



Laporan Akhir Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan

CHOTEA (CANANGA HONEY TEA) TEH KENANGA MADU SEBAGAI ALTERNATIF MINUMAN KESEHATAN RENDAH KALORI

Oleh :

Age Krida Laksana	E34063106 / 2006
Muis Fajar	E34062536 / 2006
Dyah Ayu Purwaningsih	E34062186 / 2006
Raya Akbar Ramadhan	E34060430 / 2006
Robinson	E34080081 / 2008

INSTITUT PERTANIAN BOGOR

BOGOR

2010

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

Minuman alternatif kesehatan merupakan salah satu bisnis yang berprospek cerah saat ini dan di masa depan. Bisnis minuman kesehatan adalah suatu bisnis yang mempunyai daya resistensi tinggi terhadap fluktuasi perekonomian. Kami menawarkan alternatif konsumsi minuman kesehatan dengan mengkombinasikan khasiat teh dengan khasiat bunga kenanga yang menyehatkan. Adanya penambahan madu sebagai pengganti gula membuat rasa manis yang disajikan berbeda dengan rasa manis gula dan juga memiliki khasiat bagi kesehatan.

Tujuan pelaksanaan kegiatan kewirausahaan ini, antara lain : mengembangkan jiwa kreativitas dan kewirausahaan pada mahasiswa, mendapatkan keuntungan, menjadi unit usaha yang mampu membuka peluang kerja dan mengangkat perekonomian masyarakat, meningkatkan penggunaan tumbuhan obat yang berkhasiat bagi kesehatan, meningkatkan penggunaan pemanis alami. Metode pelaksanaan kegiatan kewirausahaan terdiri dari kegiatan produksi dan pemasaran. Kegiatan produksi terdiri dari: penentuan lokasi produksi, pengadaan alat dan bahan, proses pembuatan *Chotea*. Kegiatan pemasaran terdiri dari: *STP (Segmentation, Targetting & Positioning)*, *Marketing Mix* dan promosi.

Chotea secara umum disukai oleh konsumen karena *Chotea* memiliki keunikan yaitu : tampilan teh hijau; aroma kenanga; rasa madu. Selain itu, konsumen percaya bahwa *Chotea* merupakan minuman kesehatan karena dibuat dari bahan-bahan yang menyehatkan (teh, kenanga dan madu) Respon konsumen tersebut dapat dilihat dari penjualan *Chotea* sebanyak 750 cup dari teh dan 140 bungkus bahan *Chotea* kering dalam kurun waktu 42 hari dengan total pendapatan kotor sebesar Rp. 2.249.500,00. Hal tersebut membuktikan bahwa *Chotea* dapat menciptakan peluang usaha baru.

Key word : PKMK, produksi, pemasaran, *Chotea*, pendapatan kotor



KATA PENGANTAR

Segala sesuatu perlu dipertanggung jawabkan. Oleh karena itu, team PKMK *Chotea* menyusun laporan akhir kegiatan kreativitas mahasiswa sebagai bentuk tanggung jawab atas kepercayaan yang telah diberikan kepada team PKMK *Chotea* untuk melakukan kegiatan kewirausahaan yang telah didanai oleh DIKTI.

Rasa syukur tentunya kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat berupa kemampuan kepada team PKMK *Chotea* untuk menjalankan program kreativitas mahasiswa ini. Rasa terima kasih kami sampaikan kepada DIKTI yang memberikan dana sehingga kegiatan kewirausahaan kami dapat dijalankan dan kepada pembimbing kegiatan kewirausahaan ini atas segala arahan yang telah diberikan kepada team PKMK *Chotea*. Selain itu, rasa terima kasih kami sampaikan kepada konsumen yang telah mempercayai produk minuman kesehatan kami.

Laporan akhir kegiatan kewirausahaan ini tentunya bukan berarti akhir dari kegiatan kewirausahaan yang kami lakukan, team PKMK *Chotea* berusaha untuk tetap menjalankan dan mengembangkan usaha kewirausahaan yang telah kami rintis bersama ini. Semoga usaha yang telah dibuat oleh team PKMK *Chotea* semakin berkembang dimasa mendatang.

Bogor, 4 Juni 2010

Team PKMK *Chotea*

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Minuman alternatif kesehatan merupakan salah satu bisnis yang berprospek cerah saat ini dan di masa depan. Menurut Ketua Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI), Adhi S Lukman, trend konsumsi masyarakat saat ini adalah *back to nature*. Pola konsumsi ini yang mengakibatkan minuman kesehatan dari bahan-bahan alami sangat laris dipasaran saat ini.

Bisnis minuman kesehatan adalah suatu bisnis yang mempunyai daya resistensi tinggi terhadap fluktuasi perekonomian. Permintaan konsumen terhadap produk-produk minuman kesehatan tetap naik dengan pesat dibandingkan pada sektor-sektor lain, seperti otomotif dan properti. Menurut artikel di harian Sinar Harapan (15-08-2003), kenaikan permintaan konsumen terhadap minuman kesehatan di Indonesia meningkat rata-rata mencapai 10-15 persen per tahun. Oleh sebab itu, berdasarkan kondisi konsumen yang seperti ini maka menjalankan bisnis minuman kesehatan adalah pilihan yang tepat.

Kami menawarkan alternatif konsumsi minuman kesehatan dengan mengkombinasikan khasiat teh dengan khasiat bunga kenanga yang menyehatkan. Kedua jenis bahan ini mengandung antioksidan yang dapat menurunkan risiko penyakit kanker dan bunga kenanga itu sendiri dapat menyembuhkan penderita bronkhitis.

Selain khasiat yang ditawarkan, kami juga menjual cita rasa baru dari minuman teh dan bunga kenanga. Adanya penambahan madu sebagai pengganti gula membuat rasa manis yang disajikan berbeda dengan rasa manis gula dan juga memiliki khasiat bagi kesehatan. Penggabungan tiga bahan ini menghasilkan citarasa manis yang sangat unik dan menyegarkan.

Teh (*Camellia sinensis*) merupakan minuman yang sangat populer di kalangan masyarakat dunia. Manfaatnya yang sangat baik bagi kesehatan dan rasanya yang enak menjadikan teh selalu dicari oleh khalayak luas. Teh sebagai komoditi lokal, ternyata memiliki manfaat yang begitu besar. Adapun kandungan teh beserta manfaatnya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar Kandungan dan Manfaat Teh

Kandungan	Manfaat
Pholypenol	Melawan kanker, jantung, stroke, memperlancar sistem sirkulasi darah, menguatkan pembuluh darah dan menurunkan kadar kolesterol dalam darah putih yang bertanggung jawab melawan bakteri.
Vitamin C	Mencegah dan melawan flu
Kafein	Menghalu kantuk dan kelelahan, tanpa menimbulkan efek samping seperti jantung berdebar.
Vitamin E	Antioksidan

Sumber: <http://www.Indonesia.com/intisari/1998/mei/teh.htm>

Kenanga (*Cananga Odorata*) selain berkhasiat bagi kesehatan juga memiliki aroma khas bunga kenanga yang dapat digunakan sebagai aroma terapi. Selain mengobati penderita bronchitis, bunga kenanga juga berkhasiat sebagai obat nyeri haid, malaria, asma, sesak nafas, dan digunakan jamu setelah melahirkan. Kandungan



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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

kimia yang ada di dalam bunga kenanga adalah benzil alkohol, linalool, benzil asetat, metil salisilat, benzil benzoat, dan eugenol.

Bunga kenanga mudah didapat karena untuk pembudidayaan tidak perlu perawatan khusus. Masa berbunga bunga kenanga terus menerus dan dapat hidup dimana saja. Madu menggantikan pemanis dari gula tebu menjadikan produk yang dihasilkan lebih sehat dari produk minuman teh yang pernah ada.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas bisnis ini ingin memberikan alternatif dalam mengkonsumsi minuman kesehatan teh-kenanga dengan kombinasi madu alami dimana ketiganya memiliki khasiat sebagai obat.

1.3 Tujuan Program

Tujuan yang diharapkan dari pelaksanaan kegiatan kewirausahaan ini, antara lain:

- a. Mendapatkan keuntungan
- b. Menjadi unit usaha yang mampu membuka peluang kerja dan mengangkat perekonomian masyarakat
- c. Meningkatkan penggunaan tumbuhan obat yang berkhasiat bagi kesehatan
- d. Meningkatkan penggunaan pemanis alami yang tidak menyebabkan diabetes
- e. Mengembangkan jiwa kreativitas dan kewirausahaan pada mahasiswa

1.4 Luaran yang Diharapkan

Produk komersial berupa minuman kesehatan dengan rasa yang unik dan tanpa gula dalam kemasan cup 300 ml yang mengandung khasiat teh dan bunga kenanga dengan harga yang terjangkau.

1.5 Kegunaan Program

- a) Menjadi Produk Minuman Kesehatan
Produk teh kenanga madu memberikan alternatif pada konsumen tentang minuman kesehatan yang mampu mencegah kanker, penyakit bronkhitis dan tidak menyebabkan diabetes.
- b) Menjadi Produk Minuman Teh Bunga Rendah Kalori
Produk ini merupakan produk minuman teh pertama di Indonesia yang tidak menggunakan gula sukrosa pada produk. Rasa manis yang didapatkan pada minuman ini berasal dari madu alami yang mengandung gula fruktosa yang sangat tinggi namun menyehatkan.
- c) Peluang Usaha
Membuka lapangan kerja bagi masyarakat, yang berarti secara sosial ekonomi telah membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat. Selain itu, juga menambah pendapatan bagi pemilik usaha.
- d) Ajang pembelajaran Bagi Mahasiswa
Melatih kemampuan kewirausahaan bagi mahasiswa dan meningkatkan kerjasama tim dalam suatu organisasi usaha bersama.



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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

2.1 Gambaran Produk

Chotea adalah minuman teh dalam kemasan cup 300 ml dengan sari bunga kenanga sebagai pemberi citarasa tambahan dan madu sebagai pemanis alami dari minuman. Teh kenanga madu merupakan minuman yang menitik beratkan pada keekonomisan dan kesehatan. Cita rasa yang unik serta kesegarannya menjadikan teh ini menjadi lebih menarik dari teh aroma bunga lainnya. Selain itu, Teh Kenanga Madu mengandung antioksidan dan vitamin C yang dibutuhkan oleh tubuh.

2.2 Gambaran Usaha

Usaha teh kenanga madu adalah sebuah usaha minuman yang memanfaatkan bahan baku yang tidak pernah digunakan pada produk minuman teh yang lain. Untuk mendapatkan bahan baku bunga kenanga, kenanga akan ditanam sendiri di tanah seluas 0.05 hektar. Biaya produksi kenanga sendiri sangat murah, karena tidak perlu perawatan khusus maupun pestisida. Namun, untuk tahap awal, bahan baku kami peroleh di lingkaran kampus IPB karena di wilayah tersebut banyak dijumpai pohon kenanga.

Teh kenanga ini dijual dengan harga Rp 2.500,00 per cup. Harga ini cukup terjangkau untuk kalangan konsumen yang mayoritas mahasiswa dan masyarakat menengah. Kami juga memosisikan produk kami menjadi produk yang dapat menyaingi produk-produk minuman ringan dari teh yang beredar di pasaran. Produk ini memiliki banyak manfaat dan diharapkan dapat menyaingi produk-produk minuman ringan yang lain. Harganya terjangkau dan mengandung banyak khasiat yang baik untuk kesehatan, serta rasanya yang unik sehingga dapat bersaing dengan produk-produk minuman ringan yang ada di pasaran saat ini.

Teh kenanga madu dijual dengan sistem *franchise*. Kami akan menjadikan masyarakat sebagai partner bisnis dengan sistem bagi hasil. Kami menyajikan Teh Kenanga madu secara segar, yaitu dituang langsung dari galon dan ditambahkan dengan es batu dan juga secara cup tertutup (dengan kemasan tersealer). Pemasaran produk tahap pertama mencoba untuk membuka stand produk di berbagai tempat baik di swalayan maupun toko dalam lingkup lokal, serta menawarkan kepada masyarakat apabila ingin membuka usaha Teh Kenanga Madu sebagai usaha mereka. Teh dijual dalam keadaan dingin untuk menambah kenikmatannya. Kami juga akan mempromosikan produk melalui pamflet, poster, maupun pemberian sampel.

Selanjutnya, bila usaha ini berhasil pada skala lokal, usaha ini akan diperluas ke berbagai daerah di Indonesia. Promosi yang dilakukan akan ditingkatkan dengan memasang iklan di televisi maupun media cetak serta spanduk-spanduk. Selain itu juga akan menjalin kerja sama dengan restoran-restoran yang ada, dan menjadikan teh Kenanga Madu sebagai menu utama minuman di restoran-restoran tersebut.



III METODOLOGI PELAKSANAAN PROGRAM

3.1 Produksi

Produksi merupakan tahap awal dari beberapa proses selanjutnya. Hal – hal yang berkaitan dengan produksi antara lain :

A. Lokasi

Tahap awal produksi, produksi *Chotea* akan dilaksanakan di salah satu rumah anggota yang terletak di Desa Babakan Raya Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor.

B. Bahan-Bahan

Bahan – bahan yang digunakan adalah Teh hijau, Bunga Kenanga, Madu dan Air.

C. Peralatan

Alat yang dipakai dalam proses pengerjaan adalah Panci, Saringan, Mesin Pengemas (heat sealer), Kompor.

D. Proses Produksi

Pembuatan *Chotea* ini pada intinya adalah mencampurkan air seduhan teh dengan bunga kenanga kering dan madu. Bunga Kenanga Kering merupakan bunga kenanga yang dikeringkan dengan proses penjemuran.

1) Pembuatan Kenanga Kering:

- Pilih bunga yang telah menguning kemudian buang gagangnya dan cuci.
- Tata di atas alas lebar hingga merata.
- Jemur di bawah sinar matahari selama kurang lebih dua hari.
- Setelah kering potong kecil-kecil.
- Masukkan ke dalam wadah kedap udara

2) Pembuatan seduhan kenanga

- Kenanga kering diseduh dengan air mendidih selama 15 menit, setiap 100 gram kenanga menggunakan air sebanyak 3 Liter.
- Saring hasil seduhan tersebut sehingga dihasilkan seduhan yang bebas dari daun kenanga.

3) Pembuatan seduhan teh

- Teh hitam diseduh dengan air mendidih selama 15 menit, setiap 100 gram teh menggunakan air sebanyak 3 Liter.
- Saring hasil seduhan teh tersebut sehingga dihasilkan seduhan yang bebas dari daun teh.

4) Proses pencampuran seduhan teh dengan kenanga kering dan madu:

- Seduhan teh dan bunga kenanga dicampurkan dengan perbandingan 1 : 1.
- Aduk merata dan kemudian tambahkan madu 250 ml setiap 3 Liternya.

5) Proses pengemasan:

- Sterilisasi dengan air mendidih selama 15 menit agar produk menjadi tahan lama dan steril dari mikroba.
- Masukkan produk pada kemasan cup 300 ml.
- Seal produk dengan menggunakan heat sealer secara manual.
- Produk siap didistribusikan dan dipasarkan.

3.2 Pemasaran

A. STP (*Segmentation, Targetting & Positioning*)

1) *Segmentation*

Pangsa pasar *Chotea* kami bagi menjadi tiga segmen yaitu :

a) Kelompok Umum

Segmen ini terdiri dari para dosen, warga lingkaran kampus dan masyarakat umum. Bagi segmen ini, yang terpenting adalah seberapa besar manfaat yang mereka dapat dengan mengkonsumsi produk ini. Dengan keunggulan produk sebagai pangan kesehatan yang memiliki berbagai macam khasiat untuk mencegah dan mengobati penyakit, tentunya produk ini merupakan salah satu pilihan yang terbaik.

b) Kelompok Mahasiswa

Segmen ini (mahasiswa IPB) dibidik karena merupakan pangsa pasar yang besar dengan jumlah kurang lebih 25.000 orang. Selain itu, faktor lokasi yang dekat dengan tempat produksi menjadi kelebihan tersendiri sehingga memudahkan kegiatan survei, promosi dan pemasaran produk.

c) Kelompok Pelajar

Segmen lain adalah pelajar yang ada di sekitar lingkaran kampus IPB baik SD, SLTP, maupun SLTA. Segmen ini memiliki pangsa pasar yang sangat besar, terlebih lagi jika dilihat dari sisi psikologis mereka yang cenderung konsumtif dan menyukai hal yang baru. Selain itu, jenis produk teh merupakan komoditi yang sangat disukai oleh para remaja dan anak-anak.

2) *Targetting*

Target utama pemasaran produk ini adalah segmen ketiga yaitu kelompok pelajar. Hal ini didasarkan pada fakta bahwa kelompok ketiga memiliki ukuran pasar yang sangat besar, dan perkiraan bahwa segmen ini memiliki kesukaan atas produk teh kesehatan.

B. Marketing Mix

1) *Produk*

Produk berupa teh bunga dengan rasa yang beragam dan dikemas menarik dan mewah sesuai segmentasi pasarnya. Keunggulan produk adalah kandungan kimia yang didalamnya terdapat beberapa bahan dan unsur penting yang berfungsi membantu menjaga kesehatan.

Merek yang kami gunakan untuk produk kami adalah *Chotea*. Merek ini sangat mudah diingat dan sangat menggambarkan bahan utama produk kami yakni *Cananga odorata* atau kenanga dan *honey* atau madu.

2) *Harga*

Produk ini dijual dengan harga Rp 2.500,00 per cup, dengan perincian biaya produksi sebagai berikut:

Tabel 2. Perincian Biaya Produksi Teh Kenanga Madu



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.

NAMA BAHAN BAKU	Jumlah/ Bulan	Harga Satuan	Total
Teh	5 Kg	15.000	75.000,00
Bunga Kenanga	5 Kg	15.000	75.000,00
Madu	10 liter	50.000,00	500.000,00
Air mineral	5 galon	13.000,00	65.000,00
Cup	1000 cup	300	300.000,00
Label	1000 buah	200	200.000,00
Sedotan	1000 buah		10.000,00
Total Biaya			1.225.000,00

Penentuan harga Rp.2.500,00 per bungkus ini berdasarkan beberapa pertimbangan diantaranya :

- a) Untuk mendorong rasa kepuasan dari para konsumen atas manfaat yang telah diperoleh dari harga yang telah ditetapkan (*Customer Value*).
- b) Untuk membentuk citra atau *image* produk teh bunga sebagai minuman kesehatan yang berkualitas dan tidak murahan.
- c) Keinginan untuk mendapatkan profit yang besar.

3) Tempat Pemasaran

Dalam memasarkan produk, maka dipilih beberapa tempat di daerah lingkaran kampus IPB. Penentuan lokasi pemasaran didasarkan pada kriteria sebagai berikut : strategis, akses masuk mudah, dan pengeluaran biaya sekecil mungkin. Berdasarkan kriteria tersebut kami menetapkan beberapa lokasi pemasaran produk kami, yaitu :

- a) **Kantin IPB**
Kantin IPB sangat banyak jumlahnya dan kantin tersebut menyebar diseluruh fakultas dan di asrama mahasiswa. Lokasi pemasaran ini sangat strategis untuk memasarkan produk ini.
- b) **Kantin Lingkaran kampus**
Lingkaran kampus tentunya memiliki kantin yang biasanya selalu ramai dengan aktifitas mahasiswa, baik yang makan atau hanya sekedar duduk-duduk. Tempat ini merupakan tempat yang sangat strategis bagi pemasaran produk kami.
- c) **Kantin Sekolah – sekolah**
Kantin sekolah yang kami maksud adalah kantin sekolah yang ada di sekitar kawasan bogor. Dilihat dari jumlah para siswanya yang cukup besar, maka kantin sekolah merupakan salah satu pilihan tempat pemasaran yang baik.
- d) **Rumah Makan**
Banyak sekali rumah makan yang ada disekitar kampus IPB yang selalu ramai dikunjungi mahasiswa dan masyarakat umum.
- e) **Swalayan dan toko kelontongan**
Swalayan dan toko kelontongan merupakan gerbang untuk memasuki pasar umum secara luas. Sehingga kelompok kami

berencana untuk memasarkan produk kami di swalayan-swalayan yang ada di sekitar kampus.

4) Promosi

Promosi merupakan senjata utama dalam pemasaran produk. Walaupun di pasaran telah terdapat produk yang serupa tetapi pada hakekatnya masyarakat belum mengenal produk yang kita tawarkan. Hal-hal yang akan kami lakukan untuk dalam rangka mempromosikan produk kami adalah :

- a) Pemberian informasi secara langsung (*direct promotion*) Pemberian informasi secara langsung dilakukan oleh para personil tim ketika melakukan *dirrect selling*.
- b) Pemberian informasi secara tidak langsung (*undirect promotion*). Pemberian informasi secara tidak langsung dilakukan dalam beberapa bentuk kegiatan diantaranya yaitu, beriklan di radio kampus (Agri FM, Alvo FM), pemasangan spanduk, penyebaran poster, dan penyebaran pamflet serta leaflet.

Promosi secara langsung dianggap cukup efektif karena adanya interaksi langsung antara konsumen dan produsen. Usaha promosi tidak langsung juga ditambah dengan terjadinya promosi mulut ke mulut yang akan dilakukan oleh konsumen yang merasa puas akan produk kami.

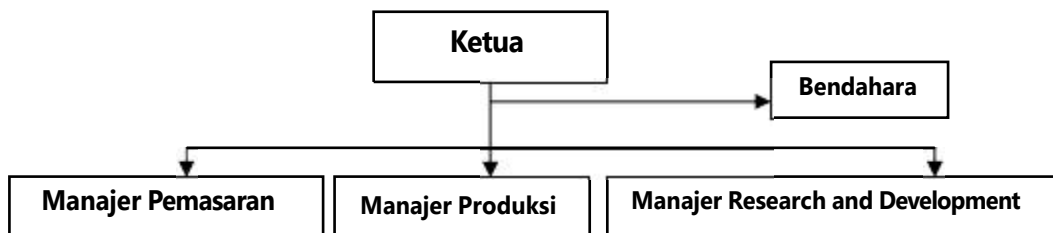
IV PELAKSANAAN PROGRAM

4.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Rangkaian kegiatan program kreativitas mahasiswa kewirausahaan “Chotea” dilaksanakan mulai bulan Februari 2010 sampai Juni 2010 yang dilakukan di sekitar Kampus Institut Pertanian Bogor.

4.2 Tahapan Pelaksanaan / Jadwal Faktual Pelaksanaan (terlampir)

4.3 Instrumen Pelaksanaan



Gambar 1 Bagan Organisasi Pelaksanaan.

Dari bagan tersebut tiap – tiap instrumen jabatan memiliki tugas dan wewenang khusus. Berikut merupakan tugas dan wewenang tiap – tiap instrumen pelaksana :

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.

Tabel. Tugas dan Wewenang tiap – tiap instrumen pelaksana

Jabatan	Tugas dan Wewenang	Keterangan
Ketua	a) Bertanggung jawab atas kegiatan yang dilakukan. b) Melakukan koordinasi dengan anggota.	Age Krida Laksana
Bendahara	a) Mengatur seluruh aktivitas kelompok yang berhubungan dengan keuangan. b) Membuat laporan keuangan per bulan. c) Melakukan audit keuangan.	Dyah Ayu P.
Manajer Pemasaran	a) Melakukan segmentasi pasar. b) Melakukan riset pasar. c) Membuat grand strategi pemasaran d) Menentukan harga jual produk. e) Melakukan koordinasi atas proses penjualan produk f) Melakukan promosi produk g) Melakukan distribusi produk h) Memperluas pasar	Robinson
Manajer Produksi	a) Mengatur proses produksi b) Mempersiapkan segala keperluan untuk produksi c) Melakukan cek dan pemeliharaan mesin-mesin produksi d) Menentukan kapasitas produksi e) Melakukan sortasi produk	Raya Akbar R.
Manager Research and Development	a) Melakukan penelitian untuk pengembangan produk b) Membuat desain proses produksi	Muis Fajar

4.4 Rancangan dan Realisasi Biaya (Terlampir)

V HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan kreativitas mahasiswa kewirausahaan “Chotea” secara garis besar dibagi menjadi bebrapa kegiatan utama yaitu : persiapan produksi, promosi dan pemasaran produk dan untuk mempermudah mengukur tingkat keberhasilan kegiatan maka dibuat suatu target luaran. Target luaran kegiatan disajikan pada tabel 5.

Tabel 5 Target Luaran Kegiatan

No.	Target Kegiatan	Ketercapaian	
		Sudah	Belum
1.	Kerja sama dengan pemasok bahan baku	√	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2.	Alat (panci, kompor, saringan, gelas kemasan, adukan, pembelian galon, tabung gas, selang gas, termos es batu, gelas ukur, box jinjing, box air 27L, pembelian alat tulis)	√
3.	Bahan (teh, bunga kenanga, madu)	√
	Persiapan Produksi	
	• uji laboratorium	√
	• uji takaran penyajian	√
	• menguji produk Chotea kepada konsumen	√
	• pendaftaran produk	√
4.	Pemasaran produk Chotea	√

Rangkaian kegiatan kewirausahaan *Chotea* yang diajukan didanai oleh DIKTI sebesar Rp. 7.000.000,00, dana tersebut memang lebih kecil dibandingkan anggaran yang telah diajukan yaitu Rp. 9.734.700,00 namun dana tersebut cukup untuk dijadikan modal dalam kegiatan kewirausahaan minuman *Chotea*. Kegiatan kewirausahaan untuk produksi minuman “*Chotea*” diawali dengan tahap persiapan produksi. Tahapan persiapan produksi dimulai dengan pengadaan peralatan dan bahan untuk melakukan kegiatan produksi *Chotea*. Kegiatan pengadaan alat dan bahan baku hampir tidak mengalami kendala yang berarti, karena hampir semua alat dan bahan mampu dibeli dengan modal yang telah diberikan kecuali untuk pembelian alat *heat sealer* dan pengadaan bahan kenanga. Pembelian alat *heat sealer* untuk sementara waktu tidak dilakukan karena alat tersebut mengalami kenaikan harga dari Rp.800.000,00 menjadi 1.250.000,00. Pengadaan kenanga yang pada awalnya direncanakan dengan melakukan penanaman sendiri, untuk sementara waktu tidak dilakukan tetapi pengadaan bahan kenanga dilakukan dengan melakukan kerja sama dengan pihak lain (masyarakat sekitar Kampus IPB). Kerja sama dalam pengadaan kenanga dengan cara bekerja sama dengan pihak lain dipilih karena dianggap lebih menguntungkan bila (ditinjau dari efisiensi waktu, penyediaan lokasi tanam dan biaya penanaman) untuk produksi *Chotea* dalam jangka pendek (awal produksi).

Kegiatan persiapan produksi dilanjutkan dengan uji laboratorium. Uji laboratorium menjadi prioritas untuk menjamin keamanan produk saat dikonsumsi, namun setelah berkonsultasi dengan pihak laboratorium, uji laboratorium untuk produk *Chotea* tidak perlu dilakukan. Alasan uji laboratorium untuk *Chotea* tidak perlu dilakukan adalah karena *Chotea* di buat dari bahan bunga kenanga, teh dan madu yang kandungannya telah diketahui secara umum oleh publik dan bahan tersebut aman dikonsumsi selama proses produksi *Chotea* tidak terkontaminasi oleh bahan beracun atau membahayakan.

Uji takaran penyajian *Chotea* dilakukan setelah diketahui bahwa *Chotea* aman dikonsumsi oleh manusia. Uji takaran penyajian dilakukan untuk mengetahui takaran penyajian yang sesuai sehingga produsen dapat memperoleh keuntungan secara optimum. Setelah mendapatkan takaran yang sesuai, produsen *Chotea* melakukan uji produk kepada konsumen secara langsung. Uji produk *Chotea* dilakukan untuk mencari komposisi bahan yang sesuai dengan selera masyarakat secara umum. Proses uji produk kepada konsumen menghasilkan suatu komposisi dalam pembuatan *Chotea*, yaitu: bahan teh hijau, bunga kenanga, madu rambutan dengan perbandingan teh hijau dengan bunga kenanga 3:1. Komposisi dalam pembuatan *Chotea* yang

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.

disukai konsumen tersebut ternyata menimbulkan masalah baru dalam produksi *Chotea*. Masalah yang ditimbulkan apabila menggunakan komposisi bahan teh hijau, bunga kenanga dan madu rambutan adalah biaya produksi *Chotea* akan lebih tinggi dibandingkan rencana biaya produksi yang dibuat (rencana produksi proposal). Rencana biaya produksi awal dan biaya produksi akhir disajikan pada tabel 6.

Tabel 6 Biaya produksi *Chotea*

No	Jenis alat dan bahan	Anggaran proposal	Harga aktual
1.	Madu rambutan/ liter	Rp. 50.000,00/liter	Rp. 115.000,00/liter
2.	Teh hijau/kg	Rp. 15.000,00/kg	Rp. 67.500,00/kg
3.	Kenanga/kg	Rp. 15.000,00/kg	Rp. 40.000,00/kg

Biaya produksi yang membengkak tersebut merupakan suatu resiko produsen apabila produsen ingin produk yang dijual disukai oleh konsumen dan untuk mengatasi permasalahan tersebut produsen *Chotea* dapat menyesuaikan biaya produksi dengan harga jual produk. Oleh karena itu, produk *Chotea* yang direncanakan dijual dengan harga Rp. 2.500,00 per cup akan dinaikkan menjadi Rp 3.000,00 per cup. Kenaikan harga ini belum dilakukan karena dengan harga Rp.2.500,00 produsen masih mendapat keuntungan dan produsen masih bisa menjaga persaingan dengan produk minuman lainnya.

Kegiatan lain yang diinginkan oleh team *Chotea* agar produk tersebut dipercaya oleh konsumen adalah dengan mendaftarkan produk ke Badan POM, namun karena kendala dana yang masih terbatas dan lamanya proses pendaftaran sampai mendapatkan nomer registrasi maka kegiatan tersebut tidak dilakukan untuk sementara waktu. Sebagai alternatif pendaftara produk dilakukan di PIRT di Dinas Kesehatan Bogor dan hasilnya masih menunggu proses yang berlangsung.

Kegiatan selanjutnya adalah kegiatan pemasaran produk yang diikuti dengan kegiatan promosi kepada konsumen. Total hasil penjualan (42 hari) dari tanggal 18 April 2010 hingga 30 Mei 2010 (sebanyak 750 cup dan 140 bungkus) sebesar Rp 2.249.500,- (dengan harga jual tiap cup dan tiap bungkus Rp 2.500,-). Kegiatan penjualan terkendala oleh status sebagai pelajar, sehingga penjualan yang dilakukan tidak maksimal karena terkendala kegiatan belajar. Untuk mengatasi hal tersebut team *Chotea* merencanakan untuk bekerjasama dengan pihak tertentu (misal : rumah makan, warung, dll.) untuk memasarkan produk *Chotea*, namun sampai saat ini belum ada pihak yang berminat untuk bekerja sama.

KESIMPULAN

Chotea secara umum disukai oleh konsumen karena *Chotea* memiliki keunikan yaitu : tampilan teh hijau; aroma kenanga; rasa madu. Respon konsumen tersebut dapat dilihat dari penjualan *Chotea* sebanyak 750 cup dari teh dan 140 bungkus bahan *Chotea* kering dalam kurun waktu 42 hari dengan total pendapatan kotor sebesar Rp. 2.249.500,00.



Lampiran

Tabel. Tahapan Pelaksanaan / Jadwal Faktual Pelaksanaan

No.	Uraian kegiatan	Bulan Ke-1				Bulan Ke-2				Bulan Ke-3				Bulan Ke-4				Bulan Ke-5				Bulan ke-5 – tak terbatas
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1.	Persiapan Kegiatan	■																				
2.	Koordinasi dengan pemasok bahan baku		■																			
3.	Pengadaan alat dan bahan-bahan			■																		
4.	Proses produksi				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5.	Evaluasi Kegiatan					■						■				■						

Tabel. Rancangan dan Realisasi Biaya

No.	Keterangan	Rancangan Dana Awal (Rp)	Dana Aktual (Rp)	Keterangan
1.	Biaya Operasional/bulan	1.533.700	1.749.000	- 215.300
2.	Biaya Peralatan	1.061.000	1.761.000	- 700.000
3.	Biaya Promosi	650.000	450.000	+ 200.000
4.	Biaya Legalisasi	2.500.000	3.500.000	- 1.000.000
	Total Biaya	5.744.700	7460000	- 1.715.300

Tabel. Penggunaan Biaya

Tanggal	Keterangan	Debit	Kredit	Saldo
10/02/2010	Dana dari DIKTI I		1.000.000	1.000.000
13/022010	Pembelian Alat Tulis	45.000		955.000
	Fotokopi	15.000		940.000
	Komunikasi	11.000		929.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

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.



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

15/02/2010	Pembelian Panci 5 L (1)	60.000		869.000
	Pembelian Adukan (1)	10.000		859.000
	Pembelian Galon	50.000		809.000
	Transportasi	10.000		799.000
16/02/2010	Pembelian Kenanga (1/4 kg)	10.000		789.000
	beli Toples Plastik Sedang (1)	25.000		764.000
	beli Tampah bambu sedang (1)	20.000		744.000
	beli <i>trash bag</i> putih bening (1)	2.500		741.500
19/02/2010	Pembelian Kompor gas, tabung gas dan selang tabung gas (@ 1)	375.000		366.500
	Transportasi	30.000		336.500
21/02/2010	Pembelian Gelas ukur 500ml dan saringan (@ 2 buah)	35.000		301.500
23/02/2010	Pembelian Bunga Kenanga 1/4 Kg	10.000		291.500
10/03/2010	Dana dari DIKTI II		3.900.000	4.191.000
12/03/2010	Pembelian Teh (4 macam)	15.500		4.176.000
17/03/2010	beli Madu (2 botol @ 150 ml)	57.000		4.129.000
19/03/2010	Pembelian cup 100 ml (40 buah)	20.000		4.072.000
	Internet 2 jam	5.000		4.052.000
20/03/2010	Print Logo Produk	5.000		4.047.000
	Pembelian air mineral (1 galon)	5.000		4.042.000
31/03/2010	Sample produk minuman (20)	30.000		4.012.000
	Print Logo Produk	10.000		4.002.000
	Pembelian Bunga Kenanga 1/4 Kg	10.000		3.992.000
	beli Plastik ukuran 1/4kg (2)	15.000		3.987.000
2/04/2010	Sample Produk minuman (20)	30.000		3.957.000
4/04/2010	Print Label	10.000		3.947.000
	beli <i>Hekter</i> kecil dan isinya	15.000		3.932.000
11/04/2010	Sample produk kering (4 bungkus @ 20 gr)	10.000		3.922.000
12/04/2010	Pemesanan cup (50buah)	30.000		3.892.000
15/04/2010	beli sedotan (2 bungkus @ 1.500)	3.000		3.889.000
	beli Kantong plastik kecil (1)	7.000		3.882.000
16/04/2010	Pembelian Bunga Kenanga 1/4 Kg	10.000		3.872.000
	Pembelian teh 40 gr	2.700		3.869.300
	Beli Madu (2 botol @ 23.500)	47.000		3.822.300
	Pembelian sarung tangan plastik	30.000		3.792.300
18/04/2010	Pembelian es batu	3.000		3.789.300
	Pembelian bunga kenanga 1 kg	40.000		3.749.300
	Pembelian teh 250 gr	15.000		3.734.300
	Pembelian Kardus (2 buah)	1.000		3.733.300
	Upah penjual (20 cup x 250)	5.000		3.728.300
	Hasil jualan 20 cup (@ 3.000)		59.500	3.817.800
19/04/2010	Pembelian bahan baku	139.000		3.688.300
	Pembelian cup 350 ml (100 cup)	30.000		3.573.300
	Pembelian sedotan (4 bungkus)	6.000		3.567.300
	beli plastik 1/4 kg-an (1 pack)	7.500		3.559.800
	Logo (100 buah)	30.000		3.529.800
	Pembelian box jinjing	50.000		3.475.800
	Pembelian box air 27 L (2)	390.000		3.085.800
	Pembelian termos es batu 30 L (2)	300.000		2.785.800
	Pembelian nampan (2 buah)	30.000		2.755.800
	Pembelian air mineral 2 galon	10.000		2.745.800



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.

	Transportasi	35.000		2.710.800
	Upah makan 4 orang	50.000		2.660.800
	Upah penjual (30x250)	7.500		2.653.300
	Hasil jualan 30 cup (@ 3.000)		90.000	
20/04/2010	Ngeprint label berwarna (10 lembar)	30.000		2.623.300
	Pembelian madu 600ml	70.000		2.553.300
	Pembelian es batu	6.000		2.547.300
	Upah penjual (80x250)	20.000		
	Hasil jualan 30 bungkus (@ 2.500)		75.000	
	Hasil jualan 50 cup (@ 2.500)		125.000	
21/04/2010	Pembelian bahan baku	138.000		2.425.300
	Print laporan kemajuan (3 kali)	10.000		2.415.300
	Pembelian cup (50 buah)	15.000		2.400.300
	Transportasi	10.000		2.384.300
	Upah penjual (50x250)	12.500		2.371.800
	Hasil jualan 50 cup		125.000	
22/04/2010	Logo (100 buah)	30.000		2.341.800
	Pamflet (10 lembar)	100.000		2.241.800
	Pembelian gelas (100)	30.000		2.211.800
	Print brosur berwarna (20 lembar)	60.000		2.151.800
	Pembelian sedotan (6 bungkus)	9.000		2.142.800
	Pembelian bahan baku	76.000		2.066.800
	Transportasi	5.000		2.061.800
	Upah penjual (30x250)	7.500		2.054.300
	Hasil jualan 30 bungkus		75.000	
23/04/2010	Pembelian bahan baku	90.000		1.964.300
	Es batu	6.000		1.958.300
	Upah penjual (50x250)	125.000		1.833.300
	Hasil jualan 50 cup		125.000	
24/04/2010	Pembelian sedotan 4 bungkus	6.000		1.827.300
	Pembelian bahan baku	76.000		1.751.300
	Logo (100 buah)	30.000		1.721.300
	Sample produk (3)	7.500		1.713.800
	Dana dari DIKTI III		1.800.000	3.513.800
	Pembelian gelas 100 cup	30.000		3.483.800
	Upah penjual (50x250)	12.500		3.471.300
	Hasil jualan 50 cup		125.000	
	Hasil jualan 20 bungkus		50.000	
25/04/2010	Pembelian bahan baku	80.000		3.391.300
	Pembelian madu 600ml	70.000		3.321.300
	Pembelian es batu	6.000		3.315.300
	Pembelian air mineral 2 galon	10.000		3.305.300
	Upah penjual (50x250)	12.500		3.302.800
	Hasil jualan 50 cup		125.000	
26/04/2010	Pembelian bahan baku	76.000		3.232.800
	Logo 100 buah	30.000		3.202.800
	Pembelian sedotan 4 bungkus	6.000		3.196.800
	Upah penjual (50x250)	12.500		3.178.300
	Hasil jualan 50 cup		125.000	
27/04/2010	Pembelian bahan baku	116.000		3.012.300
	Upah penjual (50x250)	12.500		2.999.800
	Hasil jualan 50 cup		125.000	
	Hasil jualan 20 bungkus		50.000	



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.

28/04/2010	Pembelian bahan baku	286.000		2.719.800
	Logo 100 buah	30.000		2.689.800
	Pembelian sedotan 4 bungkus	6.000		2.683.800
	Sticker logo A4 5 buah	50.000		2.627.800
	Upah penjual (50x250)	12.500		2.615.300
	Hasil jualan 50 cup		125.000	
29/04/2010	Pembelian bahan baku	56.000		2.559.300
	Transportasi	10.000		2.549.300
	Upah penjual (50x250)	12.500		2.536.800
	Hasil jualan 50 cup		125.000	
30/04/2010	Pembelian sedotan 4 bungkus	6.000		2.550.800
	Logo 100 buah	30.000		2.520.800
	Benner 2 buah	400.000		2.020.800
	Spanduk	200.000		1.820.800
	Es batu	6.000		1.814.800
	Upah penjual (50x250)	12.500		1.802.300
	Hasil jualan 20 bungkus		50.000	
	Hasil jualan 50 cup		125.000	
01/05/2010	Pembelian bahan baku	46.000		1.756.300
	Upah penjual (50x250)	12.500		1.743.800
	Hasil jualan 50 cup		125.000	
02/05/2010	Pembelian bahan baku	286.000		1.463.800
	Pembelian sedotan 4 bungkus	6.000		1.457.800
	Logo 100 buah	30.000		1.421.800
	Upah penjual (50x250)	12.500		1.409.300
	Hasil jualan 50 cup		125.000	
03/05/2010	Pembelian bahan baku	56.000		1.353.300
	Pengurusan surat ijin usaha di Kelurahan	250.000		1.113.300
	Upah penjual (50x250)	12.500		1.100.800
	bayar pemesanan pakaian (5)	450.000		650.800
	Transportasi	30.000		620.800
	Hasil jualan 20 bungkus		50.000	
	Hasil jualan 50 cup		125.000	
04/05/2010	Pembelian sedotan 4 bungkus	10.000		610.800
	Pembelian es batu	6.000		604.800
	Logo 100 buah	30.000		598.800
	Upah penjual (50x250)	12.500		568.300
	Hasil jualan 50 cup		125.000	
05/052010	Print laporan akhir (rangkap 3)	30.000		556.300
	Jilid 3 laporan	15.000		526.300
	Burn CD	5.000		511.300
	Pembelian bunga kenanga 1 kg	40.000		506.300
	Total pemasukan hasil penjualan		2.249.500	