



## LAPORAN AKHIR PKM KEWIRAUSAHAAN

### ***FRUBLE FREEZE : KEDAI EDUKATIF DENGAN STRATEGI EXPERIENTIAL MARKETING DALAM PEMASARAN PRODUK OLAHAN BUAH DAN SAYUR***

Oleh :

Rininda Yuliana Sakinah	I34063146	(2006)
Veni Dwintasari	F24050719	(2005)
Mohammad Reza Putra	H24061769	(2006)
Irfan Muhammad	A44070027	(2007)

**INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2010**



**HALAMAN PENGESAHAN  
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA  
LAPORAN AKHIR**

1. Judul Kegiatan : “*Fruble Freeze*”: kedai edukatif dengan strategi *experiential marketing* dalam pemasaran produk olahan buah dan sayur
2. Bidang Kegiatan : ( ) PKM-P (✓) PKM-K  
( ) PKM-T ( ) PKM-M
3. Bidang Ilmu : ( ) Kesehatan ( ) Pertanian  
( ) MIPA ( ) Teknologi dan Rekayasa  
(✓) Sosial Ekonomi ( ) Humaniora  
( ) Pendidikan

4. Ketua Pelaksana Kegiatan

5. Anggota Pelaksana kegiatan : 3 (tiga) orang

6. Dosen Pendamping

7. Biaya Kegiatan Total

a. Dikti : Rp. 6.800.000,00

b. Sumber lain : -

8. Jangka Waktu Pelaksanaan : 6 bulan

Bogor, 4 Juni 2010 Menyetujui,  
Ketua Pelaksana

Sekretaris Departemen Komunikasi  
dan Pengembangan Masyarakat

(Ir. Fredian Tonny, MS)  
NIP. 19580214 198503 1 004

(Rininda Yuliana Sakinah)  
NIM. I34063146

Wakil Rektor Bidang Akademik dan  
Kemahasiswaan

Dosen Pendamping

(Prof. Dr. Ir Yonny Koesmaryono, MS)  
NIP. 19581228 198503 1 003

(Neti Hernawati, SP, M.Si)  
NIP.19790104 200501 2 002



## DAFTAR ISI

LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN	i
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
I. PENDAHULUAN	1
Latar Belakang Masalah	1
Perumusan Masalah	1
Tujuan Program	2
Luaran yang Diharapkan	2
Kegunaan Program	2
II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA	3
III METODE PENDEKATAN	5
IV PELAKSANAAN PROGRAM	6
Waktu dan Tempat Pelaksanaan	6
Tahapan Pelaksanaan/Jadwal Faktual Pelaksanaan	6
Instrumen Pelaksanaan	6
Rancangan dan Realisasi Biaya	6
V HASIL DAN PEMBAHASAN	8
VI KESIMPULAN DAN SARAN	10
LAMPIRAN	11

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



## ABSTRAK

Kesadaran masyarakat Indonesia akan produk kesehatan dewasa ini kian meningkat, terbukti dengan munculnya berbagai macam produk kesehatan yang memasuki pasar. Pengolahan jus dan es krim dari buah dan sayur dapat dikombinasikan dengan edukasi yang menarik menjadi sebuah bisnis yang menjanjikan, yaitu sebuah kedai bernama *Fruble Freeze*. Program ini bertujuan memproduksi dan memasarkan jus dan es krim dari buah dan sayur dengan merk dagang *Fruble Freeze* dengan memperhatikan aspek higienitas dan estetika serta memberikan kesan inovatif dan edukatif kepada konsumen dengan pendekatan *experiential marketing*.

Metode bisnis diawali dengan pembentukan manajemen kemudian dilanjutkan dengan persiapan yang terdiri dari pencarian lokasi, perekrutan karyawan, desain perangkat promosi dan dekorasi serta pembelian peralatan produksi. Produksi dilakukan saat ada pemesanan dari pembeli sehingga produk yang disajikan selalu terjamin kesegarannya. Strategi pemasaran produk *Fruble Freeze* dilakukan dengan pendekatan *experiential marketing*, dimana strategi ini untuk menarik konsumen dan meningkatkan nilai jualnya dengan mengandalkan atmosfer kafe yang nyaman dan menarik. Selain itu, empat strategi pemasaran juga dijalankan yang terdiri dari strategi produk, strategi harga, strategi promosi, dan strategi lokasi pemasaran.

Kedai *Fruble Freeze* telah dibuka sejak 20 Maret 2010 di Jalan Ciledug Raya dan telah menghasilkan profit sebesar Rp 1.031.974,00 (hingga minggu ke-10). Selanjutnya target penjualan akan ditingkatkan secara bertahap. Untuk mencapai target yang lebih tinggi tersebut akan dilakukan promosi dan pengenalan produk yang lebih agresif. Berdasarkan target luaran yang telah dirumuskan, saat ini telah tercapai 90%. Selanjutnya akan dilakukan upaya berkelanjutan untuk menjadikan *Fruble Freeze* sebagai usaha yang terus bertahan.

*Key words:* kedai edukatif, *experiential marketing*, olahan buah dan sayur



## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan petunjuk, kemudahan, dan kesehatan kepada tim PKM selama pelaksanaan kegiatan ini. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, panutan dan rahmat bagi seluruh alam.

Kegiatan PKM dengan judul “*Fruble Freeze*: kedai edukatif dengan strategi *experiential marketing* dalam pemasara produk olahan buah dan sayur” ini dilakukan sebagai salah satu bentuk penyaluran kreativitas mahasiswa yang didukung oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Republik Indonesia.

Banyak pihak yang ikut berperan memberikan dukungan dan bantuan selama kegiatan ini. Untuk itu tim PKM mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang tidak terhingga kepada Ditjen Dikti RI yang telah memberikan bantuan dana dan monitoring, Ibu Neti Hernawati, SP, M.Si selaku dosen pembimbing, rektorat IPB, serta karyawan dan relasi *Fruble Freeze*.

Ucapan terimakasih juga tim PKM sampaikan kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung dalam pelaksanaan kegiatan ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan Bapak/Ibu/Saudara/i dengan pahala yang tidak terputus. Akhirnya tim PKM berharap kegiatan ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja.

Bogor, Juni 2010

Tim PKM *Fruble Freeze*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritikan atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



## I. PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Kesadaran masyarakat Indonesia akan produk-produk kesehatan dewasa ini kian meningkat. Tren ini dapat diamati dari munculnya berbagai macam produk kesehatan yang memasuki pasar. Namun masih kurangnya pemahaman konsumen terhadap berbagai macam jenis produk kesehatan membuat konsumen itu sendiri merasa bingung bahkan menemui sebuah titik jenuh terhadap berbagai promosi yang dilakukan para produsen produk kesehatan. Pada celah inilah produk pangan bernutrisi dapat menjaring pasar dengan memenuhi beberapa persyaratan, yaitu unik, sehat, terjangkau dan terjamin ketersediaannya sehingga harus terdiri dari bahan baku yang selalu ada sepanjang tahun dan mudah didapatkan. Dengan kata lain, produk tersebut harus terbuat dari bahan baku lokal atau asli Indonesia.

Indonesia dikenal sebagai salah satu negara tropis yang subur sehingga menjadi sumber berbagai jenis buah dan sayur. Pada tahun 2007 produksi buah Indonesia sebesar 17.116.622 ton dan mengalami kenaikan sekitar 4,18 % pada tahun 2008, menjadi 17.831.252 ton. Sementara itu Departemen Pertanian mencatat, luasan panen sayuran 2007 mencapai satu juta hektar lebih dengan produksi 9,45 juta ton. Produksi buah dan sayur ini akan memiliki nilai tambah yang tinggi jika dimanfaatkan dengan optimal. Dengan melihat tren gaya hidup sehat saat ini, salah satu jalan memanfaatkan buah dan sayur adalah dengan mengolahnya menjadi jus dan es krim.

Jus menjadi pilihan yang cukup digemari oleh masyarakat yang ingin mengonsumsi buah dan sayur. Jenis minuman ini dipilih dengan alasan kepraktisan dan efek psikologis yang menyenangkan atau “*fun*” karena rasanya yang enak dan segar. Selain jus, produk pangan lain yang juga digemari adalah es krim. Pilihan rasa es krim saat ini begitu banyak namun jarang sekali es krim yang mengandung perisa atau pewarna alami. Biasanya es krim rasa buah stroberi ditambahkan perisa stroberi dan pewarna buatan. Begitu pula es krim rasa buah lain. Es krim rasa buah yang dibuat dari sari buah asli, jarang ditemui. Oleh karena itu, es krim dengan perisa dan pewarna alami langsung dari buah, bahkan sayur, merupakan sesuatu yang menarik untuk dipasarkan.

Edukasi yang menarik serta pengolahan jus dan es krim dari buah dan sayur dapat dikombinasikan menjadi sebuah bisnis yang menjanjikan, yaitu sebuah kedai dengan konsep baru bernama *Fruble Freeze (Fruit and Vegetable)*. Keunikan kedai ini terletak pada menu yang inovatif dan kedai yang edukatif. Menu yang ditawarkan adalah berbagai jus dan es krim dari buah dan sayur yang ekonomis serta memiliki khasiat masing-masing. Semua itu ditunjang dengan kedai *Fruble Freeze* yang didesain dengan warna-warna cerah dilengkapi dengan musik untuk menciptakan suasana nyaman sehingga menarik konsumen sasaran.

### Perumusan Masalah

Paparan polusi dan bahan tambahan pangan yang tidak lepas dari gaya hidup masyarakat dewasa ini, mengakibatkan masuknya *xenobiotik* (segala sesuatu yang tidak dibutuhkan oleh tubuh) ke dalam tubuh manusia yang dapat berakibat penyakit degeneratif. Untuk menangkal bahaya tersebut, tubuh memerlukan antioksidan.

Antioksidan banyak terdapat dalam buah dan sayur. Antioksidan ini dapat berupa vitamin C, vitamin E, serta beberapa senyawa fenolik dan pigmen. Konsumsi buah dan sayur yang cukup dapat bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Namun banyak anggapan bahwa buah dan sayur tidak praktis dan tidak enak sehingga diperlukan suatu upaya produksi untuk menghasilkan produk dari buah dan sayur dengan memerhatikan aspek kepraktisan, organoleptik, dan higienitas.

Usaha jus dan es krim memiliki pasar yang luas terkait dengan hal di atas. Namun dikhawatirkan terjadi kejenuhan di masyarakat karena jenis usaha ini cenderung monoton dari segi produk dan strategi pemasaran. Akibatnya konsumen jus dan es krim cenderung tidak loyal, dengan kata lain dapat membeli jus atau es krim di mana saja.

Berdasarkan kenyataan tersebut, tim pengusul melihat suatu peluang usaha jus dan es krim dengan konsep baru yang menarik. Melalui program ini peluang tersebut akan dimanfaatkan dengan berusaha menciptakan produk jus dan es krim dari buah dan sayuran segar serta memasarkannya dengan strategi *experiential marketing*. Inti dari strategi ini adalah membuat konsumen betah berlama-lama di kedai sambil menikmati jus dan es krim, sembari menyisipkan informasi edukatif pada konsumen agar mereka dapat membuat pilihan menu yang tepat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.

### Tujuan Program

Program ini bertujuan untuk mendirikan usaha produksi dan pemasaran jus dan es krim dari buah dan sayur dengan merk dagang *Fruble Freeze* dalam upaya untuk :

1. Memproduksi berbagai jenis jus dan es krim dari buah dan sayur dengan memerhatikan aspek higienitas dan estetika.
2. Memberikan kesan inovatif dan edukatif kepada konsumen dengan pendekatan *experiential marketing*.

### Luaran yang Diharapkan

Beberapa luaran yang ingin dicapai melalui *Fruble Freeze* ini adalah

1. Memproduksi dan memasarkan berbagai jenis jus dan es krim dari buah dan sayur di dalam sebuah kedai edukatif dengan strategi *experiential marketing*.
2. Menjangkau konsumen kalangan ekonomi menengah ke atas dengan kisaran usia 18-30 tahun.
3. Menjadikan *Fruble Freeze* sebagai usaha yang terus berkembang dan bertahan.

### Kegunaan Program

Kegunaan program ini dapat dilihat dari dua sisi, yaitu

1. Sisi Ekonomi  
Memberi inspirasi pada masyarakat untuk mampu mengolah jajanan sehat seperti jajanan yang mengandung antioksidan dan vitamin dengan memanfaatkan buah dan sayur, selanjutnya dikembangkan menjadi suatu usaha.
2. Sisi Iptek  
Memberi edukasi pada masyarakat tentang manfaat buah dan sayur bagi kesehatan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritikan atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

## I. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

*Fruble Freeze* merupakan kedai jus dan es krim dari buah dan sayur yang mengusung slogan “*Get healthy with tasty FRUBLE*”, seperti yang tertera pada label kemasan setiap produknya. Lokasi *Fruble Freeze* adalah di lingkungan kampus sehingga konsumen yang dapat dijangkau cukup beragam, mulai dari mahasiswa, dosen, hingga masyarakat sekitar yang pada umumnya memiliki daya beli yang cukup serta permintaan yang tinggi terhadap jus.

*Fruble Freeze* dijalankan dengan pendekatan *experiential marketing* yang pada intinya adalah menarik konsumen dan meningkatkan nilai jual dengan memanfaatkan atmosfer kedai yang nyaman dan atraktif. Dengan pendekatan ini pihak perusahaan berusaha menumbuhkan kesan inovatif dan edukatif yang melekat di hati konsumen berdasarkan pengalaman yang dialami sendiri oleh konsumen di *Fruble Freeze* sehingga konsumen tidak ragu untuk kembali ke *Fruble Freeze*.

Diperkuat dengan penggunaan bahan baku berupa buah dan sayur tropika yang selalu tersedia dalam jumlah banyak, kedai jus dan es krim ini dapat dijamin keberlanjutannya. Dengan demikian usaha kedai edukatif dengan produk jus dan es krim dari buah dan sayur bernama *Fruble Freeze* ini merupakan peluang bisnis dengan prospek yang baik.

Kelayakan bisnis *Fruble Freeze* dapat dianalisis melalui beberapa tahap, yaitu proyeksi laba rugi, arus kas, NPV, *Payback Period*, dan *Profitability Index*, seperti yang dapat dilihat pada beberapa table berikut.

Tabel 1. Proyeksi laba rugi

Uraian	Bulan ke-				
	1	2	3	4	5
<b>Es Krim</b>					
Produksi (scoop)	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Harga jual/scoop (Rp)	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Cone (unit)	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250
Harga jual/unit (Rp)	500	500	500	500	500
Cup (unit)	500	500	500	500	500
Harga jual/unit (Rp)	500	500	500	500	500
Nilai penjualan (Rp)	3.875.000	3.875.000	3.875.000	3.875.000	3.875.000
<b>Jus</b>					
Produksi (unit)	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Harga jual/unit (Rp)	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
Nilai penjualan (Rp)	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Total Nilai Penjualan (Rp)	9.875.000	9.875.000	9.875.000	9.875.000	9.875.000
<b>Biaya</b>					
Biaya Variabel Es Krim (Rp)	1.682.175	1.682.175	1.682.175	1.682.175	1.682.175
Biaya Variabel Jus (Rp)	2.905.425	2.905.425	2.905.425	2.905.425	2.905.425
Biaya Overhead (Rp)	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000
Biaya Tetap (Rp)	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000
Penyusutan (Rp)	44.395	44.395	44.395	44.395	44.395
Total Biaya (Rp)	7.231.995	7.231.995	7.231.995	7.231.995	7.231.995
Laba (Rp)	2.643.005	2.643.005	2.643.005	2.643.005	2.643.005



Tabel 2. Proyeksi arus kas

Uraian	Bulan ke-				
	1	2	3	4	5
<b>Cash In Flow</b>					
Penerimaan	9.875.000	9.875.000	9.875.000	9.875.000	9.875.000
Penyusutan	44.395	44.395	44.395	44.395	44.395
Sub Total	9.919.395	9.919.395	9.919.395	9.919.395	9.919.395
<b>Cash Out Flow</b>					
Biaya	7.187.600	7.187.600	7.187.600	7.187.600	7.187.600
Investasi	5.327.400	0	0	0	0
Sub Total	12.515.000	7.187.600	7.187.600	7.187.600	7.187.600
<b>Cash Flow</b>	-2.595.605	2.731.795	2.731.795	2.731.795	2.731.795

### Net Present Value (NPV)

Asumsi : 1. Suku bunga = 10 % per tahun

2. Usaha diharapkan berusia paling tidak 5 tahun

Tabel 3. NPV untuk lima tahun

Tahun ke-	Inflow	Outflow	PV Factor	PV Inflow	PV Outflow	PV (Inflow-Outflow)
0	0	5.327.400	1	0	5.327.400	-5.327.400
1	119.032.700	86.251.200	0.91	108.211.600	78.410.180	29.801.400
2	119.032.700	86.251.200	0.83	98.374.140	71.281.980	27.092.150
3	119.032.700	86.251.200	0.75	89.431.030	64.801.800	24.629.230
4	119.032.700	86.251.200	0.68	81.300.940	58.910.730	22.390.210
5	119.032.700	86.251.200	0.62	73.909.940	53.555.210	20.354.740
Total	595.163.500	436.583.400	4.79	451.227.600	332.287.300	118.940.300

Karena NPV >0, usaha ini layak direalisasikan.

### Payback Period (PBP)

Pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa waktu pengembalian usaha ini kurang dari satu tahun.

### Profitability Index (PI)

$$\begin{aligned}
 PI &= \frac{\sum PV \text{ inflow}}{\sum PV \text{ outflow}} \\
 &= \frac{Rp 451.227.600}{Rp 332.287.300} \\
 &= 1.36
 \end{aligned}$$

Karena PI > 1, usaha ini layak direalisasikan.

## II. METODE PENDEKATAN

### Pembentukan Manajemen

Sebagai tahap awal dilakukan pembentukan manajemen *Fruble Freeze* oleh lima orang yang terdiri dari ketua pelaksana, divisi keuangan, divisi produksi dan pembelian, serta divisi pemasaran.

### Persiapan

Persiapan usaha terdiri dari beberapa tahap, yaitu pencarian lokasi, perekrutan dan *training* karyawan, desain perangkat promosi dan dekorasi, pemesanan *booth*, daftar menu, poster, dan stiker, serta pembelian peralatan produksi.

### Produksi

Sebelum produksi dilakukan pembelian bahan baku untuk tiga hari di supermarket terdekat. Produksi dilakukan saat ada pemesanan dari pembeli sehingga produk yang disajikan selalu terjamin kesegarannya. Namun produksi es krim hanya dilakukan setiap dua hari karena dapat dijaga kualitasnya dengan penyimpanan di dalam *freezer*.

### Strategi Pemasaran

Pemasaran produk *Fruble Freeze* dilakukan dengan pendekatan *experiential marketing*. Strategi ini sudah mulai banyak diaplikasikan pada *industry food service*. Beberapa contoh penerapan *experiential marketing* dapat kita lihat pada JCo, Starbucks, dan the Coffee Bean, di mana mereka dapat menarik konsumen dan meningkatkan nilai jual dengan mengandalkan atmosfer kafe yang nyaman dan menarik. Titik berat strategi ini terletak pada pengalaman nyata konsumen terhadap *brand/product/service* untuk meningkatkan penjualan/*sales* dan *brand image/ awareness*. Pengalaman yang didapat oleh konsumen dapat menyangkut beberapa aspek pendekatan, yaitu *sense, feel, think, act*, dan *relate*.

Selain dengan strategi *experiential marketing*, empat strategi pemasaran yang umum pun dijalankan di *Fruble Freeze*, yaitu strategi produk, strategi harga, strategi promosi, dan strategi lokasi pemasaran. Strategi produk *Fruble Freeze* adalah memproduksi jus dan es krim dari buah dan sayur segar serta senantiasa melakukan inovasi sehingga dapat menghasilkan produk yang unik dan menarik. Dari aspek harga, produk *Fruble Freeze* dijual pada harga yang bersaing, baik dengan produk sejenis di pasaran maupun dengan produk lain di lokasi usaha. Namun demikian *margin* yang diperoleh dari penjualan pun tidak perlu ditekan karena target pasar *Fruble Freeze* adalah kalangan ekonomi menengah ke atas. Promosi dilakukan melalui *word of mouth* dan media internet, seperti situs jejaring sosial dan *foodies blog*. Sementara itu, dari aspek lokasi, dipilih lokasi yang strategis, yaitu yang dapat menjangkau banyak konsumen yang sudah ditargetkan, yaitu umur 18-30 tahun yang tergolong kalangan menengah ke atas.

### III. PELAKSANAAN PROGRAM

#### Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan PKM ini dilaksanakan mulai dari minggu keempat Januari 2010 hingga 4 Juni 2010. Lokasi kegiatan adalah Kampus IPB Darmaga dan Kedai *Fruble Freeze* di Jalan Raya Ciledug, Tangerang.

#### Jadwal Faktual Pelaksanaan

Jadwal pelaksanaan PKM ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Jadwal faktual pelaksanaan PKM

No	Uraian	Minggu ke-																				
		Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1
1	Persiapan kedai				■	■	■	■	■	■												
2	Promosi									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
3	Produksi				■	■							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
4	Evaluasi kegiatan				■	■							■	■							■	■
5	Monitoring																				■	
6	Pelaporan																					■

#### Instrumen Pelaksanaan

Instrumen pelaksanaan kegiatan dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu instrument produksi dan instrument pemasaran. Instrumen produksi terdiri dari *booth*, *freezer*, mesin *hard ice cream*, *blender*, kompor, dan peralatan dapur. Sementara itu instrument pemasaran terdiri dari komputer dan sambungan internet, poster, daftar menu, dan *standing memo*.

#### Rancangan dan Realisasi Biaya

Rancangan biaya kegiatan ini pada awalnya adalah sebagai berikut.

Biaya Investasi	Rp. 5.327.400,00
Biaya Sewa Tempat (dua bulan)	Rp. 1.400.000,00
Biaya Produksi (sembilan hari)	Rp. 2.603.519,00
Perizinan	Rp. 200.000,00
Pra operasi	Rp. 200.000,00
Pembuatan laporan	Rp. 200.000,00 +
	Rp. 9.930.919,00

Namun dana yang disetujui hanya Rp 6.800.000, dengan alokasi sebagai berikut.



Saldo awal		Rp 6.800.000
Kas Masuk		
Penjualan	Rp 4.469.000	
Total		<u>Rp 4.469.000</u>
		Rp11.269.000
Kas Keluar		
Booth	Rp 2.065.000	
Freezer	Rp 1.400.000	
Bahan baku	Rp 1.842.940	
Gaji karyawan	Rp 600.000	
Sewa tempat	Rp 900.000	
Perangkat edukasi	Rp 298.000	
Pengembangan produk	Rp 374.300	
Administrasi	Rp 200.000	
Uang muka sewa tempat baru	Rp 500.000	
Deposit poster	Rp 300.000	
Total		<u>Rp 8.480.240</u>
Saldo Akhir		Rp 2.788.760

Sisa Rp 2.788.760 akan digunakan untuk menutup biaya bahan baku dan biaya tetap selanjutnya.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kedai Fruble Freeze telah dibuka sejak 20 Maret 2010 di Jalan Ciledug Raya, di depan Giant Supermarket, dengan menyewa sebuah *space* di Kafe Enjoy. Lokasi ini dekat dengan Universitas Budi Luhur, Rumah Sakit Hermina, dan Giant. Pertimbangan lain dari keputusan ini adalah domisili anggota tim yang cukup dekat dengan Ciledug sehingga memudahkan kontrol. Lokasi ini strategis karena merupakan jalan penghubung utama Jakarta-Tangerang. Selain itu lokasi ini dekat dengan Giant Supermarket, Rumah Sakit Hermina, dan Universitas Budi Luhur sehingga dapat menjangkau banyak konsumen yang sudah ditargetkan, yaitu umur 18-30 tahun yang tergolong kalangan menengah ke atas.

Kedai beroperasi setiap hari dari pukul 19.00-01.00. Setiap akhir pekan kedai baru ditutup pada pukul 03.00. Menu yang tersedia di Fruble Freeze adalah Jus Golden Eye, Jus Tolak Kanker, Jus Forever Young, Jus Kesabaran, Jus Healthy Inside Fresh Outside, es krim (rasa jeruk, wortel, strawberry, vanilla, dan coklat), serta produk difersifikasi, yaitu kopi buah bersoda yang diberi nama "Sore". Konsumen Fruble Freeze berkisar antara usia 18-30 tahun. Walaupun penjualan masih di bawah ekspektasi tim, namun dari minggu ke minggu terjadi peningkatan (Gambar 1). Hingga 3 Juni 2010, jumlah produk yang telah dijual adalah 512 *scoop* es krim, 226 gelas Sore, dan 260 gelas jus. Angka penjualan tersebut telah mencapai target awal dan telah menghasilkan profit. Selanjutnya target penjualan akan ditingkatkan secara bertahap. Hingga minggu ke-10 (29 Mei 2010), *Fruble Freeze* telah memperoleh profit sebesar Rp 1.031.974,00 (Tabel 5).

Perangkat dekorasi sekaligus edukasi yang saat ini sudah dibuat dan dimanfaatkan adalah poster dan *standing memo*. Sementara itu desain interior kedai yang diharapkan masih belum tercapai karena keterbatasan modal. Di dalam kedai baru disediakan beberapa meja rendah untuk *lesehan*. Hingga saat ini kegiatan usaha difokuskan pada peningkatan penjualan setiap hari, terutama pada hari-hari biasa (hari kerja).

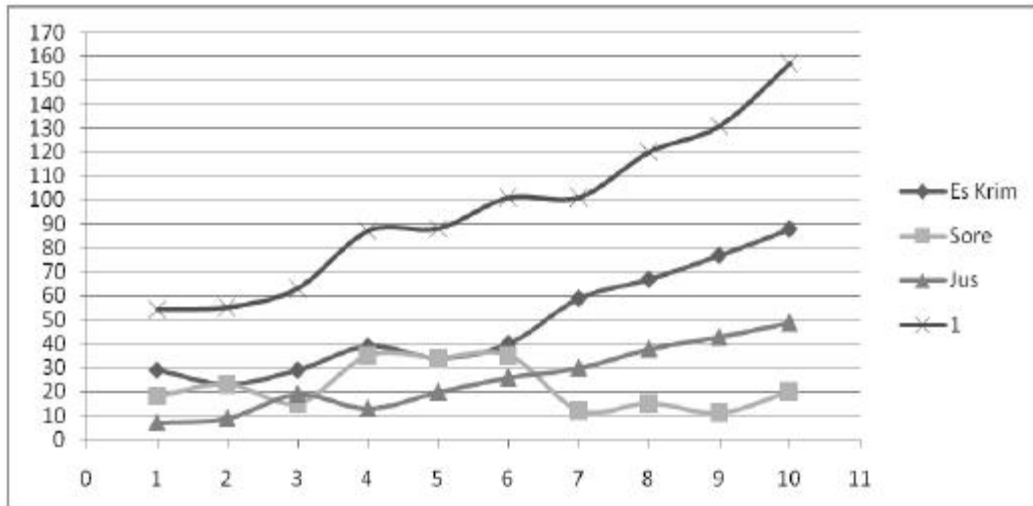
Berdasarkan target luaran yang telah dirumuskan, saat ini telah tercapai 90%. Selanjutnya akan dilakukan upaya berkelanjutan untuk menjadikan *Fruble Freeze* sebagai usaha yang terus bertahan.

Saat ini *Fruble Freeze* tengah merancang beberapa rencana lanjutan, seperti :

- Juli 2010 : mengikuti berbagai bazaar dan festival
- Agustus 2010 : menjalin kerja sama dengan berbagai *event organizer* se-Jabodetabek sekaligus promosi penerimaan pesanan
- November 2010: mengikuti JGTC UI
- Desember 2010 : membuka cabang di Jl. Pengadilan, Bogor
- Januari 2011 : melakukan ekspansi menjadi *café* dan *cake shop* dengan memproduksi berbagai jenis *cake*.

Beberapa tahap telah dilakukan untuk mencapai target ekspansi pada Januari 2011, di antaranya melakukan serangkaian proses pengembangan produk baru serta analisis kelayakan. Beberapa jenis *cake* yang akan diproduksi adalah *carrot cake*, *lori's cheesecake*, *chocolate cherry cheesecake*, *triple chocolate cheesecake*, *honey lime twist cheesecake*, *blueberry cheesecake*, *banana cheesecake*, dan *classic cheesecake*. Selain itu akan diproduksi pula *choux pastry*

(kue sus) Setiap akhir minggu direncanakan untuk menyediakan fasilitas konsultasi gizi di kafe tersebut. Ramalan profit bersih yang dapat diperoleh setiap bulan dari ekspansi ini adalah Rp 3.630.500,00. Sementara itu sebagai langkah awal untuk mencapai target pada bulan Desember 2010, telah dialokasikan dana sebesar Rp 500.000,00 untuk membayar uang muka sewa tempat. Lokasi di Jl. Pengadilan tersebut dipilih untuk menjangkau konsumen target yang berbeda, yaitu siswa sekolah dan karyawan kantor pada siang hingga sore hari.



Gambar 1. Grafik penjualan produk Fruble Freeze

Tabel 4. Laporan Laba Rugi hingga minggu ke-10

	Minggu ke-					
	1	2	3	4	5	6
Pendapatan	231.500	254.000	293.000	394.000	419.000	481.500
Biaya bahan baku	97.133	104.571	119.561	163.047	170.780	195.894
Biaya sewa	300.000	-	-	-	300.000	-
Gaji karyawan	-	-	-	-	300.000	-
Profit	-165.633	149.429	173.439	230.953	-351.780	285.606

Tabel 4. Laporan Laba Rugi hingga minggu ke-10 (Lanjutan)

	Minggu ke-			
	7	8	9	10
Pendapatan	438.000	530.500	571.000	692.500
Biaya bahan baku	181.570	218.722	236.017	285.731
Biaya sewa	-	-	300.000	-
Gaji karyawan	-	-	300.000	-
Profit	256.430	311.778	-265.017	406.769
Total profit	1.031.974			

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Beberapa produk yang telah dihasilkan di kedai *Fruble Freeze* dengan memperhatikan aspek higienitas dan estetika adalah Jus Golden Eye, Jus Tolak Kanker, Jus Forever Young, Jus Kesabaran, Jus Healthy Inside Fresh Outside, es krim (rasa jeruk, wortel, strawberry, vanilla, dan cokelat), serta produk difersifikasi, yaitu kopi buah bersoda yang diberi nama “Sore”. Produk tersebut dipasarkan dengan strategi *experiential marketing* di dalam sebuah kedai edukatif di Jalan Raya Ciledug. Pemasaran ditunjang dengan perangkat edukasi, yaitu daftar menu yang menjelaskan khasiat setiap menu yang tersedia, *standing memo* yang menjelaskan manfaat buah dan sayur, serta poster yang menjelaskan manfaat kandungan gizi yang terdapat di dalam buah dan sayur. Target penjualan dan konsumen (18-30 tahun) telah tercapai sehingga menghasilkan profit sebesar Rp 1.031.974,00 (hingga minggu ke-10).

### Saran

Peningkatan target penjualan dapat dilakukan secara bertahap dengan melakukan promosi yang lebih gencar lewat situs jejaring sosial dan *foodies blog*. Selain itu dapat dilakukan penambahan ragam menu serta pembukaan cabang dengan dekorasi kedai yang lebih menarik.



## LAMPIRAN DOKUMENTASI KEGIATAN



Stand Fruble Freeze di kedai



Salah satu sudut meja di kedai



Karyawan Fruble Freeze



Salah satu pengunjung sedang melihat daftar menu



Pengunjung kedai sedang melihat daftar menu dan *standing memo*



Beberapa pengunjung kedai



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Peralatan dan bahan untuk produksi jus



Bahan-bahan es krim



Peralatan untuk produksi es krim



Contoh es krim strawberry dan jeruk



Contoh produk jus untuk *take away*



Cover daftar menu *Fruble Freeze*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritikan atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

**JUS**  
**HEALTHY INSIDE FRESH OUTSIDE**  
  
 Rp. 6500/gelas  
 Perlahan per bagian, per apel dan mentimun menghidrasi warna hijau segar yang mengandung kalsium serta dalam jus ini dapat membantu mengurangi stres dan menurunkan kadar kolesterol. Selain itu kandungan vitamin E dalam jus ini berfungsi sebagai antioksidan yang dapat melindungi sel-sel tubuh.

Jus Healthy Inside Fresh Outside

**JUS**  
**KESABARAN**  
  
 Rp. 6500/gelas  
 Jus kaya rasa yang mengandung asam klorida kaya kandungan per dan wortel. Kandungan air serta kalsium dalam jus ini baik bagi penderita hipertensi karena dapat membantu menurunkan tekanan darah.

Jus Kesabaran

**JUS**  
**TOLAK KANKER**  
  
 Rp. 6500/gelas  
 Jus ini merupakan kombinasi sayur-sayuran dengan jus mentimun dan selai jeruk. Di dalamnya juga terkandung vitamin C yang dapat melindungi sel-sel tubuh dan radikal bebas yang dapat menyebabkan kanker.

Jus Tolak Kanker

**JUS**  
**FOREVER YOUNG**  
  
 Rp. 6500/gelas  
 Warna merah yang menggugah selera diturunkan dari paprika per semangka, apel, dan wortel yang begitu segar. Jus ini mengandung vitamin C yang berfungsi dalam pertumbuhan dan perbaikan jaringan tubuh termasuk jaringan kulit.

Jus Forever Young

**JUS**  
**GOLDEN EYE**  
  
 Rp. 6500/gelas  
 Jus manis dan segar yang dipadu dengan kandungan vitamin jeruk alami. Kandungan beta karoten dalam jus ini diketahui membantu menjaga kesehatan mata.

Jus Golden Eye

**ES KRIM**  
 Rp. 3000/scoop  
 es krim dengan rasa STRAWBERRY yang menyenangkan.  
 es krim dengan rasa MOKTEL yang memberi kesan manis dan segar.  
  
 es krim dengan rasa JERUK yang menyegarkan.  
 krim juga menyehatkan es krim rasa CONSLAT dan VANILLA yang baik untuk tubuh dan segar.

Berbagai varian es krim



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritikan atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Contoh desain standing memo



Contoh desain standing memo



Contoh desain poster



Contoh desain poster



Contoh desain poster



Contoh desain poster



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritisi atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



*Blueberry Cheesecake*



*Honey Lime Twist Cheesecake*



*Lori's Cheesecake*



*Choux pastry*



*Indonesian Cheesecake*



*Triple Chocolate Cheesecake*



*Banana Cheesecake*