



PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

ORCHID GIFT SEBAGAI GREEN SOUVENIR MASA KINI

BIDANG KEGIATAN:

PKM-K

Diusulkan oleh:

Ketua Kelompok :	Diajeng Ayu Sekarini	NIM : E44062143 Angkatan 2006
Anggota :	Anggin Indira Syamsi	NIM : E44062092 Angkatan 2006
	Ega Ayudini	NIM : E44062104 Angkatan 2006
	Agustina Sandrasari	NIM : E44061863 Angkatan 2006
	Sri Rahayu Nuban	NIM : E44062970 Angkatan 2006

INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2010

**LEMBAR PENGESAHAN**

1. Judul Kegiatan : *Orchid Gift* Sebagai *Green Souvenir* Masa
Kini
2. Bidang Kegiatan : PKM-K
3. Bidang Ilmu : Pertanian
4. Ketua Pelaksana Kegiatan

5. Anggota Pelaksana Kegiatan : 5 Orang
6. Dosen Pendamping

7. Biaya Kegiatan Total : a. Dikti : Rp. 3.650.000,-
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : 4 bulan

Bogor, 4 Juni 2010

Menyetujui
Ketua Departemen Silvikultur

Ketua Pelaksana

(Prof. Dr. Ir. Bambang Hero Saharjo, M. Agr)
NIP. 19641110 199002 1 001

(Diajeng Ayu Sekarini)
NIM :E44062143

Pembantu atau Wakil Rektor
Bidang Kemahasiswaan,

Dosen Pendamping

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

(Dr. Ir.Nurheni Wijayanto,MS)
NIP : 19601024 198403 1 002



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) ini dengan baik. Dalam penulisan laporan akhir ini penulis tidak terlepas dari bantuan, dorongan dan dukungan dari segala pihak baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini dengan baik. Selanjutnya penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis baik secara moril maupun materil, yaitu:

1. Dr. Ir.Nurheni Wijayanto,MS. selaku dosen pembimbing atas pengarahan, perhatian dan masukan serta kesabarannya untuk membimbing penulis selama ini sehingga mampu menyelesaikan penelitian ini.
2. Prof. Dr. Ir. Bambang Hero Saharjo, M.Agr selaku Ketua Departemen Silviculture Fakultas Kehutanan Institut Pertanian Bogor.
3. DIKTI yang telah memberikan hibah PKM sehingga kegiatan kewirausahaan ini dapat dilaksanakan.
4. Teman-teman Silviculture 43 yang telah membantu pelaksanaan kegiatan PKMK ini.

Bogor, Juli 2010

Penulis

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Souvenir adalah suatu pemberian yang diberikan dalam suatu acara untuk meninggalkan suatu kesan yang mendalam terhadap acara tersebut. Souvenir biasanya diberikan pada acara-acara formal maupun non-formal. Acara formal seperti seminar, diskusi, dan rapat. Acara non-formal seperti acara ulang tahun, pesta pernikahan, pesta pertunangan, dan lain sebagainya. Di acara seminar, diskusi, dan rapat biasanya diberikan cinderamata untuk peserta seminar dan plakat untuk pembicara. Untuk berbagai acara pesta diperlukan dekorasi yang menggunakan berbagai bunga serta memerlukan souvenir untuk para undangan. Adanya souvenir sangat penting untuk menambah kesan dalam suatu acara.

Saat ini souvenir yang tersedia dipasaran sangat beragam. Mulai dari bentuk yang sangat sederhana sampai bentuk yang rumit. Akan tetapi bentuk serta ragam souvenir yang disajikan terlihat monoton. Belum ada bentuk dan ragam souvenir dengan terobosan terbaru. Faktanya, konsumen membutuhkan suatu bentuk dan ragam souvenir yang lain daripada yang lain.

Anggrek telah lama dikenal masyarakat. Karena variasi bentuk, ukuran, serta warna bunganya, anggrek menjadi salah satu idola dalam dunia tanaman hias. Anggrek adalah nama umum untuk semua tumbuhan famili Orchidaceae (keluarga anggrek-anggrekan). Famili ini merupakan salah satu grup terbesar diantara tumbuhan berbunga. Perkembangan anggrek di Indonesia dalam kurun waktu 10 tahun ini sangat pesat. Masa depan usaha pembesaran anggrek sangat prospektif apabila ditinjau dari azas penawaran dan permintaan. Hingga saat ini, persediaan produk anggrek lebih kecil daripada permintaan pasar. Salah satu penyebab kurangnya produk anggrek tersebut ialah pertumbuhan permintaan yang cepat dan tidak disertai dengan pertumbuhan dari penyediaan produk anggrek. Hal ini berarti peluang usaha pembesaran anggrek masih terbuka luas bagi pendatang baru.

Saat ini bentuk dan ragam anggrek yang dibisniskan berupa botol hasil kultur jaringan, kompot (*Community pot*), seedling, tanaman remaja, maupun tanaman berbunga dalam pot. Belum ada bentuk usaha anggrek dalam bentuk yang lain selain yang telah disebutkan diatas. Pada kenyataannya, konsumen menantikan bentuk dan ragam anggrek yang inovatif.

Atas dasar pemikiran tersebut kami membuat suatu terobosan baru yaitu memulai bisnis anggrek yang dikemas dalam bentuk souvenir. Souvenir anggrek yang kami buat bermaksud untuk menyediakan pilihan yang berbeda dari yang telah ada di masyarakat. Kami menyediakan souvenir anggrek yang dikemas dalam bentuk plakat, *gift*, cinderamata, dan parcel.

Perumusan Masalah

Usaha souvenir anggrek tergolong jenis usaha yang baru, sehingga belum banyak diketahui oleh masyarakat secara luas. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi promosi yang efektif dan efisien. Perlu adanya kerjasama dengan berbagai pihak yang memasarkan secara luas.

Tujuan Program

Adapun tujuan pengajuan program ini antara lain:

- 1) Mengembangkan jiwa kreativitas dan kewirausahaan mahasiswa
- 2) Memanfaatkan peluang usaha berupa *orchid gift*
- 3) Menyediakan tampilan souvenir dalam bentuk yang berbeda

Luaran yang Diharapkan

Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini yaitu souvenir dalam bentuk yang unik serta menarik dengan bahan baku tanaman anggrek (*Orchidaceae*).

Kegunaan Program

1. Bagi diri pribadi
Program ini dapat dijadikan sebagai awal dalam mengelola suatu organisasi bisnis dan mendorong diri sendiri untuk mengaplikasikan pengetahuan dan *softskill* terutama di bidang kewirausahaan. Selain itu program ini dapat mendorong cita-cita pribadi untuk tidak hanya bertindak sebagai pembeli, tetapi juga dapat memproduksi sekaligus memasarkan suatu produk.
2. Bagi masyarakat
Program ini dapat menjadi tambahan informasi bagi masyarakat selaku konsumen sebagai salah satu alternatif untuk mendapatkan souvenir dalam tampilan yang berbeda.
3. Pemerintah
Keberhasilan program ini dapat membantu pemerintah khususnya Departemen Perdagangan dalam pengembangan usaha berbasis rumah tangga.

II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Anggrek merupakan tanaman hias yang makin diminati oleh masyarakat. Permintaan dipasar akan tanaman anggrek cukup meningkat dari tahun ke tahun. Pada umumnya tanaman anggrek diperjualbelikan sebagai tanaman hias yang cukup bernilai ekonomi tinggi. Akan tetapi, pemanfaatan tanaman anggrek belum optimal, hanya sebatas sebagai tanaman hias saja. Untuk itu, kami mencoba menampilkan tanaman anggrek dengan pemanfaatan yang berbeda, yakni sebagai souvenir.

Souvenir anggrek ini merupakan produk yang inovatif dan unik karena sangat jarang tanaman anggrek digunakan sebagai bahan dasar souvenir. Selain itu, hal yang dapat ditonjolkan dari pembuatan souvenir ini adalah pemanfaatan limbah dari bunga anggrek yang telah layu, yang kemudian dikeringkan serta dihias dengan metode tertentu agar menjadi souvenir yang menarik.

Usaha souvenir ini diharapkan mendapat cakupan daerah pemasaran yang luas. Hal ini dapat dicapai mengingat program promosi yang akan kami lakukan melalui berbagai jalur, baik dengan menggunakan jalur internet maupun dengan cara bekerjasama dengan berbagai toko souvenir.

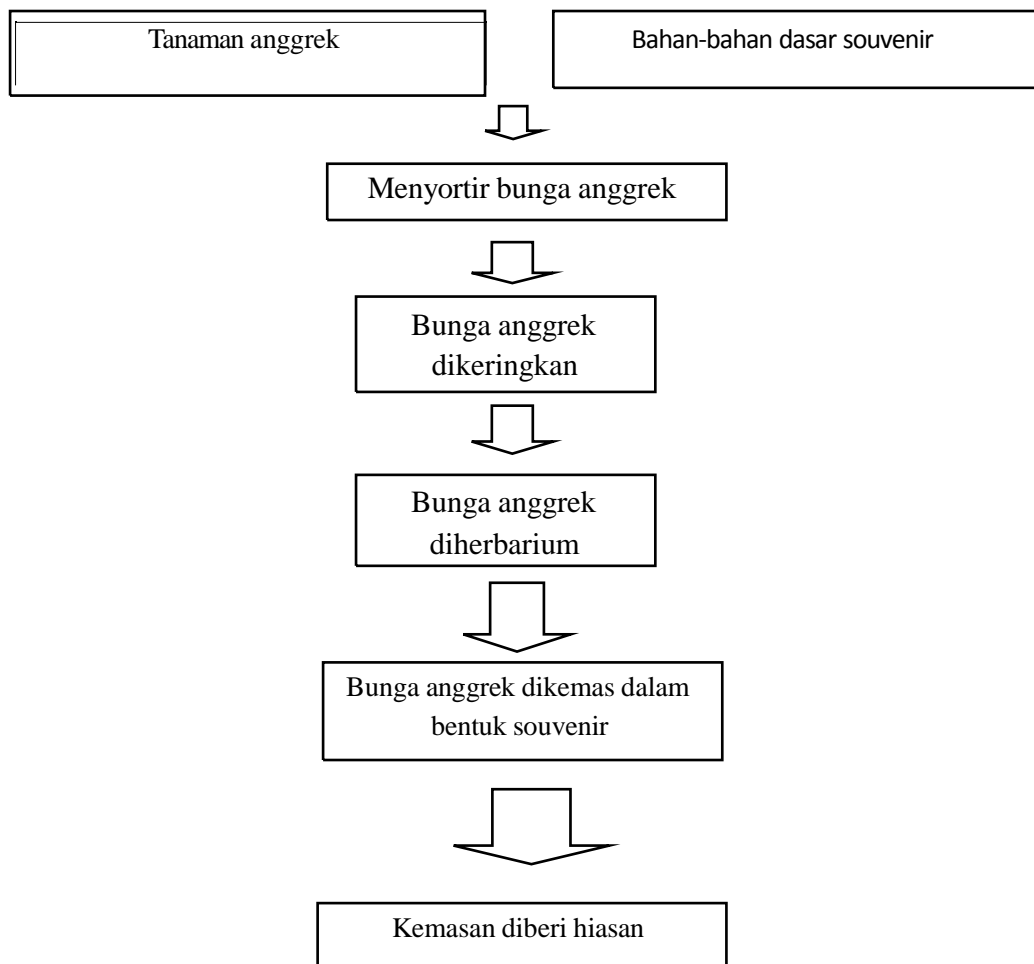
III. METODE PENDEKATAN

1. Rencana Produksi

Produksi awal akan dimulai dengan membeli lima puluh tanaman anggrek yang telah berbunga dan bibit anggrek yang belum berbunga sebagai bahan baku untuk proses pembuatan souvenir. Dimana bibit tersebut dirangkai agar menjadi suatu souvenir yang menarik. Beberapa bibit dirangkai sebagai contoh produk dari berbagai souvenir yang kami tawarkan. Proses produksi ini akan dilakukan di rumah kost salah satu anggota tim pelaksana program ini di Bogor dan program ini akan memakan waktu selama empat bulan. Dalam waktu empat bulan akan dihasilkan berbagai jenis souvenir dengan bahan baku anggrek.

Skema pembuatan souvenir anggrek. Berikut adalah tahapan proses pembuatan souvenir anggrek berbahan baku tanaman anggrek yang sudah berbunga maupun yang masih dalam tahap bibit.

Adapun langkah-langkah pembuatan *orchid gift* secara umum adalah sebagai berikut:



2. Aspek Manajemen

Struktur organisasi usaha produk souvenir anggrek ini dapat dilihat pada skema berikut



3. Strategi Pemasaran

STP (Segmentation, Targetting, & Positioning)

Segmentation adalah cara memilah-milaha kelompok konsumen berdasarkan potensial penawaran produk yang berbeda-beda. Pangsa pasar dibagi menjadi tiga segmen yaitu :

1. Mahasiswa

Jumlah mahasiswa IPB yang banyak merupakan pangsa pasar Souvenir Anggrek yang paling baik. Lokasi kampus yang dekat dengan tempat produksi menjadi nilai lebih segmen ini karena memberikan kemudahan dalam promosi dan pemasaran produk. Produk yang akan ditawarkan pada segmen ini adalah souvenir anggrek yang siap digunakan oleh konsumen.

2. Toko Souvenir

Toko-toko souvenir disekitar kampus IPB Darmaga Bogor dapat dijadikan target pemasaran souvenir anggrek dengan cara menitipkan ke toko atau bekerjasama dengan toko-toko souvenir.

3. Masyarakat umum

Pemasaran ke masyarakat umum merupakan awal dari pemasaran souvenir angrek secara luas. Segmen masyarakat yang dituju berasal dari seluruh lapisan masyarakat. Target awal pemasaran pemasaran pada kelompok ini adalah kepada masyarakat yang ada sekitar kampus Darmaga IP. Pemasaran secara langsung (*direct selling*) kepada masyarakat umum akan dilakukan pada waktu ada pusat keramaian yang melibatkan banyak massa. Sedangkan pemasaran tidak langsung dilakukan dengan menitipkan produk di swalayan, toko, dan melalui *onlineshop*.

Pemasaran yang akan dilakukan menggunakan cara 4P, yaitu :

- a. *Place* (Tempat) : Lokasi atau tempat dimana kita akan memasarkan memasokkan produk souvenir angrek. Lokasi haruslah strategis disesuaikan dengan target atau sasaran kita. Dapat dipasarkan pada berbagai kesempatan pertemuan, seminar, ulangtahun, atau pesta pernikahan. Distribusi dan pemasaran langsung *door to door*
- b. *Price* (Harga) : Harga juga harus disesuaikan dengan target atau sasaran kita, dengan menetapkan harga yang sesuai.
- c. *Promotion* (Promosi) : Cara yang dapat dilakukan untuk memperkenalkan produk adalah dengan melalui via multi media berupa membagi-bagikan leaflet, iklan di radio dan promosi produk pada *website*.
- d. *Product* (Produk) : Memiliki nilai lebih dalam penggunaan kemasan yang menarik serta produk angrek yang berkualitas.

IV. PELAKSANAAN PROGRAM

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Waktu dan tempat kami melaksanakan proses produksi adalah di Bogor, di kostan salah satu anggota kelompok kami, sedangkan lokasi atau tempat dimana kami akan memasarkan memasokkan produk souvenir angrek disesuaikan dengan target atau sasaran kami. Salah satu lokasi tempat kami memasarkan adalah di sekitar kampus kami.

Tahapan Pelaksanaan/Jadwal Faktual Pelaksanaan

Program kerja kami selama 4 bulan dapat dilihat dari tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1 Jadwal Faktual Pelaksanaan

No	Uraian kegiatan	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	2
1.	Persiapan Kegiatan																						
2.	Koordinasi dengan pemasok bahan baku																						
3.	Pengadaan alat dan bahan-bahan																						
4.	Proses																						

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 kritir 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.

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.

Baby orchid	3	10.000	30.000
Tang	1	20.000	20.000
Anggrek kompot	5 Botol	100.000	500.000
Bahan PDA (Potato Dextrose Agar)	-	1000.000	1000.000
Botol kaca	100 Buah	2000	200.000
Gantungan kunci	100 Buah	1000	100.000
Kotak kardus	100	5000	500.000
Pembayaran teknisi	2 orang	200.000	400.000
Transportasi	5 orang	50.000	250.000
Leaflet	100 lembar	1000	100.000
Pembuatan laporan			68.000
Biaya rental dan internet			50.000
		TOTAL	3.600.000

Tabel 3. Rekapitulasi Pemasukan

Tanggal	Nominal Pendapatan	Keterangan Lokasi	Jenis yang Terjual
31-1-2010	75.000	Megamendung	Plakat (anggrek dendrobium ungu 1)
31-1-2010	75.000	Megamendung	Plakat (anggrek bulan)
2-2-2010	75.000	Kostan Anggin	Bakul orchid
12-2-2010	105.000	Rumah Ajeng	Orchid love
12-2-2010	67.500	Taman Yasmin	Orcupid
13-2-2010	20.000	Taman Yasmin	Baby orchid1
13-2-2010	20.000	Taman Yasmin	Baby orchid2
14-2-2010	20.000	Kampus Darmaga	Baby orchid3
25-2-2010	35.000	Kampus Darmaga	Dendrobium putih
1-3-2010	45.000	Kostan Ega	Dendrobium Ungu2
17-3-2010	25.000	Onlineshop	Goldring orchid
20-3-2010	30.000	Onlineshop	Orchidinery
26-3-2010	25.000	Onlineshop	Aming Orchid
1-4-2010	55.000	Kampus Darmaga	Easter Orchid
	Total		672.500

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan penjualan *Orchid Gift* yang kami lakukan selama kurang lebih 5 bulan yaitu akhir Januari sampai akhir Mei menghabiskan uang sebesar Rp.3.6000.000,00 dan untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada tabel pengeluaran di atas. Dan berhasil menjual produk sebanyak empat belas buah dengan total penjualan Rp.672.500,00. Adapun produk-produk yang telah kami jual dapat dilihat pada tabel rekapitulasi pemasukan di atas. Penjualan terbesar terjadi pada tanggal 12 Februari 2010 yaitu pada penjualan *Orchid Love* yang bertempat di rumah salah satu anggota kami, dimana kami berhasil menjual produk dengan harga Rp.105.000,00. Sedangkan penjualan terkecil terjadi pada tanggal 14 Februari 2010 yaitu pada penjualan *Baby Orchid*, kami hanya mampu menjual satu produk saja sebesar Rp. 20.000,00.

Kendala-kendala yang kami hadapi selama proses PKM-K antara lain pertama masalah administratif yaitu pengaturan keuangan. Masalah kedua yaitu teknis dimana terkadang terjadi buntutnya ide-ide kreatif dari masing-masing anggota. Selanjutnya masalah ketiga yaitu organisasi pelaksanaan dimana sering terjadi bentrok jadwal antar masing-masing anggota. Selanjutnya masalah dimana dana yang di berikan dikti berbeda dengan yang diusulkan. Terakhir yaitu masalah masyarakat yang belum mengenal produk kami seutuhnya.

Dibalik semua kendala di atas, kami berusaha mencari pemecahan dari masing-masing masalah tersebut, antara lain pada masalah pertama yaitu mengenai masalah administrasi pengaturan uang kami mengadakan sharing dalam pembagian uang, dimana uang dibagikan secukupnya kepada masing-masing anggota, sehingga ketika dibutuhkan pengeluaran secara tiba-tiba kami tidak mengalami kesulitan dalam mendapatkan uang tunai ketika penanggungjawab keuangan sedang tidak di tempat. Solusi selanjutnya yaitu kurangnya ide-ide kreatif dari masing-masing anggota dapat di siasati dengan cara mencari referensi browsing di internet, majalah, atau buku-buku. Pada masalah ketiga dimana sering terjadi bentrok jadwal antara masing-masing anggota dapat dipecahkan dengan pembuatan jadwal kerja yang disesuaikan dengan jadwal masing-masing anggota sehingga tidak memberatkan. Mengenai masalah dana DIKTI yang di dapat berbeda dengan yang di usulkan dapat di carikan alternatif dengan menurunkan kualitas bahan baku utama. Dan yang terakhir mengenai kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk ini, kami solusikan dengan cara melakukan pemasaran lewat situs jejaring sosial dan penggunaan pamflet.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Pada dasarnya pelaksanaan penjualan *Orchid Gift* yang kami lakukan memiliki potensi peluang yang cukup besar, hal ini terbukti dari total penjualan barang yang berhasil kami jual yaitu sebanyak empat belas buah dengan total penjualan sebesar Rp. 672.500,00.
2. Kurangnya waktu yang diberikan dalam pelaksanaan penjualan *Orchid Gift*.
3. Sering terjadinya bentrok jadwal antar anggota.

6.2 Saran

1. Perlunya pengoptimalan baik dari segi fisik maupun mental dalam melaksanakan PKM-K *Orchid Gift* agar hasil penjualan yang didapatkan lebih baik.
2. Perlunya penambahan waktu dalam pelaksanaan program PKM-K ini.
3. Dibutuhkan manajemen yang baik dalam mengatur jadwal kerja antar masing-masing anggota.