**DODOL LABU SIAM**

*Disusun Untuk Memenuhi Tugas Mata Kuliah Bisnis Digital*

**Dosen Pengampu:**

Drs. Iqbal Hilal, M.Pd

Drs. Iskandarsyah, M.H

**Disusun Oleh:**

 Arinda Darma Kinanti 2113046083



**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA LAMPUNG**

**JURUSAN BAHASA DAN SENI**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

**UNIVERSITAS LAMPUNG**

**2023**

**DAFTAR ISI**

DAFTAR ISI……………………………………………………………………...i

DAFTAR GAMBAR………………………………………………………….....ii

BAB 1.PENDAHULUAN………………………………………………………..1

BAB 2.GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA……………………………3

BAB 3.METODE PELAKSANAAN…………………………………………......3

BAB 4.BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN……………………………….......3

 4.1 Anggaran Biaya………………………………………………………........3

 4.2 Jadwal Kegiatan………………………………………………...................3

#

# DAFTAR TABEl

Tabel 1. Rekapitulasi Rencana Anggaran Biaya

Tabel 2. Jadwal Kegiatan

**BAB 1.**

**PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang

 Dodol merupakan makanan tradisional yang cukup popular yang sudah dikenal sejak zaman dahulu. Saat ini dodol lebih dikenal dengan nama daerah asalnya seperti dodol Garut, dodol Kudus atau jenang Kudus, gelamai dari Sumatra Barat, dodol durian atau lempong dari Sumatera dan Kalimatan. Dodol termasuk produk olahan setengah basah yang padat dan kenyal, produk sejenis yang dibuat secara tradisional disebut jenang dengan tekstur lebih lembek dan berminyak (Suprapti, 2005).

 Labu siam atau jipang adalah tumbuhan suku labu-labuan yang dapat dimakan buah dan pucuk mudanya. Tumbuhan ini merambat di tanah atau agak memanjat dan biasa dibudidayakan di pekarangan, biasanya di dekat kolam. Buah menggantung dari tangkai. Daunnya berbentuk mirip segitiga dan permukaannya berbulu. Labu siam cocok dijadikan sebagai menu lauk diet karena rendah kalori. Di dalam 160 gr labu siam terdapat hanya 38 kalori dan 8 gr karbohidrat. Labu siam rendah kalori karena mengandung air cukup tinggi yakni sekitar 93% dari berat labu siam itu sendiri

 Dodol dikelompokkan menjadi dua yaitu dodol yang berbahan dasar tepung, antara lain tepung beras, tepung ketan, dan dodol yang berbahan dasar dari buah-buahan (Satuhu, 2004). Dodol yang berbahan dasar buah, misalnya nanas, sirsak, mangga dan masih banyak lainnya.Biasanya dodol yang berbahan dasar tepung perlu penambahan essence sebagai bahan tambahan perasa, sedangkan dodol yang berbahan dasar buah hampir tidak memerlukannya. Dodol buah terbuat dari daging buah matang yang dihancurkan, kemudian dimasak dengan penambahan gula dan bahan tambahan lainnya, seperti santan, tepung ketan, tepung tapioka, tepung hunkue, bahan pewarna makanan, maupun bahan pengawet.

2.2 Perumusan Masalah

1. Dodol berbahan dasar buah yang beredar di pasaran saat ini kurang sehat dan kurang bergizi

2. Karoten dalam labu siam belum termanfaatkan dalam bentuk produk pangan siap saji yang mudah diperoleh masyarakat

3. Kurangnya konsumsi karoten dan antioksidan dapat mengakibatkan timbulnya penyakit degeneratif yang menganggu metabolisme tubuh

1.3 Tujuan

1. Membuat suatu produk dodol yang sehat dan kaya akan karoten dan antioksidan yang dapat membantu dalam pencegahan penyakit degeneratif

2. Mengenalkan penggunaan produk olahan labu siam kepada masyarakat

3. Menjadi sarana peningkatan keterampilan (softskill) berwirausaha

1.4 Luaran Yang Diharapkan

1. Menciptakan inovasi baru dalam proses pengolahan dodol dengan sedikit sentuhan inovasi yang dapat meningkatkan citra dari labu siam

2. Menjual dodol yang bernilai gizi tinggi, sehat, praktis, enak, dan terjangkau bagi masyarakat

3. Membuat produk dodol berbahan dasar labu siam, yang memiliki karoten dan antioksidan tinggi yang dapat membantu pencegahan permasalahan kekurangan gizi,meningkatkan kesehatan jantung,meningkatkan control gula darah dan penyakit degeneratif di masyarakat

1.5 Kegunaan Program

Program ini memiliki tujuan agar mahasiswa memiliki keterampilan dalam berwirausaha, meningkatkan kemampuan membangun usaha yang baik, meningkatkan sosialisasi terhadap masyarakat banyak, meningkatkan keterampilan mahasiswa dan mampu berkerja dalam tim yang solid. Dengan adanya produk ini masyarakat diharapkan dapat lebih memilih makanan yang baik atau makanan yang memiliki manfaat bagi tubuh sehingga tingkat kesehatan masyarakat tinggi.

**BAB II**

**GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA**

2.1 Gambaran Produk

Usaha yang akan kami jalankan adalah pembuatan dan penjualan dodol berbahan dasar labu siam sebagai pemberi warna dan rasa. Produk kami diberi nama DLS. Produk kami memiliki banyak kelebihan dibanding dodol yang biasa beredar antara lain berasal dari bahan lokal yaitu buah labu siam yang merupakan tanaman yang banyak terdapat Indonesia. Di dalam 160 gr labu siam terdapat hanya 38 kalori dan 8 gr karbohidrat. Labu siam rendah kalori karena mengandung air cukup tinggi yakni sekitar 93% dari berat labu siam itu sendiri. Labu siam mengandung nutrisi yang beragam, seperti karbohidrat, protein, serat, vitamin C, vitamin B9, vitamin K, vitamin B6, dan mangan. Di samping kepadatan nutrisinya labu siam juga rendah kalori, lemak, natrium, dan karbohidrat total sehingga sehat dan cocok untuk berbagai diet

DLS dijual dalam kemasan plastik berlogo yang dipercantik dengan warna yang cerah dan dilengkapi dengan plastik yang melapisi dodol agar memudahkan pembeli saat mengkonsumsinya. Promosi akan dilakukan melalui media sosial instagram dan twitter. Peralatan untuk menunjang proses produksi DLS juga akan dilengkapi. Untuk bahan baku labu siam sudah tersedia sedangkan bahan-bahan lainnya seperti gula pasir, gula merah, tepung beras ketan, agar-agar,dan santan kelapa akan dibeli sesaat sebelum proses produksi dilakukan.

****

Gambar dodol

2.2 Analisis Biaya

Biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pelaksanaan proyek mandiri ini meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead. Biaya yang terjadi dalam setiap kali produksi terdapat perbedaan yang disebabkan oleh jumlah produk yang dihasilkan. Rincian biaya yang dikeluarkan setiap produksi dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Keterangan | Satuan  | Total |
| Bahan baku |
| Labu siam | 7 Kg | Rp.14.000 |
| Gula pasir (putih)  | 2 Kg | Rp.24.000 |
| Gula merah | 1/2 Kg | Rp.6.000 |
| Tepung ketan | 250 gr | Rp.8.000 |
| Agar-agar | 7 gr | Rp.6.000 |
| Santan kelapa | 400 ml |  Rp. 10.000 |
| Total Rp.68.000 |
| Tenaga kerja | 4 orang |  Rp.137.500 |
| Biaya Overhead |
| Gas | - | Rp.21.000 |
| Kertas Minyak | - | Rp.5.000 |
| Total Rp.26.000 |
| Total biaya produksi Rp.94.000 |

2.3 Analisis Pasar

* 1. STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*)

Segmentasi pasar dari produk dodol DLS didasarkan atas variabel demografis yakni tingkat pendapatan. Dodol Labu Siam akan dijual kepada masyarakat kota Bandar Lampung pada umumnya dengan klasifikasi ekonomi kelas menengah merupakan target dari dodol labu siam. Dalam *positioning*, dodol DLS kami posisikan sebagai alternatif jajanan sehat, bergizi, praktis, higienis, dan ekonomis bagi masyarakat aktif di kota Bandar Lampung.

b. Bauran Pemasaran

* + Tempat

Tempat pemasaran produk dodol DLS terdiri di banyak tempat yaitu wilayah kampus Unila, sistem penitipan di kantin sekolah, tempat kursus, kantin rumah sakit, dan yang terakhir adalah di *bazaar-bazaar* yang sedang diadakan.

* + Promosi

Promosi merupakan aspek penting dalam pengembangan dan penjualan produk. Untuk mempromosikan produk dodol DLS ini dilakukan beberapa langkah promosi seperti:

* + Mempromosikan ke unit kerja di lingkungan unila, ke teman-teman dekat sebagai langkah pertama promosi.
	+ Promosi berlanjut kepada pengenalan kepada pelajar dan masyarakat umum di lingkungan sekitar kampus
	+ Promosi dengan sistem penitipan di kantin sekolah, tempat kursus, kantin rumah sakit.
	+ Promosi untuk konsumsi acara-acara seminar, arisan, pengajian.
	+ Promosi dengan sistem *bazaar to bazaar*, yaitu menjual dodol labu siam pada bazaar yang sedang berlangsung
* Promosi lewat media sosial di internet seperti *twitter, instagram* dsb
* Produk

Dodol DLS mempuyai cita rasa yang manis. Untuk sehari-hari, dodol DLS dijual dalam kemasan yang berisi 70 gram dodol, untuk pemesanan khusus dapat disajikan dalam kemasan plastic zipper.

Harga

Harga per kemasan yang dijual hari-hari harga yang ditawarkan adalah Rp 11,000

Untuk harga per-pack atau pesanan untuk acara seperti arisan atau pengajian harga yang ditawarkan adalah Rp 55,000.

**2.4 Analisis Kelayakan Usaha**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Uraian | Total |
| 1 | Harga jual produksi | Rp. 55.000 |
| 2 | Jumlah produksi/bulan | 288 pack |
| 3 | PBP | 0,4 bulan |
| 4 | BEP Unit | 4486 |
| 5 | Biaya Investasi | Rp 15,840,000 |
| 6 | NPV | Rp |
| 7 | R/C | 1,59 |
| 8 | B/C | 1,59 |
| 9 | IRR | 53% |

Untuk harga pokok penjualan produk dodol didapat sebesar Rp 55,000 per kemasan plastik. Berdasarkan hasil analisis keuangan usaha dapat dilihat bahwa usaha labu siam cukup menguntungkan, karena memiliki nilai R/C lebih dari 1 (1,59) , nilia B/C lebih dari 1 (1,59) dan investasi yang ditanamkan dapat kembali dengan waktu pengembalian 0,4 bulan.

* 1. **Aspek pengembangan produk**

Hingga saat ini, produk dodol labu siam sudah dijual keberbagai kalangan seperti remaja,orang tua hingga anak-abak sudah dapat menikmati dodol dengan sensasi manis dan asam ini. Untuk menilai pengembangan produk dapat dilihat sebagai berikut :

1. Kualitas produk

Dalam pencarian resep yang baik sebelum melakukan produksi, dodol labu kuning rosella banyak mengalami kenaikan maupun penurunan kualitas produk dikarenakan belum banyak mengetahui kekurangan apa saja yang dapat membuat kualitas produk menurun, seperti perubahan resep yang telah ditetapkan sebelumnya sebelum produksi dimulai dikarenakan permintaan konsumen yang menginginkan produk dodol yang lebih baik, seperti contoh pada produksi pertama resep yang telah ditetapkan sebelum produksi dilakukan harus diubah kembali sebab konsumen mengeluhkan dodol memiliki rasa yang terlalu manis dan teksturnya kurang matang, sehingga resep yang dimiliki diubah kembali dan dianalisis faktor apa yang membuat dodol memiliki. Pada kualitas yang dimiliki dodol labu siam menunjukan peningkatan dibandingkan pada waktu awal produksi dikarenakan perbaikan resep yang dimiliki berdasarkan masukan dari konsumen.

1. Promosi

Pada awal produksi dodol labu siam hanya mengandalkan informasi yang disampaikan melalui informasi lisan dari satu orang ke orang lainnya dan diharapkan akan terus tersebar bahwa terdapat produk dodol dengan cita rasa yang berbeda yaitu manis dan asam. Namun pada produksi selanjutnya diperkirakan bahwa pemberian informasi secara lisan kurang efektif untuk menjangkau mahasiswa polinela maupun masyarakat sekitar, sehingga dodol labu siam memutuskan untuk menggunakan media sosial dan melakukan pendekatan pada masyarakat agar masyarakat diluar kampus mengetahui terdapat dodol yang memiliki citarasa berbeda dari dodol lainnya.

1. Respon kunsumen

Pada penjualan dodol labu siam target awal nya hanyalah mahasiswa Universitas Lampung, namun seiring meningkatnya kualitas produk dodol labu siam respon konsumen yang diberikan juga sangat baik mengenai produk dodol labu siam, sehingga dilakukan perluasan promosi ke masyarakat diluar kampus, dan untuk respon yang didapatkan dari masyarakat sangatlah baik dan bahkan menjadi pelanggan yang menantikan produk DLS (Dodol Labu Siam).

* 1. **Aspek pemasaran**

Aspek pemasaran merupakan faktor penting yang dijadikan faktor keberhasilan, pada penjualan produk dodol labu siam aspek pemasaran meliputi :

1. STP (segmentation,targeting,positioning)

Pada saat proses produksi dodol labu siam berjalan segmentasi pasar masih didasarkan pada variable demografis yakni tingkat pendapatan, dodol labu siam dijual pada masyarakat sekitaran kota Bandar lampung khususnya mahasiswa dan umumnya dengan klasifikasi ekonomi kelas menengah. Dalam positioning dodol siam masih menjadi produk sehat dan bergizi namun praktis untuk kelas ekonomi menengah.

1. Bauran pemasaran

Pada bauran pemasaran dodol labu siam meliputi tempat pemasaran dan promosi produk, untuk tempat pemasaran produk dodol siam setelah menjalankan produksi tidak banyak tempat yang dituju, karena terbatasnya tenaga kerja sehingga tidak dapat memproduksi banyak roti, oleh karena itu dodol siam hanya menjual pada tempat yang dapat dijangkau seperti kantin di kampus dan juga lewat pemesanan dimedia social

1. Produk

Pada saat perencanaan dodol labu siam akan dijual dalam kemasan kecil (plastic zipper) yang berisi 8 dodol dan akan dijual dalam bentuk box besar. Namun setelah menjalankan proses produksi dan melakukan promosi terhadap kedua produk, hanya produk dengan kemasan kecil saja yang banyak memiliki peminat sehingga diputuskan hanya menjual dengan kemasan kecil saja.

1. Harga produk

 Dodol labu kuning rosella dipasarkan dengan harga Rp 55,000 per pack