LAPORAN AKHIR PKM KEWIRAUSAHAAN

SOSIALISASI DAN KOMERSIALISASI DENDENG BEKICOT KEPADA MAHASISWA DAN MASYARAKAT DI LINGKAR KAMPUS IPB

Oleh :

Sri Rahayu Mulyani	(I24052641/2005)	Ketua
Mardiana Rusman	(I24054404/2005)	Anggota
Asroheni Muharrifah	(I24052061/2005)	Anggota
Asmita Y. Halim	(H34054398/2005)	Anggota
Suci Nurani D. Palupi	(H34054416/2005)	Anggota

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

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Kegiatan :
   Sosialisasi dan Komersialisasi Abon Bekicot *(Ones)* kepada Mahasiswa dan Masyarakat di Lingkar Kampus IPB

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 : Sri Rahayu Mulyani
   b. NIM : I24052641
   c. Departemen : Ilmu Keluarga dan Konsumen
   d. Universitas : Institut Pertanian Bogor
   e. Alamat Rumah dan No. Tel/HP : Wisma Candy-candy
      Jl. Babakan Raya IV Gg. Sablon
      No. 144, Dramaga, Bogor 16680 /
      0852 2351 3338
   f. Alamat e-mail : chie_luxba@yahoo.com

5. Anggota pelaksana Kegiatan : 4 Orang

6. Dosen Pendamping :
   a. Nama Lengkap dan Gelar : Dr. Ir. Hartoyo, M.Sc
   b. NIP : 131 669 952
   c. Alamat Rumah dan No. Tel./HP : Jl. Melati III/3 Komplek Bumi
      Penggugah Ciomas-Bogor 16610 /
      0812 110 5699

7. Biaya Kegiatan Total :
   a. Dikti : Rp. 4.500.000,00
   b. Sumber lain : -

8. Jangka Waktu Pelaksanaan : Maret-Juni2008

Bogor, 30 Juni 2008

Menyetujui,
Ketua Departemen
Ilmu Keluarga dan konsumen

Dr. Ir. Hartoyo, M.Sc
NIP. 131 669 952

Ketua Pelaksana Kegiatan

Sri Rahayu Mulyani
NIM. I24052641

Dosen Pembimbing

Dr. Ir. Hartoyo, M.Sc
NIP. 131 669 952

Wakil Rektor Bidang Akademik
dan Kemahasiswaan,

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

ABSTRAK

Meningkatnya permintaan daging baik unggas maupun sapi per tahunnya tidak diiringi ketersediaan oleh ketersediaannya. Keterbatasan bahan baku lokal ini menimbulkan masalah sosial seperti kecurangan dan penipuan yang dilakukan para produsen. Praktek-praktek kecurangan ini meliputi pengawetan unggas dengan penyuntikan formalin, penyuntikan hormon pada ayam agar cepat besar, dan penyuntikan air pada sapi gelondongan. Hal kecil demikianlah yang merugikan konsumen terutama masalah kesehatan.

Permasalahan tersebut dapat diatasi salah satunya dengan memanfaatkan bekicot *(Achatina spp)*. Bekicot merupakan sumber gizi yang kaya akan protein. Selain itu, ketersediaannya sangat mudah didapatkan karena pada dasarnya budidaya bekicot, mudah, murah dan tidak memakan waktu terlalu lama. Oleh karena itu sosialisasi dan komersialisasi bekicot sebagai abon sangatlah penting. Selain berguna untuk meningkatkan nilai ekonomis bekicot juga memberi alternatif protein hewani yang diperlukan tubuh.

Adapun tujuan umum dari kegiatan ini adalah memasyarakatkan bekicot yang memiliki nilai gizi yang cukup tinggi. Adapun tujuan khususnya adalah 1) mengubah pola ketergantungan masyarakat pada protein hewani terutama daging unggas dan daging sapi, 2) meningkatkan nilai ekonomis bekicot, 3) menyediakan sumber protein untuk kalangan masyarakat pedesaan dan perkotaan, dan 4) membuka peluang usaha bagi masyarakat baik budidaya peternakan maupun industri kecil pengolahan bekicot. Sasaran utama dari produk ini yaitu masyarakat dan mahasiswa di lingkar kampus IPB Darmaga.

Produk ini dipasarkan dengan merk "ONES" yang merupakan singkatan dari abon escargot. Harga yang ditetapkan untuk satu bungkus abon ini yaitu sebesar Rp. 3000,00 dengan isi sebanyak 50 gram. Penjualan dilakukan dengan menawarkan secara langsung kepada konsumen dan dengan memberikan selebaran yang berisi tentang kandungan nutrisi dan keterangan halal dari produk ini. Secara umum, penjualan produk ini hampir mendekati standar keberhasilan yaitu sebesar 68,4% dengan standar yang telah ditetapkan sebesar 70%.

Key words: bekicot, abon, protein hewani.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga tim penulis mampu menyelesaikan karya ilmiah ini dalam bentuk usulan kegiatan kepada institusi DIKTI. Tak lupa ucapan terima kasih Kami haturkan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga membantu terselesaikannya penyusunan karya ilmiah ini.

Karya ilmiah ini berisi tentang pemanfaatan bekicot sebagai sumber pangan yang kaya akan protein. Selain itu, sebagai upaya meningkatkan nilai bekicot di mata masyarakat, dimana bekicot masih dianggap sebgai pangan yang menjijikkan dan tidak layak dimakan manusia sehingga pemanfaatannya sebatas pakan unggas. Oleh karena itu, Penulis berinisiatif untuk memaparkan ide mengenai pengolahan bekicot menjadi sumber pangan yang bernilai ekonomi tinggi dan salah satunya diwujudkan dalam dendeng bekicot.

Tim penulis berharap semoga program kegiatan kewirausahaan ini dapat bermanfaat serta mendapat apresiasi dari masyarakat sehingga bekicot dapat dijadikan sebagai bahan referensi sumber pangan alternatif.

Bogor, 30 Juni 2008

Tim Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN i
ABSTRAK ii
KATA PENGANTAR iv
I. PENDAHULUAN 1
   1. Latar Belakang Masalah 1
   2. Perumusan Masalah 2
   3. Tujuan Program 3
   4. Luaran yang diharapkan 3
   5. Kegunaan Program 4
II. GAMBARAN UMUM RENCANA 5
III. METODE PENDEKATAN 6
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN 8
V. KESIMPULAN DAN SARAN 12
LAMPIRAN 13

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Salah satu fenomena yang terjadi di Indonesia adalah peningkatan akan permintaan daging baik unggas maupun sapi setiap tahunnya. Namun, kapasitas ketersediaan bahan baku lokal ini mengalami keterbatasan, yang akhirnya menimbulkan masalah sosial seperti kecurangan dan penipuan yang dilakukan para produsen. Praktek-praktek kecurangan ini meliputi pengawetan unggas dengan penyuntikan formalin agar tampak segar dan berisi, penyuntikan hormon pada ayam agar cepat besar, sehingga ayam tidak tumbuh dan berkembang secara normal dan penyuntikan air pada sapi gelondongan. Hal kecil demikianlah yang merugikan konsumen.

Bekicot *(Achatina spp)* merupakan salah satu binatang asli Indonesia yang tumbuh dan berkembang di atas permukaan kulit pohon, maupun dedaunan. Kandungan proteinnya sangat tinggi, dan ketersediaannya sangat mudah didapatkan karena pada dasarnya budidaya bekicot, mudah, murah dan tidak memakan waktu terlalu lama. Namun sayangnya, bekicot tidak pernah tersentuh di kalangan masyarakat Indonesia sebagai salah satu sumber protein hewani utama selain daging.

Bekicot memiliki nilai gizi yang cukup tinggi. Dalam 100 gram daging bekicot, mengandung 57,08 gram protein, 3,34 gram lemak, 2,05 gram serat besar, 13,8 abu, 1,58 gram kalsium dan 1, 48 gram phosphor (Chaves, 1997 dalam Sovia Emmy, 1980).

Fakta lain menunjukkan bahwa krisis ekonomi yang dirasakan masyarakat kelas menengah ke bawah merupakan faktor utama yang mempengaruhi secara tidak langsung pola konsumsi dan daya beli masyarakat. Hal ini berdampak pada penurunan pola pembelian protein hewani. Sehingga upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah melakukan pengolahan bekicot menjadi alternatif bahan pangan.

Oleh karena itu, sosialisasi dan komersialisasi dendeng bekicot sangatlah penting. Selain berguna untuk meningkatkan nilai ekonomis bekicot juga memberi alternatif protein hewani yang diperlukan tubuh.

2. Perumusan Masalah

Daging merupakan salah satu sumber makanan yang banyak mengandung protein. Karena kandungan proteinnya tinggi, banyak masyarakat yang menyukai daging. Namun demikian, daging biasanya memiliki umur simpan yang relatif singkat. Oleh karena itu, berbagai upaya sering dilakukan untuk meningkatkan umur simpan daging. Salah satunya adalah mengawetkannya dengan penambahan berbagai macam zat aditif.

Salah satu daging yang dapat dikonsumsi sebagai sumber protein adalah bekicot. Namun karena bentuknya yang kurang menarik maka orang cenderung merasa jijik untuk mengkonsumsinya. Selain itu, bekicot juga menghasilkan lendir sehingga banyak yang menganggap daging ini tidak layak untuk dikonsumsi oleh manusia. Hal ini sangat disayangkan karena kandungan gizi bekicot sangatlah tinggi. Jika dibandingkan dengan telur, kandungan asam amino esensial yang dimiliki bekicot jauh lebih tinggi. Adapun kandungan nutrisi dari setiap 100 gram bekicot dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 1 Komposisi nutrisi daging bekicot tiap 100gram

Nutrisi	**Jumlah per 100 gram**
Energi	80,5 kkal
Air	79 gram
Protein	16 gram
Karbon	2 gram
Serat Kasar	0
Lemak	1 gram
Magnesium	250 mg
Kalsium	170 mg
Zat besi	3,5 mg
Vit C	0

Sumber : Thompson dan Cheney (1996)

Dilihat dari kandungan nutrisinya, maka sangat disayangkan jika bekicot tidak dimanfaatkan. Untuk mengurangi rasa jijik maka bekicot dapat diolah menjadi berbagai macam makanan. Salah satu cara pengolahan yang dapat dilakukan adalah mengemasnya dalam bentuk abon bekicot. Pembuatan abon ini selain bertujuan untuk mengurangi rasa enggan untuk mengkonsumsi bekicot juga bertujuan untuk menambah umur simpan dari daging bekicot itu sendiri. Pembuatan produk dalam bentuk dendeng juga akan meningkatkan kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan pangan sehingga sangat cocok untuk dipasarkan di kalangan mahasiswa yang memiliki banyak aktivitas.

3. Tujuan

Tujuan umum yang ingin dicapai tim penulis adalah memasyarakatkan bekicot sebagai bahan pangan yang memiliki nilai gizi yang cukup tinggi. Adapun tujuan khusus yang ingin dicapai adalah :

a. Mengubah pola ketergantungan masyarakat pada protein hewani terutama daging unggas dan daging sapi.
b. Meningkatkan nilai ekonomis bekicot.
c. Menyediakan sumber protein untuk kalangan masyarakat pedesaan dan perkotaan.
d. Membuka peluang usaha bagi masyarakat baik budidaya peternakan maupun industri kecil pengolahan bekicot.

4. Luaran

Dengan dilaksanakannya program ini, diharapkan dapat memberikan pengalaman berwirausaha bagi mahasiswa dalam mempersiapkan diri menghadapi tantangan masa depan. Bagi masyarakat diharapkan lebih mengetahui tentang kandungan penting yang terdapat pada bekicot sehingga masyarakat tidak jijik untuk mengkonsumsinya. Selain itu, adanya perubahan pola konsumsi masyarakat baik daerah pedesaan maupun perkotaan dalam memanfaatkan kadar tinggi protein hewani yang terdapat dalam bekicot.

5. Kegunaan Program

a. Untuk diri sendiri

Kegiatan ini merupakan langkah awal mahasiswa untuk menuangkan ide kreatif dan gagasan dalam sebuah usaha. Selain memberikan keuntungan finansial juga memberikan pengalaman berwirausaha. Sehingga kegiatan ini memberikan kontribusi langsung bagi mahasiswa dalam mempersiapkan diri menjadi seorang *entrepreneur* untuk menghadapi tantangan pasar bebas.

b. Untuk masyarakat

Dengan adanya produksi abon bekicot diharapkan masyarakat dapat memperoleh asupan protein dengan harga yang relatif lebih murah. Usaha pengolahan bekicot menjadi abon bekicot dapat memperpanjang umur simpan dalam bentuk produk olahan. Hal ini dapat memberikan nilai tambah pada daging bekicot itu sendiri. Jika usaha ini dapat dikembangkan dalam skala yang lebih besar dan berkelanjutan, maka usaha ini dapat membuka lapangan kerja bagi masyarakat umum.

II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Masyarakat pada umumnya lebih menyukai makanan yang sifatnya cepat saji, harganya relatif lebih murah juga tidak membutuhkan waktu lama dalam proses penyajiannya. Selain itu, konsumen juga mengutamakan daya tahan, dalam pemilihan suatu produk. Untuk itu, program ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam mendapatkan bahan makanan yang enak, kaya protein, praktis serta memiliki umur simpan yang lebih panjang.

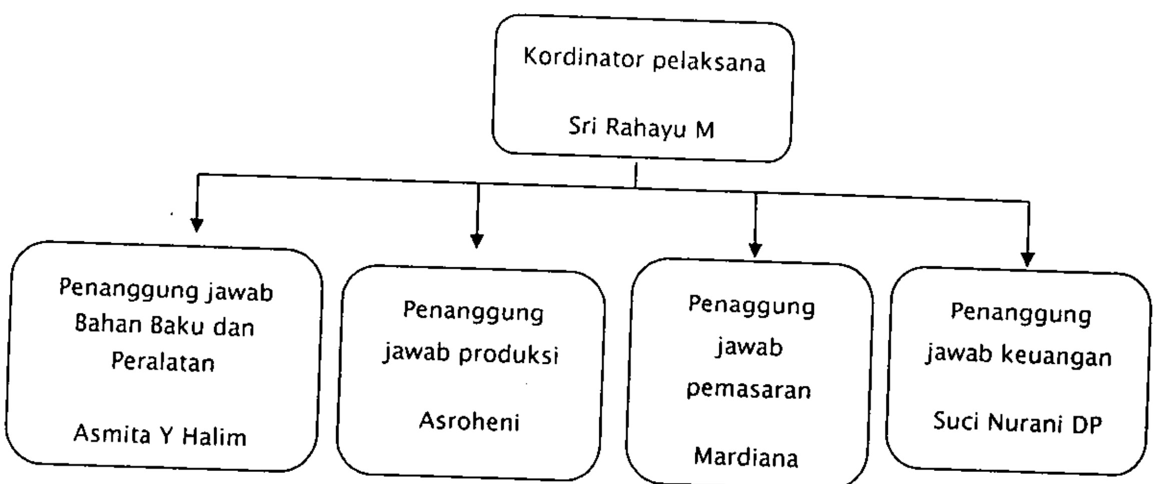
Pada awal berdirinya, kegiatan ini terorganisir dalam satu kelompok usaha yang masih berskala rumah tangga. Namun, seiring meningkatnya permintaan dan penerimaan pasar, tidak menutup kemungkinan skala usaha ini akan diperluas menjadi skala industri. Daerah pemasaran yang pada awalnya hanya berkisar di lingkar kampus IPB-Darmaga akan dikembangkan ke luar Bogor, beberapa kota besar di Indonesia juga tidak menutup kemungkinan untuk membidik pasar luar negeri.

III. METODE PENDEKATAN

Dalam program kreativitas ini, tim pelaksana melaksanakan tugas berdasarkan prinsip manajerial. Penerapan prinsip manajemen dalam usaha diantaranya adalah tahapan perencanaan. Tahap perencanaan meliputi perumusan teknis strategis selama menjalankan program. Selain itu, merencanakan kegiatan lanjutan setelah program ini selesai. Tahap ini berlangsung selama masa pembuatan proposal.

Tahap berikutnya, pengorganisasian. Dalam tahap ini dilakukan pembagian tugas berdasarkan kompetensi dan posisi anggota dalam struktur organisasi. Posisi ini ditentukan berdasarkan potensi dan kompetensi yang dimiliki anggota. Setiap anggota tim pelaksana berkewajiban untuk fokus pada *jobdesk*nya masing-masing. Hal ini bertujuan agar terciptanya efisiensi kerja yang dinamis. Seperti tahap sebelumnya, tahap pengorganisasian pun berlangsung pada masa pembuatan proposal.

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, jalur koordinasi tim adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Jalur Koordinasi Pelaksanaan Program

Tahap terakhir dari program ini adalah evalusi kegiatan. Evaluasi kegiatan dilakukan secara internal dengan memantau jumlah dan mutu produk serta perkembangan aspek finansial usaha. Evaluasi ini biasa dilakukan setelah selesai produksi maupun pemasaran.

Evaluasi kegiatan ini meliputi:

1. **Pra produksi**

Kegiatan pra produksi telah menghasilkan produk dengan formula yang terbaik baik dari segi rasa, warna, aroma dan daya tahan. Selain itu, berdasarkan survei pasar sebanyak 68,34% konsumen dapat menerima produk ini dan 10% konsumen merekomendasikan varian rasa sesuai dengan preferensinya. .

2. **Produksi**

Proses produksi diasumsikan berhasil apabila produksi sesuai dengan target kapasitas dan waktu yang ditetapkan yaitu satu kali dalam seminggu dengan target produk yang dihasilkan sebanyak 100 bungkus dalam satu kali produksi. Namun, kenyataannya produksi pertama baru mencapai 25 bungkus. Keberhasilan pemasaran adalah jumlah produk yang terjual setiap bulan minimal 70%. Pada awal pemasaran produk, target penjualan adalah 100%, namun penjualan baru mencapai 68,4% selama satu minggu 4 hari. Maka pemasaran belum bisa dikatakan kurang berhasil, karena penjualan yaitu selama satu bulan.

3. **Pelaporan evaluasi**

Pelaporan evaluasi dilakukan pada akhir pelaksanaan program, yaitu pada minggu ke-4 bulan Mei 2008. Pelaporan evaluasi adalah kegiatan yang mempertanggungjawabkan keberlangsungan program kepada DIRJEN Pendidikan Tinggi (DIKTI). Meliputi : kegiatan pra operasi, pelaksanaan produksi, pendistribusian, promosi pemasaran, serta dilampirkan laporan pertanggungjawaban perincian anggaran yang diberikan.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam program PKM kewirausahaan ini, tim pelaksana menghasilkan sebuah produk yang bernama **"Ones"** yang merupakan kependekan dari **Abon Escargot.** Perencanaan produk yang dihasilkan berdasarkan proposal awal adalah dendeng bekicot. Namun, perubahan bentuk produk ini merupakan upaya pengembangan produk bekicot dengan melihat potensi pasar.

Kecenderungan konsumen pada era sekarang yaitu lebih memilih produk yang bersifat instant, sehat dan bergizi. Oleh karena itu, tim pelaksana berupaya untuk memenuhi keinginan pasar dengan menyajikan produk berbahan dasar bekicot namun memiliki tingkat efektifitas dan efesiensinya yang cukup tinggi, yaitu Abon Escargot.

Jika dibandingkan dengan produk sebelumnya, penyajian dendeng bekicot lebih menuntut konsumen untuk melakukan proses penggorengan ataupun pemanggangan dendeng sebelum produk itu dikonsumsi. Sementara, abon escargot merupakan alternatif lauk yang telah didesain sesuai dengan karakteristik abon, yaitu bisa langsung disajikan sebagai lauk nasi ataupun dijambal (dimakan langsung) sebagai cemilan.

Secara umum, penjualan produk ini dirasa kurang berhasil. Karena tim pelaksana menentukan standarisasi kesuksesan penjualan sebesar 70 %, sementara hasil penjualan baru mencapai titik 68, 4%. Dalam laporan keuangan menjelaskan bahwa keuntungan baru akan diperoleh setelah produksi ke lima. Namun, sampai saat laporan akhir dibuat, produksi baru dilakukan sebanyak empat kali sehingga tim pelaksana belum memperoleh keuntungan. Hal ini disebabkan oleh adanya beberapa kendala yang dihadapi dalam proses produksi sehingga produk baru dapat dipasarkan setelah produksi ke empat.

Berdasarkan strategi pemasaran *(marketing mix)*, penjualan *Ones* sebagai produk baru cukup dinantikan konsumen terutama mahasiswa. Pada edisi pertama, 25 bungkus **"ones"** laku terjual, walaupun seringkali terjadi pro-kontra akan kehalalan produk ini. Adapun kesan pertama yang diperlihatkan konsumen ketika *launching* perdana produk ini adalah produk yang menjijikkan, karena yang ada dalam bayangan konsumen adalah binatang yang merayap, berlendir dan tinggal di dedaunan ataupun batang pohon pisang.

Oleh karena itu, untuk merubah *image* negatif tersebut, tim pelaksana berupaya untuk menunjukkan kehalalannya yaitu dengan menunjukkan beberapa firman-firman Allah SWT dalam Al-Quran, yang mempertegas bahwa bekicot merupakan makanan yang halal untuk dikonsumsi. Dengan demikian terjadi peningkatan angka penjualan sebesar 50 %.

Firman Allah yang menyebutkan bahwa bekicot halal dimakan adalah:

"Dia-lah Allah, yang **menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu** dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. dan Dia Maha mengetahui segala sesuatu" (Q.S. Al Baqarah : 29).

"Mengapa kamu tidak mau memakan (binatang-binatang yang halal) yang disebut nama Allah ketika menyembelihnya, Padahal Sesungguhnya Allah telah menjelaskan kepada kamu apa yang diharamkan-Nya atasmu, kecuali apa yang terpaksa kamu memakannya dan Sesungguhnya kebanyakan (dari manusia) benar benar hendak menyesatkan (orang lain) dengan hawa nafsu mereka tanpa pengetahuan. Sesungguhnya Tuhanmu, Dia-lah yang lebih mengetahui orang-orang yang melampaui batas" **(Q.S. Al An'am : 119).**

Berdasarkan keterangan ayat-ayat di atas hukum asal bekicot adalah **"halal"**, sedangkan kriteria hewan yang haram untuk dimakan adalah bangkai, hewan yang diharamkan untuk membunuhnya, hewan yang diperintahkan untuk membunuhnya, hewan yang bercakar dan berkuku di mana cakar dan kukunya digunakan untuk memangsa buruannya, *Al-Jallaalah*, yaitu hewan yang makanan pokoknya benda najis dan kotoran serta hewan yang hidup di dua alam.

Namun demikian, strategi pemasaran untuk menarik minat konsumen terhadap produk ini, tidak hanya dengan menunjukkan legalisasi konsumsi, tetapi juga memberikan *tester* kepada beberapa konsumen. Hal ini merupakan upaya untuk mengubah pandangan konsumen yang tidak berminat membeli menjadi tertarik. Karena citarasa abon escargot yang lezat terintagrasi dalam serat-seratnya.

Dalam proses pendistribusian produk **"ones"** ini, ditemui beberapa kendala yang cukup signifikan menghambat jalannya program ini, namun telah diupayakan berbagai solusi untuk keluar dari permasalahan itu. Kendala yang dihadapi tersebut diantaranya adalah :

1. **Proses produksi**
    - Menghadapi minimnya ketersediaan bahan baku bekicot di musim panas. Selain itu, beberapa pusat budidaya bekicot di daerah Bogor sudah tidak produktif lagi.
    - Bekicot identik dengan pohon pisang. Namun kendalanya tidak semua kebun pisang dapat memberikan ruang hidup bagi bekicot. Sehingga hanya di beberapa kebun pisang lingkar kampus saja yang bisa ditemukan populasi bekicot tersebut.
    - Dalam proses pengolahannya, bekicot mengeluarkan bau amis yang sangat tajam. Sehingga membutuhkan banyak air untuk membilasnya.
    - Prosesnya membutuhkan waktu lama, karena rangkaian tahap yang harus dilalui sangat panjang.
    - Keterbatasan waktu tim pelaksana dalam proses produksi, sehingga frekuensi produksi menjadi terhambat.
2. **Proses distribusi / pemasaran**
    - Keragu-raguan konsumen akan kehalalan bekicot sebagai sumber pangan. Hal ini didasari oleh keyakinan dan pandangannya akan bekicot yang hidup di dua alam. Sehingga sulit untuk mengubah pendirian konsumen yang memiliki pandangan seperti ini.

Adapun solusi yang telah diupayakan diantaranya adalah :

1. **Proses Produksi**
    - Menghadapi minimnya ketersediaan bahan baku bekicot di musim panas, tim pelaksana berupaya untuk membudidayakannya dalam kandang bekicot. Hal ini ditujukan sebagai langkah untuk menjaga kontinuitas produksi.
    - Dalam menghadapi produsen bekicot yang tidak produktif lagi di daerah Bogor, tim pelaksana mencari dan membeli bahan baku di pasar tradisional. Namun, hal ini tidak berlangsung lama karena keterbatasan

waktu dan jarak yang terlalu jauh dengan pasar tradisional sehingga biaya transportasi menjadi mahal. Oleh karena itu, tim pelaksana mengusahakan untuk melakukan pencarian sendiri di lingkar kampus IPB.

- Mengatasi proses pengolahan yang terlalu sulit dan lama, tim pelaksana harus memberikan ekstra energi untuk mengolah bahan baku bekicot.
- Tim pelaksana berupaya untuk menyediakan waktu kosong ditengah-tengah aktifitas kuliah untuk mencari, mengolah, dan membudidayakan bekicot serta tim pelaksana mengupayakan dalam proses pengolahan membuang rasa jijik dan bau amis terhadap bekicot.

2. **Proses Distribusi / Pemasaran**

- Menghadapi keragu-raguan konsumen akan kehalalan bekicot sebagai sumber pangan, tim pelaksana mencoba mengubah pendirian konsumen dengan menunjukkan kehalalannya yaitu dengan menunjukkan beberapa firman-firman Allah SWT dalam Alquran dan hadist yang shahih, yang mempertegas bahwa bekicot merupakan makanan yang halal untuk dikonsumsi. Dalil tersebut disebarkan melalui leaflet atau brosur yang disertai dengan penjelasan mengenai kelebihan produk ini.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Dengan mengadakan sosialisasi dan komersialisasi abon bekicot, masyarakat dan mahasiswa mengetahui manfaat dan kandungan nutrisi dari bekicot. Hal ini menjadikan nilai tambah ekonomi dari bekicot yang selama ini menjadi hama, terutama pada pohon pisang. Secara umum, penjualan produk ini hampir mendekati standar keberhasilan yaitu sebesar 68,4% dengan standar yang telah ditetapkan sebesar 70%.

2. Saran

Bagi tim pelaksana, lebih baik dilakukan perubahan segmen pasar. Karena melihat pengalaman pada mayoritas muslim, abon "ones" kurang bisa diterima secara luas, sehingga diperlukan perubahan segmen pasar, kemungkinan besar adalah pasar non-muslim baik lokal maupun nasional. Segmen pasar lainnya adalah orang-orang pencinta dan pemburu daging bekicot sehingga abon "ones" ini menjadi alternatif pilihan untuk variasi santapan makanan sehari-hari. Selain itu, pemasaran akan dilakukan dengan cara penyiaran radio melalui dialog interaktif tentang kehalalan dan manfaat daging bekicot.

LAMPIRAN

LAPORAN KEUANGAN

Tabel 1 Investasi dan Penyusutan

Investasi	Satuan	Jumlah	Harga satuan (Rp)	Total harga	Umur Pemanfaatan (Bulan)	Nilai Sisa (15%)	Penyusutan per bulan
Sealer 20 cm	Buah	1	95000	95000	60	14250	1,346
Timbangan Digital 10 kg	Buah	1	175000	175000	36	26250	4,132
Sudip	Buah	2	10000	20000	60	3000	283
Saringan Minyak	Buah	1	10000	10000	60	1500	142
Pisau	Buah	2	12500	25000	36	3750	590
Wajan	Buah	1	45000	45000	60	6750	638
Baskom Besar	Buah	1	22000	22000	36	3300	519
Panci Besar	Buah	1	66000	66000	60	9900	935
Ember	Buah	1	12000	12000	36	1800	283
Nyiru/ Tampah	Buah	1	7500	7500	36	1125	177
Baskom Kecil	Buah	3	4000	11000	60	1650	156
Blender	Unit	1	130000	130000	60	19500	1,842
Gunting	Buah	2	5000	10000	36	1500	236
Selang Air	Meter	10	2500	25000	36	3750	590
Kandang bekicot	Buah	1	40000	40000	60	6000	567
Jumlah				**693500**		**104025**	**12,436**

Tabel 2 Biaya Operasional Empat Kali Produksi

Biaya Operasional	Satuan	Jumlah	Harga satuan	Total Harga
Gula Merah	Kg	5	6500	32500
Lada/merica	Kg	0.25	56000	14000
Bawang Putih	Kg	0.25	6000	1500
Ketumbar	Kg	0.25	20000	5000
Asam Jawa	Kg	0.5	7000	3500
Garam	Kg	0.25	4000	1000
Garam Kristal	Kg	10	1500	15000
Bawang Merah	Kg	1	14000	14000
Bawang Merah	Kg	0.5	13000	6500
Lengkuas	Kg	0.5	4000	2000
Cuka	Botol (650 ml)	1	8500	8500
Cuka	Botol (650 ml)	3	9000	27000
Bekicot	Kg	1.4	5000	7000
Minyak tanah	Liter	5	2800	14000
Minyak tanah	Liter	3	3500	10500
Biaya Pengeringan di Lab	Jam	2	15000	30000
Biaya Lab	Jam	1	25000	25000
Royco	Sachet	2	300	600
Terigu	Kg	0.5	8000	4000
Kapur sirih	Bungkus	1	1000	1000
Minyak goreng	Kg	0.5	11000	5500
Print	Lembar	28	150	4200
Foto copy	Lembar	72	85	6200
Foto copy	Lembar	26	80	2100
Jilid	Buah	1	2000	2000
Jilid soft cover	Buah	1	3000	3000

Tabel 2 Biaya Operasional Empat Kali Produksi (Lanjutan)

Biaya Operasional	Satuan	Jumlah	Harga satuan	Total Harga
Print	Lembar	25	150	3750
Foto copy	Lembar	100	100	10000
Jilid	Buah	5	3000	15000
Print warna	Lembar	10	1500	15000
Pembuatan Album	Buah	1	30000	30000
Transportasi	-	-	-	93500

Tabel 3 Nilai Penjualan

URAIAN	PRODUKSI KE-							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Produksi (unit)	-	-	-	27	50	50	50	50
Harga jual/ unit (Rp)	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Nilai Penjualan	-	-	-	81000	150000	150000	150000	150000

Tabel 4 Proyeksi Laba Rugi

URAIAN	PRODUKSI KE-							
	1	2	3	4	5*	6*	7*	8*
Penerimaan								
Penjualan				81,000	150,000	150,000	150,000	150,000
Total Penerimaan				**81,000**	**150,000**	**150,000**	**150,000**	**150,000**
Biaya Variabel								
Gula Merah	8,125	8,125	8,125	8,125	8,125	8,125	8,125	8,125
Lada/merica	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
Bawang Putih	375	375	375	375	375	375	375	375

Tabel 4 Proyeksi Laba Rugi (Lanjutan)

Ketumbar	1,250	1,250	1,250	1,250	1,250	1,250	1,250	1,250
Asam Jawa	875	875	875	875	875	875	875	875
Garam	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
Bawang Merah	5,125	5,125	5,125	5,125	5,125	5,125	5,125	5,125
Lengkuas	500	500	500	500	500	500	500	500
Cuka	8,875	8,875	8,875	8,875	8,875	8,875	8,875	8,875
Bekicot	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000
Royco	150	150	150	150	150	150	150	150
Terigu	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Kapur sirih	250	250	250	250	250	250	250	250
Minyak goreng	1,375	1,375	1,375	1,375	1,375	1,375	1,375	1,375
Biaya Lab			30,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000
Total Biaya Variabel	**42,400**	**42,400**	72,400	**67,400**	**67,400**	**67,400**	**67,400**	**67400**
Biaya Tetap								
Administrasi	22,813	22,813	22,813	22,813	22,813	22,813	22,813	22,813
Transportasi	23,375	23,375	23,375	23,375	23,375	23,375	23,375	23,375
Minyak tanah	6,125	6,125	6,125	6,125	6,125	6,125	6,125	6,125
Penyusutan		12,436		12,436		12,436		12,436
Total Biaya Tetap	**52,313**	**64,748**	**52,313**	**64,748**	**52,313**	**64,748**	**52,313**	**64,748**
LABA	**-94,713**	**-107,148**	**-124,713**	**-51,148**	**30,288**	**17,852**	**30,288**	**17,852**

Keterangan : * = produksi yang belum terlaksana

Tabel 4 menunjukkan bahwa keuntungan baru akan diperoleh setelah produksi ke lima. Namun, sampai saat laporan ini dibuat, produksi baru dilakukan sebanyak empat kali. Oleh karena itu, belum memperolah keuntungan. Selain itu, jumlah produk yang dihasilkkan selama empat kali produksi tersebut masih sedikit. Hal ini disebabkan oleh adanya beberapa kendala yang dihadapi dalam proses produksi sehingga produk baru dapat dipasarkan setelah produksi ke empat. Adapun untuk produksi ke lima hingga produksi ke delapan, jumlah produk yang dihasilkan diestimasikan sebanyak 50 bungkus setiap kali produksi. Estimasi jumlah produk yang dihasilkan ini berdasarkan kondisi normal, yaitu saat proses produksi sudah stabil.

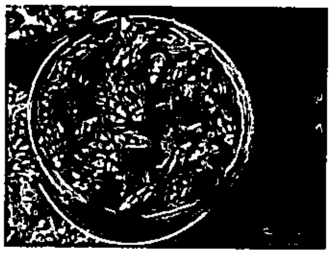
Tabel 5 Proyeksi Arus Kas

Uraian	Produksi Ke-							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Total Investasi	693,500							
Penerimaan				81,000	150,000	150,000	150,000	150,000
Penjualan Tetap								
Nilai Sisa								
Administrasi	22,813	22,813	22,813	22,813	22,813	22,813	22,813	22,813
Total	0	0	0	81,000	150,000	150,000	150,000	150,000
Inflow Transportasi	23,375	23,375	23,375	23,375	23,375	23,375	23,375	23,375
Outflow Minyak tanah	6,125	6,125	6,125	6,125	6,125	6,125	6,125	6,125
Investasi								
Penyusutan	0	12,436	0	12,436	0	12,436	0	12,436
Sealer 20	95,000							
Total Biaya	52,313	64,748	52,313	64,748	52,313	64,748	52,313	64,748
Tetap Timbangan Digital 10	175,000							
Biaya Variabel								
Sudip	20,000							
Gula Merah	8,125	8,125	8,125	8,125	8,125	8,125	8,125	8,125
Saringan	10,000							
Mika/Merica	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
Baskom Bawang Putih	25,000	375	375	375	375	375	375	375
Wajan	45,000							
Ketumbar	1,250	1,250	1,250	1,250	1,250	1,250	1,250	1,250
Baskom	22,000							
Beras Jawa	875	875	875	875	875	875	875	875
Panci Cabai Besar	66,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
Ember Bawang Merah	12,000	5,125	5,125	5,125	5,125	5,125	5,125	5,125
Nyiru/	7,500							
Lengkuas	500	500	500	500	500	500	500	500
Baskom Kecil	18,000	8,875	8,875	8,875	8,875	8,875	8,875	8,875
Bekicot	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000
Blender	130,000							
Royco	150	150	150	150	150	150	150	150
Gunting	10,000							
Terigu	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Selang Air	25,000							

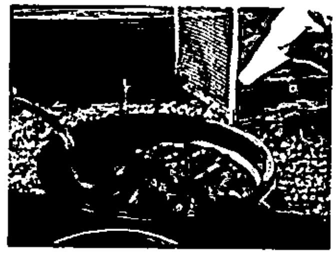
Tabel 5 Proyeksi Arus Kas (Lanjutan)

Kapur sirih	250	250	250	250	250	250	250	250
Biaya Lab	0	0	30,000	25,000	25,000	25,000	25,000	25,000
Total Biaya Variabel	**42,400**	**42,400**	**72,400**	**67,400**	**67,400**	**67,400**	**67,400**	**67,400**
Total Outflow	**788,213**	**107,148**	**124,713**	**132,148**	**119,713**	**132,148**	**119,713**	**132,148**
Net Benefit	**-788,213**	**-107,148**	**-124,713**	**-51,148**	**30,288**	**17,852**	**30,288**	**17,852**
Discount Factor 17%	**0.855**	**0.731**	**0.624**	**0.534**	**0.456**	**0.390**	**0.333**	**0.285**
Present Value	**-673,686**	**-78,273**	**-77,867**	**-27,295**	**13,814**	**6,959**	**10,092**	**5,084**
NPV	104,168							

LAMPIRAN



Gbr. 1 Pencucian I

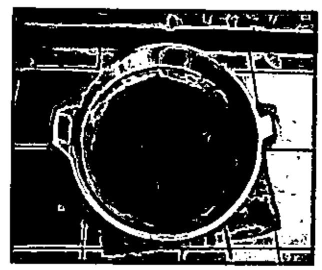


Gbr. 2 Penambahan Cuka dan Garam

Gbr. 3 Pengadukan

Gbr. 4 Penyaringan

Gbr. 5 Pencucian II



Gbr. 6 Pemasakan

Gbr. 7 Pengambilan Daging

Gbr. 8 Pemisahan Daging

Gbr. 9 Pengemas