



**LAPORAN AKHIR
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA**

**“BACOK” BAKSO ISI COKLAT SEBAGAI JAJANAN YANG BERGIZI,
SEHAT DAN UNIK**

**BIDANG KEGIATAN :
PKM KEWIRAUSAHAAN**

Disusun oleh:

Adhitya Rahmana	D14090037 / 2009
Dofactora Rocky M I	D14090088 / 2009
Eka Jatmika	D24110034 / 2011
Chressya Clara	D24110055 / 2011
Octaviana	D24110089 / 2011

**INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2013**

LEMBAR PENGESAHAN PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

1. Judul Kegiatan : "BACOK" Bakso Isi Coklat Sebagai Jajanan yang Bergizi, Sehat, dan Unik
2. Bidang Kegiatan : () PKM-P () PKM-K
() PKM-T () PKM-M
3. Ketua Pelaksana Kegiatan
 - a. Nama Lengkap : Adhitya Rahmana
 - b. NIM : D14090037
 - c. Jurusan : Ilmu Produksi dan Teknologi Peternakan
 - d. Perguruan Tinggi : Institut Pertanian Bogor
 - e. Alamat Rumah dan No Telp/HP: Bogor Raya Permai FBX III No. 6, Bogor, (0251)7532533/085780664024
 - f. Alamat Email : adhityarahmana@gmail.com
4. Anggota Pelaksana Kegiatan : 5 orang
5. Dosen Pendamping
 - a. Nama Lengkap dan Gelar : Zakiah Wulandari S,TP., M, Si
 - b. NIDN : 0007027502
 - c. Alamat Rumah dan No Telp/HP: Bukit Asri Blok C 7 no. 19, Ciomas Bogor, 08128497137
6. Biaya Kegiatan Total
 - a. Sumber Dikti : Rp 9.000.000,00
 - b. Sumber Lain : -
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 4 bulan

Menyetujui
Ketua Departemen Ilmu Produksi
dan Teknologi Peternakan

(Prof. Dr. Ir. Cece Sumantri, M.Agr.Sc)
NIP. 19591212 198603 1 004

Wakil Rektor Bidang Akademik dan
Mahasiswa,

(Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmaryono, MS)
NIP. 19581228 198503 1 003

Bogor, 25 Juni 2013
Ketua Pelaksana Kegiatan

(Adhitya Rahmana)
NIM. D14090037

Dosen Pendamping

(Zakiah Wulandari S,TP., M, Si)
NIDN. 0007027502



A. JUDUL PROGRAM

“BACOK” Bakso Isi Coklat sebagai Jajanan yang Bergizi, Sehat, dan Unik.

B. LATAR BELAKANG MASALAH

Daging saat ini sedang dalam konsentrasi pemerintah terkait dengan isu swasembada daging di tahun 2014. Imbas dari isu tersebut adalah pengupayaan peningkatan produksi daging di Indonesia. Daging merupakan bahan makanan sumber protein yang terbilang cukup tinggi kandungan proteinnya. Berbeda dengan protein yang berasal dari tanaman atau yang lebih dikenal dengan protein nabati, protein hewani dari daging mempunyai kelebihan yakni, terdapat asam-asam amino esensial yang dibutuhkan dan tidak dapat dibentuk sendiri oleh tubuh manusia. Selain itu, daging mempunyai rasa yang khas dan tergolong lebih mudah dikembangkan ke bentuk olahan yang lain, misalnya bakso, sosis, atau dendeng. Walaupun sudah ada pengupayaan peningkatan produksi daging dari pemerintah, konsumsi daging pada masyarakat Indonesia masih tergolong rendah. Hal tersebut dikarenakan harga daging yang relatif mahal. Saat ini daging di pasaran mencapai harga Rp 75.000,00 per kilogramnya. Selain itu, inovasi dari olahan daging masih kurang variatif sehingga konsumen relatif cukup bosan dengan pangan berbahan dasar daging yang ada.

Bakso merupakan salah satu produk olahan daging yang sangat digemari masyarakat Indonesia karena cukup terbilang murah, praktis dan penampilannya yang unik. Bahan dasar bakso adalah dari daging yang ditambah dengan berbagai macam bumbu. Pembuatan bakso harus didasarkan oleh pengolahan yang baik dan benar. Pengolahan secara baik dan benar akan menghasilkan produk bakso dengan kualitas yang baik.

Pengembangan produk bakso saat ini sudah terbilang banyak. Akan tetapi, harus diperhatikan dalam penambahan ataupun substitusi bahan untuk inovasinya. Hal ini dikarenakan banyaknya kandungan-kandungan dari bahan lain yang mengandung zat-zat yang tidak cocok dengan bakso sehingga dapat menurunkan bakso yang dibuat dan dikembangkan.

Pengembangan produk inovasi kebanyakan sekarang ini hanya terbatas dari bentuk atau penampilan fisik dari bakso tersebut hingga pengubahan nama dari bakso itu saja. Sedikit sekali yang mengembangkan ke arah campuran adonan maupun isi

dari bakso. Penggabungan dua bahan yang bertolak belakang tidak selamanya menghasilkan produk yang bertolak belakang juga.

Penggunaan coklat beserta kacang almond untuk dipadukan dengan bakso merupakan sebuah usaha untuk menambah variasi dari bakso. Coklat mengandung nutrisi penting, seperti protein, karbohidrat, dan lemak. Biji coklat mengandung lemak sekitar 30-35%. Tanaman coklat memiliki zat perangsang yang tergolong dalam golongan alkaloid. Alkaloid itu merupakan theobromin yang memiliki efek perangsang. Efek tersebutlah yang sering dikenal sebagai penghilang rasa stress ketika orang mengkonsumsi coklat. Sedangkan, penambahan kacang almond dikarenakan mempunyai kandungan kimia yang beragam yaitu karbohidrat, lemak tidak jenuh, thiamin, riboflavin, niacin, zink, kalsium, magnesium, fosfor, vitamin E, dan B6. Penelitian terakhir menunjukkan bahwa almond membantu menurunkan kadar kolesterol jahat LDL sebesar 7-10%. Penambahan coklat dan kacang almond bukan hanya meningkatkan nilai gizi dari bakso saja, melainkan juga dari segi rasa dan penampilan bakso yang umum. Penambahan bahan dasar coklat dan kacang juga dilatarbelakangi tingginya kesukaan masyarakat terhadap coklat dan kacang almond untuk dijadikan sebagai makanan camilan.

Berdasarkan latar belakang dan prospek yang ada, produk "BACOK", bakso isi coklat dengan diversifikasi rasa ini mampu menjadi produk inovatif baru, berkualitas tinggi, sehat, enak, dan menembus pasaran.

C. PERUMUSAN MASALAH

Masalah-masalah yang akan dianalisis dan dipecahkan dalam program kewirausahaan ini:

1. Bagaimana menciptakan produk baru olahan peternakan (daging sapi) yang dikombinasikan dengan produk pertanian (cokelat) sehingga menciptakan inovasi rasa yang baru bagi masyarakat?
2. Bagaimana strategi pemasaran "BACOK"?
3. Apakah usaha "BACOK" menjanjikan secara finansial?
4. Bagaimana manajemen pengelolaan usaha "BACOK"?

3

D. TUJUAN PROGRAM

Tujuan dikembangkannya usaha "BACOK" diantaranya:

1. Berinovasi menciptakan makanan yang baru bagi masyarakat

2. Mendirikan usaha mandiri yang mampu membuka lapangan kerja.
3. Mendapatkan keuntungan dari usaha “BACOK”
4. Membuat pembagian kerja yang jelas dalam usaha “BACOK”.

E. LUARAN YANG DIHARAPKAN

Produk “BACOK” merupakan suatu produk hasil olahan daging disajikan dalam bentuk bakso yang dapat menjadi inovasi baru. Inovasi yang kami lakukan adalah menambah isi bakso dengan coklat dan campuran kacang almond sehingga masyarakat akan lebih tertarik mengonsumsi daging. Luaran yang diharapkan dari program ini adalah bakso yang memiliki isi yang unik dengan merek dagang “BACOK” dan diharapkan mampu mencapai keuntungan optimal.

F. KEGUNAAN PROGRAM

Program ini diharapkan dapat memberi manfaat antara lain :

1. Manfaat bagi mahasiswa

- a. Memicu kreativitas mahasiswa untuk menciptakan produk pangan olahan baru yang bermanfaat.
- b. Menanamkan jiwa kewirausahaan mahasiswa dan peka terhadap peluang dan tuntutan konsumen, khususnya dalam bidang pangan.
- c. Menambah wawasan dan pengalaman mahasiswa untuk berkarya.
- d. Mengembangkan penerapan ilmu dan teknologi dari disiplin ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan.
- e. Meningkatkan kerja sama tim dalam memproduksi dan memasarkan produk “BACOK”

2. Manfaat bagi perguruan tinggi

- a. Meningkatkan daya saing dan kualitas ilmu pengetahuan dan tel⁴.....gi yang dikembangkan oleh perguruan tinggi.
- b. Menambahkan citra positif perguruan tinggi sebagai pencetak generasi peubah yang positif bagi bangsa dan negara.

3. Manfaat bagi masyarakat

- a. Prototipe usaha sejenis bagi masyarakat yang berminat.
- b. Membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar.
- c. Menambah informasi di bidang potensi usaha

- d. Mendorong produktivitas peternak sapi pedaging

G. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

“BACOK” bakso isi coklat dengan diversifikasi rasa, mampu memberikan alternatif olahan daging yang bernilai gizi tinggi sekaligus meningkatkan konsumsi protein hewani, khususnya konsumsi daging yang masih rendah di masyarakat Indonesia.

Biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi “BACOK” pada tahap awal sebesar Rp 7.950.567,00. Biaya tersebut sudah termasuk alat-alat produksi yang akan digunakan selama kegiatan produksi setiap bulan. Setiap bulannya, produksi mencapai 2.400 BACOK. Jumlah ini disesuaikan dengan jumlah sumber daya yang ada. Dari hasil produksi tersebut, maka pemasukan kotor yang didapat sebesar Rp 4.800.000,00 per bulan dari hasil penjualan BACOK 2400 BACOK x Rp 2.000,00. Untuk setiap bulannya, dibutuhkan biaya produksi sebesar Rp 3.804.567,00 (biaya operasional sebesar Rp 173.167,00 dan biaya variable sebesar Rp Rp 3.631.400,00) sehingga laba bersih yang diperoleh sebesar Rp 995.433,00. Perhitungan ini dapat dilihat pada rancangan anggaran (Tabel 2, 3, dan 4).

Analisis *R/C Ratio* kami lakukan untuk mengetahui perbandingan antara total penerimaan dengan biaya produksi yang dikeluarkan pada satu periode produksi yaitu satu bulan. Dari analisis tersebut diperoleh perbandingan penerimaan dengan biaya produksi adalah 1,261 yang artinya setiap mengeluarkan biaya Rp 1,000 akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp 1,261 sehingga usaha ini efisien untuk dijalankan.

Dengan keuntungan Rp 995.433,00 per bulan dan persentase keuntungan mencapai 26,16%, dapat dikatakan bahwa kegiatan kewirausahaan ini sangat ⁵ baik untuk dilaksanakan.

H. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

1. Lokasi Produksi

Lokasi yang digunakan untuk memproduksi “BACOK” adalah tempat berjualan di daerah Tanahbaru, Bogor.

2. Proses Produksi

a. Bahan

- Daging Sapi (40 kg/bulan)
- Merica (0.2 kg/bulan)
- Tapioka (5 kg/bulan)
- Bawang Putih (0.2 kg/bulan)

- STPP (0.2 kg/bulan)
- Es Batu (10 kg/bulan)
- Plastik kecil (4 bungkus/bulan)
- *Dark Chocolate* (4.4 kg/bulan)
- Kacang Almond (4 kg/bulan)
- Garpu plastik (2500 buah/bulan)
- Garam (4 bungkus/bulan)
- Kertas kue (10 pak/bulan)

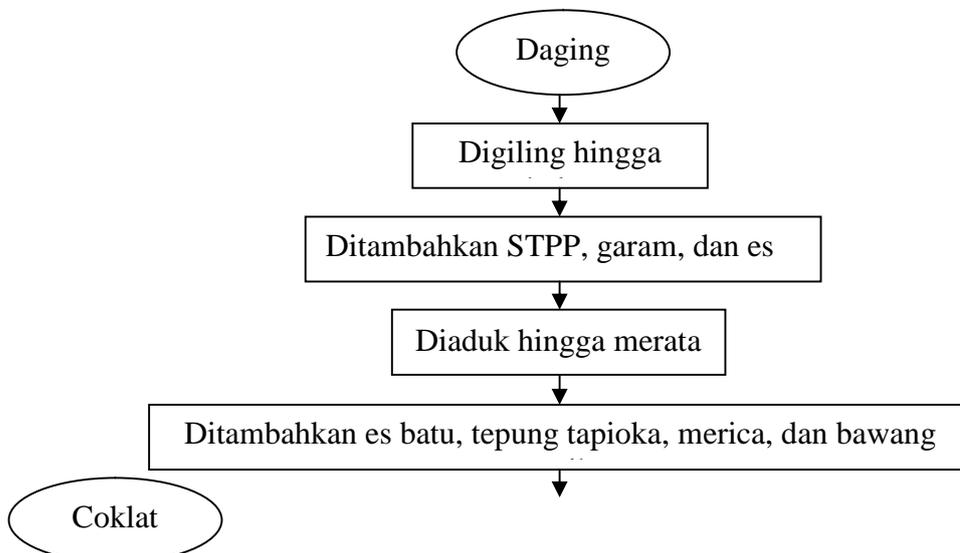
b.

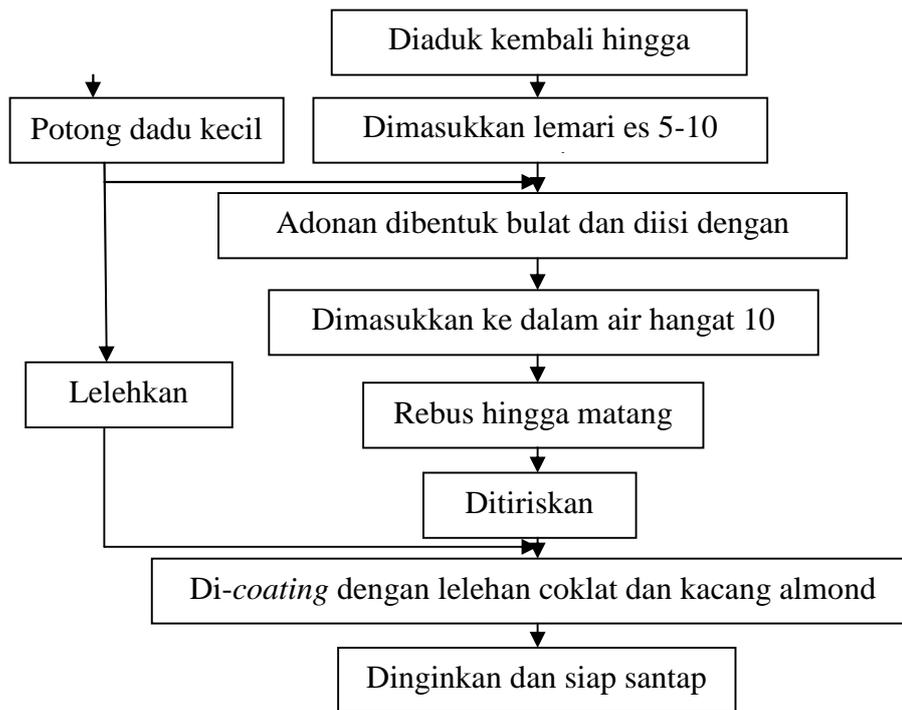
Alat

- Kompor gas besar (1 buah)
- Pisau (1 buah)
- Food Processor (1 buah)
- Piring (1/2 lusin)
- Mincer (1 buah)
- Talenan (3 buah)
- Wajan kecil (1 buah)
- Wadah plastik (2 buah)
- Sodet (3 buah)
- Tabung Gas 3 kg (1 tabung)
- Sendok (1 lusin)
- Mangkuk (1/2 lusin)
- Panci (2 buah)
- Baskom sedang (4 buah)
- Kulkas kecil (1 buah)
- Baskom besar (2 buah)

c. Proses Produksi

❖ **Pembuatan BACOK**





Gambar 1. Diagram Alir Pembuatan BACOK

3. Kapasitas Produksi

Melihat sasaran penjualan dan kondisi pasar, maka produksi “BACOK” dilakukan selama lima hari dalam seminggu, sehingga jumlah produksi dalam seminggu adalah 600 butir. Dengan demikian, kapasitas produksi dalam satu bulan adalah 2.400 butir.

4. Perencanaan Strategi Pemasaran

Tindak lanjut dalam penentuan pasar adalah melakukan strategi STP (*Segmentation, Targetting, Positioning*) dan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dikenal dengan 4P. 4P yaitu strategi produk (*product*), strategi harga (*price*), strategi tempat (*place*), dan strategi (*promotion*).

❖ STP (*Segmentation, Targetting, Positioning*)

a. *Segmentation*

Segmentation, yakni cara memilah-milah kelompok konsumen berdasarkan potensial penawaran produk yang berbeda-beda. Pangsa pasar dibagi menjadi dua segmen yaitu :

1) Kaum muda

Anak-anak serta remaja masuk dalam segmen ini. Kaum muda membutuhkan asupan makanan yang berprotein tinggi untuk aktivitas-aktivitasnya. Selain itu, kaum muda lebih memperhatikan organoleptik (bentuk, rasa, warna, dan aroma produk) dari setiap makanan yang mereka konsumsi.

2) Kaum Dewasa

Usia dewasa hingga sekitar 35 tahun dapat termasuk dalam segmen ini. Berbeda dengan kaum muda, kaum dewasa lebih cenderung mengonsumsi makanan yang mempunyai keunikan dan inovasi yang belum ada pada jamannya.

b. *Targetting*

Target utama pemasaran BACOK adalah kaum muda. Hal ini didasarkan pada pangsa pasar tersebut yang memiliki ukuran besar. Sedangkan distribusi untuk kaum tua, BACOK akan disediakan di acara-acara pertemuan resmi, jamuan makan malam, pameran, bazaar ataupun seminar-seminar.

c. *Positioning*

Konsumen dapat menjadikan BACOK sebagai produk camilan yang sehat, lezat, bermanfaat, unik, dan tanpa pengawet. Di samping itu, BACOK dapat juga dikonsumsi sebagai makanan penutup. Pemasaran produk ini akan diarahkan pada adanya diversifikasi rasa dan penambahan nutrisi olahan daging bagi masyarakat.

❖ **Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)**

a. Produk (*product*)

Produk berupa daging dengan isi yang coklat. Keunggulan dari produk ini adalah bakso yang umumnya hanya berisi daging maupun jeroan lainnya, kali ini berisi coklat dan dipadukan dengan kacang almond. Produk ini terkesan unik karena perpaduan yang cukup frontal yang disuguhkan produk ini. Merek yang kami gunakan adalah “BACOK”. BACOK singkatan dari Bakso Coklat, yang memang mencerminkan identitas dari produk yang kami tawarkan. Merek ini akan sangat mudah diingat karena sederhana dan unik.

b. Harga (*price*)

Produk ini dijual dengan harga Rp 2.000,00/BACOK. Harga ini ditetapkan berdasarkan beberapa pertimbangan diantaranya kemampuan konsumen dalam melakukan konsumsi, kepuasan dari para konsumen atas manfaat yang telah diperoleh dibandingkan dengan biaya yang mereka keluarkan, *opportunity cost* konsumen, citra atau *image* produk yang terbentuk sebagai makanan yang unik dan sehat, tertutupnya *production cost* yang cukup besar dengan keuntungan yang maksimal.

c. Tempat (*place*)

Tempat yang kami gunakan dalam proses penjualan berada di daerah Tanahbaru. Lokasi ini sangat strategis karena terletak sekitar 1000 m dari pintu keluar tol Bogor Outer Ring Road.

d. Promosi (*promotion*)

1) Penjualan Perorangan (*Personal selling*)

Dalam hal ini kami melakukan pemberian informasi secara langsung (*direct promotion*). Pemberian informasi ini dilakukan oleh personil tim ketika melakukan *direct selling*. Promosi secara langsung dianggap cukup efektif karena adanya interaksi langsung antara konsumen dan produsen. Selain itu promosi dilakukan dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang akan dilakukan oleh konsumen yang merasa puas terhadap produk.

2) Publisitas (*Public relation*)

Dalam hal ini kami melakukan pemberian informasi secara tidak langsung (*indirect promotion*). Kegiatan ini kami lakukan dalam beberapa bentuk, diantaranya melalui jejaring sosial *facebook* dan *twitter*, dan penyebaran pamflet serta leaflet.

I. TAHAPAN PELAKSANAAN

Proses kegiatan kewirausahaan ini telah sampai tahap penentuan lokasi, pengadaan barang-barang serta fasilitas untuk menunjang proses penjualan, dan proses penjualan itu sendiri. Kami bekerja sama dengan industri rumah tangga dalam hal pengadaan atau produksi produk yang kami jual. Hal tersebut dapat menimbulkan kerjasama dua arah yang saling menguntungkan. Kami dapat membantu industri rumah tangga dalam segi kegiatan produksi bakso dan kami lebih mudah dalam pengaturan arus produksi bakso.

Lokasi yang digunakan merupakan tempat berjualan yang berada di Tanahbaru. Lokasi ini cukup strategis dan dapat menunjang kegiatan proses penjualan. Diperlukan beberapa perbaikan dan renovasi untuk lokasi berjualan agar terlihat lebih menarik. Disamping itu, gerobak juga didesain dengan konsep sehingga akan menarik konsumen untuk mengkonsumsi produk kami.

Proses penjualan awal dilakukan dengan *door to door*. Hasil penjualan secara *door to door* cukup baik karena menimbulkan efek promosi *mouth to mouth* sehingga produk cukup baik dikenal oleh masyarakat sekitar. Penjualan di kios belum dapat dilakukan karena jam buka yang terbatas, yakni pukul 10.00 WIB hingga 15.00 WIB. Hal tersebut dikarenakan kios yang digunakan secara bersamaan dengan pedagang lain dengan sistem *shift*. Penyusunan laporan akhir ini juga dilakukan setelah beberapa hari raya Idul Fitri dan tenaga kerja masih belum dapat bekerja.

Produk yang kami jual juga mengalami sedikit perubahan. Hal tersebut dikarenakan hasil uji organoleptik oleh beberapa panelis terhadap produk BACOK dinilai kurang baik. Hal tersebut dikarenakan hampir sebagian dari panelis yang mencoba, menilai bahwa BACOK belum dapat diterima selera mereka karena penggabungan bakso dengan coklat dirasa belum cukup familiar bagi konsumen sehingga reaksi penerimaan produk kurang baik. Kendala ini cukup menghabiskan waktu kami dalam hal mencoba resep hingga berkali-kali, namun penerimaan di panelis masih belum memuaskan walaupun sedikit dapat diterima setelahnya. Namun demikian, hasil tersebut dirasa belum cukup kuat untuk kami melaksanakan proses penjualan produk, sehingga kami mengubah konsep kegiatan menjadi Gallery Bakso. Gallery Bakso merupakan konsep penjualan bakso yang mempunyai diversifikasi rasa karena terdapat varian bakso yang berbeda. Diantaranya adalah Bakso Keju, Bakso Tahu, Bakso Telur Puyuh, serta Bakso Udang. Kami juga tetap memasukkan BACOK dalam menu yang kami sajikan dengan harapan lama kelamaan konsumen akan dapat menerima produk tersebut. Adanya perubahan konsep dinilai tidak merubah esensi dari program kewirausahaan ini karena tetap bertujuan untuk mencari keuntungan serta tetap menawarkan produk bakso yang unik, sehat, dan bergizi. Akan tetapi sampai dengan kegiatan ini berakhir, BACOK masih kurang disukai oleh konsumen.

J. PENGELUARAN BIAYA

Biaya tetap

Barang	Banyaknya barang	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
Kompore gas	1 buah	250.000	250.000
Sodet	3 buah	10.000	30.000
Sendok	2 lusin	750/buah	18.000
Garpu	2 lusin	750/buah	18.000
Panci steam	1 buah	230.000	230.000
Kulkas kecil	1 buah	750.000	750.000
Baskom besar	2 buah	10.000/buah	20.000
Mangkuk	2 lusin	10.000/3 buah	80.000
Pisau	3 buah	15.000/buah	45.000
Piring	½ lusin	10000/3 buah	20.000
Tabung gas 3 kg	1 tabung	175.000/tabung	175.000
Gerobak	1 unit	1.000.000/unit	1.000.000
<i>Chocolate Fountain</i>	1 unit	500.000/unit	500.000
Total biaya investasi			3.136.000

Biaya Penyusutan Alat

Umur teknis peralatan : 5 tahun
 Nilai ekonomis alat : Rp 3.136.000,00
 Biaya penyusutan per bulan : Rp 52.267,00

Biaya operasional

Jenis Biaya	Harga (Rp)	Keterangan
Sewa tempat	500.000	Tiap bulan
Penyusutan peralatan	52.267	Tiap bulan
Biaya transportasi	50.000	Tiap bulan
Biaya komunikasi	50.000	Tiap bulan
Biaya tenaga kerja	650.000	Tiap Bulan
Biaya promosi	500.000	Awal Usaha
Total biaya operasional	673.933	

Rata-rata biaya operasional/hari = Rp 1.332.267/30 hari = Rp 44.408,00

Biaya variabel

Produksi bakso dilakukan dengan kerjasama antara pelaku usaha dan Industri Rumah Tangga dengan sistem beli per adonan dengan biaya sebagai berikut:

1. Bakso Urat = Rp 20.000/250 gram
2. Bakso Telur Puyuh = Rp 20.000/250 gram
3. Bakso Keju = Rp 20.000/250 gram
4. Bakso Strawberry = Rp 20.000/250 gram
5. Bakso Tahu = Rp 10.000/10 buah

PEMASUKAN

Door to door

Harga jual yang ditetapkan

1. Bakso Urat = Rp 23.000/bungkus
2. Bakso Telur Puyuh = Rp 23.000/ bungkus
3. Bakso Keju = Rp 23.000/ bungkus
4. Bakso Strawberry = Rp 23.000/ bungkus
5. Bakso Tahu = Rp 11.000/10 buah

Banyaknya penjualan

No	Tanggal	Urat	Puyuh	Strawberry	Tahu	Keju	Keuntungan
1	18 Juli 2013	5	5	4	5	5	62000
2	19 Juli 2013	5	4	3	7	5	43000
3	20 Juli 2013	6	4	1	6	5	39000
4	21 Juli 2013	6	4	1	5	5	38000
5	22 Juli 2013	6	7	1	4	6	64000
6	23 Juli 2013	6	8	1	6	5	66000
7	24 Juli 2013	8	8	1	6	5	72000
8	25 Juli 2013	8	8	2	7	6	79000
9	26 Juli 2013	7	8	4	7	6	79000
10	27 Juli 2013	8	9	1	7	8	85000
11	28 Juli 2013	10	8	1	9	8	90000
12	29 Juli 2013	10	11	1	9	8	99000
13	30 Juli 2013	9	11	1	9	7	93000
14	31 Juli 2013	12	13	2	10	7	112000
15	1 Agustus 2013	13	11	1	9	8	108000
16	2 Agustus 2013	12	12	1	11	9	113000
17	3 Agustus 2013	8	10	2	10	12	106000
18	4 Agustus 2013	10	13	1	12	11	117000
19	5 Agustus 2013	11	13	2	11	9	116000

Total 1581000

Rata-rata keuntungan / hari = Rp 1.581.000/19 hari
= Rp 83.210,00

Keuntungan bersih per hari = Rataan keuntungan per hari – Rataan operasional per hari
= Rp 83.210,00 – Rp 44.408,00
= Rp 38.802,00

K. SIMPULAN DAN HASIL

Luaran dari kegiatan ini adalah menciptakan ide bisnis yang dapat meraih keuntungan yang optimal khususnya di bidang makanan atau jajanan. Sejauh ini, ide bisnis tersebut telah menjadi suatu bisnis yang akan kami jalankan selanjutnya. Bisnis usaha bakso dengan diversifikasi rasa ini akan menjadi suatu bisnis yang menguntungkan karena produk yang dijual unik dan menyehatkan. Keuntungan juga sudah diperoleh walaupun masih belum maksimal. Oleh karena itu, target luaran kewirausahaan ini dapat dikatakan hampir tercapai.

L. DOKUMENTASI



