PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

KOMERSIALISASI *TSUKUDANI* SEBAGAI MAKANAN CAMILAN ANAK-ANAK DAN MEDIA KAMPANYE GEMAR IKAN

BIDANG KEGIATAN
PKMK (KEWIRAUSAHAAN)

Diusulkan oleh:

Rudi Setiawan	C34061179	2006
Supriyanto	C34063095	2006
Aisha Putri Hapsari	C34061896	2006
Elis Permatasari	C34070008	2007
Arie Yuanitasari Rahayu	A24060167	2006

INSTITUT PERTANIAN BOGOR

BOGOR

2008

HALAMAN PENGESAHAN
USUL PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

1. Judul Kegiatan	: Komersialisasi *Tsukudani* sebagai Makanan Camilan Anak-Anak dan Media Kampanye Gemar Ikan
2. Bidang Kegiatan	: PKMK
3. Bidang Ilmu	: Pertanian
4. Ketua Pelaksana Kegiatan	
a. Nama Lengkap	: Rudi Setiawan
b. NIM	: C34061179
c. Jurusan	: Teknologi Hasil Perairan
d. Perguruan Tinggi	: Institut Pertanian Bogor
e. Alamat Rumah	: Gang Mushola no. 7,Babakan Tengah, Dermaga, Bogor 16680
f. No. Telp/HP	: 0856 93514798
g. Email	: Awan_freedom88@yahoo.com
5. Anggota Pelaksana Kegiatan	: 4 orang
6. Dosen Pendamping	
a. Nama Lengkap	: Ir. Wini Trilaksani, M. Sc.
b. NIP	: 131 578 851
c. Alamat Rumah	: Perumahan Nuansa Hijau C3 No.2,Ciomas-Bogor
d. No Telpon/HP	: 081383336933
7. Biaya Kegiatan Total	:
a. Sumber Dikti	: Rp. 5.846.500,00
b. Sumber lain	: -
8. Jangka Waktu Pelaksanaan	: 3 bulan

Menyetujui
Ketua Departemen
Teknologi Hasil Perairan

Dr. Ir. Linawati Hardjito, MS.
NIP. 131 664 395

Bogor, 5 Oktober 2008
Ketua Pelaksana

Rudi Setiawan
NIM. C34061179

Wakil Rektor
Bidang Akademik dan Kemahasiswaan

Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmaryono, MS.
NIP. 131 473 999

Dosen Pembimbing

Dr. Ir. Wini Trilaksani, M.Sc
NIP. 131 578 851

A. Judul Program

Komersialisasi *Tsukudani* sebagai Makanan Camilan Anak-Anak dan Media Kampanye Gemar Ikan

B. Latar Belakang Masalah

Sampai saat ini makanan yang banyak disukai oleh anak-anak dan bahkan menguasai pasar pangan adalah berupa makanan ringan atau yang lebih dikenal dengan *snack. Snack* telah merambah semua daerah, perkembangannya sangat pesat dari hari ke hari. Bentuk dan merek yang baru setiap harinya terus bermunculan dengan rasa yang berbeda-beda pula.

Perkembangan akan macam-macam *snack* ini semakin memberikan daya tarik tersendiri pada anak-anak. Hal ini dikarenakan kemasan yang berbeda-beda yang menarik hati bagi anak-anak. Peningkatan konsumsi snack ini tidak diikuti oleh peningkatan nilai gizi didalamnya dan kebanyakan snack yang beredar sekarang bahkan mengandung zat yang membahayakan bagi kesehatan, seperti pewarna dan MSG yang berlebihan ini tidak dapat dibiarkan terus karena juga mempengaruhi kecerdasan anak.

Produksi ikan yang meningkat memberi peluang untuk menciptakan produk dengan bahan baku dari hasil perikanan. Departemen Kelautan dan Perikanan (DKP) menargetkan produksi perikanan Indonesia pada 2009 akan naik sebesar 2,31 juta ton, yaitu dengan meningkatkan produksi perikanan dari 10,42 juta ton pada 2008 menjadi12,73 juta ton. Selain itu juga pemerintah mengupayakan meningkatkan produk hasil olahan dari 3,6 juta ton pada 2008 menjadi 4,3 juta ton di 2009. Oleh karena itu diperlukan diversifikasi produk hasil perikanan yang mampu meningkatkan minat masyarakat tentang manfaat dari pengkonsumsian ikan.

Penggalakan Gemar Ikan juga telah banyak dilakukan oleh beberapa kalangan masyarakat, salah satunya adalah oleh Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan, dalam rangka mewujudkan peningkatan konsumsi ikan masyarakat. Terkait dengan kegiatan kampanye Gemar Ikan, mulai tahun 2005, Ditjen P2HP secara rutin menyelenggarakan kampanye Gemar Ikan di hampir seluruh provinsi. Secara teknis, kampanye Gemar Ikan dilaksanakan dengan memberikan ceramah tentang manfaat ikan bagi kesehatan, kekuatan dan kecerdasan kepada siswa-siswa Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA) serta ibu-ibu Tim Penggerak PKK.

Pengemasan produk yang menarik dan penambahan bonus berupa komik kecil setiap kali pembelian akan memberikan daya tarik tersendiri pada snack ini. Pengemasan produk akan dilakukan dengan menggunakan plastik snack pada umumnya tetapi dengan beberapa modifikasi agar dapat menarik konsumen. Selain itu pemberian bonus berupa komik kecil akan memberikan pesan berupa pentingnya dan manfaat konsumsi ikan.

Tsukudani adalah produk camilan hasil perikanan dengan menggunakan bahan dasar beberapa komoditi perikanan, antara lain: ikan, udang, cumi-cumi, kerang, dan lain-lain. Produk ini merupakan produk camilan dari Jepang, yang belum banyak dikenal oleh masyarakat. Cara pembuatan tsukudani sendiri relatif mudah dan sederhana, serta menghasilkan produk yang tidak jauh beda dengan komposisi gizi ikan pada ummnya. Selain itu produk ini juga dapat awet dalam waktu yang relatif lama dengan adanya NaCl dan bumbu yang digunakan seperti : shoyu, gula, rempah-rempah serta melalui proses dehidrasi parsial, sehingga menghasilkan produk yang nilai aw yang rendah.

Produk tsukudani belum banyak dikenal oleh masyarakat dan karena merupakan makanan asli dari Jepang diharapkan memberikan kesan tersendiri dikalangan masyarakat untuk mencoba makanan ini. Kandungan zat gizi makanan ini pun masih dapat dikatakan relatif tinggi, karena dilakukan pengolahan yang sederhana terhadap bahan baku ikannya. Bentuk yang menarik dan juga rasa yang tidak jauh beda dengan snack-snack yang diperdagangkan sekarang memberikan peluang produk ini dapat bersaing dipasaran.

C. Perumusan Masalah

Masalah yang melatar belakangi program ini adalah:

1. Potensi sumber daya ikan di Indonesia sangat besar dan tersebar luas di seluruh wilayah perairan Indonesia, namun tingkat pemanfaatan dan konsumsinya masih rendah oleh masyarakat Indonesia (26,5 kg kapita/tahun).

2. Banyaknya produk makanan berupa snack atau makanan ringan yang dapat membahayakan kesehatan pada anak-anak.
3. Masih banyaknya gangguan kesehatan masyarakat akibat kekurangan protein.
4. Diperlukan makanan yang disukai anak dan memiliki gizi yang baik serta memiliki daya tarik tersendiri bagi anak-anak.
5. Diperlukan upaya diversifikasi produk berbahan baku ikan untuk meningkatkan konsumsinya oleh masyarakat Indonesia.
6. Melalui produk unggulan dan daya saing tinggi maka dapat dijadikan sebagai sarana berwirausaha bagi mahasiswa dan masyarakat.

D. Tujuan Program

1. Memanfaatkan ikan sebagai salah satu potensi perairan terbesar di Indonesia menjadi produk yang berkualitas dan memiliki nilai gizi yang tinggi.
2. Meningkatkan konsumsi masyarakat terhadap produk hasil perairan yang sehat dan bergizi serta memberikan pengetahuan pentingnya konsumsi ikan pada usia anak-anak melalui media komik kecil.
3. Menciptakan diversifikasi produk baru ikan yang memiliki kualitas tinggi dengan harga yang terjangkau.
4. Dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat dari materi di perkuliahan.
5. Sebagai wahana melatih dan mempraktekkan kemampuan manajemen wirausaha, sikap tanggung jawab dan kerjasama tim.

E. Luaran Yang Diharapkan

1. Dihasilkan snack tsukudani dengan merek "Aωan"(Asyiknya Omega Ikan) dengan kandungan gizi tinggi, kaya akan protein, omega-3, dan memiliki kualitas tinggi, namun dengan harga yang terjangkau.
2. Terciptanya kesadaran tentang manfaat konsumsi ikan bagi masyarakat dari komik kecil yang ada di dalam snack setiap kali pembelian.
3. Terciptanya peluang bisnis bagi mahasiswa dan masyarakat.

F. Kegunaan Program

1. Meningkatkan gizi anak pada khususnya (sebagai konsumen utama) dan masyarakat pada khususnya dengan harga yang tetap terjangkau.
2. Mengurangi ketakutan orang tua akan kesenangan anaknya dalam memakan snack yang tidak sehat.
3. Melatih mahasiswa dalam berinovasi dan menciptakan ide-ide kreatif yang berguna bagi masyarakat.
4. Melatih mahasiswa dalam memupuk jiwa kewirausahaan dengan tetap mengindahkan gizi masyarakat sebagai tujuan awal.

G. Gambaran Umum Rencana Usaha

1. Gagasan Penciptaan Kegiatan Usaha

Makanan ringan (*snack*) adalah istilah bagi makanan yang bukan merupakan menu utama (makan pagi, makan siang atau makan malam). Makanan yang dianggap makanan ringan adalah sesuatu yang dimaksudkan untuk menghilangkan rasa lapar seseorang sementara waktu, memberi sedikit suplai energi ke tubuh, atau sesuatu yang dimakan untuk dinikmati rasanya (Wikipedia 2008).

Survey CIC (*Corinthian Infopharma Corpora*) tahun 2005 menyebutkan, pada 2004 market size pasar snack moderen mencapai 59,5 ribu ton atau naik dari 2003 sebesar 53,6 ribu ton. Sementara, nilai bisnisnya pun pada 2004 sebesar Rp1,9 triliun, sedangkan tahun 2003 Rp 1,7 triliun. Padahal, pada 2002 nilai bisnis snack sudah mencapai Rp1,5 triliun. Sampai pertengahan 2005 terdapat 124 perusahaan yang berkiprah di industri snack modern di Indonesia dengan total kapasitas produksi 144,4 ribu ton.

Snack kerap diasosiasikan dengan hal-hal negatif. Beberapa jenis bahan pengawet dan MSG sudah banyak dipakai dalam snack sehingga memberikan rasa khawatir bagi orang tua apabila anaknya memakan snack. *Food scientist* dari *SEAFAST Center for Commercial Program* menyebutkan bahwa seluruh snack yang beredar di pasaran sebenarnya sudah cukup aman apabila sudah mendapat izin dari badan yang berwenang seperti BPOM dan Depkes. Kebiasaan anak-anak yang sering mengkonsumsi snack dan menjadikannya sebagai makanan wajiblah yang harus dibatasi.

Snack yang berbahan dasar ikan telah banyak dijumpai dalam masyarakat, tetapi banyak produk-produk yang telah ditambahkan bahan pengawet yang membahayakan kesehatan masyarakat. Produk Tsukudani ini dapat tahan dalam waktu yang lama dengan adanya NaCl pada bumbu yang digunakan seperti : shoyu, gula, rempah-rempah dan karena telah melalui proses dehidrasi parsial, sehingga mempunyai nilai aw yang rendah.

Tingkat kecintaan masyarakat yang semakin berkurang terhadap tingkat konsumsi ikan memberikan banyak persoalan tersendiri. Mulai dengan banyak jenis penyakit dari pengkonsumsian makanan yang tidak sehat dan sampai dengan penurunan tingkat kecerdasan pada anak-anak. Hal ini perlu ditanggapi secara serius untuk memecahkan masalah yang ada sekarang ini. Komik sebagai bahan bacaan anak-anak sekarang pada umumnya, merupakan salah satu media kampanye yang sangat sesuai. Pemberian tokoh yang menarik dan memberikan cerita yang menarik pula sedikit demi sedikit akan memberikan kesadaran kepada masyarakat akan pentingnya konsumsi ikan.

2. Potensi Sumber Daya Ikan

Meningkatnya konsumsi ikan pada masyarakat tidak hanya berarti meningkatnya asupan gizi dan protein saja. Hal ini juga mengakibatkan produksi ikan secara nasional ikut naik. Tidak dapat disangkal lagi wilayah perairan Indonesia yang luasnya mencapai 5,8 juta km2 dan didalamnya menjanjikan potensi ekonomi terutama dari ikan sebagai sumber gizi tinggi. Namun saat ini, baru sekitar 58,5 persen dari potensi lestari ikan laut yang mencapai 6,18 ton juta ton per tahun yang dimanfaatkan. Ini artinya optimalisasi pemanfaatan sumber daya kelautan masih jauh dari harapan. Apalagi tingkat konsumsi ikan orang Indonesia saat ini menurut Menteri Kelautan dan Perikanan, Freddy Numberi baru mencapai 26 kg/kapita/tahun pada tahun 2005. Selain itu pada potensi budidaya di Indonesia yang mencapai 60 juta ton/tahun hanya baru dimanfaatkan sebesar 7% nya saja (DKP 2008).

Produksi ikan yang meningkat memberi peluang untuk menciptakan produk dengan bahan baku dari hasil perikanan. Departemen Kelautan dan Perikanan (DKP) menargetkan produksi perikanan Indonesia pada 2009 akan naik sebesar 2,31 juta ton, yaitu dengan meningkatkan produksi perikanan dari 10,42 juta ton pada 2008 menjadi 12,73 juta ton. Selain itu juga pemerintah mengupayakan meningkatkan produk hasil olahan dari 3,6 juta ton pada 2008 menjadi 4,3 juta ton di 2009. Oleh karena itu diperlukan diversifikasi produk hasil perikanan yang mampu meningkatkan minat masyarakat tentang manfaat dari konsumsi ikan.

Ikan selain rasanya enak juga memiliki kandungan gizi yang sangat berguna bagi manusia. Hasil penelitian menunjukkan gizi ikan dapat mencegah konsumen dari penyakit degeneratif seperti jantung koroner, tekanan darah tinggi, stroke dan kanker. Selain itu, kandungan protein pada ikan juga sangat baik. Berdasarkan penelitian ditemukan bahwa mutu protein ikan setingkat dengan protein daging, sedikit di bawah telur dan diatas protein serealia dan kacang-kacangan. Asam amino ikan dapat meningkatkan mutu protein pangan lain.

Ikan laut kaya akan lemak, vitamin dan mineral, sedangkan ikan tawar banyak mengandung karbohidrat. Ikan laut memiliki kandungan yodium tinggi yang bisa mencapai 830 mikro gram per kilogram. Berbeda dengan daging yang hanya 50 mikro gram dan telur 93 mikrogram. Selain itu, ikan laut mengandung omega-3 yang bermanfaat menurunkan kadar kolestrol dalam darah. Jadi, sering mengkonsumsi ikan laut dapat membantu mencegah terjadinya aterosklerosis dan panyakit jantung. Apalagi asam lemak omega-3 dan omega-6 pada ikan dapat meningkatkan kecerdasan anak. Asam lemak ini juga sangat membantu bagi ibu hamil, dapat membentuk kecerdasan janin. Makanya, disarankan ibu hamil banyak mengkonsumsi ikan.

3. Pemasaran

Pemasaran dengan cara *Front-Line Retailer* yang disertai dengan perencanaan perluasan jaringan dengan terus dilakukan pemantauan akan tetap menjaga kestabilan produk di pasaran. Selain itu kegiatan promosi akan meningkatkan nilai jual dengan cara meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang keberadaan permen ikan nila ini. Penjualan yang terus meningkat akan menaikkan nilai profit sehingga keberlanjutan usaha dapat terus dipertahankan.

Analisis usaha yang digunakan adalah analisis pendapatan usaha dimana keuntungan adalah penerimaan total dikurangi dengan biaya total, dan apabila keuntungan bernilai positif maka usaha dikatakan untung dan bila keuntungan negatif maka usaha merugi. Analisis lain yang digunakan adalah analisis imbangan penerimaan dan biaya (R/C) dimana R/C adalah penerimaan total dibagi dengan biaya total. Jika dihasilkan R/C>1 maka usaha menguntungkan, dan bila R/C<1 usaha merugi.

H. Metode Pelaksanaan Program

H.1. Kegiatan Pra Produksi

Kegiatan pra-produksi terdiri atas kegiatan *survey* pasar dan kegiatan persiapan produksi. *Survey* pasar tersebut dilakukan dengan mendata tingkatan konsumen penyuka *snack* terbanyak, serta melakukan kajian lapangan untuk nantinya menentukan tempat pemasaran. Sedangkan, kegiatan persiapan produksi adalah kegiatan dalam pengadaan peralatan serta bahan baku untuk membuat *snack* ikan.

Bahan baku dalam pembuatan *tsukudani* nila terdiri dari : ikan, udang dan kerang segar. Untuk bahan-bahan lain adalah : bawang putih, bawang merah, kecap (shoyu), lengkuas, ketumbar, gula merah, jeruk nipis, daun serai, daun salam, daun jeruk, dan garam.

Alat yang digunakan dalam pembuatan produk *tsukudani* ini adalah wadah-wadah untuk preparasi kerang, ikan dan udang, pisau, wadah untuk merebus kerang, timbangan, dan oven. Sedangkan, alat yang digunakan untuk pengujian produk hasil adalah pH meter, dan aw meter.

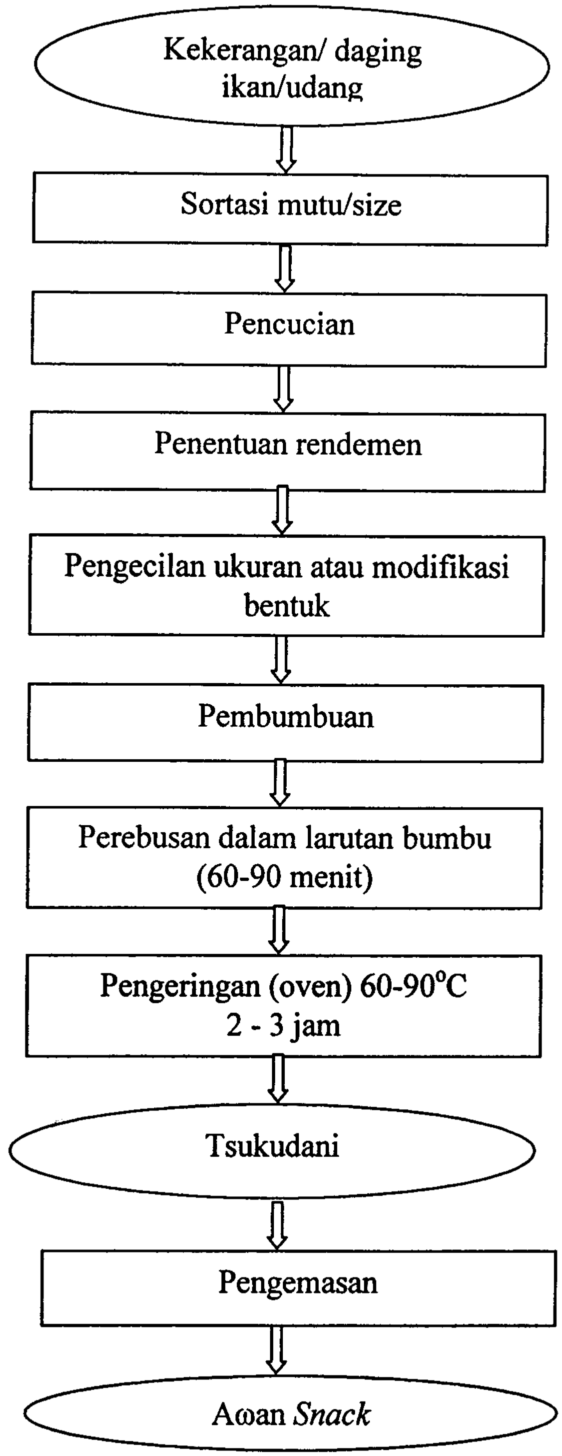
H.2. Kegiatan Pengujian

Tsukudani yang telah selesai dibuat beberapa sampelnya diuji untuk mengetahui tingkat (kadar) nilai gizinya. Uji yang dilakukan antara lain uji kadar abu, uji kadar protein, uji kadar lemak, dan uji kadar air. Selain itu dilakukan pula pengujian aw, uji untuk mengetahui tingkat kekerasan dan nilai pH-nya serta diuji secara organoleptik dengan memberikan kuesioner kepada sejumlah orang untuk memberikan pendapat secara subyektif terhadap produk ini.

H.3. Kegiatan Produksi

Kegiatan produksi pembuatan produk snack ikan dilakukan di Laboratorium Penanganan dan Pengolahan Hasil Perairan, Departemen Teknologi Hasil Perairan, Fakutas Perikanan dan Ilmu Kelautan. *Snack* ini dibuat dengan berbagai modifikasi bentuk, yaitu berupa *snac*k yang berbentuk bahan baku langsung (kerang, udang dan ikan kecil) dan berbagai bentuk yang disukai anak-anak dan dikemas dengan kemasan plastik snack.

Proses pembuatan snack dengan beberapa jenis daging ikan meliputi: pertama preparasi bahan baku, kemudian dicuci bersih dan penentuan rendemen. Bumbu-bumbu disiapkan dan dihaluskan.kemudian bahan baku dan bumbu dicampur dan direbus selama 60-90 menit, lalu dikeringkan dengan oven pada suhu sedang(60-80)°C. Terakhir dikemas dengan kemasan plastik *snack.* Diagram alir pembuatan Aωan *snack* dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram alir pembuatan Aωan *Snack*

H.4. Kapasitas Produksi

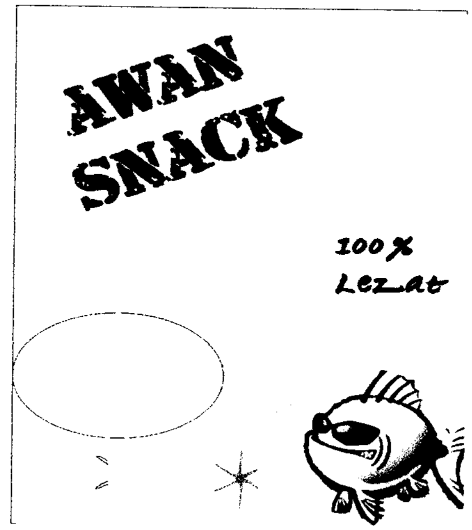
Kapasitas produksi akan meningkat sejalan dengan proses meluasnya segmen pasar. Produksi snack ikan ini pada awalnya akan dibuat untuk semua jenis varian produk, baik bentuk, flavor maupun kemasannya. Pada tahap awal pembuatan akan diproduksi untuk sebanyak 750 bungkus, dan sampai 6000 bungkus pada bulan ke 4. Snack ikan ini nantinya akan dikemas dengan menggunakan pengemas plastik snack dan diberi komik kecil sebagai kampanye gemar makan ikan.

Dalam tahap perkenalan ini maka produk ini akan masuk ke dalam pasar yang telah ditargetkan. Untuk tahap produksi selanjutnya maka akan dipantau dan disesuaikan dengan tingkat kesukaan konsumen dan peningkatan tingkat penjualan. Dengan peningkatan penjualan maka tingkat produksi berikutnya akan ditingkatkan pula dengan pertimbangan jenis yang paling disukai oleh konsumen diproduksi lebih banyak.

H.5. Kegiatan Pengemasan

Kemasan merupakan salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam pengembangan sebuah produk, karena daya terima produk di masyarakat secara psikologis sangat dipengaruhi oleh baik buruknya pengemasan. Desain gambar, warna dan bahan pengemas serta proses pengemasan yang baik dapat memperpanjang daya simpan produk snack ikan.

Produk snack ikan ini akan dikemas dengan menggunakan pengemas HDPE sebagai pembungkus primernya, dimana bagian luarnya telah diberikan pelabelan yang menarik dan jelas dengan merek "Aωan". Proses pengemasan ini dapat juga berfungsi untuk proses promosi. Merek yang digunakan untuk Snack ikan ini adalah "Aωan" agar snack terlihat lebih menarik. Aωan merupakan singkatan dari asyiknya omega ikan.Model dari kemasan snack Aωan dapat dilihat pada Gambar 2.



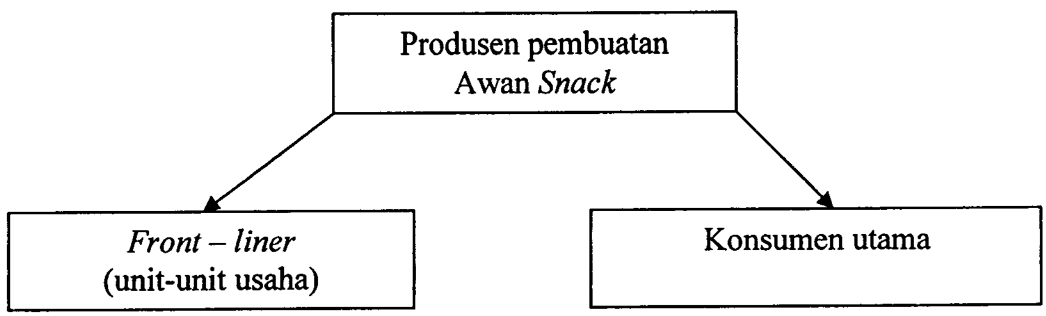
Gambar 2. Contoh kemasan produk Awan snack

Produk ini akan bertambah menarik karena di dalamnya dimasukkan komik kecil yang ceritanya tentang pentingnya makan ikan. Komik ini merupakan usaha kami untuk membantu kampanye gemar makan ikan. Dalam komik diceritakan bahwa ada seorang yang gemar makan ikan. Tokoh ini dinamakan juga seperti merek dari snack ini yaitu "Aωan". Setiap kali makan makanan yang mengandung ikan, tokoh ini menjadi kuat dan cerdas sehingga mampu nengalahkan orang-orang jahat dan selain itu dia juga bisa berprestasi tinggi di tempat belajarnya. Contoh komik lipat yang digunakan dapat dilihat pada Gambar 3.

Gambar 3. Contoh bentuk komik

H.6. Kegiatan Promosi dan Pemasaran

Konsep usaha yang ingin dicapai dalam program ini adalah untuk meningkatkan kualitas gizi, dan kesehatan masyarakat dengan tingkat harga yang tetap bersaing. Promosi akan dilakukan dengan menggunakan media poster dan juga selebaran yang lebih diutamakan ke sekolah-sekolah dasar. Poster juga akan ditempel di tempat-tempat strategis yang dekat dengan toko atau warung yang ditargetkan menjadi tempat pemasaran dengan tetap memperhatikan faktor keindahan dan kebersihan lingkungan sekitar. Selain itu promosi dan pengenalan produk dilakukan dengan media poster yang didistribusikan sejalan dengan distribusi produk melalui *front-liner.* Dan langkah selanjutnya adalah pemasaran ke tempat-tempat yang telah ditargetkan, serta perencanaan perluasan pasar. Bagan alur pemasaran dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Bagan alur pemasaran

H.7. Strategi Pemasaran

Pemasaran akan dilaksanakan dengan sistem "*Front-Line Retailer*" (pemasaran produk dengan sistem konsinyasi melalui para pengecer) yaitu dengan cara menjalin kerjasama secara langsung dengan toko-toko, kantin-kantin kantor dan sekolah, asrama, tempat kost serta pedagang asongan untuk melakukan penjualan produk. Para pemilik toko/warung yang kemudian disebut *front-liner* akan mendapatkan satu paket display yang berisi produk tsukudani yang bervariasi serta 1 buah poster tentang profil produk.

Konsep ini dipilih karena cukup efektif untuk sebuah produk baru, produk dapat langsung tersebar ke daerah pemasaran yang ditargetkan dengan biaya pemasaran yang cukup rendah. Selain itu, dalam dalam program ini juga digunakan sistem konsinyasi, yaitu sistem kerja sama titip jual kepada *front-liner*. Sistim konsinyasi yang diterapkan akan membuat *front-liner* merasa diuntungkan karena tidak akan menanggung resiko barang yang tak terjual. Proses selanjutnya setelah produk berada di pasar adalah evaluasi tingkat penjualan yang dilakukan secara rutin berkala 2-3 kali dalam satu bulan.

Kunci keberhasilan strategi pemasaran ini adalah penjaminan kualitas produk dan hubungan yang harmonis dengan para front-liner yang harus senantiasa terjalin. Pada taraf kestabilan pasar produk tercapai, sistim konsinyasi akan di ubah menjadi sistem jual beli barang/order dengan pembayaran secara langsung.

H.8. Target Daerah Pemasaran

Daerah pemasaran produk ini berkisar di sekitar kampus IPB Darmaga dan juga daerah sekitar Cibinong. Target pemasaran utama adalah sekolah-sekolah dasar. Mengingat konsumen terbesar untuk produk snack adalah anak-anak. Selain itu snack ikan juga dipasarkan di kantin kampus dan juga kost mahasiswa. Secara rinci target pemasaran produk ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Target Daerah Pemasaran

No	Jenis Pasar	Nama Tempat
1	Sekolah	SDN. Dramaga 1 Bogor
		SDN. Dramaga 2 Bogor
		SLTP Negeri 1 Dramaga Bogor
		SLTP Citra Nusa Cibinong
2	Toko	Al-Amin Mini Market Bogor
		Indomaret Dramaga Bogor
		Alfamart Dramaga Bogor
		Agrimart IPB
3	Asrama	Asrama Putri TPB IPB
		Asrama Putra TPB IPB
		Asrama Putri Darmaga
		Asrama mahasiswa Pinus
		Asrama Mahasiswa Sylvalestari
4	Kantin IPB	Semua kantin Fakultas di IPB
5	Kost Mahasiswa	Pondok Arsida
		Pondok Salsabila
		Pondok surya
		Pondok Nabila
		Wisma Alma
		Wisma Fajar
		Wisma Flora
		Wisma Rosa

Strategi promosi ini dipilih karena membutuhkan anggaran promosi yang rendah, disamping itu dari segi efektifitas metode ini cukup mempunyai efektifitas tinggi. Dengan penampilan display serta poster yang menarik akan mengundang minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk. Hal lain yang menunjang proses promosi *off-air* ini adalah adanya jaminan kualitas produk yang baik serta harga yang terjangkau.

I. Jadwal Kegiatan Program

Program ini mulai akan dilaksanakan sesuai jadwal pada Tabel 2 berikut ini :

Tabel 2. Rencana Jadwal Kegiatan

URAIAN	Minggu Ke-											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Survei pasar	■											
Pengadaan bahan baku	■	■										
Perizinan tempat		■										
Produksi tahap 1			■									
Analisis standar kelayakan			■									
Pengemasan dan pelabelan				■			■	■				
Produksi tahap 2							■	■				
Produksi tahap 3											■	■
Pemasaran				■	■	■	■	■	■	■	■	■
Evaluasi kerja								■	■	■	■	■
Pembuatan laporan												■

J. Nama dan Biodata Ketua serta Anggota Kelompok

1. Ketua Pelaksana Kegiatan

a. Nama Lengkap : Rudi Setiawan

b. NIM : C34063095

c. Fak/Program Studi : FPIK / Teknolog Hasil Perairan

d. Perguruan Tinggi : Institut Pertanian Bogor

e. Waktu untuk kegiatan : 35 jam/minggu

2. Anggota Pelaksana

a. Nama Lengkap : Supriyanto

b. NIM : C34063095

c. Fak/Program Studi : FPIK / Teknologi Hasil Perairan

d. Perguruan Tinggi : Institut Pertanian Bogor

e. Waktu untuk kegiatan : 35 jam/minggu

3. Anggota Pelaksana
a. Nama Lengkap : Aisha Putri Hapsari
b. NIM : C34071896
c. Fak/Program Studi : FPIK / Teknologi Hasil Perairan
d. Perguruan Tinggi : Institut Pertanian Bogor
e. Waktu untuk kegiatan : 24 jam/minggu

4. Anggota Pelaksana
a. Nama Lengkap : Elis Permatasari
b. NIM : C34070008
c. Fak/Program Studi : FPIK / Teknologi Hasil Perairan
d. Perguruan Tinggi : Institut Pertanian Bogor
e. Waktu untuk kegiatan : 24 jam/minggu

5. Anggota Pelaksana
a. Nama Lengkap : Arie Yuanitasri Rahayu
b. NIM : A2400167
c. Fak/Program Studi : FAPERTA / Agronomi dan Hortikultura
d. Perguruan Tinggi : Institut Pertanian Bogor
e. Waktu untuk kegiatan : 24 jam/minggu

K. Nama dan Biodata Dosen Pendamping

1. Nama Lengkap	:	Ir. Wini Trilaksani, M.Sc
2. Golongan Pangkat dan NIP	:	131 578 851
3. Jabatan Fungsional	:	Lektor Kepala
4. Jabatan Struktural	:	PJ Laboratorium Diversifikasi Hasil Perikanan
5. Fakultas/Program Studi	:	Perikanan dan Ilmu Kelautan, Teknologi Hasil Perairan
6. Perguruan Tinggi	:	Institut Pertanian Bogor
7. Bidang Keahlian	:	Diversifikasi produk, manajemen mutu.
8. Waktu untuk kegiatan	:	10 jam/minggu

L. Biaya

Biaya Pengadaan Bahan Habis Pakai

No	Keterangan	Satuan	Jumlah	Harga satuan (Rp)	Total harga (Rp)
1	Ikan dan kerang	Kg	30	20.000	600.000
2	Gula	Kg	8	9.000	72.000
3	Kecap	Botol	5	15.000	75.000
4	Bawang Putih	Kg	3	9.500	28.500
5	Bawang Merah	Kg	5	9.500	47.500
6	Daun Salam	-	-	-	5.000
7	Daun Jeruk	-	-	-	5.000
8	Daun Serai	-	-	-	5.000
9	Garam	Pelastik	5	1.000	5.000
10	Lengkuas	Ons	3	1.500	4.500
11	Ketumbar	Ons	3	1.500	4.500
	Total biaya habis pakai				852.000

Biaya Peralatan

No	Keterangan	Satuan	Jumlah	Harga satuan (Rp)	Total harga (Rp)
1	Pisau	Unit	5	10.000	50.000
2	Cetakan plastik	Unit	5	18.500	92.500
3	Baskom plastik	Unit	4	11.500	46.000
4	Boks plastik	Unit	3	35.000	105.000
5	Serbet	Unit	2	5.000	10.000
6	Tabung gas	Unit	3	17.500	52.500
7	Panci	Unit	4	15.000	60.000
8	Penyewaan oven	Unit	1	150.000	150.000
9	Saringan	Unit	3	2.000	6.000
10	Bahan kemasan pelastik	Pak	50	15.000	750.000
	Total biaya tetap				1.322.000

Biaya Uji Nilai Gizi Produk

No	Keterangan	Satuan	Jumlah	Harga satuan (Rp)	Total harga (Rp)
1	Uji kadar protein	Set	3	50.000	150.000
2	Uji kadar air	Set	3	25.000	75.000
3	Uji kadar abu	Set	3	25.000	75.000
4	Uji kadar lemak	Set	3	50.000	150.000
5	Analisis pH	Set	3	30.000	90.000
6	Analisis uji kekerasan	Set	3	50.000	150.000
	Total biaya uji nilai gizi				690.000

Biaya lain-lain

No	Keterangan	Satuan	Jumlah	Harga satuan (Rp)	Total harga (Rp)
1	Percetakan brand kemasan	Lembar	6000	350	2.100.000
2	Percetakan poster	Lembar	150	250	37.500
3	Transportasi	-	-	400.000	400.000
4	Dokumentasi	-	-	145.000	145.000
5	Komunikasi	-	-	200.000	200.000
6	Laporan penelitian	-	-	100.000	100.000
	Total biaya lain-lain				2.982.500

Total biaya = biaya pengadaan bahan habis pakai + biaya peralatan + biaya uji nilai gizi + biaya lain-lain

= Rp. 852.000,00+ Rp. 1.322.000,00+Rp.690.000,00+Rp 2.982.500,00

= Rp. 5.846.500,00

Perkiraan penjualan pada bulan pertama

Target produk 750 bungkus/ bulan x Rp.1.500,00 = Rp. 1.125.000,00

Cashflow

Bulan	Keterangan	Produksi per bulan
1	Pemasukan	1.125.000,00
	Pengeluaran	852.000,00
	Saldo	**273.000,00**
2	Pemasukan	1.875.000,00
	Pengeluaran	1.252.000,00
	Saldo	**896.000,00**
3	Pemasukan	2.625.000,00
	Pengeluaran	1.752.000,00
	Saldo	**1.769.000,00**
4	Pemasukan	3.375.000,00
	Pengeluaran	2.252.000,00
	Saldo	**2.892.000,00**
5	Pemasukan	4.500.000,00
	Pengeluaran	2.852.000,00
	Saldo	**4.540.000,00**
6	Pemasukan	5.250.000,00
	Pengeluaran	3.452.000,00
	Saldo	**6.338.000,00**
7	Pemasukan	5.625.000,00
	Pengeluaran	3.752.000,00
	Saldo	**7.873.000,00**
8	Pemasukan	6.000.000,00
	Pengeluaran	4.052.000,00
	Saldo	**9.821.000,00**
9	Pemasukan	6.375.000,00
	Pengeluaran	4.352.000,00
	Saldo	**11.844.000,00**
10	Pemasukan	6.750.000,00
	Pengeluaran	4.652.000,00
	Saldo	**13.942.000,00**
11	Pemasukan	7.125.000,00
	Pengeluaran	**4.952.000,00**
	Saldo	16.115.000,00
12	Pemasukan	7.500.000,00
	Pengeluaran	5.252.000,00
	Saldo	**18.363.000,00**

Analisis Break Even Point (BEP)

$$\textbf{BEP} = \frac{Biaya Tetap}{H\arg a - Biaya Variabel}$$

$$= \frac{1.322.000}{1500 - (852.000 : 750)}$$

$$= 3.632 \text{ unit}$$

M. Lampiran

1. Ketua

Nama Lengkap	:	Rudi Setiawan
Tempat Tanggal Lahir	:	Jakarta, 30 Juli 1988
Agama	:	Islam
Alamat	:	Gang Mushola no. 7,Babakan Tengah, Dermaga, Bogor 16680
Telepon	:	0856 93514798
Email	:	Awan_freedom88@yahoo.com

Pendidikan Formal

1994-2000	:	SDN Beji Timur 1Depok
2000-2003	:	SLTPN 2 Depok
2003-2006	:	SMAN 3 Depok
2006-sekarang	:	Teknologi Hasil Perairan FPIK IPB

Organisasi

1997-2000	:	Anggota Pramuka SDN Beji Timur I Depok
2000-2003	:	Anggota Paskibra SLTPN 2 Depok
2000-2003	:	Divisi Olahraga dan Seni OSIS SLTPN 2 Depok
2003-2006	:	Divisi Olahraga dan Seni OSIS SMAN 3 Depok
2003-2006	:	Anggota Paskibra SMAN 3 Depok
2004-2005	:	Ketua Ekstra kurikuler Futsal SMAN 3 Depok
2006-2009	:	Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa Futsal IPB

Prestasi

1. Juara 2 Liga Futsal TPB IPB 2007
2. Anggota Timnas Futsal IPB 2007
3. Perwakilan Anggota Futsal Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan dalam
4. Olimpiade Mahasiswa IPB 2008
5. Juara 2 Pembutan Poster PKM Pekan Ilmiah Tingkat Nasional 2008
6. Juara 3 Penyaji Presentasi PKM Pekan Ilmiah Tingkat Nasional 2008

2. Anggota

Nama	:	Supriyanto
NRP	:	C34063095
Tempat/Tanggal Lahir	:	Pati, 12 Juli 1988
Jenis Kelamin	:	Laki-Laki
No HP	:	085213984434
Alamat	:	Balumbang Jaya Rt 01/Rw 07, No. 11A, Kecamatan

Bogor Barat, Darmaga - Bogor

Pendidikan Formal

SD	:	SD Negeri 2 Wedarijaksa Pati (1994-2000)
SLTP	:	SMP Negeri 1 Wedarijaksa Pati (2000-2003)
SLTA	:	SMA Negeri 1 Tayu - Pati (2003-2006)
Perguruan Tinggi	:	Departemen Teknologi Hasil Perairan, Fakultas

Perikanan dan Ilmu Kelautan, Institut Pertanian Bogor (2006-sekarang)

Organisasi

1. Ketua OMDA IKMP Pati (2007/2008)
2. Divisi Hublukom Himpunan Profesi HIMASILKAN (2007/2008)
3. Ketua Pelaksana "Malam Keakraban" OMDA IKMP Pati tahun 2007

Prestasi

1. Penyaji PIMNAS bidang PKMP ke XXI – UNISSULA Semarang
2. Juara 2 poster PIMNAS ke XXI – UNISSULA Semarang

3. Anggota

Nama	: Aisha Putri hapsari
NRP	: C34061896
Tempat/Tanggal Lahir	: Jakarta, 1 Oktober 1987
Jenis Kelamin	: Perempuan
No HP	: 085692555685 / 085282319025
Alamat	: Jln. Cikoko Barat Dalam I No.44 Pancoran Jakarta Selatan 12770

Pendidikan Formal

TK	: TK Aisyah 4 Tebet Jakarta Selatan (1990-1993)
SD	: SDN 19 Tebet Jakarta Selatan (1993 -1999)
SLTP	: SMPN 115 Tebet Jakarta Selatan (1999-2002)
SLTA	: SMAN 14 Jakarta Timur (2002-2005)
Perguruan Tinggi	: Departemen Teknologi Hasil Perairan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Institut Pertanian Bogor (2007-sekarang)

Organisasi

-. Staf Departemen Kebijakan Publik BEM KM IPB (2006-2007)

4.Anggota

Nama Lengkap	:	Elis Permatasari
Tempat Tanggal Lahir	:	Jakarta, 25 November 1988
Agama	:	Katolik
Alamat	:	Pamulang Permai1 blokB9/14,Tanggerang
Telepon	:	081932405484
Email	:	Elliz_shin@yahoo.com

Pendidikan Formal

1995	:	TK Mater Dei Pamulang
1995 – 2001	:	SD Mater Dei Pamulang
2001 – 2004	:	SMP Mater Dei Pamulang
2004 – 2007	:	SMA Mater Dei Pamulang
2007 – sekarang	:	Teknologi Hasil Perairan FPIK IPB

Organisasi

Sie.Rohani OSIS SMP dan SMA Mater Dei Pamulang

Magang di BEM C

Prestasi

Peserta cerdas cermat di SMA Tarakanita

Peserta meuju olimpiade sains Indonesia bidang Matematika

5.Anggota

Nama Lengkap	:	Arie Yuanitasari Rahayu
Tempat Tanggal Lahir	:	Cianjur, 30 Agustus 1989
Agama	:	Islam
Alamat	:	Jalan Babakan Raya,Pndok Arsida 5,Bogor
Telepon	:	085697485819
Email	:	rie_gemezzz@yahoo.co.id
Pendidikan Formal		
1994 – 2000	:	SDN Sukasarana Cianjur
2000 – 2003	:	SMPN 1 Pacet Cianjur
2003 – 2006	:	SMAN 1 Sukaresmi Cianjur
2006 – sekarang	:	Agronomi dan Hortikultura FAPERTA IPB

Organisasi

Gentra Kaheman IPB

PMR SMAN 1 Sukaresmi Cianjur