

RINGKASAN

Produksi dan Pemasaran Samosa Isi Udang (*Dendrobranchiata*) dengan Penambahan Tepung Mocaf, Adelia Apriliani Putri, NIM B32200173, Tahun 2023, 94 hlm., Teknologi Pertanian, Politeknik Negeri Jember, Ade Galuh Rakhmadevi, S. TP., M. P (Dosen Pembimbing).

Samosa merupakan camilan yang paling terkenal dan disukai oleh masyarakat yang bertempat tinggal di kawasan Asia Selatan, khususnya India. Adapun isi dari camilan ini adalah kentang yang dibumbui, bawang, kacang polong, daging sapi atau ayam. Ada juga samosa yang diisi berbagai sayur dan bahan makanan vegetarian lainnya. Samosa pada umumnya menggunakan tepung tapioka sebagai bahan tambahannya. Sedikit memodifikasi pada bahan tambahannya, dapat menghasilkan samosa yang berbeda serta memiliki rasa, aroma, serta tekstur pada hasil akhir produk. Produksi ini, bahan tambahan yang diganti yaitu tepung tapioka menjadi tepung mocaf. Pemilihan tepung mocaf ini dikarenakan tepung mocaf terbuat dari singkong yang difermentasi yang hasil produksi di Indonesia sangat melimpah. Inovasi isian dengan udang bertujuan agar dapat dinikmati oleh banyak kalangan yang kurang suka sayuran serta kandungan protein yang terdapat dalam udang yang sangat melimpah.

Tepung mocaf, (modified cassava flour) adalah tepung singkong yang proses pembuatannya dilakukan secara fermentasi. Prinsip fermentasi ini menggunakan prinsip memodifikasi sel singkong secara fermentasi oleh bakteri asam laktat. Tepung mocaf mempunyai warna yang lebih putih dibandingkan dengan tepung singkong biasa karena kandungan proteinnya sedikit lebih rendah daripada kandungan protein tepung singkong biasa.

Tujuan dilakukannya Proyek Usaha Mandiri (PUM) ini yaitu untuk mengetahui proses produksi, proses pemasaran, Analisa kelayakan usaha dan daya terima terhadap samosa isi udang dengan penambahan tepung mocaf. Produk samosa isi udang dengan penambahan tepung mocaf ini menghasilkan 93 kemasan dalam 15 kali produksi. Setiap produksi menghasilkan 6 kemasan dan pada produksi 11 menghasilkan 9 kemasan karena pesanan yang meningkat yang dijual

dengan harga Rp. 12.500/ kemasan. Metode pemasaran yang dilakukan menggunakan pemasaran pre order. Total biaya produksi sebesar Rp. 811.843 total pendapatan yang diperoleh Rp. 1.162.500 memiliki laju keuntungan sebesar 43% dan R/C ratio 1,43 sehingga layak dijadikan peluang usaha.

Hasil daya terima konsumen dengan beberapa kriteria antara lain kriteria warna, aroma, tekstur dan rasa dapat disimpulkan bahwa panelis memberikan nilai uji hedonik dan mutu hedonik dengan rerata nilai 4 yang berarti produk yang dihasilkan telah sesuai dengan nilai yang diharapkan.