LAPORAN AKHIR
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA
KEWIRAUSAHAAN (PKMK)

HANJELI
SEBAGAI BAHAN DASAR BROWNIS

Oleh :

Efi Mulyati	A34404022	(2004)
Sinta Fatmawati	A34404031	(2004)
Fachri Azhar	I34051173	(2005)
Wasilla Tussodiyah	I14051237	(2005)
Fitra Mailendra	H14052668	(2005)

INSTITUT PERTANIAN BOGOR

Dibiayai oleh Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi
Departemen Pendidikan Nasional
Sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Hibah
Program Kreatifitas Mahasiswa
Nomor 001/SP2H/PKM/DP2M/II/2008 tgl 26 Februari 2008

LAPORAN AKHIR PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

1. Judul Kegiatan : "Hanjeli Sebagai Bahan Dasar Brownis"
2. Bidang Kegiatan : ( ) PKMP (√) PKMK
   ( ) PKMT ( ) PKMM
3. Bidang Ilmu : ( ) Kesehatan (√) Pertanian
   ( ) MIPA ( ) Teknologi dan

Rekayasa

   ( ) Sosial Ekonomi ( ) Humaniora
   ( ) Pendidikan
4. Ketua Pelaksana Kegiatan
   a. Nama lengkap : Efi Mulyati
   b. NIM : A34404022
   c. Departemen : Agronomi dan Hortikultura
   d. Universitas : INSTITUT PERTANIAN BOGOR
   e. Alamat Rumah/HP : Ciamis/08568337741
   f. Alamat e-mail : ci2_figletrs@yahoo.com
5. Anggota Pelaksana Kegiatan : 4 Orang
6. Dosen Pendamping
   a. Nama Lengkap dan Gelar : Dr. Muhamad Syukur, SP, MSi.
   b. NIP : 131 841 755
   c. Alamat Rumah/Telp : Perumahan Dramaga Cibeureum; Bogor
7. Biaya Kegiatan Total
   a. DIKTI : Rp 3.782.700,-
   b. Sumber lain : -
8. Jangka Waktu Pelaksana : 3 bulan (Maret-Mei)

Menyetujui
Ketua Departemen
Agronomi dan Hortikultura

(Prof. Dr. Ir. Bambang S. Purwoko, MSc)
NIP. 131 404 220

Bogor, 3 Juli 2008

Ketua Pelaksana Kegiatan

Efi Mulyati
NIM. A34404022

Wakil Rektor Bid. Akademik
dan Kemahasiswaan

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

Dosen Pembimbing

(Dr. Muhamad Syukur, SP, MSi.)
NIP.131 841 755

HANJELI SEBAGAI BAHAN DASAR BROWNIS

Efi Mulyati, Sinta Fatmawati, Fachri Azhar, Wasilla Tussodiyah, Fitra Mailendra
Departemen Agronomi dan Hortikultura, Fakultas Pertanian,
Institut Pertanian Bogor

ABSTRAK

Hanjeli (*Coix lacryma-jobi L*) merupakan tanaman yang berkembang biak dengan biji, berdaun pita dengan permukaan daun berbulu. Sekilas, hanjeli mirip rumpun tebu yang memiliki tinggi 1 meter. Bulir bijinya beruntai bulat-bulat dengan kulit yang keras. Warna bijinya hijau, yang pada saat matang berwarna putih. Biji hanjeli memiliki kandungan gizi diantaranya protein, lemak, karbohidrat, dan vitamin B1. Biji hanjeli dapat diolah menjadi beraneka ragam jenis panganan, seperti bubur, lontong, tape, dan tepungnya dapat dijadikan sebagai pengganti tepung terigu dalam pembuatan kue. Brownis merupakan salah satu jenis kue yang dapat dibuat dari tepung hanjeli. Brownis dipilih karena saat ini brownis cukup digemari banyak kalangan dan potensi pasarpun cukup menjanjikan. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah memberi nilai tambah hanjeli dan memanfaatkan hanjeli sebagai alternatif bahan pembuatan brownis.

Usaha yang dijalankan dalam kegiatan ini adalah memproduksi dan memasarkan brownis hanjeli. Adapun bahan baku pokok (tepung hanjeli) diperoleh dari petani di desa Sukawangi, kecamatan Sukamakmur, Bogor. Segmentasi pasar adalah mahasiswa dan masyarakat lingkar kampus IPB. Produk dibagi menjadi 2 bentuk yaitu brownis potong dengan harga jual Rp.1000 dan brownis Loyang dengan harga Rp.16.000. Tujuannya agar konsumen lebih fleksibel dalam membeli dan bisa menyesuaikan budget konsumen. Keunikan atau ciri khas tersendiri dari brownis hanjeli yang belum dikenal luas dimasyarakat dapat menambah daya tarik dan nilai jual yang ditawarkan kepada konsumen. Selain itu substitusi tepung terigu dengan tepung hanjeli sebagai bahan dasar brownis, sama sekali tidak mengurangi cita rasa dari brownis itu sendiri.

Kata kunci: Hanjeli, *Coix lacryma-jobi L*, brownis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat Rahmat dan HidayahNya penulis dapat menyelesaikan laporan akhir Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKMK) yang berjudul "Hanjeli sebagai Bahan Dasar Brownis" ini dengan baik dan tepat waktu. Laporan ini merupakan laporan akhir dari serangkaian kegiatan yang telah dilakukan dalam melaksanakan Program Kreatifitas Mahasiswa yang didanai oleh DIKTI. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih khususnya kepada Ditjen Pendidikan Tinggi Depdiknas yang telah memberikan dana kepada penulis dalam melaksanakan program ini. Semoga program ini dapat memberikan manfaat bagi semua kalangan, baik mahasiswa ataupun masyarakat pada umumnya. Semoga kegiatan ini dapat memotivasi Mahasiswa untuk lebih kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan potensi yang ada. Selain itu, semoga kegiatan ini juga dpat menunjukkan kontribusi kami sebagai generasi muda kepada bangsa dan masyarakat Indonesia.

Bogor, Juli 2008

Penulis

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Indonesia memiliki kekayaan plasma nutfah yang beragam. Dari berbagai jenis plasma nutfah tersebut ada yang telah dimanfaatkan dan ada juga yang belum dapat termanfaatkan sepenuhnya, bahkan beberapa diantaranya masih belum diketahui baik dari jenis ataupun dari segi manfaat.

Salah satu kekayaan plasma nutfah yang belum termanfaatkan sepenuhnya adalah tanaman Hanjeli. Tumbuhan tersebut memiliki nama Latin *Coix lacryma-jobi L* atau *Coix agrestis lour.* Kosakata Indonesia "mengenalnya" sebagai jali. Sementara, di sejumlah wilayah negeri ini, tumbuhan tersebut dikenal sebagai singkoru batu, kemangge, bukehang, kaselore, dan hanjeli. Tumbuhan tersebut berkembang biak dengan biji. Berdaun pita dengan permukaan daun berbulu. Sekilas, hanjeli mirip rumpun tebu "mungil" yang memiliki tinggi 1 meter. Bulir bijinya beruntai bulat-bulat dengan kulit yang keras. Warna bijinya hijau, yang pada saat matang berwarna putih. Biji hanjeli memiliki kandungan protein, lemak, karbohidrat, vitamin B1, asam amino, *coixol, coixenolide*, dan *coicin.* (Pikiran Rakyat, 19 Mei 2007).

Dalam pengolahanya, biji hanjeli yang sudah digiling dan ditumbuk kecil-kecil jika dimasak akan menyerupai beras. Rasanya lebih pulen daripada beras padi dan sedikit lengket seperti ketan. Selain itu hanjeli bisa diolah menjadi beraneka ragam jenis penganan, seperti bubur, lontong, *peuyeum*, dan tepungnya dapat dijadikan sebagai pengganti tepung terigu dalam pembuatan kue, salah satunya brownis.

Saat ini salah satu makanan yang sedang populer dikalangan masyarakat adalah brownis. Selain rasanya yang enak, teknik pembuatanya pun relatif mudah. Brownis yang telah dipasarkan secara luas adalah brownis dengan bahan dasar tepung terigu dan belum terdapat alternatif bahan yang lainya. Seperti yang telah diketahui tepung terigu terbuat dari gandum yang sampai saat ini masih merupakan salah satu komoditas impor Indonesia. Oleh karena itu pemanfaatan tepung hanjeli sebagai bahan pengganti tepung terigu dapat meningkatkan potensi lokal yang telah ada dan dapat menjadi salah satu alternatif bahan dasar brownis.

Melihat hal tersebut, maka peluang usaha untuk mengembangkan hanjeli dalam bentuk brownis sangat besar. Didukung dengan suatu keunikan atau ciri khas tersendiri dari brownis hanjeli yang belum dikenal luas dimasyarakat dapat menambah daya tarik dan nilai jual yang ditawarkan kepada konsumen. Melihat peluang seperti itu tentunya sulit terlaksana bila hanya elemen mahasiswa saja yang melaksanakan. Oleh karena itu, perlu suatu jalinan kemitraan dengan petani hanjeli sebagai pemasok bahan baku hanjeli. Kondisi petani sebagai penunjang sekaligus mitra bagi mahasiswa semakin berkurang, hal ini dilihat dari kekurangan modal yang tersedia. Kemampuan dan inovasi mahasiswa jika didukung petani akan menjadi suatu kekuatan baru dibidang perekonomian. Sehingga mahasiswa sebagai agen perubahan dapat menunjukkan perannya dan memberikan sumbangsih berharga baik bagi petani maupun masyarakat pada umumnya.

2. Perumusan Masalah

Masalah yang melatarbelakangi program ini yaitu sampai sekarang belum banyak yang tahu akan keberadaan hanjeli, baik dalam bentuk tanamanya ataupun hasil atau produk dari biji hanjeli. Adapun produk dari hanjeli yang telah ada belum beragam dan belum dipasarkan secara luas. Oleh karena itu, sebagai alternatif pemanfaatan hanjeli dan sekaligus memperkenalkan hanjeli ke masyarakat luas, akan dikembangkan tepung hanjeli sebagai bahan dasar brownis mengingat brownis merupakan makanan yang populer untuk saat ini. Brownis berbahan dasar hanjeli tidak kalah dengan brownis dengan bahan dasar tepung terigu baik dalam hal rasa maupun kualitasnya. Rasa dari brownis hanjeli lebih empuk dan lebih pulen dari brownis berbahan dasar tepung terigu. Selain itu, penggunaan tepung hanjeli sebagai pengganti tepung terigu akan meningkatkan nilai tambah hanjeli yang masih rendah.

3. Tujuan Program

- Mengaplikasikan ilmu kewirausahaan yang telah didapat dalam materi
- Meningkatkan kreativitas mahasiswa dalam memanfaatkan komoditas pertanian khususnya dalam hal disersifikasi pangan.
- Memberikan nilai tambah hanjeli dan memberikan alternatif sebagai bahan dasar pembuatan brownis

4. Luaran yang Diharapkan

Pelaksaan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) Kewirausahaan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan baru bagi masyarakat tentang alternatif pembuatan brownis berbahan dasar tepung hanjeli dan dapat meningkatkan nilai jual dari hanjeli tersebut yang masih belum terekspos. Produk ini berupa kue brownis dengan bahan dasar tepung hanjeli dan dikombinasikan dengan kismis sebagai taburan yang dikemas dalam kardus ukuran 10 cm x 5 cm. Selain itu program ini diharapkan dapat membuka peluang usaha baru yang dapat meningkatkan pendapatan.

5. Kegunaan Program

Program ini akan berguna bagi kalangan mahasiswa dan masyarakat.

1. **Bagi mahasiswa**
   - Sebagai wadah untuk mengembangkan dan menyalurkan ide dan kreatifitas mahasiswa dalam pemanfaatan potensi hanjeli sebagai bahan pangan alternatif
   - Memberikan terobosan baru mengenai bahan dasar brownis.
   - Membuka peluang bisnis
2. **Bagi masyarakat**
   - Menjadi alternatif dalam pemilihan bahan pembuatan brownis.
   - Memberikan pengetahuan baru dalam hal pembuatan brownis yang berbahan dasar hanjeli.
   - Turut membantu petani hanjeli untuk memasarkan produknya.

II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Deskripsi Usaha

Usaha yang akan kami jalankan merupakan usaha kuliner berupa kue brownis. Alasan memilih brownis adalah karena saat ini brownis sedang digemari oleh berbagai kalangan dan jangkauan pasarnya pun dianggap cukup luas. Adapun brownis yang kami produksi berbeda dengan brownis yang telah biasa ada di pasaran, karena brownis ini terbuat dari tepung hanjeli. Selama ini pemanfaatan biji hanjeli sebagai bahan panganan masih belum beragam, yakni hanya dibuat nasi hanjeli, bubur atau tape. Belum beranekaragamnya jenis panganan dari hanjeli disebabkan karena masyarakat belum banyak yang mengenal hanjeli dan belum mengetahui kandungan atau khasiat dari hanjeli tersebut, sehingga masyarakat belum berani untuk berinovasi membuat aneka panganan baru dari hanjeli.

Setelah informasi tentang beberapa kandungan gizi yang dimiliki oleh hanjeli dan dengan mengigat bahwa hanjeli merupakan salah satu sumber pangan lokal yang belum termanfaatkan sepenuhnya, maka kami kami yakin bahwa usaha brownis hanjeli ini akan menjadi trend. Proses pemanfaatan hanjeli sebagai bahan dasar pembuatan brownis merupakan sebuah terobosan baru dan dalam memproduksi dan memasarkan produk ini tentu akan memberikan kontribusi sangat nyata dalam perwujudan program "diversifikasi pangan" yang selama ini sudah mulai ramai dibicarakan.

Usaha ini berbentuk industri rumahan (*home industry*) yang dipimpin oleh seorang manejer, dan dibagi menjadi beberapa divisi, diantaranya adalah divisi keuangan yang mengatur segala bentuk pemasukan dan pengeluaran keuangan, kemudian divisi produksi yang menangani dalam proses pembuatan produk, seta divisi pemasaran yang bertanggung jawab dalam promosi dan penjualan produk hingga sampai ke konsumen. Semua divisi bekerjasama untuk menciptakan

III. METODE PENDEKATAN

a. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan suatu usaha. Kemampuan dalam menganalisis dan mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi di pasar juga merupakan salah satu unsur penting yang diperlukan untuk keberhasilan suatu produk yang akan di pasarkan.

Sasaran pemasaran antara lain mahasiswa dan masyarakat di sekitar kampus IPB, dan masyarakat kota Bogor. Target konsumen yang hendak dicapai adalah semua kalangan masyarakat baik dari kalangan rendah sampai kalangan atas.

b. Strategi Pemasaran

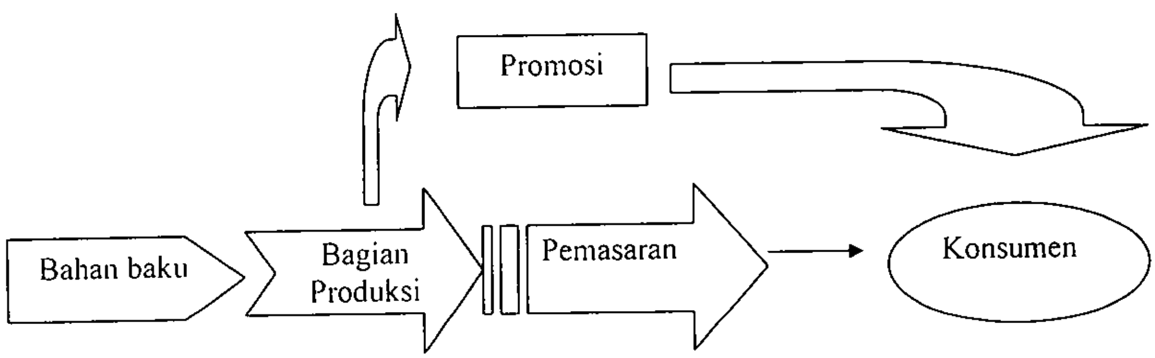
Strategi pemasaran yang tepat diperlukan agar produk sampai di tangan konsumen dan dapat memberikan kepuasan dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Strategi pemasaran yang akan diterapkan dalam usaha ini antara lain melalui promosi, menjaga kualitas produk, dan harga bersaing sehingga dapat terjangkau oleh berbagai lapisan masyarakat.

Promosi yang akan dilaksanakan yaitu dalam bentuk pembuatan stand dan penyebaran leaflet. Lokasi stand yang akan dipilih adalah kawasan strategis di sekitar kampus IPB. Di dalam stand tersebut, selain akan menjual brownis-hajeli juga akan diperkenalkan profil dari tanaman hajeli, yaitu berupa bahan mentah atau hajeli yang belum diolah dan bahan setengah jadi yang sudah berbentuk tepung. Selain itu, sebagai strategi promosi yang lain, kami pun akan menyediakan "brownis-tester" dimana para pengunjung diperbolehkan mencicipi sesuai dengan aturan yang kami buat. Adapun pembuatan leaflet sebagai cara lain dalam promosi produk kami yaitu leaflet tersebut berisi tentang semua informasi produk. Tulisan akan dibuat semenarik mungkin sehingga akan menarik perhatian target konsumen. Dalam strategi pemasaran kami juga menyediakan produk kami untuk partai besar misalnya, untuk acara seminar kami bisa menyediakannya dalam bentuk yang telah dipotong-potong dan mengkombinasikannya dengan snack yang lain dan dibungkus dalam sebuah box. Kami juga menerima pemesanan partai besar khusus mahasiswa dalam menggalang dana usaha, karena di satu sisi kami melihat mahasiswa mempunyai kendala dalam menggalang dana jika produk yang mereka pasarkan harga awalannya sudah mahal, sehingga produk kami memberikan solusi bagi mahasiswa dalam menggalang dana dengan harga produk yang lebih murah dan dapat dijangkau oleh mahasiswa.

c. Perluasan Jaringan

Perluasan jaringan dilakukan untuk menjamin peluang keberlanjutan usaha. Kami akan melakukan kerja sama dengan petani yang tujuan agar pasokan bahan baku (tepung hanjeli) selalu tersedia serta kualitas dan harga dari petani yang menjadi partner dapat disesuaikan dengan keinginan. Selain itu, kerjasama juga akan dilakukan dengan beberapa toko dimana produk kami dapat dipasarkan di toko tersebut, hal ini merupakan salah satu cara agar produk kami dapat cepat menyebarluas di pasaran.

d. Distribusi Pemasaran



Gambar. 1. Bagan Distribusi Pemasaran

IV. PELAKSANAAN PROGRAM

1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

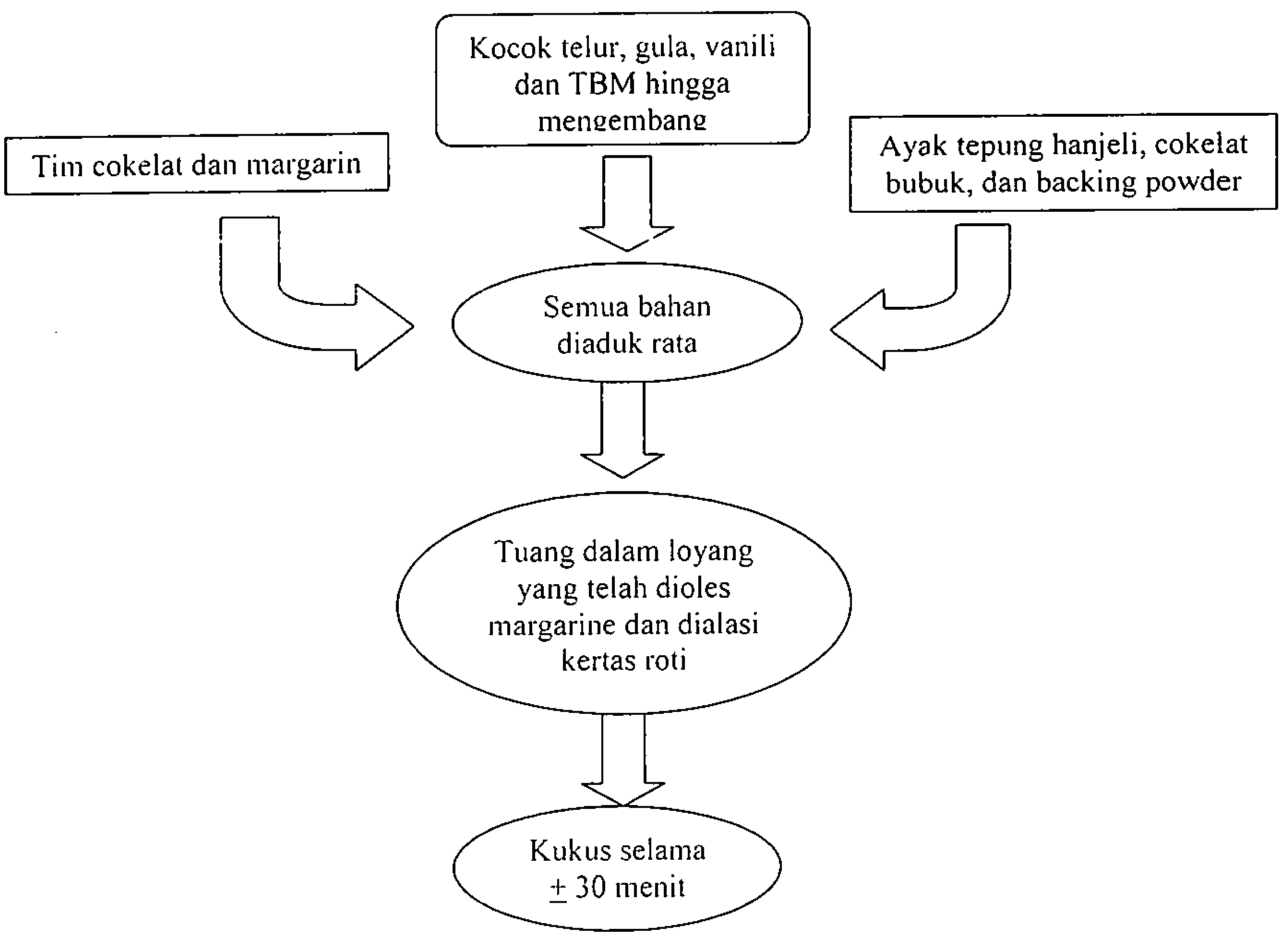
Kegiatan usaha ini telah dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu pada bulan Maret sampai Mei 2008 dan bertempat di Babakan Lio No. 5A, Darmaga Bogor.

2. Tahapan Pelaksanaan

1. Persiapan bahan baku produksi

Bahan baku utama dalam produksi brownis ini adalah hanjeli yang diperoleh dari petani yang ada di Desa Sukawangi, Kecamatan Sukamakmur Kabupaten Bogor. Hanjeli tersebut kami beli sudah dalam bentuk tepung. Sedangkan bahan-bahan lainnya kami peroleh dengan membeli di pasar.

2. Pembuatan brownis



Gambar 2. Bagan Pembuatan Brownis

3. Instrumen Pelaksanaan

Bahan dan Alat

Bahan-bahan dan ukuran untuk membuat brownis hanjeli untuk 2 loyang adalah:

- 200 gram tepung hanjeli
- 4 butir telur
- 200 gram margarin
- 100 gram dark cokelat
- 300 gram gula pasir
- 50 gr cokelat bubuk
- 1 sendok makan backing powder
- ¼ sendok teh vanili
- 1 sendok teh TBM
- 1 sendok makan susu bubuk

Alat yang digunakan adalah kompor gas, panci, mixer, wadah plastik (baskom), loyang, sendok makan, sendok karet, timbangan, pisau, dan parutan keju

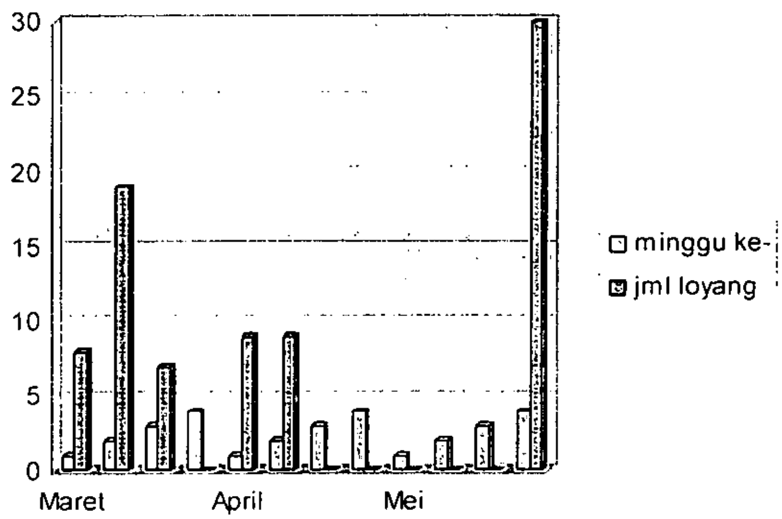
V. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perkembangan produk dan metode produksi

Langkah awal yang dilakukan dalam menjalankan program PKM ini adalah melakukan uji coba produk agar didapat hasil yang sesuai dengan keinginan konsumen. Kegiatan ini dilakukan pada minggu pertama bulan Maret tahun 2008. Uji coba pertama dilakukan untuk mendapatkan tampilan dan rasa yang baik. Pada percobaan awal dilakukan dengan membuat brownis yang sudah terpotong-potong sebagai tester yang dibagi-bagikan secara gratis. Hasil yang kami dapatkan adalah rasanya yang cukup disukai oleh konsumen namun dari segi penampilan produk kami masih kurang karena tidak ada toping diatas brownis tersebut.

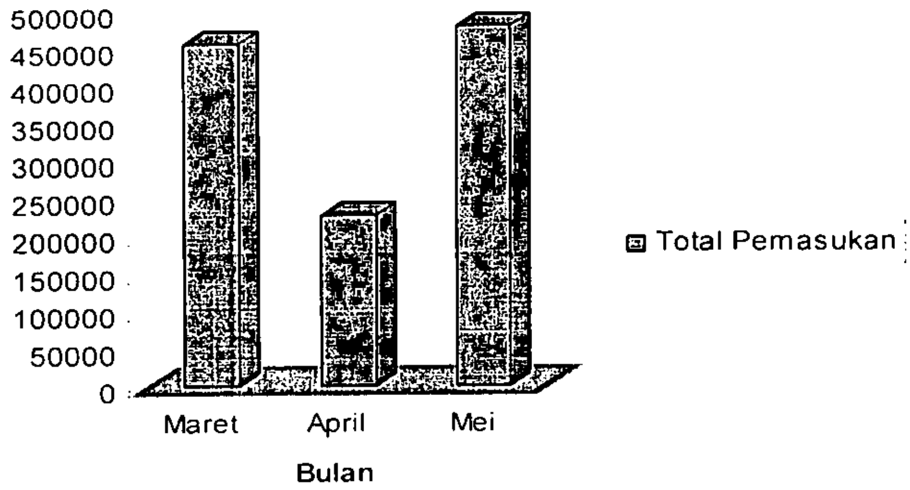
Setelah kami mendapatkan saran dan kritik dari konsumen disaat pembagian tester secara gratis selanjutnya kami mencoba memproduksi brownis hanjeli dengan ukuran loyang dan diberi toping sesuai permintaan konsumen seperti, keju, coklat, atau kacang kenari. Produk awal yang coba kami pasarkan adalah brownis yang sudah terpotong-potong yang dikemas oleh kertas kue. Hal tersebut bertujuan untuk mengantisipasi konsumen yang hanya ingin membeli dengan harga yang relatif lebih murah jika dibandingkan dengan penjualan ukuran loyang. Namun disatu sisi kami tetap memproduksi ukuran loyang, guna mengantisipasi pesanan konsumen. Biasanya konsumen lebih tertarik dengan ukuran loyang untuk oleh-oleh keluarganya.

Pembuatan brownis hanjeli dilakukan selama 3 bulan berturut-turut yang dimulai sejak bulan Maret-Mei. Lokasi produksi brownis hanjeli ini bertempat di kosan anggota kelompok kami yaitu di Wisma Fairus, Jln. Balio no. 5A Kelurahan Balumbang Jaya, Dramaga. Dalam proses produksi kami sudah memproduksi hampir 90 loyang brownis dalam 3 bulan terakhir. Produksi dilakukan jika mendapat pesanan dari konsumen atau disaat kami melakukan bazar di tempat yang strategis. Selama ini kami sering mendapat pesanan melalui sms dan bazar, karena selama proses pemasaran kami sering menyebarkan leaflet dan cenderung mengikuti bazar. Disamping itu, kami suka mendapat pesanan dalam kegiatan kemahasiswaan seperti seminar dan rapat kepanitiaan. Kelompok kami pun melakukan pembagian tugas menjadi divisi produksi, divisi administrasi dan keuangan serta divisi pemasaran.



Grafik 1. Hasil Penjualan per Loyang Bulan Maret-Mei 2008

Grafik 1 menunjukkan hasil penjualan brownis pada bulan Maret sampai Mei 2008. Pada bulan maret, kami berproduksi pada minggu pertama sampai minggu ketiga, dimana hasil penjualan pada minggu-minggu tersebut berturut-turut adalah 8 loyang, 19 loyang dan 7 loyang brownis. Pada bulan Maret ini penjulan yang dilakukan sudah termasuk penjualan promosi dan penjulan yang dilakukan dengan mengikuti Bazar kampus. Pada bulan April, total penjualan yang didapat adalah 18 loyang, kemudian untuk bulan Mei penjualan sebanyak 30 loyang dapat kami capai dengan mengikuti Bazar kampus. Sedangkan besarnya pemasukan yang didapat pada penjualan dari bulan Maret sampai Mei 2008 ditunjukkan oleh grafik 2.



Grafik 2. Total Pemasukan pada bulan Maret-Mei 2008

2. **Perkembangan Pemasaran**

✓ **Strategi Pemasaran**

Segmentasi pasar kami bagi menjadi 2 yaitu mahasiswa dan masyarakat lingkar kampus. Target utama market share kami adalah mahasiswa mengingat berbagai pertimbangan yaitu kami memiliki link (pasar) ke kelembagaan dan acara-acara yang ada di kemahasiswaan untuk konsumsi/ expo, Potensi pasar di mahasiswa IPB sangat besar. Produk kami pun dibagi menjadi 2 bentuk yaitu brownis yang sudah dipotong-potong serta dikemas oleh kertas kue dan brownis ukuran loyang yang dikemas oleh box kue. Adapun tujuan kelompok kami membagi 2 bentuk antara lain :

- Konsumen lebih fleksibel dalam membeli brownis berbagai ukuran yang tidak terpaku dengan satu ukuran saja.
- Bisa menyesuaikan budget konsumen karena terdapt berbagai ukuran.
- Agar terlihat lebih ekslusif jika dihidangkan untuk oleh-oleh keluarga.

✓ **Harga**

Brownis hanjeli dengan ukuran loyang kami jual dengan harga Rp. 16.000,00 dan untuk ukuran yang sudah terpotong-potong kami jual seharga Rp. 1000,00

Untuk kapasitas produksi 23 loyang :

Tepung 2,3 Kg x @ Rp 5000	=	Rp.11.500,00
Mentega 2,3 Kg x @ Rp 13000,00	=	Rp. 29.900,00
Telor 23/8 x @ Rp 13000,00	=	Rp. 37.375,00
Gula 2,3 Kg x @ Rp. 5.700,00	=	Rp. 13.110
Coklat bubuk 575 gr/180 gr x @16000,00	=	Rp. 51.111,11
Coklat batang 2 x @ Rp. 12.000,00	=	Rp. 24000,00
Keju 1 x @ Rp. 12.000,00	=	Rp. 12.000,00
TBM 1 x @ Rp 3000,00	=	Rp. 3000,00
Vanili ½ x Rp. @ Rp. 3650,00	=	Rp. 1825,00
Backing powder ½ x @ Rp. 2600,00	=	Rp. 1300,00
Coklat putih ½ x @ Rp 6000,00	=	Rp. 3000,00
Kertas kue	=	Rp. 1000,00
Minyak tanah 3 liter x @ Rp.3500	=	Rp. 10.500,00
Stand	=	Rp. 75.000,00
Transport	=	Rp. 10.000,00
Tempat brownis ukuran loyang (box kue)	=	Rp. 21.000,00
Biaya Produksi 23 loyang		Rp.305.621,11
Beban per loyang	sekitar	Rp. 13.300,00

Kelompok kami lebih diuntungkan oleh penjualan per potong Rp. 1000,00 karena dalam satu loyang dapat dipotong 16 bagian tanpa harus dijual dengan box kue namun hanya dikemas dengan kertas kue. Selain itu kami juga lebih diuntungkan oleh langganan tetap kami karena mereka langsung memesan sehingga tidak harus menyewa stand untuk berjualan yang dapat menambah biaya produksi.

✓ **Promosi**

Produk brownis adalah produk yang cukup dikenal oleh masyarakat sehingga kelompok kami lebih mengedepankan khasiat dari brownis hanjeli tersebut. Hal-hal yang kami lakukan untuk berpromosi antara lain :

a. Pemberian informasi secara langsung (*direct promotion*)

Pemberian informasi secara langsung dilakukan oleh para personil tim ketika melakukan *dirrect selling.*

b. Pemberian informasi secara tidak langsung (*undirect promotion*)

Promosi tidak langsung dilakukan dalam bentuk pamplet yang dibuat semenarik mungkin.

Promosi secara langsung dianggap cukup efektif karena adanya interaksi langsung antara konsumen dan produsen. Usaha promosi tidak langsung juga ditambah dengan terjadinya promosi mulut ke mulut (*Word to Mouth*) yang akan dilakukan oleh konsumen yang merasa puas akan produk kami.

✓ **Memanfaatkan acara yang diadakan disekitar kampus**

Kami bekerja sama dengan berbagai kelembagaan yang mempunyai acara yang dihadiri banyak mahasiswa, dimana kami yang menyediakan konsumsi. Salah satu kelembagaan yang pernah bekerjasama dengan kami ialah Maestro Muda Indonesia, dimana mereka memesan 300 snack untuk peserta seminar. Snack tersebut kami isi dengan mengkombinasikan pastel dan produk kami yaitu brownis hanjeli yang dikemas oleh plastik atau box tergantung kapasitas snack.

3. Kendala dan Solusi yang Dihadapi

Kendala yang dialami oleh kelompok kami selama ini yaitu adanya kenaikan harga bahan bakar minyak yang membawa berpengaruh pula pada kenaikan harga bahan-bahan pokok yang menyangkut kebutuhan bahan baku kami. Ketidakstabilan harga bahan baku ini yang menyebabkan ketidakstabilan keuntungan sehingga sulit diprediksi berapa keuntungan di tahun-tahun yang akan datang. Dalam hal pemasaran kendala yang dihadapi adalah jangkauan pasar yang masih terbatas yaitu baru sebatas kampus dan masyarakat lingkar kampus.

Solusi yang dilakukan untuk mengatasi kendala kenaikan harga bahan pokok adalah menyesuaikan harga jual dengan tetap menjaga kualitas produk. Mengenai bahan baku utama yaitu tepung hanjeli, maka kami menanam atau membudidayakan sendiri tanaman hanjeli. Hal ini dilakukan agar hanjeli sebagai bahan baku utama dalam produksi brownis ini selalu tersedia setiap saat, dan tidak tergantung pada produksi petani. Mengingat bahwa tanaman hanjeli merupakan salah satu tanaman yang pada dasarnya dapat hidup di berbagai jenis tanah bahkan di lahan marjinal sekalipun, maka kami tidak merasa kesulitan dalam hal melaksanakan proses budidaya. Selain itu kami mencoba mensosialisasikan bahan baku (hanjeli) di wilayah sekitar kampus agar petani tergugah untuk menanamnya dan bekerjasama dengan kami. Jadi di satu sisi kelompok kami menjadi mandiri dalam menghasilkan bahan baku, dan di sisi lain kami juga dapat memberdayakan masyrakat/petani untuk menanam hanjeli, sehingga selain menanam sendiri kami juga masih bisa memberdayakan masyarakat.

Solusi dalam hal pemasaran yaitu kami sering mengikuti kegiatan bazar karena potensi bazar cukup bagus karena dapat dilihat oleh berbagai kalangan mulai dari mahasiswa, dosen, karyawan, dan pekerja lainnya yang diharapkan akan menjadi salah satu strategi promosi yang baik.

Dari sisi pemasaran kami akan mencoba melakukan ekspansi pasar dengan mengusahakan distribusi produk ke seluruh kantin di IPB. Kami pun mempunyai rencana kedepan dengan mendaftarkan sebagai HKI (Hak dan Kekayan Intelektual) dan akan didaftarkan sebagai produk industri rumah tangga, sertifikat halal dari LP-POM dan MUI serta Sertifikat Kesehatan dari Departemen Kesehatan RI. Setelah itu kami dapat melakukan pemasaran ke supermarket dan hypermarket karena telah memiliki sertifikasi yang legal.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

✓ Tepung hanjeli merupakan salah satu alternatif pengganti terigu yang dapat digunakan sebagai bahan dasar pembuatan brownis.

✓ Keunikan atau cirri khas dari hanjeli yang belum terlalu dikenal luas oleh masyarakat, menjadi potensi bisnis yang sangat menjanjikan.

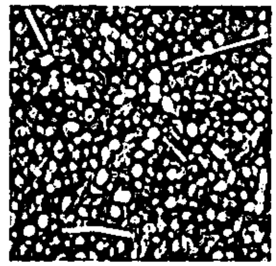
B. Saran

- Untuk memperoleh informasi yang lebih akurat tentang kandungan gizi dari tepung hanjeli, maka disarankan agar ada penelitian lebih lanjut tentang kandungan yang dimiliki oleh tepung hanjeli, sehingga alasan untuk menjadikan tepung hanjeli sebagai pengganti tepung terigu mempunyai landasan yang kuat.

LAMPIRAN

A. Bahan Baku

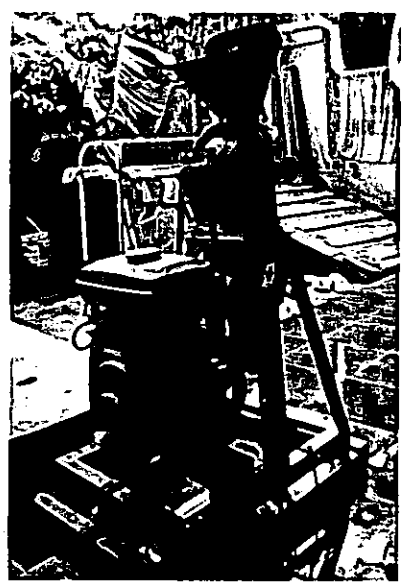
Tanaman Hanjeli

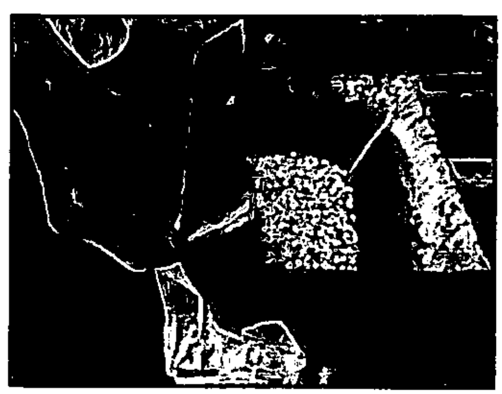


Biji Hanjeli

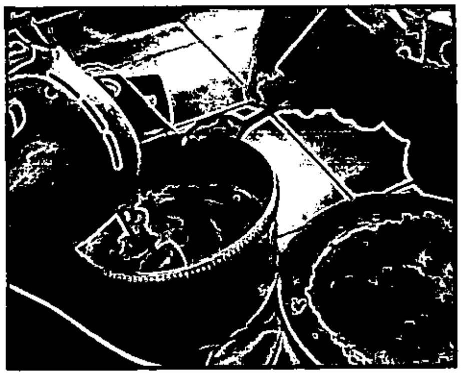
Beras Hanjeli

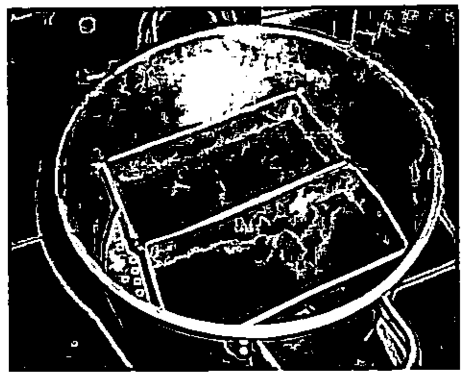
B. Proses Penepungan



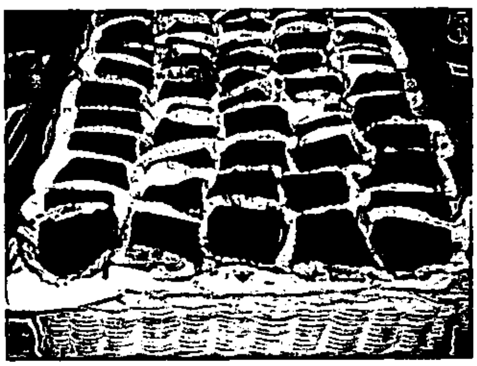


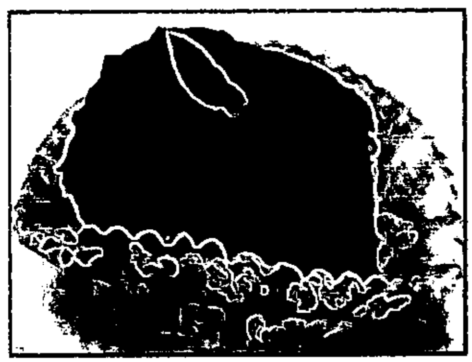
C. Proses Produksi

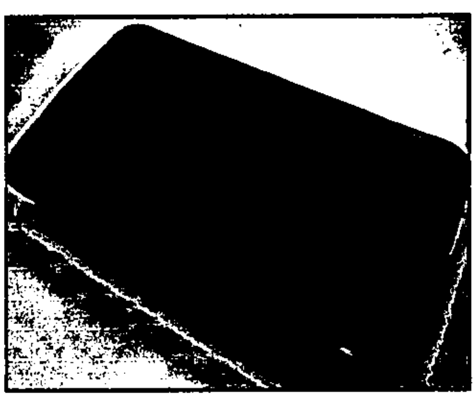




D. Contoh Produk







E. Kegiatan Promosi (Pembagian Leaflet)

F. Bazar PKM, diselenggarakan oleh KOPMA IPB (30Maret – 4 April 2008)

G. Jadwal Kegiatan

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

No	Uraian	Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	persiapan																
2	pengadaan bahan dan alat																
3	produksi dan pemasaran																
4	promosi																
5	evaluasi																
6	pelaporan																