

RINGKASAN

Produksi Dan Pemasaran Sosis Solo Gluten *Free* Dengan Subtitusi Tepung Mocaf (*Modified Cassava Flour*), Shafana Aulia, NIM. B32232388, Tahun 2026, 89 hlm, Teknologi Pertanian, Politeknik Negeri Jember, Drs. Syaiful Bachri, M.M

Tepung Mocaf (*Modified Cassava Flour*) merupakan tepung yang diperoleh dari singkong yang telah melalui proses modifikasi melalui proses fermentasi. Tepung Mocaf memiliki warna yang cenderung putih kekuningan, aroma khas singkong, serta tekstur yang lembut, sehingga berpotensi digunakan sebagai bahan pengganti tepung terigu dalam berbagai olahan pangan. Selain itu, tepung Mocaf tidak mengandung Gluten sehingga cocok digunakan dalam pengembangan produk Gluten *Free*. Penggunaan tepung Mocaf juga berkontribusi dalam upaya diversifikasi pangan berbasis *Sumber* daya lokal, meningkatkan nilai ekonomi singkong, serta mengurangi ketergantungan terhadap tepung terigu impor. Dalam produksi Sosis Solo Gluten *Free*, tepung Mocaf berperan sebagai bahan utama pembentuk kulit yang diharapkan mampu menghasilkan karakteristik produk yang dapat diterima oleh konsumen.

Pelaksanaan Proyek Usaha Mandiri (PUM) ini bertujuan untuk mengetahui proses produksi, analisa kelayakan usaha, dan strategi pemasaran yang tepat untuk produk Sosis Solo Gluten *Free* dengan Subtitusi Tepung Mocaf. Kegiatan ini dilakukan di Laboratorium Pengolahan Pangan Hewani, Politeknik Negeri Jember selama bulan Januari hingga April 2026. Proses produksi dilakukan sebanyak 15 kali, setiap kali produksi menghasilkan 12 kemasan Sosis Solo yang berisi 4 biji di setiap kemasannya, sehingga total produksi mencapai 180 kemasan. Sebelum proses produksi, dilakukan tahap pra produksi yang terdapat 3 formulasi percobaan dengan variasi komposisi kontrol yang tidak menggunakan tepung Mocaf, serta komposisi penggunaan tepung Mocaf dan Tepung Tapioka untuk menentukan formula terbaik berdasarkan uji sensoris.

Analisis kelayakan usaha dilakukan untuk mengetahui efisiensi dari usaha yang dijalankan. Perhitungan mencakup total biaya tetap dan total biaya tidak tetap, total biaya produksi, harga pokok penjualan (HPP), harga jual, total pendapatan,

keuntungan, laju keuntungan, *R/C Ratio*, biaya variabel/unit, hingga analisis *Break Even Point* (BEP). Hasil analisis menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh dalam 15 kali produksi sebesar Rp. 906.649,- dengan laju keuntungan sebesar 34% hasil penjualan dan nilai *R/C Ratio* 1,33 yang menunjukkan usaha ini layak dilanjutkan.

Strategi pemasaran yang diterapkan mengacu pada konsep bauran pemasaran (4P), yang meliputi *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*. Produk dikemas menggunakan plastik vakum dan dilengkapi dengan label sebagai identitas produk sekaligus pembeda dari produk sejenis yang beredar di pasaran. Kegiatan pemasaran dilakukan melalui penjualan secara tidak langsung (online) dengan memanfaatkan media sosial, serta melalui penjualan langsung (offline) kepada konsumen. Upaya promosi dilaksanakan secara intensif melalui berbagai platform media sosial, seperti WhatsApp, Instagram, dan Tiktok, guna meningkatkan jangkauan pasar dan menarik minat konsumen.