar akan pentingnya menjaga kadar kolesterol dalam tubuh. Oleh karena itu, kami akan bekerja sama

dengan berbagai sanggar senam, kebugaran, kantin-kantin perkantoran, dan perpustakaan kampus untuk membantu menawarkan dan menjual produk permen sehat ini. Namun, tidak menutup kemungkinan kami juga akan membuka gerai di *event* tertentu untuk memperluas pasar melalui promosi.

Tabel 1. Analisis SWOT

	<p>(S) Strengths:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis produk permen sudah dikenal dan dikonsumsi masyarakat secara luas. 2. Harga yang terjangkau. 3. Strategi promosi yang menarik dengan penjelasan bahwa ekstrak jamur tiram putih telah terbukti dapat menurunkan tingkat kolesterol melalui percobaan praklinis. 4. Dapat digunakan sebagai permen untuk mencegah penyakit jantung. 5. Bahan baku jamur tiram putih mudah didapatkan. 	<p>(W) Weaknesses</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produksi tidak termasuk kebutuhan primer.
<p>(O) Opportunities:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Belum ada produksi permen yang berbahan dasar serupa. 2. Minat masyarakat terhadap produk kesehatan cukup tinggi. 	<p>SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengangkat aspek keunggulan produk antikolesterol yang dibuat dalam bentuk permen serta tampilan produk yang lebih menarik dalam proses pemasaran untuk menarik minat konsumen. 2. Mempromosikan produk ini di berbagai tempat yang strategis terutama di sanggar-sanggar senam, maupun tempat kebugaran lainnya. 	<p>WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk konsumsi produk-produk kesehatan masyarakat lebih biasa mengonsumsi produk sejenis tablet atau kapsul daripada produk sejenis permen
<p>(T) Threats:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan ekstrak jamur tiram sebagai bahan baku permen selama ini belum ada dan belum dikenal oleh masyarakat. 	<p>ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep pemasaran, keunggulan produk, dan fungsinya bagi kesehatan akan menambah daya pikat produk ini. 2. Optimalisasi kualitas permen agar memberikan kepuasan bagi konsumen. 	<p>WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan upaya promosi dan teknik produksi produk agar produk semakin berkualitas dan diminati konsumen. 2. Meningkatkan inovasi produk melalui ide-ide kreatif dari produsen.

STP (Segmentation, Targetting, Positioning)

Segmentasi pasar dari permen OYBON adalah masyarakat umum dengan berbagai jenis usia. Target usaha ini adalah seluruh masyarakat yang sadar akan pentingnya menjaga kesehatan, khususnya kesehatan jantung. Pada *positioning*, konsumen akan melihat permen OYBON sebagai produk pangan fungsional yang berkhasiat khusus antikolesterol untuk mencegah penyakit jantung dengan harga ekonomis, berslogan “*Hidup sehat tanpa ngobat*”. Trend pemasaran produk diarahkan pada citra produk yang fungsional dan ekonomis terutama jika dikonsumsi sejak dini sebagai upaya pencegahan terhadap penyakit jantung. Kami mencoba menganalisis melalui bauran pemasaran:

1) Tempat

Tempat pemasaran yang dipilih untuk produk awal usaha yaitu lokasi strategis di kota Bogor, seperti sanggar-sanggar senam komersial, rutinitas senam perkantoran, arena olahraga, kantin di perkantoran, dan kantin perpustakaan kampus. Potensi pasar di sekitar tempat tersebut sangat menjanjikan karena kepedulian konsumen terhadap kesehatan cukup tinggi.

2) Promosi

Promosi merupakan alat utama dalam pemasaran produk apalagi untuk sebuah produk baru. Kami menyadari bahwa produk kami ini membutuhkan masa pengenalan untuk masyarakat sehingga kami menginvestasikan anggaran yang cukup besar untuk promosi. Sehingga dalam hal ini akan dikembangkan teknik-teknik pemasaran:

a. Sistem Konsinyasi

Sistem konsinyasi merupakan sistem pemasaran dengan titip jual, dalam hal ini permen OYBON telah diproduksi dan dikemas dititipkan kepada kantin perkantoran, kentin perpustakaan kampus, *event organizer* senam, dan tempat-tempat penjualan lainnya dengan pembagian hasil yang jelas. Sistem konsinyasi yang diterapkan akan membuat pedagang merasa diuntungkan karena tidak akan menanggung resiko barang yang tidak terjual.

b. Sistem Direct Selling

Sistem pemasaran ini merupakan sistem pemasaran dengan cara produk permen OYBON langsung dijual ke konsumen. Sistem ini merupakan sistem yang cukup efektif.

c. Media sosial

Sarana teknologi dan informasi merupakan media yang efektif untuk melakukan promosi karena jangkauan penggunaanya yang luas. Kami akan mempromosikan produk ini melalui jejaring sosial (*facebook* dan *twitter*). Konsep atau teknik pemasaran tersebut dipilih karena cukup efektif untuk sebuah produk baru.

Proses selanjutnya setelah produk berada di pasar adalah evaluasi tingkat penjualan yang dilakukan secara rutin berkala 2-3 kali dalam satu bulan. Pada taraf kestabilan pasar produk tercapai, sistem konsinyasi akan diubah menjadi sistem jual beli barang atau order dengan pembayaran secara langsung.

Kegiatan promosi dilakukan secara langsung kepada para pembeli atau konsumen melalui pedagang, salah satunya dengan media poster, stiker, dan selebaran (*flyer*) mengenai produk yang akan dijual. Strategi promosi ini dipilih karena dengan penampilan serta poster yang menarik akan mengundang minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk. Logo yang akan ditampilkan pada produk adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Logo OYBON

3) Produk

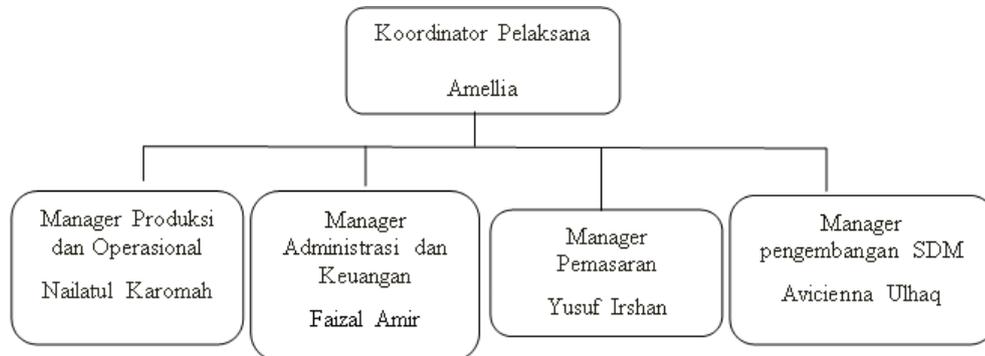
Terdapat berbagai jenis permen yang dikenal masyarakat saat ini. Permen OYBON yang merupakan pengembangan penelitian jamur tiram putih termasuk ke dalam kelompok permen jelly. Permen jelly adalah permen yang memiliki tekstur lunak.

4) Harga

Harga yang ditawarkan oleh permen OYBON ini terjangkau, yaitu Rp2.000,00 per butir. Masyarakat dapat mengurangi resiko terkena penyakit jantung dengan mengonsumsi permen sehat OYBON.

BAB 3. METODE PELAKSANAAN

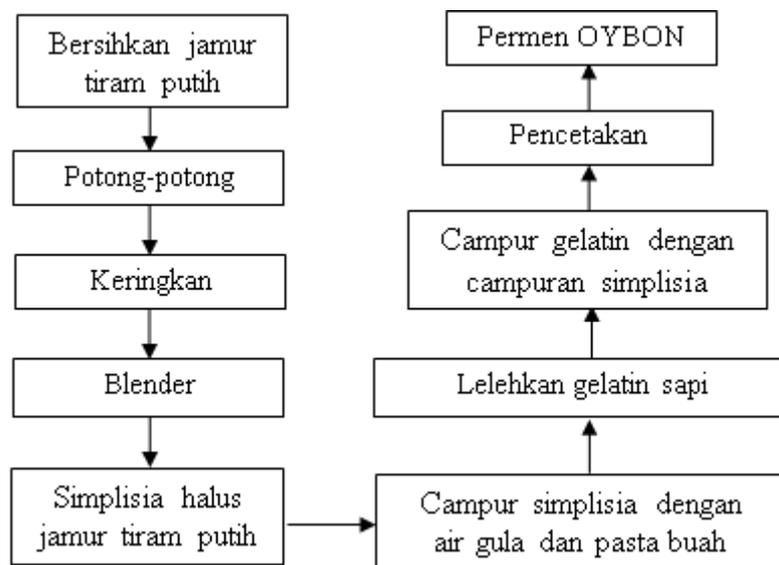
3.1 Manajemen Organisasi



Gambar 1 Struktur Organisasi Perusahaan

3.2 Aspek Teknis

- a. Bahan yang digunakan
 - Jamur tiram putih
 - Gelatin Sapi
- b. Alat yang digunakan
 - Ayakan
- c. Proses



Gambar 2 Proses Pembuatan OYBON

Kapasitas Produksi

10 kg jamur tiram putih dapat menghasilkan 1200 butir permen dengan kandungan ekstrak jamur tiram putih sebesar 3 gram.

BAB 4. PELAKSANAAN PROGRAM

4.1 Anggaran Biaya

Tanggal	Pemasukan	Pengeluaran	Saldo
15/02/14			
28/02/14		-20 kg jamur: Rp 240.000,00	Rp 240.000,00
2/03/14		-7 kg jamur: Rp 105.000,00 -5 tempeh: Rp 100.000,00	Rp 205.000,00
8/03/14		-5 kg jamur: Rp 50.000,00 -Transportasi: Rp 30.000,00 -Tenaga kerja: Rp 30.000,00	Rp 110.000,00
16/04/14	Rp 3.000.000,00	-2 kg sorbitol: Rp 60.000,00 -3 btl Essens melon: Rp 21.000,00 -1 Kg Karagenan: Rp 400.000,00 -3 Kg gula pasir: Rp 36.000,00	Rp 517.000,00
17/04/14		-Peralatan produksi: Rp 213.000,00	Rp 213.000,00
18/04/14		-Flavour 3 rasa: Rp 21.000,00 -2 kg gelatin sapi: Rp 350.000,00	Rp 371.000,00
21/04/14		-Plastik kemasan: Rp 20.000,00 -Kemasan sekunder: Rp 200.000,00	Rp 220.000,00
11/05/14		-Cetak <i>xbanner</i> : Rp 150.000,00	Rp 150.000,00
18/05/14		-timbangan kue 5Kg: Rp 219.000,00	Rp 219.000,00
Mei-Juni	Penjualan: Rp 334.000,00		
			Rp 1.089.000,00

4.2 Jadwal Faktual pelaksanaan

No.	Tanggal	Kegiatan	Keterangan
1.	20 Februari 2014	Kunjungan ke budidaya jamur Pak Saragih.	Tidak mendapatkan jamur (sebagai bahan baku).
2.	21 Februari 2014	Perumusan formula OYBON.	Perhitungan dosis jamur tiram putih dalam permen.
3.	22 Februari 2014	Kunjungan ke budidaya jamur Pak Saragih.	Tidak mendapatkan jamur.
4.	22 Februari 2014	Kunjungan ke budidaya jamur Pak Iwak.	Tidak mendapatkan jamur.
5.	23 Februari 2014	Kunjungan ke budidaya jamur Pak Sarikan.	Tidak mendapatkan jamur.
6.	23 Februari 2014	Kunjungan ke budidaya jamur Pak Usup.	Tidak mendapatkan jamur.
7.	28 Februari 2014	Fiksasi metode dan formula permen, tempat pembuatan permen.	
8.	28 Februari 2014	Kunjungan ke budidaya jamur Pak Saragih.	Tidak mendapatkan jamur.
9.	28 Februari 2014	-Pembelian jamur di Pasar Bogor. -Pembelian tempeh.	20 kg jamur tiram putih.
10.	1-2 Maret 2014	Pengeringan jamur.	Jamur kurang mendapatkan pengeringan yang baik.
11.	2 Maret 2014	Kunjungan ke budidaya jamur Pak Saragih.	7 kg jamur tiram putih.
14.	8 Maret 2014	Pembelian jamur di Pasar Bogor.	5 kg jamur tiram putih.
15.	8-9 Maret 2014	Pengeringan jamur.	Pengeringan dilakukan oleh tenaga kerja.
16.	11 Maret 2014.	Pembuatan simplisia serbuk halus.	Jamur tiram putih dihaluskan menggunakan blender.
17.	April 2014	Pembelian alat dan bahan baku permen.	Cetakan, gelatin.
18.	April 2014	Pembuatan permen: 1. Simplisia dicampur dengan air gula dan pasta buah. 2. Gelatin direndam dengan air biasa	

		(tidak hangat dan tidak dingin). 3. Campur campuran simplisia dan gelatin, panaskan pada suhu 60 derajat selama 2 menit. 4. Pencetakan dan dimasukkan ke dalam kulkas.	
19.		Proses pengemasan permen dan pencetakan bungkus sekunder permen.	
20.	11-13 Mei 2014	Menampilkan produk pada <i>event</i> bazar dan expo PKM IPB selama 3 hari.	Terjual 120 butir permen.
21.	18 Mei 2014	Pembelian timbangan digital.	Standarisasi takaran bahan-bahan baku permen.
22.	19 Mei 2014	Penakaran bahan-bahan baku permen.	-Gula: 56 gram. -Simplisia: 6 gram. -Gelatin: 28 gram.
23.	Mei-Juni	Pembuatan dan penjualan permen.	Telah terjual 330 butir permen per 4 Juni 2014.

BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

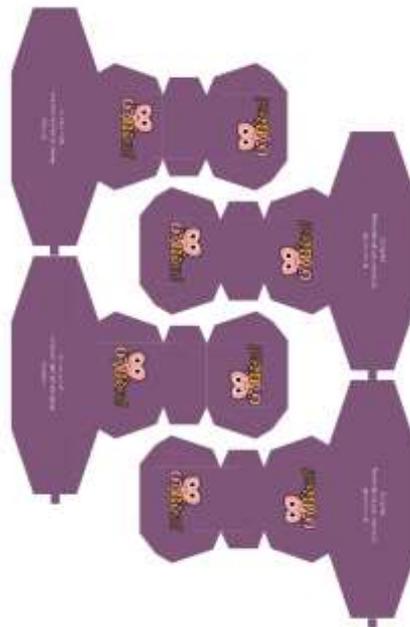
Berdasarkan rencana yang telah kami susun, maka hasil yang telah dicapai saat ini adalah :

1. Produk

Produk terdiri dari 5 rasa, yaitu melon, anggur, strawberry, mocca, dan jeruk dengan 2 variasi bentuk yaitu bunga dan dinosaurus.

2. Kemasan

Kemasan yang digunakan adalah *art cartoon*, dengan isi per kemasan 2 buah permen. tampilan kemasan sebagai berikut :



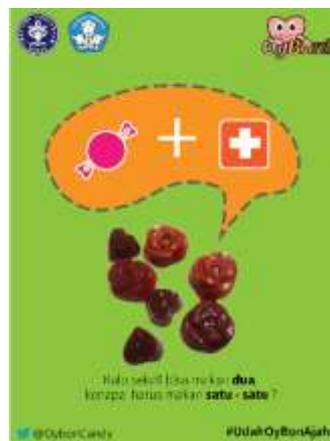
Gambar 3 Tampilan Contoh Kemasan Anggur

3. Media promosi

Sampai saat ini media promosi yang kami gunakan adalah twitter (@OybonCandy) dan stand pada event – event tertentu.



Gambar 6 Poster Untuk Promosi 2



Gambar 5 Poster Untuk Promosi 1



Gambar 4 X-Banner untuk dekorasi stand

4. Rencana Tahap Selanjutnya
 1. Proses pembuatan izin PIRT.
 2. Promosi pada kelompok senam sehat di RS. Islam Bogor, RS. Medika Darmaga, dan Lapangan Sempur.

BAB 6. KESIMPULAN

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa :

1. PKM-K berhasil dilaksanakan dengan pemasukan sebesar Rp 3.000.000 dan pendapatan per bulan mei – juni sebesar Rp 334.000. dan sisa saldo per bulan Juni adalah Rp 1.089.000
2. Produk yang dihasilkan berupa *soft candy* dengan 5 variasi rasa yaitu melon, strawberry, anggur, mocca, dan jeruk dan 2 variasi bentuk yaitu dinosaurus, dan bunga.
3. Rencana tahap selanjutnya dari PKM-K ini adalah 1) pembuatan izin PIRT 2) melakukan promosi di beberapa Rumah Sakit di Kota Bogor

LAMPIRAN

Scan Bukti Pembayaran

