

Pemanfaatan Limbah Sayuran sebagai Alternatif Pakan Kucing

Lusifah Nurul Huda^{1*}, Anggun Sinta Dewi², Nanda Zulfa Nafi'ah³

^{1,2} Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Magelang

³ Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Magelang

Abstrak

Keywords:
Bispak Sayur; Pakan
Kucing; Limbah
Sayuran.

Kewirausahaan pada kelompok Bispak Sayur ini bertujuan untuk membuat inovasi baru pada bahan biskuit yang berasal dari limbah sayuran, mengetahui cara pengolahan limbah sayur sebagai biskuit pakan kucing, melatih kemandirian dan kreatifitas mahasiswa dalam mengembangkan usaha biskuit kucing yang bergizi dan praktis bagi kucing. Hasil program kewirausahaan ini menunjukkan bahwa respon masyarakat pecinta kucing sangat baik dan antusias untuk proaktif membeli hasil bispak sayur kami. Adanya program kreatifitas ini memberikan dampak yang positif di lingkungan yaitu memberikan solusi atau alternatif bagi para pecinta kucing yang ingin memberi nutrisi lebih untuk kucingnya tanpa mengeluarkan biaya yang mahal. Pada tahap awal dilakukan survey pasar mengenai harga dan kualitas pakan kucing yang terjual di pasaran. Survey ini disertai diskusi guna mengevaluasi respon pecinta kucing terhadap jenis makanan apa yang dibutuhkan kucing mereka. Manfaat dari kegiatan ini dapat meningkatkan pengetahuan kami mengenai berbagai jenis pakan kucing yang banyak dan sedikit diminati konsumen. Kemudian menjadi evaluasi dan masukan untuk kelompok kami dalam pengolahan pakan kucing. Kelompok bispak sayur dan konsumen menginginkan adanya kegiatan yang berkesinambungan, yaitu tidak hanya berhenti hingga program kami selesai melainkan melanjutkan usaha kami terus. Dengan demikian kegiatan program pengabdian pada masyarakat dapat menjadi alternatif bagi pecinta kucing untuk menekan pengeluaran dan memberi cemilan bernutrisi untuk kucing mereka.

1. PENDAHULUAN

Pakan merupakan salah satu faktor terpenting, besarnya pengaruh pakan terhadap pertumbuhan hewan terutama kucing menyebabkan biaya yang dikeluarkan untuk pakanpun tidak bisa dianggap ringan. Efisiensi terhadap pengolahan pakan mempunyai arti yang sangat penting guna menekan biaya pakan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengganti bahan pakan yang relatif mahal dengan bahan yang relatif murah namun tetap

memperhatikan nilai gizi dan ketersediaan bahan pengganti.

Suplai bahan baku pakan kucing sebagian besar masih tergantung dari bahan impor, seperti ikan tuna, jagung dan bahan lainnya. Permasalahan yang sering muncul adalah bila terjadi gejolak harga terhadap bahan baku tersebut. Ketergantungan bahan baku pakan impor sebetulnya tidak perlu terjadi bila pengadaan bahan pakan secara nasional bisa diatasi. Hal tersebut bisa disiasati dengan penyediaan bahan baku pakan lokal atau menggantikan sebagian bahan baku pakan

tersebut dengan bahan substitusi (alternatif) yang ketersediaannya cukup memadai di beberapa daerah di Indonesia (Alamsyah R, 2005). Selain itu, bahan baku pakan atau pakan yang diberikan kepada ternak haruslah terjamin mutu dan keamanannya (feed safety), begitu pula cara pembuatannya juga harus sesuai dengan kebutuhan kucing. Hal tersebut bertujuan agar pakan yang dikonsumsi kucing tidak berbahaya dan tidak merugikan, sehingga dapat merugikan peternak itu sendiri. Terlebih kucing adalah hewan karnivora, bukan herbivora sehingga kebutuhan sayurannya pun juga harus sesuai kebutuhan saja.

Di kabupaten Magelang, pecinta kucing semakin hari terus bertambah. Untuk itu maka diperlukan daya dukung sumber pakan yang memadai, baik kualitas maupun kuantitasnya. Pakan kucing yang ada di wilayah Kabupaten Magelang saat ini masih mengimpor dari luar dan belum ada yang menggunakan produk dalam negeri atau buatan sendiri. Padahal makanan yang telah dikemas per kilo tersebut tidak mencantumkan komposisi dan nilai gizinya. Untuk menanggulangi permasalahan tersebut di atas, salah satunya adalah dengan mencari alternatif pakan pengganti sehingga dapat menekan biaya produksi yang harus dikeluarkan.

2. METODE

Metode yang dilakukan oleh tim PKM K BISPAK SAYUR dalam memproduksi biskuit kucing terdiri dari empat tahap, tahap yang pertama adalah tahap persiapan, tahap yang kedua adalah tahap produksi, selanjutnya adalah tahap pemasaran, dan yang terakhir yaitu tahap evaluasi. Tahap yang pertama dari pelaksanaan program tersebut adalah tahap persiapan. Pada tahap ini tim PKM K BISPAK SAYUR melakukan pengadaan alat produksi guna menunjang pelaksanaan produksi dan pengadaan bahan produksi, dengan bahan dasar berupa sayuran dan ikan tongkol. Alat produksi terdiri dari: cetakan

biskuit, pisau, baskom, solet plastik, loyang oven, nampan, neraca timbangan, blender, penggiling adonan, kompor gas, regulator, gas LPG, tepung terigu, tepung maizena, rum butter, susu bubuk, mentega, bayam, brokoli, wortel, jagung dan ikan tongkol. Selanjutnya adalah pemilihan cara pengemasan dari BISPAK SAYUR. Pengemasan yang digunakan adalah plastik klip, agar kehygienisan dari BISPAK SAYUR dapat terjaga. Langkah yang berikutnya adalah pemilihan desain produk.

Tahap persiapan yang selanjutnya adalah uji ketahanan, berdasarkan uji yang telah dilakukan secara manual oleh tim PKM K BISPAK SAYUR, produk biskuit kucing dapat bertahan sampai tiga bulan. Langkah persiapan yang selanjutnya adalah survei pasar dan uji sensoris, uji ini dilakukan di lingkungan kampus UM Magelang. Pada tahap ini tim PKM K BISPAK SAYUR dapat mengetahui efek samping setelah kucing mengkonsumsi biskuit kucing dan kemasan, serta harga. Tahap yang kedua adalah tahap produksi. Pada tahap ini tim PKM K BISPAK SAYUR memproduksi biskuit kucing, menentukan jumlah SOAL BAKAT yang mau diproduksi dalam waktu satu minggu. Produksi dilakukan di Gadungan Pasuruhan RT 4/RW 2, Pasuruhan, Mertoyudan, Magelang



Gambar 1. Produk BISPAK SAYUR

Tahap yang ketiga adalah tahap pemasaran dan promosi, promosi dan pemasaran dilakukan dengan dua cara yaitu dengan cara konvensional dan cara melalui media *online*. Cara konvensional dilakukan dengan cara mempromosikan produk dan memasarkan secara langsung. Sedangkan

dengan cara melalui media *online* adalah melalui media *social* berupa *Instagram*.

Pada tahap yang ketiga ini tim PKM K BISPAK SAYUR juga menentukan mitra untuk memasarkan BISPAK SAYUR. Selama program PKM K terlaksana tim PKM K BISPAK SAYUR dapat menjalin kerjasama dengan mitra pemasaran sejumlah pemilik toko *petshop*.



Gambar 2. Salah satu mitra BISPAK SAYUR

Langkah yang terakhir dari tahap pemasaran adalah penentuan target pemasaran. Pemasaran BISPAK SAYUR ditargetkan pada warga kampus UM Magelang, masyarakat Magelang dan sekitarnya, dan masyarakat seluruh Indonesia. Tahap yang terakhir adalah tahap evaluasi. Pada tahap ini tim PKM K BISPAK SAYUR mengevaluasi hal yang berkaitan dengan produk BISPAK SAYUR, hal yang dievaluasi dari produk ini adalah terkait.

No.	Kegiatan pemasaran / toko (mitra tim PKM K BISPAK SAYUR)	Jumlah produk yang terjual
1.	Penjualan di lingkungan teman	30
2.	Penjualan di setiap kelas di kampus UM Magelang	33
3.	Penjualan secara online melalui instagram	35
4.	Pemasaran di mitra petshop Magelang	12
5.	Pemasaran di mitra petshop Temanggung	17

Bahan evaluasi dapat diambil dari konsumen pemilik kucing dan anggota dari tim PKM KBISPAK SAYUR. Selain evaluasi

terkait produk tim PKM K BISPAK SAYUR juga akan mengevaluasi terkait kinerja dan strategi pemasaran, agar usaha BISPAK SAYUR dapat berkembang dan maju dengan baik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran produk BISPAK SAYUR telah dilakukan diberbagai daerah, diantaranya adalah Magelang, Purworejo, Purwokerto, dan Bogor. Pamasanaran dilakukan dangana cara konvensional dan dengan cara media online. Pemasaran secara konvensional dilakukan dengan cara memasarkan BISPAK SAYUR secara langsung. Pemasaran yang pernah dilakukan adalah di acara workshop penelitian UM Magelang, dimana pada acara tersebut tim PKM K BISPAK SAYUR memasarkan produk selain itu juga dilakukan promosi dengan cara menjadi penyedia konsumsi bagi peserta workshop dengan tester biskuit kucing .



Gambar 3. Pemasaran di acara lingkungan kampus saat lomba Taekwondo

Pemasaran yang dilakukan secara konvensional yang selanjutnya adalah memasarkan BISPAK SAYUR ke toko – toko yang berada di sekitar Magelang dan Temanggung. Produk BISPAK SAYUR yang sudah tersebar di Purworejo, dan BOGOR melalui pemesanan lewat media online berupa media social.

Berdasarkan kegiatan pemasaran yang telah dilakukan oleh tim PKM K BISPAK SAYUR, produk biskuit kucing sudah terjual

dengan jumlah 160 kemasan. Dengan rincian sebagai berikut :

Berdasarkan data di atas jumlah penjualan BISPAK SAYUR sudah mencapai 160 kemasan, dengan harga Rp. 18.000 / botol.

Break Event Point (BEP)

Kegunaan dari menghitung BEP adalah untuk mengetahui kapan hasil usaha yang dilakukan mencapai titik impas, yang meliputi sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{BEP Harga} &= \frac{Fc}{1 - \frac{Vc}{S}} \\ &= \frac{1395000}{1 - \frac{767000}{2880000}} \\ &= \mathbf{1.901.372} \\ \frac{\text{BEP Harga}}{\text{produksi}} &= \frac{1.901.372}{160} \\ &= \mathbf{11.883} \end{aligned}$$

Artinya, usaha BISPAK SAYUR akan mengalami titik impas dengan harga Rp 18.000,00 / kemasan ketika produksi 106 kemasan terjual.

Payback Period (PBP)

PBP digunakan untuk menghitung jangka waktu kembalinya dana yang diinvestasikan.

$$\begin{aligned} \text{PBP} &= \frac{\text{Total Investasi}}{\text{Laba per Bulan}} = \frac{\text{Rp } 2790000}{\text{Rp } 704000} = \mathbf{3,96} \\ &= \mathbf{3 \text{ bulan } 29 \text{ hari}} \end{aligned}$$

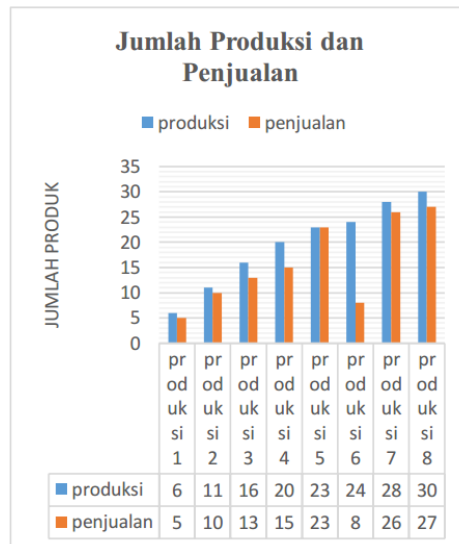
Artinya, besarnya investasi sebesar Rp 2.790.000 dapat dikembalikan dalam jangka waktu 3 bulan, 29 hari.

Return On Investment (ROI)

ROI dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang diinvestasikan dalam aktiva yang dipergunakan dalam operasi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.

$$\begin{aligned} \text{ROI} &= \frac{\text{Laba per Bulan}}{\text{Total Investasi}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 704000}{\text{Rp } 2790000} \times 100\% \\ &= \mathbf{25,2\%} \end{aligned}$$

Berikut detail dari jumlah produk dan jumlah penjualan selama 8 minggu.



Gambar 4. Jumlah Produksi dan Penjualan

Berdasarkan tabel di atas jumlah BISPAK SAYUR yang tela diproduksi adalah 160 kemasan dan yang terjual di pasar sejumlah 127 kemasan, dan produk yang tidak terjual 33 kemasan.

Tabel 2 Total Pemasukan Tim PKM K L BISPAK SAYUR

No.	Penjualan	Harga
1.	Penjualan promosi (18x14.000)	Rp. 252.000
2.	Penjualan (109x18.000)	Rp. 1.962.000
Jumlah		Rp. 2.214.000

Total pemasukan dalam 8 minggu sebesar Rp. 2.214.000, dan kerugiannya adalah Rp 594.000 dari 33 x 18.000 = 594.000.

Selama kegiatan survei pasar, uji sensoris dan pemasaran berlangsung tim PKM K

BISPAK SAYUR mendapatkan tanggapan dari konsumen. Tanggapan dari konsumen beragam, ada yang menanggapi terkait dengan desain kemasan, ukuran biskuit dan harga.

BISPAK SAYUR adalah biskuit olahan dari berbagai sayuran yang tidak menggunakan bahan pengawet dan pewarna kimia, sehingga aman dikonsumsi bagi kucing.

Saat kegiatan pemasaran berlangsung tim PKM K BISPAK SAYUR menemukan beberapa kendala. Kendala yang pernah dihadapi adalah pada masyarakat masih ragu dengan produk BISPAK SAYUR terkait bentuknya karena produk biskuit kucing masih belum ada di pasaran, sehingga kegiatan pemasaran menjadi tersendat. Langkah yang dilakukan oleh tim PKM BISPAK SAYUR untuk menangani kendala dalam pemasaran adalah mempromosikan produknya dengan harga yang terjangkau dan membuat tester hasil produksi tim PKM K BISPAK SAYUR ke beberapa orang.

Selain terkendala dalam pemasaran anggota dari tim PKM K BISPAK SAYUR juga. Waktu adalah tantangan yang harus dihadapi oleh tim ini dalam melaksanakan program ini, karena kegiatan perkuliahan, sehingga dibutuhkan manajemen waktu yang mengatur waktu masing-masing anggota, pembagian *job* dan waktu berdasarkan keterampilan anggota dan komitmen bersama pada setiap anggota, serta peran pembimbing dalam mengarahkan dan membimbing untuk kelancaran jalannya PKM K BISPAK SAYUR.

Disamping kendala yang tim PKM K BISPAK SAYUR hadapi dalam memasarkan produk, tim ini juga mendapatkan tanggapan dari konsumen. Dari tanggapan konsumen tersebut produk BISPAK SAYUR dapat dikembangkan, pengembangan meliputi aspek desain produk dan ukuran biskuit. Selain itu tim PKM K BISPAK SAYUR melakukan optimalisasi produk demi kepuasan pelanggan. Kegiatan pemasaran yang

dilakukan oleh tim PKM K SOAL BAKAT dengan dua cara yaitu konvensional dan melalui media online. Pemasaran sudah menjangkau daerah Magelang, Purworejo, Temanggung dan Bogor. Untuk perluasan pemasaran ke masyarakat umum membutuhkan waktu dan dana promosi yang relative besar karena berkaitan dengan pola dan gaya hidup masyarakat.

Sampai bulan Juni PKM K BISPAK SAYUR sedang dalam proses mendapatkan PIRT dari Dinas Kesehatan, guna meningkatkan kepercayaan masyarakat. Keberlanjutan dari program ini diperlukan guna keberlangsungan usaha BISPAK SAYUR.

Tabel 3. Keberlanjutan PKM K Soal Bakat

No.	Aspek keberlanjutan	Keberlanjutan program
1.	Produksi	Optimalisasi proses produksi
2.	Profil produk	<ul style="list-style-type: none"> - Uji kandungan dan daya tahan produk dari Laboratorium Teknologi Pengolahan Pangan. - Perolehan merk dagang - Perizinan dari lembaga yang berwenang seperti BPOM. - Pada kemasan terdapat pelabelan standard berisi informasi PIRT, BPOM, , komposisi nutrisi, dan kadaluarsa.
3.	Pemasaraan	<ul style="list-style-type: none"> - Menambah mitra pemasaran - Memperluas jangkauan pemasaran
4.	Pelaksanaan	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan kerjasama antar anggota - Menjaga komitmen dari masing-masing anggota - Mengatur pembagian job berdasarkan waktu dan keterampilan yang dimiliki oleh anggota.

4. KESIMPULAN

Kegiatan PKM Kewirausahaan telah dilaksanakan dengan baik oleh tim PKM K BISPAK SAYUR, sehingga masing-masing anggota mendapatkan pengalaman, keterampilan, dan pendapatan ekonomi dari kegiatan tersebut. Berdasarkan program yang telah terlaksana serta data yang telah tersaji di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa usaha BISPAK SAYUR usaha yang mempunyai prospek yang tinggi dan menguntungkan, hal ini dibuktikan dari jumlah penjualan yang meningkat dan tanggapan yang positif dari masyarakat, serta sudah mencapai titik impas.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang membantu tim penulis untuk mengembangkan usaha BISPAK SAYUR. Ucapan terimakasih tim penulis sampaikan kepada: 1) Direktorat Jendral Perguruan Tinggi (DIKTI) yang telah mengadakan dan memfasilitasi kegiatan PKM; 2) Bambang Tjatur

Iswanto, S.H., M.h selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan dan arahan sehingga program ini bisa terselesaikan

REFERENSI

- [1] Rusdiana. 2014. Kewirausahaan teori dan Praktik. Surakarta: Pustaka Setia.
- [2] Suryana. 2011. Kewirausahaan Pedoman Praktis. Surakarta: Salemba Empat.
- [3] Kresno, Agus. 2009. Dasar-Dasar Ilmu Gizi. Malang; UMMalang Press.
- [4] Effendi, Cacang. 2014. Kucing Complete Guide Book for Your Cat. Jakarta: Agriflo.
- [5] Adnamazida, Rizqi. 2013. Makanan manusia yang aman dikonsumsi kucing. Di akses online melalui [https://www.merdeka.com/gaya/8 makanan-manusia-yang-aman-dikonsumsi-kucing.html](https://www.merdeka.com/gaya/8-makanan-manusia-yang-aman-dikonsumsi-kucing.html) pada tanggal 20 Juni 2017 pukul 20.00 WIB.