

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perairan Indonesia yang merupakan 70 persen dari wilayah Nusantara, mempunyai garis pantai lebih dari 81.000 km dengan 13.667 pulau, memiliki potensi mangrove yang cukup besar. Meskipun secara umum lokasi mangrove diketahui, namun terdapat variasi yang nyata dari luas total ekosistem mangrove Indonesia, yakni berkisar antara 2,5 juta – 4,25 juta ha. Perbedaan jumlah luasan ini lebih banyak disebabkan oleh perbedaan metodologi pengukuran luas hutan mangrove yang dilakukan oleh berbagai pihak. Walaupun demikian, diakui oleh dunia bahwa Indonesia mempunyai luas ekosistem mangrove terluas di dunia (21% luas mangrove dunia) (Santoso *et al.* 2005).

Buah mangrove yang dapat dijadikan sebagai sumber bahan makanan diantaranya adalah buah mangrove jenis perpat (*Sonneratia caseolaris*), berembang (*Sonneratia sp*) dan buah api-api (*Avicennia*). Buah-buah mangrove tersebut memiliki kadar gizi yang tinggi, walaupun dari segi rasa, rata-rata buah mangrove tidak bisa dikatakan manis (Hasbullah 2008).

Salah satu bentuk diversifikasi dari pemanfaatan buah mangrove sebagai sumber bahan makanan adalah dodol buah mangrove. Dodol adalah salah satu jenis makanan tradisional yang termasuk dalam kelompok pangan semi basah yaitu bahan pangan yang mempunyai kadar air tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah, yaitu antara 15-50 persen (Supriadi 2003), berwarna putih sampai coklat, dibuat dari campuran tepung ketan, gula dan santan dengan atau tanpa bahan pengawet. Dodol merupakan makanan ringan yang berasal dari buah-buahan yang diolah dengan menambah gula sebagai pemanisnya dan mempunyai konsistensi serta rasa yang tergantung dari jenis buah-buahan yang digunakan.

Perumusan Masalah

Kebutuhan vitamin C masyarakat Indonesia menurut Angka Kebutuhan Gizi (AKG) adalah 90 mg/hari untuk pria dewasa, 75 mg/hari untuk dewasa wanita dan 40-45 mg/hari untuk anak-anak. Defisiensi vitamin C dapat mengakibatkan terjadinya scurvi, pendarahan gusi, serta yang umum terjadi di masyarakat adalah rasa letih, lelah dan melemahnya daya tahan tubuh terhadap infeksi. Vitamin C

dapat diperoleh dari buah-buahan dan sayuran hijau serta sedikit pada pangan hewani dan sereal (DGKM UI 2008). Oleh sebab itu diperlukan alternatif makanan yang mengandung vitamin C yang dapat memenuhi kebutuhan tubuh menurut AKG dan hampir semua kalangan menyukainya dengan harga yang terjangkau.

Tujuan

Tujuan program ini adalah:

1. Mengembangkan jiwa kreativitas dan kemampuan mahasiswa untuk berwirausaha sebagai sarana pembelajaran model industri pangan skala rumah tangga bagi mahasiswa.
2. Memperkenalkan produk dodol mangrove sebagai sumber camilan yang bergizi dan kaya vitamin C
3. Memasarkan produk dodol mangrove kepada masyarakat.
4. Memanfaatkan peluang usaha yang terbuka lebar di bidang industri jajanan sehat.

Luaran yang Diharapkan

Inovasi produk dodol mangrove diharapkan dapat menjadi media pembelajaran mahasiswa dalam bidang kewirausahaan. Produk yang dihasilkan memiliki tambahan kandungan gizi yaitu vitamin C dan protein. Jika dilihat dari segi ekonomi, harga dodol tetap terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Dodol mangrove ini diharapkan dapat mengurangi masalah defisiensi vitamin C.

Kegunaan Program

1. Untuk Perguruan Tinggi

Adanya produk dodol mangrove tersebut diharapkan dapat memperkaya bidang keilmuan dalam produk pangan dan gizi. Hal ini tentu saja memberikan kontribusi bagi perguruan tinggi dalam merealisasikan tridharma perguruan tinggi.

2. Untuk Mahasiswa

Program ini dapat meningkatkan kreativitas, inovasi, kemandirian serta mampu bekerja sebagai *team work*. Selain itu, program ini juga dapat meningkatkan pendapatan dan jiwa kewirausahaan pada diri mahasiswa.

3. Untuk Masyarakat

Program ini diharapkan dapat meningkatkan konsumsi vitamin C pada masyarakat dan mengurangi masalah gangguan penyakit yang disebabkan kekurangan vitamin C, sehingga pada akhirnya tercipta masyarakat sejahtera.

II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

1. Peluang Usaha

Peluang suatu usaha dapat menggunakan analisis SWOT sebagai langkah awal. Penerapan analisis SWOT produk “dodol mangrove”, yaitu:

Kekuatan (*Strenght*)

a. Produk yang kaya vitamin C

Produk dodol mangrove mengandung vitamin C, karbohidrat, dan protein yang cukup tinggi dan baik untuk menjaga kesehatan. Kandungan seratnya dapat membantu melancarkan pencernaan agar makanan yang dikonsumsi dapat dicerna dengan baik. Sehingga produk ini cukup baik dikonsumsi setiap hari.

b. Produk inovatif

Produk dodol mangrove ini merupakan inovasi terbaru dari olahan buah mangrove. Produk ini sangat cocok bagi masyarakat yang menginginkan inovasi dalam hal makanan. Selain itu citarasa dan kandungan gizinya dapat menjadi nilai tambah produk ini.

c. Harga terjangkau

Penyediaan bahan baku produk ini tidak terlalu sulit karena buah mangrove yang akan difortifikasi tersedia di daerah Subang dan Muara Gembong, Bekasi dengan harga Rp 1.500/kg. Biaya produksi yang rendah dapat menghasilkan produk dengan harga yang dapat dijangkau semua kalangan.

d. Media Pendidikan Konsumen

Dengan dijualnya produk dodol mangrove diharapkan dapat memberikan pendidikan secara tidak langsung kepada konsumen untuk selektif memilih produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Tidak hanya mempertimbangkan cita rasanya saja tetapi juga dapat mengambil manfaat dari produk yang dibelinya tersebut.

Kelemahan (*Weakness*)

Meskipun produk ini memiliki keunggulan tersendiri tetapi tidak terlepas dari kekurangan. Produk dodol mangrove belum ada di pasaran sekitar Bogor sehingga dibutuhkan riset konsumen untuk memperkenalkan produk baru tersebut pada masyarakat secara luas.

Keuntungan (*Opportunities*)

a. Lokasi

Lokasi kampus IPB Dramaga yang strategis dapat menjadi lokasi pemasaran yang baik bagi produk ini.

b. Banyaknya Unit Usaha untuk Bermitra

Di daerah sekitar kampus IPB Dramaga banyak terdapat unit usaha yang dapat diajak kerjasama.

c. Kesadaran Masyarakat terhadap Klaim Kesehatan Meningkat

Semakin merebaknya isu-isu kesehatan terkait pangan membuat masyarakat lebih peduli terhadap kesehatan tubuhnya. Sehingga pemahaman ini akan membuat masyarakat cenderung memilih makanan yang bergizi untuk dikonsumsi. Dengan kata lain peluang usaha produk ini cukup menjanjikan.

Tantangan (*Threaten*)

Produk ini harus bersaing dengan dodol lokal yang sudah biasa dipasarkan.

2. Strategi Pemasaran

a. STP (Segmentasi, Target, Penempatan)

Segmentasi (*Segmentation*)

Pangsa pasar produk ini dibagi menjadi tiga segmen, yaitu kelompok mahasiswa terutama mahasiswa IPB Dramaga yang mencapai 26.000 orang; kelompok pelajar SD, SMP dan SMA yang ada di sekitar kampus IPB Dramaga; serta kelompok umum seperti dosen, karyawan dan masyarakat sekitar kampus IPB Dramaga

Target (*Targeting*)

Target utama dalam pemasaran produk ini adalah kelompok mahasiswa dan kelompok pelajar dan masyarakat sekitar Kampus IPB. Hal ini dikarenakan dodol

tergolong jenis camilan yang disukai oleh semua kalangan masyarakat baik anak-anak, remaja, maupun dewasa.

Penempatan atau citra produk (*Positioning*)

Menurut Sumarwan (2003) *positioning* merupakan citra produk atau jasa yang ingin dilihat oleh konsumen. Persepsi konsumen terhadap produk merupakan kunci dari *positioning*. Produsen seringkali menginginkan produknya dinilai sebagai produk yang unik dimata konsumen. Produk ini pun diharapkan dapat menjadi produk yang unik dan disukai konsumen serta bermanfaat bagi kesehatan konsumen.

b. Pemasaran

Produk

Dodol mangrove merupakan produk dodol yang difortifikasi dengan buah pedada sebagai kandungan gizi vitamin C. Dodol mangrove ini diklaim mengandung Vitamin C, karbohidrat dan protein yang berasal dari buah pedada. Proses pembuatan dodol mangrove ini cukup praktis dan mudah diterapkan dalam industri rumah tangga. Produk akan dikemas menggunakan kemasan plastik mika biasa, dan mika berbentuk seperti bentuk love, bunga, kotak dengan tujuan untuk souvenir. Kemasan yang digunakan adalah mika dan karton.

Harga

Produk ini dijual dengan harga Rp 4000,00 per 100 g yang dikemas dengan plastik mika dan kertas karton. Selain itu, produk juga dijual dengan kemasan tas bambu dengan harga Rp 18.000-Rp 25.000 sebagai *souvenir*.

Tempat

Tempat pemasaran yang dipilih untuk produk awal usaha yaitu di beberapa tempat di lingkaran kampus IPB Dramaga. Lokasi pemasaran yang dipilih merupakan lokasi yang strategis, akses masuk mudah dan pengeluaran biaya yang efisien. Oleh karena itu dipilih tempat sebagai berikut:

- Kantin Asrama Putra dan Putri TPB

Asrama TPB merupakan tempat yang sangat strategis karena di tempat tersebut dihuni sekitar 3000 mahasiswa. Dengan pangsa pasar sebesar itu, maka kantin asrama merupakan tempat yang sangat potensial untuk memasarkan produk "*Dodol mangrove*" ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

- **Kantin Setiap Fakultas**
Setiap fakultas biasanya memiliki kantin yang selalu ramai dengan aktivitas mahasiswa, baik sebagai tempat makan maupun sekedar duduk berkumpul. Sehingga kantin fakultas menjadi tempat yang sangat strategis untuk pemasaran produk ini.
- **Kantin Sekolah**
Kantin sekolah yang ada di sekitar Kampus IPB Dramaga merupakan salah satu pilihan tempat pemasaran yang baik.
- **Rumah Makan**
Banyak sekali rumah makan yang terdapat di sekitar Kampus IPB Dramaga yang selalu ramai dikunjungi mahasiswa dan masyarakat umum.
- **Swalayan/Mini Market dan Tempat Wisata**
Swalayan dan tempat wisata merupakan salah satu cara untuk memasuki pasar umum secara luas.

III. METODE PENDEKATAN

Metode pendekatan yang digunakan adalah analisis kandungan gizi bahan baku (buah mangrove). Kandungan gizi ini dijadikan keutamaan produk yang dihasilkan.

Berikut adalah daftar nilai gizi yang terkandung dalam dodol mangrove.

Tabel 1. Nilai gizi dodol mangrove

Parameter Uji	Kadar
Protein	1,74 %
Lemak	1,81%
Karbohidrat	85,45 %
Mineral	0,84 %
Air	10,16 %
Vitamin C	8,39 mg/100g
Kalsium	225,12 mg/100g
Iodium	132,72 µg/100g

Sumber: BP2HP (2009)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

IV. PELAKSANAAN PROGRAM

a) Persiapan kegiatan

Survei bahan baku

Kegiatan yang dilakukan adalah mencari daerah penghasil buah pedada yaitu daerah pantai. Pusat pedada terletak di daerah Muara Gembong, Bekasi. Bahan baku lainnya dapat diperoleh dengan mudah sekitar Bogor. Tim kami berhasil melakukan kerjasama dengan pemasok bahan baku buah pedada, bentuk kerjasama yang terjalin adalah penyediaan buah pedada bahkan dapat memesan produk jadi berupa dodol pedada, setiap dua minggu sekali sebanyak 10 kg dengan harga buah pedada Rp 1500/kg dan Rp 20.000 dodol/kg.

Pengadaan alat dan bahan produksi

Peralatan sangat penting untuk proses produksi. Langkah awal adalah pembelian semua kebutuhan peralatan utama selanjutnya belanja alat-alat penunjang. Beberapa alat-alat utama yang dibeli adalah wajan ukuran 1 meter, blender, cetakan alumunium, cetakan cokelat, pengaduk.

Proses Produksi

1. Pemilihan Bahan Baku

Buah pedada yang telah diperoleh dipreparasi terlebih dahulu, untuk mengambil daging buah dan menghilangkan kulit dan bijinya. Setelah dipreparasi, daging buah disimpan dalam freezer pada suhu beku, untuk tetap menjaga kualitasnya.

2. Pembuatan Dodol pedada

Pembuatan dodol mangrove dilakukan di Laboratorium Pengolahan Departemen Teknologi Hasil Perairan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Institut Pertanian Bogor.

3. Tahap Promosi dan Pemasaran

Promosi yang dilakukan selama ini antara lain melalui BT event, *mouth to mouth*, internet (*facebook*, *email* dan *website*). Adapun pemasaran yang dilakukan antara lain penjualan di kelas-kelas, mengikuti bazaar, menyediakan penjualan untuk dana usaha beberapa departemen yang ada di IPB, penjualan di tempat kos

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

mahasiswa di sekitar kampus, target selanjutnya akan dipasarkan pusat jajanan oleh-oleh dan objek wisata khususnya pantai.

V. PELAKSANAAN PROGRAM

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Pelaksanaan program ini adalah antara bulan Februari sampai Mei 2010. Adapun jadwal faktual pelaksanaan program dapat dilihat pada tabel berikut ini.

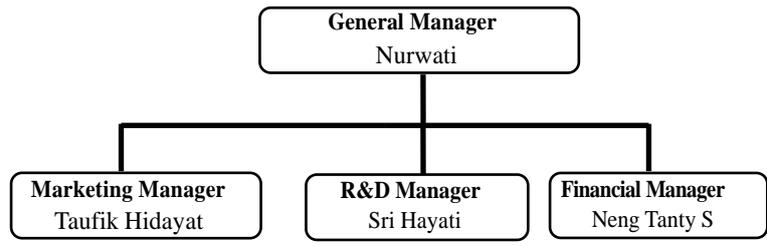
No.	Uraian kegiatan	Bulan Ke-1				Bulan Ke-2				Bulan Ke-3				Bulan Ke-4			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Persiapan Kegiatan																
2.	Koordinasi dengan pemasok bahan baku																
3.	Pengadaan alat dan bahan-bahan																
4.	Proses produksi																
5.	Evaluasi Kegiatan																
6.	Pelaporan																

Tempat pelaksanaan program adalah Asrama Putri Beastudi Etos Jalan Babakan Raya IV desa Babakan kecamatan Dramaga kabupaten Bogor sebagai tempat produksi sekaligus kantor pemasaran. Selain itu, tempat pencarian bahan baku adalah daerah Muara Gembong Bekasi.

Instrumen Pelaksanaan

Susunan organisasi dari usaha dodol mangrove ini dapat dilihat pada gambar 3 berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Gambar 3. Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Rancangan dan Realisasi Biaya

Terlampir

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penjualan produk dilakukan selama lebih kurang dua bulan yaitu dari tanggal Maret sampai dengan April 2010. Besarnya pengeluaran selama dua bulan produksi dapat dilihat pada gambar 4 berikut.



Gambar 4. Grafik pengeluaran selama tiga bulan produksi

Berdasarkan grafik pengeluaran di atas dapat dilihat bahwa besarnya pengeluaran pada bulan Maret sebesar Rp 952.000, pada bulan April sebesar Rp 277.000 dan bulan Mei Rp 233.000.

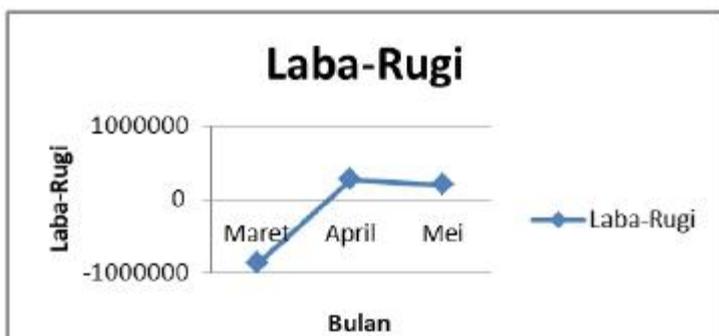
Besarnya pemasukan yang diperoleh dari penjualan yang dilakukan selama tiga bulan dapat dilihat pada gambar 5 berikut:



Gambar 5. Grafik penjualan selama tiga bulan produksi

Berdasarkan grafik pemasukan di atas dapat dilihat bahwa besarnya pemasukan yang diperoleh pada bulan Maret adalah sebesar Rp 72.000, pada bulan April sebesar Rp 516.500, dan pada bulan Mei Rp 435.000.

Besarnya laba atau rugi yang didapat selama tiga bulan produksi (Maret - Mei) dapat dilihat pada gambar 6 berikut:



Gambar 5. Grafik penjualan selama tiga bulan produksi

Berdasarkan grafik laba-rugi di atas dapat dilihat bahwa selama tiga bulan produksi pernah mengalami kerugian pada bulan maret, dan untung pada bulan April-Mei, hal ini dapat dilihat dari nilai laba atau rugi yang bernilai positif-negatif. Besarnya rugi pada bulan Maret adalah sebesar Rp 880.000, pada bulan April untung sebesar Rp 266.500, dan bulan Mei Rp untung sebesar Rp 202.000.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Produk dodol mangrove sangat disukai oleh berbagai kalangan mulai dari pelajar, mahasiswa sampai kalangan umum. Harga yang terjangkau menjadi daya tarik utama konsumen disamping kandungan gizinya. Kegiatan usaha dodol mangrove sangat prospektif untuk dijadikan kegiatan wirausaha.

Saran

Produk dodol mangrove perlu dikembangkan baik dari aspek kemasan maupun pemasarannya sehingga produk dodol mangrove dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Keuangan

Tabel 1. Biaya Investasi (Alat)

No.	Uraian	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Total Harga
1	Kompore Gas	1	Unit	Rp600.000	Rp600.000
2	Tabung Gas	1	Unit	Rp400.000	Rp400.000
3	Wajan ukuran 1.5 m	1	Buah	Rp2.000.000	Rp2.000.000
4	Timbangan	1	Unit	Rp110.000	Rp110.000
5	Kayu pengaduk	2	Buah	Rp25.000	Rp50.000
6	Bakul	2	Buah	Rp75.000	Rp150.000
7	Blender	1	Buah	Rp250.000	Rp250.000
8	Ember	4	Unit	Rp10.000	Rp40.000
9	Saringan	3	Buah	Rp25.000	Rp75.000
10	Pisau	4	Buah	Rp10.000	Rp40.000
11	Talenan	3	Buah	Rp5.000	Rp15.000
12	Baskom	2	Buah	Rp25.000	Rp50.000
13	Sendok	1	Lusin	Rp15.000	Rp15.000
14	Sewa Lab/bulan	4	Bulan	Rp200.000	Rp800.000
15	Nampan	3	Buah	Rp8.000	Rp24.000
16	Staples	5	Buah	Rp 10.000	Rp 50.000
17	Tampah	3	Buah	Rp 15.000	Rp 45.000
18	Cobek besar	2	Unit	Rp 15.000	Rp 30.000
Subtotal					Rp 4.734.000

Tabel 2. Biaya Operasional untuk Satu Kali Produksi

No.	Uraian	Total Harga
1	Listrik	Rp 10.000
2	Gas	Rp 18.000
3	Promosi	Rp 20.000
4	Telpon	Rp 12.000
5	Alat tulis	Rp 6.000
6	Tenaga kerja	Rp 50.000
7	Transportasi produksi dan pemasaran	Rp 100.000
Subtotal		Rp 216.000

Tabel 3. Biaya bahan baku

No.	Uraian	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Total Harga
1	Tepung beras ketan	20	Kg	Rp 12.000	Rp 240.000
2	Buah Pedada	10	Kg	Rp 15.000	Rp150.000
3	Kelapa	10	Buah	Rp5000	Rp50.000
4	Gula merah	10	Kg	Rp12.000	Rp120.000
6.	Plastik mika	300	Biji	Rp 300	Rp 90.000
6	Kemasan karton	200	Biji	Rp1000	Rp 200.000
7	Air	2	Gallon	Rp 13.000	Rp 26.000
8	Plastik	2	Kg	Rp 10.000	Rp 20.000
8	Kertas dodol	5	Paket	Rp 10.000	Rp 50.000
Total Biaya Bahan Baku					Rp 946.000

Tabel 1. Daftar laba rugi selama tiga bulan produksi (Maret-Mei)

Transaksi	Maret	April	Mei
Total Penjualan	72.000	516.500	435.000
Total Pengeluaran	952.000	277.000	233.000
Laba	-880.000	266.500	202.000

Arus Kas selama tiga bulan produksi (Maret-Mei)

Tabel.2 Total Pemasukan

Pemasukan	Jumlah
DIKTI	7.000.000
Penjualan Maret	72.000
Penjualan April	516.500
Penjualan Mei	435.000
TOTAL	8.023.500

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Tabel.3 Total Pengeluaran

Pengeluaran	Jumlah
Biaya Operasional Maret	107.000
Biaya Operasional April	277.000
Biaya Operasional Mei	233.000
Biaya Komunikasi	44.000
Biaya Investasi	745.000
Biaya Administrasi	100.000
Total	1.506.000

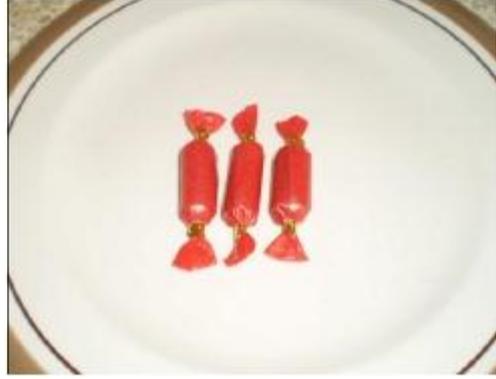
Tabel 4. Total Sisa Dana

Transaksi	Jumlah (Rp)
Total Pemasukan	8.023.500
Total Pengeluaran	1.506.000
Sisa Dana	6.517.000

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



2. Proses Bimbingan Balai Besar Pengembangan Hasil Perairan (BBP2HP)
Muara Baru, Jakarta Utara



3. Media Promosi

**JAJANAN SEHAT DAN HEMAT
DARI PKMK THP-IPB**

TEKNOLOGI HASIL PERAIRAN-**INSTITUT PERTANIAN BOGOR**

**DODOL MANGROVE
DODOL PEDADA (Sonneratia sp.)
KAYA AKAN **VITAMIN C****




KEUNGGULAN
Menggunakan bahan baku alami yang aman dikonsumsi, kaya akan vitamin C yang dapat menjaga daya tahan tubuh.



Paket :	Harga:
Hemat	Rp 7.500
Toples	Rp 15.000
Tas bambu	Rp 23.000

ASLI
PKM-K

Pemesanan : 085711209606 (Nurwati)
Juga tersedia harga distributor

d.

Penjualan melalui Bazaar



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.