



DEVELOPMENT ENTREPRENEURSHIP THROUGH INOVATION OF "CILOK-GURITA (*Octopus sp.*)" AS A NUTRIOUS FOOD

Bagus Ansani Takwin¹, Hasyati Aini², Fajrianti Dwi Kurnia³, Husnul Ayu Juniarti⁴, Dimas Putra Perdana⁵, Salnida Yuniarti Lumbessy^{6*}

^{1,2,3,4,5,6}Prodi Budidaya Perairan, Universitas Mataram, Indonesia, ¹bagusansanitakwin@gmail.com,

²hasyatiaini15@gmail.com, ³fajriantidwi99@gmail.com, ⁴husnulayu135@gmail.com,

⁵dimasbima275@gmail.com, ⁶salnidayuniarti@unram.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Cilok yang beredar di masyarakat selama ini adalah cilok yang berbahan dasar daging, akan tetapi harga daging tergolong mahal, sehingga perlunya inovasi baru berupa cilok yang berbahan dasar murah namun memiliki nilai gizi yang tinggi. Cilok gurita (*Octopus sp*) kaya gizi merupakan solusi yang dapat dikembangkan sebagai keterbaruan inovasi pangan dimasa sekarang ini. Tujuan kegiatan ini adalah untuk menciptakan peluang usaha mandiri melalui produksi cilok gurita yang sehat dan mempunyai nilai gizi yang tinggi bagi semua golongan masyarakat. Metode yang digunakan adalah praktek langsung pembuatan cilok gurita dan menganalisis kelayakan usahanya. Produksi cilok gurita meliputi kegiatan pembuatan produk, pengemasan, dan juga pemasaran kepada konsumen. Cilok Gurita ini terdiri atas berbagai rasa dengan harga jual per porsi (1 mika berisikan 6 pcs) adalah Rp. 5.000,-. Strategi pemasaran yang digunakan adalah secara daring melalui media social whatsapp. Hasil perhitungan cash flow menunjukkan bahwa usaha cilok gurita akan mengalami kenaikan kas sebesar Rp.50.000 ketika penjualan mencapai 50 porsi. Usaha cilok gurita ini layak untuk bersaing di pasaran karena penjualan dalam kurun waktu 1 bulan sudah dapat melebihi BEP.

Kata Kunci: Kewirausahaan; Cilok; *Octopus sp*; gizi.

Abstract: The cilok that has been circulating in the community so far has been the cilok made from meat, but the price of meat is quite expensive, so there is a need for new innovations in the form of cilok made from cheap but high nutritional value. Nutrient-rich Cilok Octopus (*Octopus sp*) is a solution that can be developed as a novelty in today's food innovations. The purpose of this activity is to create independent business opportunities through the production of healthy octopus peelings that have high nutritional value for all groups of society. The method used is direct practice of making octopus peel and analyzing the feasibility of its business. The production of cilok octopus includes product manufacturing, packaging, and marketing to consumers. Cilok Octopus consists of various flavors with a selling price per serving (1 mica contains 6 pcs) is Rp. 5,000, -. The marketing strategy used is online via whatsapp social media. The results of the cash flow calculation show that the octopus peel business will experience an increase in cash of IDR 50,000 when sales reach 50 portions. This octopus peel business is feasible to compete in the market because sales within 1 month can exceed BEP.

Keywords: Entrepreneurship; Cilok; *Octopus Sp*; Nutrition.



Article History:

Received : 18-02-2021

Revised : 15-03-2021

Revised : 11-04-2021

Revised : 14-04-2021

Accepted : 20-04-2021

Online : 25-04-2021



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

A. PENDAHULUAN

Cilok merupakan kepanjangan dari “Aci dicolok”, karena bahan utama pembuatannya adalah tepung kanji yang dalam bahasa sunda disebut “tepung aci”. Selain itu diberikan tambahan bumbu pelengkap berupa saus tomat, saus kacang, dan kecap. Oleh karena itu cilok merupakan makanan yang pada awalnya merupakan makanan khas rakyat di daerah Jawa Barat, namun sekarang sudah banyak ditemukan di berbagai daerah lainnya (Fauziah *et al.*, 2016). Cilok memiliki kesamaan bentuk dengan bakso, yaitu berbentuk bulat-bulat, hanya saja perbedaan kedua produk ini adalah pada bahan dasarnya. Cilok merupakan makanan basah dengan bahan dasar berupa daging. Daging yang digunakan dalam membuat bakso dapat berasal dari daging ayam, daging sapi maupun ikan (Faouziyah *et al.*, 2019). Hampir semua kalangan masyarakat sangat menyukai olahan makanan yang satu ini karena memiliki rasa yang lezat dan harganya yang masih terjangkau (Rohmah & Handayani, 2013).

Cilok yang beredar di masyarakat selama ini adalah cilok yang berbahan dasar daging sapi atau ayam (Susanto *et al.*, 2019). Bahkan beberapa produk cilok hanya terbuat dari tepung tapioka saja, sehingga cilok yang dihasilkan kurang mengandung zat gizi. Kandungan zat gizi tepung tapioka per 100 g mengandung kalori 362,00 kal, protein 0,50 g, lemak 0,30 g, karbohidrat 86,90 g, dan air 12,00 g (Apriyana, 2014). Selain itu, harga daging sapi atau ayam tergolong mahal, sehingga perlunya inovasi baru berupa cilok yang berbahan dasar murah namun memiliki nilai gizi yang tinggi. Salah satu bentuk inovasi baru untuk memperkaya jenis cilok yang ada di pasaran sehingga lebih menarik minat pasar dan konsumen adalah cilok berbahan daging gurita (*Octopus sp*).

Gurita merupakan hewan laut yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan makanan yang bergizi karena mengandung protein dengan kadar yang tinggi. Selain itu daging gurita juga mengandung lemak, karbohidrat, vitamin dan zat besi. Gurita memiliki manfaat yang baik untuk pertumbuhan dan perkembangan anak, memperbaiki jaringan tubuh dan baik untuk metabolisme (Asnidar *et al.*, 2019). Menurut Riyanto *et al.*, (2016) bahwa setiap 100 g daging gurita mengandung 15-16 g protein, lemak 1 g, (Ngabalin *et al.*, 2018) 73-91 kalori, dan selain itu juga mengandung vitamin B3, B12, Potasium, Pospor, Selenium, Iodium. Darah gurita mengandung protein hemosianin yang kaya dengan tembaga untuk mengangkut oksigen. Dibandingkan dengan hemoglobin yang kaya dengan zat besi, hemosianin kurang efisien dalam mengangkut oksigen. Potensi sumberdaya gurita belum banyak dimanfaatkan. Selama ini gurita sering ditangkap dan sebagian besar dijual dalam bentuk segar langsung ke pedagang perantara atau ke pasar ikan (Ngabalin *et al.*, 2018).

Melihat kandungan gizi gurita yang sangat baik dan potensi pemanfaatan gurita yang belum optimal ini maka dilakukan inovasi terbaru berupa cilok yang berbahan dasar daging gurita. Cilok gurita kaya gizi ini merupakan solusi yang dapat dikembangkan sebagai keterbaruan inovasi pangan dimasa sekarang ini. Cilok Gurita ini akan dilengkapi dengan berbagai rasa, yaitu pedas, saus kacang, saus tomat dan lain-lain. Tujuan kegiatan ini adalah untuk menciptakan peluang usaha mandiri melalui produksi cilok gurita yang sehat dan mempunyai nilai gizi yang tinggi bagi semua golongan masyarakat.

B. METODE PELAKSANAAN

1. Gambaran Usaha

Jenis produk ini adalah makanan yang terbuat dari bahan dasar gurita dan dalam pengusahaannya akan diberi label Cilok Gurita. Kelebihan dari cilok ini dibandingkan dengan bahan baku lainnya adalah harga yang murah dan nilai gizi yang sangat tinggi dan dapat dijadikan sebagai lauk pauk. Sasaran dari produk ini adalah semua kalangan masyarakat, yaitu dari anak kecil, remaja maupun dewasa. Lokasi usaha ini terletak di Kekalik, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat.

2. Langkah-Langkah Pelaksanaan

a) Tahap Pra Produksi

Proses-proses yang dilakukan pada tahap ini meliputi.

- 1) Survey pasar dilakukan sebagai langkah awal dalam memulai sebuah usaha. Tujuannya adalah untuk mengetahui kondisi pasar, minat konsumen, dan perencanaan inovasi lebih lanjut.
- 2) Melakukan studi kelayakan terhadap usaha yang akan dijalankan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah kegiatan ini memiliki prospek yang menguntungkan dan memiliki prospek jangka panjang.
- 3) Persiapan sarana dan prasarana untuk menunjang proses produksi yang meliputi tempat produksi, pengadaan peralatan dan pengadaan bahan baku pembuatan cilok Gurita.
- 4) Pengadaan sampel produk, hal ini dilakukan sebagai langkah awal untuk mengetahui kualitas suatu produk sebelum nantinya dipasarkan dalam jumlah besar, yang meliputi cita rasa produk serta penampilan produk.

b) Tahap Produksi

Produksi cilok gurita meliputi kegiatan pembuatan produk, pengemasan, dan juga pemasaran kepada konsumen.

1) Tahapan pembuatan produk

Adapun bahan yang digunakan antara lain tepung terigu, tepung tapioka, gurita, bawang putih, garam, lada, kaldu bubuk,

daun bawang, dan saos. Alat yang digunakan antara lain kompor gas, pisau, nampan besar, panci besar, tabung gas 3 kg, baskom atau wadah plastik dan talenan.

Tahapan prosedur pembuatan cilok Gurita ini adalah sebagai berikut :

- a) Dipanaskan air hingga mendidih, kecilkan api.
- b) Dicampurkan tepung terigu dan tapioka, masukkan bawang putih halus, gula, garam, kaldu bubuk, dan daun bawang. Aduk sampai merata.
- c) Dituang air panas ke adonan sedikit demi sedikit hingga dapat dipulung.
- d) Dibentuk cilok dan diisi potongan kecil Gurita.
- e) Dimasukkan bulatan cilok ke air mendidih sampai mengambang. Tunggu hingga 5 menit. Angkat kemudian sisihkan.
- f) Cilok yang sudah matang disimpan di nampan
- g) Disiapkan saus cilok

2) Pengemasan

Pengemasan cilok gurita menggunakan kotak mika berwarna bening. Setiap kotak mika berisikan cilok gurita sebanyak 6 pcs. Setelah cilok gurita dimasukkan dalam kotak mika kemudian dimasukkan sausnya yang sudah dikemas dalam plastik es. Selanjutnya kotak mika disteples dan dilakukan penempelan label kemasan pada bagian atas kotak mika tersebut.

3) Pemasaran

Pada tahapan pemasaran, dilakukan pemasaran produk cilok gurita melalui sosial media yaitu Whatsapp, guna menunjang penjualan produk ke masyarakat luas.

c) Tahap Pasca Produksi.

Tahap pasca produksi ini merupakan tahap akhir kegiatan, dimana dilakukan evaluasi kegiatan usaha melalui saran-saran yang diberikan konsumen dan analisis hasil dari keuntungan yang diperoleh

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Aspek Produksi

Pengembangan usaha berupa cilok gurita ini merupakan salah satu cara untuk mengembangkan olahan gurita dengan biaya yang relatif murah dan dapat dijangkau oleh semua kalangan. Selain untuk mengembangkan olahan gurita, usaha cilok gurita juga menambah cita rasa baru dalam varian rasa cilok yang beredar, dengan begitu varian

cilok tidak hanya *stuck* pada varian rasa ayam, dan daging saja (Gambar 1.).

Keberadaan dari cilok gurita cukup diterima oleh masyarakat dilihat dari respon ketika dilakukan promosi penjualan. Harga jual per porsi (1 mika berisikan 6 pcs) adalah Rp. 5.000,-. Pada hari pertama terjual sebanyak 40 mika, hari kedua 55 mika, dan hari ketika mengalami penurunan terjual 50, namun hari berikutnya yaitu hari ke 4 hingga hari ke 10 mengalami kenaikan (Gambar 2.).



Gambar 1. Cilok Gurita (*Octopus* sp.)



Gambar 2. Kemasan Cilok Gurita (*Octopus* sp.)

2. Aspek Pemasaran

Fokus pemasaran dilakukan pada tahap pengenalan produk. Sehingga pemasaran dilakukan secara daring. Proses pemasaran ini dilakukan pada social media whatsapp. Adapun hal-hal yang telah dilakukan dalam proses pemasaran ini yaitu melakukan pengenalan program, memberikan informasi terkait manfaat produk, memberikan gambaran desain produk. Wibowo *et al.*, (2015) menyatakan bahwa dalam penyusunan keseluruhan rencana perusahaan dibutuhkan aspek strategi pemasaran sebagai salah satu dasar penyusunannya yang berujung pada . transaksi penjualan. Hal ini disebabkan karena kegiatan pemasaran meliputi penawaran produk kepada calon pembeli, penetapan jenis-jenis produk yang tepat untuk konsumen serta penetapan harga, sistem distribusi dan kiat promosinya.

Adapun konsep pemasaran yang kami tawarkan yaitu sebagai berikut.

a) Harga Pokok Produksi

Harga pokok adalah jumlah biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang tersebut (Bustami & Nurlela., 2013). Perhitungan harga produksi yang dilakukan bahwa produk cilok

gurita dihasilkan biaya sebesar Rp. 160.000 menghasilkan 40 porsi. Sehingga untuk 10 porsi memakan modal sebesar Rp. 40.000.

b) Harga Jual

Harga jual merupakan hasil yang diperoleh dari kombinasi barang dan pelayanannya (Sodikin, 2015). Harga jual yang ditawarkan dalam konsep pemasaran ini yaitu Rp. 5.000 untuk cilok gurita. Harga jual yang ditawarkan memiliki margin keuntungan 10 % dari harga pokok produksi.

c) Cash Flow

Cash flow atau arus kas merupakan suatu laporan yang menyediakan informasi relevan tentang penerimaan dan pengeluaran kas suatu perusahaan dalam satu periode (Nugrahani, 2013). Perhitungan cash flow dengan menggunakan metode langsung dari usaha cilok gurita menunjukkan bahwa usaha ini ketika menjual 50 porsi akan mengalami kenaikan kas sebesar Rp.50.000. (Tabel 1.).

Tabel 1. Cash Flow Sederhana untuk Usaha Cilok Gurita (*Octopus sp.*)

	Bulan Ke-1
Kas Awal	2.000.000
Pendapatan Penjualan	200.000
Pengeluaran Investasi	2.000.000
Biaya Tetap	
• Biaya Peralatan	500.000
• Biaya Bahan Baku	300.000
• Biaya Pengemasan	150.000
• Biaya Pemasaran	400.000
• Biaya Transport	50.000
• Biaya Pajak	300.000
Saldo	200.000

d) BEP (Break event Point)

Break Event Point adalah titik impas atau keadaan ketika suatu usaha tidak untung maupun tidak rugi (Malombeke, 2013). Usaha cilok gurita ini harus dapat menjual 10 porsi untuk dapat mencapai titik impas.

e) Promotion

Pada konsep pemasaran ini, proses promosi akan dilakukan secara daring melalui media social whatsapp. Indika & Jovita (2017) menyatakan bahwa penggunaan media elektronik secara online untuk mempengaruhi konsumen / perusahaan merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang disebut sebagai media sosial. Kegiatan ini dapat dilakukan melalui berbagai

bentuk, seperti gambar, tulisan, dll sehingga kesadaran, citra perusahaan dan penjualan akan mengalami peningkatan.

f) Analisis Kompetitor

Dalam rangka menciptakan keunggulan yang kompetitif maka setiap kegiatan usaha harus melakukan proses analisis terhadap pesaing melalui pengumpulan analisis data yang ada dan informasi tentang kompetisi usaha yang lainnya (Ristovska *et al.*, 2015). Usaha cilok gurita ini dihadapkan dengan adanya kompetitor yang memiliki cilok dengan bahan lain. Kompetitor tersebut merupakan usaha skala menengah maupun skala kecil. Keunggulan produk cilok ini dibandingkan kompetitor lainnya adalah cilok dengan bahan dasar gurita yang mengandung protein, lemak, kalori, mengandung vitamin B3, B12, Potasium, Fosfor, Selenium, Iodium yang baik untuk kesehatan

3. Potensi Pengembangan Usaha

Usaha cilok gurita sangat berpotensi untuk dikembangkan, cilok ini memiliki keunggulan dibandingkan cilok yang dipasarkan selama ini, karena bahan utama yang digunakan berasal dari daging gurita, gurita sendiri memiliki nilai gizi yang sangat tinggi selain itu harga yang murah jika dibandingkan dengan ayam dan daging sehingga prospek untuk mendapatkan keuntungan sangat banyak selain itu gurita juga memiliki citarasa yang enak dan gurih.

4. Monitoring Dan Evaluasi

Setelah dilaksanakannya kegiatan, dilakukan evaluasi kegiatan usaha dengan menampung saran-saran yang diberikan konsumen dan melakukan analisis keuntungan dari hasil penjualan yang diperoleh. Adapun kemajuan target pada kegiatan usaha cilok gurita ini disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Kemajuan Target Kegiatan Usaha cilok Gurita (*Octopus sp.*)

No	Keterangan	Ketercapaian Target
1	Proposal	Tercapai 100 %
2	Survey pasar	Tercapai 100 %
3	Diskusi dengan Tim dan Dosen Pembimbing	Tercapai 100 %
4	Pembuatan produk	Tercapai 100 %
5	Pemasaran produk	Tercapai 100 %
6	Evaluasi akhir	Tercapai 100 %

5. Permasalahan Yang Dihadapi dan Penyelesaian

a. Administratif

Secara administratif pelaksanaan kegiatan ini belum menemukan kendala berarti yang dapat menghambat pelaksanaan program.

b. Teknis

Selama pelaksanaan kegiatan ini belum ditemukan kendala dalam hal teknis. Hal ini dikarenakan semua pelaksanaan program berjalan baik.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Cilok Gurita adalah salah satu jenis makanan yang memiliki nilai gizi yang tinggi dengan harga jual yang lebih murah dibandingkan, cilok berbahan dasar ayam dan daging. Cilok gurita juga mendapatkan antusias yang tinggi bagi para penggemar cilok, sehingga produk ini menjadi peluang yang sangat besar untuk dikembangkan. Para konsumen dapat memesan produk secara daring melalui media social whatsapp. Usaha cilok gurita ini layak untuk bersaing di pasaran karena penjualan dalam kurun waktu 1 bulan sudah dapat melebihi BEP.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Universitas Mataram yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini melalui "Program Kewirausahaan (PKU)" sehingga dapat terlaksana dengan baik

DAFTAR RUJUKAN

- Apriyana. (2014). Pengaruh Penambahan Tepung Kepala Ikan Lele (*Clarias Sp*) dalam Pembuatan Cilok terhadap Kadar Protein dan Sifat Organoleptiknya. *Unnes Journal of Public Health*, 3(2), 1–9. <https://doi.org/10.15294/ujph.v3i2.3529>
- Asnidar, Lahming, & andi sukainah. (2019). Analisis Mutu Sosis Gurita (*Octopus sp*). *Ayan*, 5(2), 72–82. <https://doi.org/10.22201/fq.18708404e.2004.3.66178>
- Bustami, Bastian, & Nurlaela. (2013). Akuntansi Biaya. In *Mitra Wacana Media*. Mitra Wacana Media.
- Faoziyah, A. R., Agustina, L. T., & Wijaya, T. H. (2019). Jurnal Ilmiah Kefarmasian. *Jurnal Ilmiah Kefarmasian*, 65–70.
- Fauziah, R. R., Lovabyta, N. S., & Wahyuningtyas, W. S. (2016). Pembuatan Ciweed (Cilok-Seaweed) sebagai Alternatif Pangan Sehat dan Bergizi. *Agroteknologi*, 10(02), 160–166.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Malombeke, M. B. (2013). Analisa Break-Even-Point Sebagai Dasar Perencanaan Laba Holland Bakery Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3), 806–817.
- Ngabalin, D., Talakua, E. G., & Pentury, F. (2018). Pengembangan Usaha Pengolahan Gurita dan Cacing Laut Kering di Ohoi Matwair, Kecamatan Kei Kecil Barat. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 118–124.
- Nugrahani, N. (2013). 2008. Identifikasi Aspek-aspek Pemasaran dalam Perencanaan Bisnis Kemitraan antara Penjual dengan Petani Beras

- Organik. Tesis. Program Magister Manajemen Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Widyatama, Bandung. *Jurnal Optimal*, 1(2), 23–30.
- Ristovska, N., & Stoilkovska, Aleksandra Gramatnikovski, S. (2015). Innovative business models a factor for competitive advantage of the companies. *UTMS Journal of Economics*, 6(1), 135–146.
- Riyanto, B., Trilaksani, W., & Lestari, R. (2016). Minuman Nutrisi Olahraga Berbasis Hidrolisat Protein Gurita. *Jphpi 2016*, 19(3), 339–347. <https://doi.org/10.17844/jphpi.2016.19.3.339>
- Rohmah, N. K., & Handayani, S. (2013). Kajian Keamanan Pangan Pentol Cilok di Desa Blawirejo Kecamatan Kedungpring Lamongan. *Jurnal Tata Boga UNESA*, 2(1), 58–65.
- Sodikin. (2015). Akuntansi Manajemen. In *UPP STIM YKPM*.
- Susanto, A. H., Ridho, R., & Sulistiono. (2019). Pemanfaatan Limbah Tulang Ikan Tuna Dalam Pembuatan Cilok Sebagai Sumber Kalsium. *Lemuru*, 1, 25–32.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti, . (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59–66.