LAPORAN AKHIR PKM KEWIRAUSAHAAN

Upaya Diversifikasi Pembuatan Baby Fish Crispy Dari Ikan Nilem (*Osteochilus hasselti*)

Diusulkan Oleh:

Ferry Harvey Devis	**(C 34104013/2004)**
Fahmi Nuryana	**(C 34104050/2004)**
Purwati Ningsih	**(C 34050182/2005)**

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

LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

1. Judul Kegiatan : Upaya Diversifikasi Pembuatan Baby Fish Crispy Dari Ikan Nilem (*Osteochilus hasselti*)

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 : Ferry Harvey Devis
   b. NRP : C34104013
   c. Departemen : Teknologi Hasil Perikanan
   d. Universitas/Institut : Institut Pertanian Bogor
   e. Alamat Rumah dan No. Hp : Jl. Raya Majalengka – Ciamis No. 17 Rt 5/ Rw 2 Cingambul – Majalengka – Jawa Barat. No.Hp 085216378917
   e. Alamat e_mail : TROV_41@yahoo.co.id

5. Anggota Pelaksana Kegiatan : 2 orang

6. Dosen Pembimbing :
   a. Nama Lengkap dan Gelar : Dra. Pipih Suptijah, MBA
   b. NIP : 131 478 638

7. Biaya Kegiatan Total :
   DIKTI : Rp. 5.500.000
   Sumber Lain (sebutkan) : -

8. Jangka Waktu Pelaksanaan : Bulan Januari s/d Mei, tahun 2008

Bogor, 19 Mei 2008

Menyetujui,
Ketua Departemen Teknologi Hasil Perairan

(Dr. Ir. Linawati Hardjito MSc.)
NIP. 131 664 395

Ketua Pelaksana Kegiatan

(Ferry Harvey Devis)
NRP. C34104013

Wakil Rektor
Bidang Akademik dan Kemahasiswaan

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

Dosen Pembimbing

(Dra. Pipih Suptijah, MBA)
NIP. 131 478 638

ABSTRAK

Potensi sumber daya ikan nilem di Indonesia, kususnya di Jawa Barat cukup besar, namun tingkat pemanfaatan dan konsumsinya masih rendah oleh masyarakat Indonesia.

Diversifikasi produk hasil perikanan merupakan salah satu cara untuk meningkatkan konsumsi ikan oleh masyarakat. Pembuatan produk dari bahan dasar ikan maupaun hasil perikanan lainnya dapat menambah keanekaragaman produk perikanan. Dengan adanya diversifikasi produk hasil perikanan diharapkan dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk mengkonsumsi ikan dan hasil perikanan lainnya. Salah satu jenis ikan yang dimanfaatkan untuk diversifikasi produk peraiaran adalah ikan Nilem (*Osteochilus hasselti*).

Dengan adanya program tersebut diharapkan dapat terciptanya produk baru yang sehat, bergizi, dan berkualitas dengan harga terjangkau sehingga minat masyarakat terhadap produk ini tinggi. Selain itu, program ini juga diharapkan akan menjadi wahana melatih dan mempraktekkan kemampuan manajemen wirausaha, sikap tanggung jawab dan kerjasama tim, membangkitkan jiwa kewirausahaan dalam diri mahasiswa, membuka peluang bisnis bagi masyarakat.

Kegunaan dari program ini adalah melatih mahasiswa dalam berinovasi mengembangkan produk-produk unggulan sekaligus berwirausaha, meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan peningkatan pendapatan melalui terciptanya lapangan kerja baru, menciptakan sumberdaya manusia yang berkualitas dengan pemenuhan gizi yang cukup khususnya protein.

Ikan Nilem (*Osteochilus hasselti*) merupakan ikan yang mempunyai potensi cukup besar khususnya di Jawa Barat.

Diversifikasi merupakan penganekaragaman suatu bahan baku menjadi produk yang beragam sehingga meningkatkan daya tarik bagi konsumen.

Baby Fish merupakan produk hasil diversifikasi dari bahan baku ikan nilem.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah YME yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini dengan judul" Upaya Diversifikasi Pembuatan Baby Fish Dari Ikan Nilem (*Osteochilus hasselti*)", yang merupakan sebuah program dari Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi.

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada pihak – pihak yang telah membantu dan banyak memberikan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan karya tulis ini, khususnya kepada:

1. Dra. Pipih Suptijah, MBA, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, masukan, dan bimbingan dalam menyusun karya tulis ini.
2. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan karya tulis ini.

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini tidak luput dari kekurangan dan kesalahan, hal ini karena keterbatasan kemampuan dan pengetehuan penulis, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan karya tulis ini. Semoga karya tulis ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bogor, Juli 2008

Penulis

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia memiliki kawasan peraiaran yang mempunyai sumber daya alam hayati yang kaya dan beragam. Pemanfaatan sumberdaya yang optimal merupakan sumber dana yang dapat meningkatkan dan menunjang pembangunan negara Indonesia.

Konsumsi ikan masyarakat Indonesia masih tergolong rendah. Pada tahun 2001 konsumsi ikan penduduk Indonesia adalah 21,7 kg/kapita/tahun (Tim Pokja Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan, 2004). Tingkat konsumsi rata-rata nasional tersebut masih dibawah anjuran FAO yang menetapkan minimal 26 kg/kapita/tahun (Anonymous, 2004).

Khomsan (2003) menyatakan bahwa rendahnya konsumsi ikan di Indonesia juga diperburuk dengan kondisi pendistribusian konsumsi antar propinsi yang tidak merata. Hal ini disebabkan kelembagaan dalam mendistribusikan ikan sampai ke pelosok desa dan kota masih bergantung pada pedagang kecil. Selain itu, hal ini juga disebabkan oleh sifat komoditi ikan yang cepat busuk.

Oleh karena itu diversifikasi produk hasil perikanan merupakan salah satu cara untuk meningkatkan konsumsi ikan oleh masyarakat. Pembuatan produk dari bahan dasar ikan maupaun hasil perikanan lainnya dapat menambah keanekaragaman produk perikanan. Dengan adanya diversifikasi produk hasil perikanan diharapkan dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk mengkonsumsi ikan dan hasil perikanan lainnya.

Salah satu jenis ikan yang dimanfaatkan untuk diversifikasi produk peraiaran adalah ikan Nilem (*Osteochilus hasselti*). Ikan nilem adalah ikan budidaya air tawar. Ikan Nilem merupakan ikan endemik indonesia yang sudah dibudidayakan secara komersial. Secara nasional keberadaannya kurang populer kecuali di Jawa Barat, oleh karena itu harga jual di pasaran masih rendah. Hampir 80% produksi nasional ikan nilem berasal dari Jawa Barat.

Dengan melihat fenomena tersebut maka perlu diadakannya upaya diversifikasi dari ikan nilem untuk meningkatkan nilai tambah dari ikan tersebut. Salah satu diversifikasi produknya adalah Baby Fish Crispy. Keunggulan dari baby fish crispy dari ikan nilem ini diantaranya harganya lebih tejangkau karena bahan baku utama berupa ikan nilem harganya lebih murah dibanding ikan yang biasa dipakai untuk bahan baku produk sejenis baby fish yaitu ikan mas, ikan yang di konsumsi merupakan ikan yang ukurannya masih kecil sehingga hal ini mempunyai keunggulan diantaranya *edible portion*-nya adalah 100% karena seluruh bagiannya dapat dikonsumsi, Asam amino, asam lemak, dan komponen lainnya masih sederhana sehingga daya cernanya ditubuh lebih besar dibanding dengan ikan yang ukurannya sudah besar.

Baby fish crispy merupakan makanan salah satu produk makanan kering. Baby fish crispy dikonsumsi bukan hanya sebagai makanan utama tetapi sebagai makanan kecil, makanan selingan ataupun sebagai lauk pauk yang umumnya dikonsumsi dalam jumlah yang sedikit. Permintaan masyarakat terhadap produk makanan kering dari hasil perikanan semakin meningkat dan merupakan komoditas yang di ekspor bersama bahan makanan lain (BI, 2004).

Dengan melihat prospek pasar yang sangat mendukung untuk perkembangan usaha ini maka upaya diversifikasi ini menjadi peluang untuk mahasiswa dan masyarakat untuk dikembangkan menjadi peluang bisnis yang menguntungkan dengan sistem pemasaran yang efektif, mudah dan murah.

2. Perumusan Masalah

Masalah yang menjadi latarbelakang program ini adalah:

1. Potensi sumber daya ikan nilem di Indonesia, kususnya di Jawa Barat cukup besar, namun tingkat pemanfaatan dan konsumsinya masih rendah oleh masyarakat Indonesia.
2. Belum optimalnya diversifikasi pemanfaatan ikan nilem.
3. Diperlukan upaya diversifikasi produk berbahan ikan nilem untuk meningkatkan konsumsinya oleh masyarakat Indonesia.

4. Rendahnya konsumsi protein hewani penduduk Indonesia, terutama yang berasal dari hasil perikanan sehingga banyak masyarakat Indonesia yang menderita gangguan kesehatan akibat kekurangan protein.
5. Perlu manajemen promosi dan pemasaran yang sederhana dan efektif dalam rangka meminimalkan *cost marketing*.
6. Melalui produk unggulan dan daya saing tinggi maka dapat dijadikan sebagai sarana berwirausaha bagi mahasiswa dan masyarakat.

3. Tujuan Program

Tujuan dari program ini adalah :

1. Memanfaatkan ikan nilem sebagai salah satu potensi perairan yang besar di Indonesia menjadi produk yang berkualitas dan memiliki nilai gizi yang tinggi.
2. Meningkatkan konsumsi masyarakat terhadap produk hasil perairan yang sehat dan bergizi.
3. Menciptakan diversifikasi produk baru yang berkualitas dengan harga terjangkau.
4. Mengaplikasikan ilmu yang didapat mahasiswa ke arah yang lebih baik dan bermanfaat bagi mastarakat secara luas.
5. Sebagai wahana melatih dan mempraktekkan kemampuan manajemen wirausaha, sikap tanggung jawab dan kerjasama tim.
6. Membangkitkan jiwa kewirausahaan dalam diri mahasiswa
7. Membuka peluang bisnis bagi masyarakat.

4. Luaran Yang Diharapkan

1. Terciptanya produk makanan sehat bergizi.
2. Produk makanan yang menarik, mudah diterima dengan harga terjangkau.
3. Terbentuknya kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi protein yang cukup
4. Terciptanya sumberdaya manusia yang berkualitas
5. Menciptakan lapangan usaha masyarakat kecil menengah dalam peningkatan taraf hidup.

6. Didapatkannya profit maksimal dari hasil penjualan produk Baby Fish Crispy tersebut.

5. Kegunakan Program

1. Melatih mahasiswa dalam berinovasi mengembangkan produk-produk unggulan sekaligus berwirausaha.
2. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan peningkatan pendapatan melalui terciptanya lapangan kerja baru
3. Menciptakan sumberdaya manusia yang berkualitas dengan pemenuhan gizi yang cukup khususnya protein.
4. Meningkatkan kemampuan kerjasama tim.

II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Rencana usaha dari penjualan produk Baby Fish Crispy ini antara lain:

1. Produk Baby Fish Crispy dikemas dalam kemasan plastik ukuran 250 gr.
2. 1 Kg ikan nilem menghasilkan 25 bungkus baby fish crispy.
3. Frekuensi produksi dilakukan sebanyak sekali seminggu dengan volume produksi 10 Kg dan 1 bulan yang mampu menghasilkan 1000 bungkus. Produksi akan ditingkatkan secara bertahap.
4. Di tingkat konsumen harga Baby Fish Crispy adalah Rp 1.500 per cup
5. Umur Proyek adalah 3 (tiga) tahun didasarkan pada umur alat seal, jerigen dan stempel sebagai biaya tetap dengan umur manfaat paling panjang.
6. Terjadi peningkatan produksi sebesar 2% pada tiga bulan pertama di tahun pertama dengan suku bunga kompetitif 18% per tahun. Pada saat yang sama juga terjadi peningkatan biaya variabel dengan besaran yang sama.
7. Pada tahun kedua, terjadi peningkatan produksi Baby Fish Crispy sebesar 2% pada setiap bulan dengan suku bunga kompetitif 18% per tahun dan pada tahun ketiga terjadi peningkatan produksi Baby Fish Crispy sebesar 2% pada setiap tiga bulan, dengan suku bunga 18% per tahun. Pada saat yang sama juga terjadi peningkatan biaya variabel dengan besaran yang sama di tahun kedua dan ketiga.

III. METODE PENDEKATAN

1. Kegiatan Pra Produksi

Kegiatan pra produksi terdiri atas kegiatan survei pasar dan persiapan produksi. Survei pasar dilakukan dengan melakukan pendataan dan kajian lapangan mengenai lokasi pembelian bahan baku dan lokasi pemasaran yang ditargetkan dan sekaligus pencarian mitra usaha. Sedangkan kegiatan persiapan produksi meliputi pengadaan peralatan dan bahan baku pembuatan produk "Baby Fish Crispy".Survei dilakukan di Pasar Anyar Bogor, kolam budidaya Parung Bogor, kolam budidaya Lido Bogor, kolam budidaya Telagasari, Kawali, Ciamis.

2. Kegiatan Produksi

2.1 Pembuatan "Baby Fish Crispy"

Bahan :Tepung terigu, telor, anak ikan nilem, tepung crispy, garam, merica, gula, flavour, penyedap rasa, bawang merah, bawang putih,ketumbar, minyak goreng, jeruk peres, label, dan pelastik kemasan.

Alat: baskom, pisau, talenen, kompor, wajan, sodet, serok, serbet, alat seal, blender, ember, dan jerigen.

Cara membuat:

1. Rendam ikan dalam larutan garam 10% dan air perasan jeruk. Biarkan kira kira 15 - 30 menit. Setelah itu tiriskan
2. Haluskan bumbu (garam, merica, gula, bawang merah, bawang putih, ketumbar, flavour, dan penyedap rasa)
3. Campurkan terigu dengan bumbu yang telah dihaluskan
4. Kocok telur
5. Jerangkan minyak hingga panas
6. Celup ikan ke dalam kocokan telor lalu masukan kedalam campuran terigu

7. Celupkan kembali ke dalam telor kemudian di taburi dengan tepung crispy (bread crumb)
7. Mengoreng ikan sebaiknya terendam (*deep frying*), setelah digoreng gunakan alat peniris minyak. Hal ini agar kadar minyak dan air yang terkandung dalam ikan dikurangi untuk menjaga garing nya ikan dan didapatkan hasil yang renyah
8. Setelah ditiriskan dan suhunya sudah turun, produk Baby Fish Crispy dikemas dalam kemasan plastik transparan dan dilakukan pelabelan, dan produk siap dipasarkan.

Diagram alir pembuatan Baby Fish Crispy dapat dilihat di lampiran 5.

4. Kegiatan Pengemasan dan Pelabelan

Pengemasan (*packaging*) adalah semua kegiatan merancang dan memproduksi wadah untuk produk. 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. Produk "Baby Fish Crispy" akan dikemas vakum menggunakan plastik transparan yang di sealing dan pelabelan yang jelas dan menarik. Dalam kegiatan ini pengemasan dijadikan sebagai salah satu alat modifikasi produk, modifikasi kemasan yang akan dilakukan meliputi gambar, warna, dan tulisan. Merek yang kita gunakan adalah "Baby Fish Crispy". Gambar desain label dan kemasan "Baby Fish Crispy" dapat dilihat pada Lampiran 6.

Setelah didesain, kemasan tersebut diuji, beberapa uji yang dilakukan diantaranya:

1. Uji teknis: dilakukan untuk memastikan bahwa kemasan tersebut tahan dalam kondisi normal.
2. Uji visual: dilakukan untuk memastikan tulisannya dapat dibaca dan warna atau gambarnya selaras.
3. Uji penyalur: dilakukan untuk memastikan bahwa penyalur mengangap kemasan tersebut menarik dan mudah ditangani.

4. Uji konsumen: dilakukan untuk memastikan tanggapan konsumen yang positif.

5. Kegiatan Pemasaran dan Promosi

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang meraka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Konsep usaha yang dimunculkan dalam program ini adalah memenuhi kebutuhan pangan masyarakat yang berkualitas, higienis, bergizi dengan harga yang bersaing. Produk diversifikasi ikan nilem "Baby Fish Crispy" memiliki sistem pemasaran dan daerah pemasaran mandiri. Pengelolaan program ini meliputi kegiatan penentuan atau perluasan pasar, strategi penjualan dan pengaturan manajemen bisnis secara operasional di lapangan.

5.1 Strategi Pemasaran

Konsep pemasaran akan dilaksanakan diawali dengan mengidentifikasi dan membedakan kelompok pembeli dan melihat perbedaan secara demografis, psikografis, serta prilaku dikalangan pembeli. Rencana pemasarannya dibagi menjadi dua yaitu:

1. Strategis: yaitu rencana pemasaran dengan mengembangkan tujuan dan strategi pemasaran yang luas berdasarkan analisis situasi dan peluang pasar yang ada.
2. Taksis: Menggariskan taktik pemasaran yang spesifik yang terdiri dari periklanan, penjualan, penetapan harga saluran distribusi, dan pelayanan.

Pemasaran dilanjutkan dengan menjalin kerjasama secara langsung dengan toko-toko, kantin-kantin kantor dan sekolah, asrama, tempat kost serta pedagang asongan untuk melakukan penjualan 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 reaktif*, yaitu sistem kerja sama titip jual kepada pedagang dan memantau pemasaran dengan cara produsen berusaha menyediakan no. kontak yang bisa dihubungi dan dan angket jika dimungkinkan pembeli mempunyai pertanyaann komentar, atau keluhan tentang produk.

Sistem *konsinyasi reaktif* yang diterapkan akan membuat pedagang 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 pedagang yang harus senantiasa terjalin, hal ini dilakukan untuk membangnun hubungan jangka panjang yang saling memuaskan dengan pihak – pihak yang berkepentingan dalam rangka mendapatkan serta mempertahankan preferensi dan kelangsungan bisnis jangka panjang.

Pada taraf kestabilan pasar produk tercapai, sistem *konsinyasi* akan di ubah menjadi sistem jual beli barang atau order dengan pembayaran secara langsung.

5.2 Kegiatan Promosi

Kegiatan promosi dilakukan secara langsung kepada para konsumen melalui pedagang, salah satunya dengan adalah dengan media poster yang didistribusikan sejalan dengan distribusi produk melalui pedagang dan mengadakan kegiatan tester di tempat – tempat umum dengan pembagian baby fish crispy gratis.

5.3 Daerah Pemasaran

Daerah pemasaran produk adalah wilayah bogor diantaranya kampus IPB Darmaga, warung, toko, rumah makan, koperasi yang berada di bogor dan khususnya sekitar kampus, kost - kostan mahasiswa dan asrama mahasiswa IPB.

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.

No	Jenis Pasar	Nama
1	Toko	Al-amin mini market
		Mina Lestari
		Hasna mini market
		Citra Usaha
2	Sekolah	SDN Darmaga I Bogor
		SDN Darmaga II Bogor
		SLTP Negeri 1 Darmaga1
		SLTP Negeri Sejahtera Bogor
		SMU KORNITA IPB
3	Asrama	Asrama Putra TPB
		Asrama Putri TPB
		Asrama Putri Darmaga
		Asrama mahasiswa Pinus
		Asrama Mahasiswa Sylvalestari
		Asrama Mahasiswa Aceh
		Asrama Mahasiswa Jambi
		Asrama Indramayu
4	Koperasi/kantin	Kantin Dolpin Fakultas Perikanan
		Kantin Sapta Fakultas Teknologi Pertanian
		Kantin Fakultas Kehutanan
		Kantin Fakultas Peternakan
		Kantin Fakulàtas Kedökteran Hewan
		Kantin Stevia Fakultas Pertanian
		KOPMARIKAN
		Kantin Red Corner
		Kantin Blue Corner
		Kantin Yelow Corner
5	Kost Mahasiswa	Wisma La Sapiensa

		Wisma An nur
		Wisma Anindhi
		Pondok Windhy
		Ponpes Mahasiswa Al Inayah
		Wisma Gopis
		Wisma Biru
		Pondok Elbios
5	Rumah makan	Warung sate kambing muda
		Pondok Anindi Ayam Bakar 1
		Pondok Anindi Ayam Bakar 2
		RM Yunani
		RM Askil
		Kedai Bang Ucok

IV. PELAKSANAAN PROGRAM

1. Waktu dan Tempat

Program ini dilaksanakan mulai tanggal 27 Januari 2008 – 30 Mei 2008. Tempat pelaksanaan program diantaranya Pasar Anyar Bogor untuk tempat survey bahan baku selain ikan, kolam budidaya Parung Bogor, kolam budidaya Lido Bogor, kolam budidaya Telagasari, Kawali, Ciamis untuk survey bahan baku ikan. Produksi dilaksanakan di kostan mahasiswa. Pemasaran dilaksanakan di tempat pemasaran yang telah direncanakan.

2. Tahapan Pelaksanaan

1.1. Survey Pasar

Survey pasar yang telah dilakukan adalah di daerah kolam budidaya Laladon pada tanggal 1 Maret 2008, Lido 4 Maret 2008, dan Ciomas 5 Maret 2008, Parung 6 Maret 2008, kolam budidaya Talagasari, Kawali, Ciamis pada tanggal 10 Maret 2008 dan kolam budidaya Sukamukti, Majalengka pada tanggal 19 maret 2008 untuk survey bahan baku anak ikan nilem, Survey pasar untuk pembelian bahan baku lainnya dilakukan di pasar Bogor dan pasar Anyar Bogor pada tanggal 1 Maret 2008.

1.2. Pembelian Bahan Baku

Pembelian bahan baku dilakukan di daerah kolam budidaya Parung pada tanggal 12 maret 2008, kolam budidaya Talagasari, Kawali, Ciamis pada tanggal 24 Maret 2008 dan kolam budidaya Sukamukti, Majalengka. Pembelian bahan baku lainnya dilakukan di Pasar Anyar Bogor pada tanggal 11 maret 2008 dan Pasar Bogor pada tanggal 20 Maret 2008.

1.3. Kerjasama dengan *retailer/* unit usaha lainnya

Kerjasama dilakukan dengan pengecer/ unut usaha lainnya. Kerjasama dilakukan secara penjualan *cash by cash* dan *konsinyasi.* Daftar unit usaha dapat dilihat pada tabel 1.

1.3. Kerjasama dengan Supllier

Kerjasama dilakukan dengan penyedia bahan baku berupa bibit ikan nilem dengan ukuran 3 – 3,5 cm. Kerjasama yang sudah dilakukan diantaranya dengan pemilik kolam budidaya Parung, kolam budidaya Talagasari, Kawali, Ciamis, kolam budidaya Sukamukti, Majalengka.

1.4. Perizinan Tempat

Tempat yang digunakan untuk pembuatan "Baby Fish Crispy" ini adalah di kostan mahasiswa dan di tempat produksi Alfa Dinar - Ciomas – Bogor (Tenant PPUKM – LPPM IPB).

1.5. Produksi, Pengujian dan Pengemasan

Produksi pertama digunakan 3 kg anak ikan nilem dan dihasilkan 60 bungkus "Baby Fish Crispy" dan produksi kedua digunakan 2 kg anak ikan nilem dan dihasilkan 40 bungkus "Baby Fish Crispy". Harga jual Rp.2000/bungkus. Produk dikemas dalam plastik kemasan ukuran 12 x 20 cm kemudian direkatkan dengan mesin *seal*. Kemudian diberi label kemasan dan direkatkan lagi dengan mesin *seal*.

1.6. Penjualan

Penjualan dilakukan secara langsung, sistem *konsinyasi*, pemesanan dan sistem kerjasama merk. Tempat – tempat yang sudah menjadi lokasi penjualan produk "Baby Fish Crispy" diantaranya:

Tabel 1. Lokasi penjualan produk

No	Jenis Pasar	Nama
1	Toko	Citra usaha 5
		Rizki Abadi
2	Koperasi/kantin	Kantin Dolpin Fakultas Perikanan
		Koprasi ITK
		Kantin Omega
		Kantin "Mas Gendut" Dolpin Perikanan
		Kantin Jurusan Kimia
3	Kost Mahasiswa	Wisma La Sapiensa
		Wisma Bharata
		Pondok Windhy
		Wisma Gopis
		Wisma Asri
4	Rumah makan	Warung sate kambing muda
		Pondok Anindi Ayam Bakar 1
		Warung Penyet Mas Sulis
		Warung nasi "Mirah"
		Warteg Pemalang
		Warung Nasi Timbel
6	Perumahan	Perumahan Dosen IPB
		Laladon Indah
7	Lain - lain	Baso Solo "Mas Mariman"
		Baso Priangan "Dinto"

JADWAL KEGIATAN PROGRAM

URAIAN	Bulan 1				Bulan 2				Bulan 3				Bulan 4				Bulan 5			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Survei pasar	■	■																		
Pengadaan bahan baku		■					■			■			■			■				
Produksi		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Analisis Kimia produk			■																	
Pengemasan dan pelabelan				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Pemasaran				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Evaluasi kerja									■			■			■					
Pembuatan Laporan																	■	■		

V. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Salah satu diversifikasi produknya adalah Baby Fish Crispy. Keunggulan dari baby fish crispy dari ikan nilem ini diantaranya harganya lebih tejangkau karena bahan baku utama berupa ikan nilem harganya lebih murah dibanding ikan yang biasa dipakai untuk bahan baku produk sejenis baby fish yaitu ikan mas, ikan yang di konsumsi merupakan ikan yang ukurannya masih kecil sehingga hal ini mempunyai keunggulan diantaranya *edible portion*-nya adalah 100% karena seluruh bagiannya dapat dikonsumsi, Asam amino, asam lemak, dan komponen lainnya masih sederhana sehingga daya cernanya ditubuh lebih besar dibanding dengan ikan yang ukurannya sudah besar.

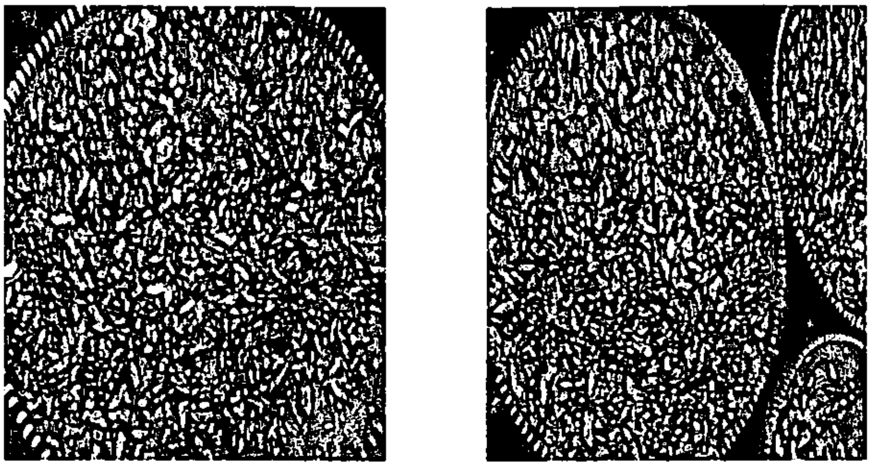
Baby fish crispy merupakan makanan salah satu produk makanan kering. Baby fish crispy dikonsumsi bukan hanya sebagai makanan utama tetapi sebagai makanan kecil, makanan selingan ataupun sebagai lauk pauk yang umumnya dikonsumsi dalam jumlah yang sedikit. Permintaan masyarakat terhadap produk makanan kering dari hasil perikanan semakin meningkat dan merupakan komoditas yang di ekspor bersama bahan makanan lain.

Dengan melihat prospek pasar yang sangat mendukung untuk perkembangan usaha ini maka upaya diversifikasi ini menjadi peluang untuk mahasiswa dan masyarakat untuk dikembangkan menjadi peluang bisnis yang menguntungkan dengan sistem pemasaran yang efektif, mudah dan murah.

2. Saran

Saran yang dapat di sampaikan diantaranya diperlukannya metode produksi yang lebih efisien dan lebih baik terutama dalam hal menurunkan kadar minyak dalam produk untuk memperpanjang masa simpan, strategi pemasaran yang baik agar produk dapat lebih laku dipasaran

DOKUMENTASI KEGIATAN



Gambar 1. Proses pengeringan ikan nilem

Gambar 2. Pengemasan ikan kering sebelum proses lanjutan

Gambar 3. Proses Penggorengan

Gambar 4. Proses Pengemasan

Gambar 5. Produk