



**LAPORAN AKHIR
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA**

**“T-SHIRT de’BUITENZORG SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA
DAN KEBUDAYAAN SERTA EDUKASI LINGKUNGAN KOTA BOGOR”**

**BIDANG KEGIATAN
PKM KEWIRAUSAHAAN**

OLEH:

KETUA	: ANDINI SAFITRI	A21061642 (2006)
ANGGOTA	: HATIPAH NURTIWATI	A24061658 (2006)
	RIRI NURDIANTI	A24062719 (2006)
	HALIMAH TUS SA’IDAH	G64080001 (2008)

**INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2010**

**Dibiayai oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi
Departemen Pendidikan Nasional
Sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Hibah
Program Kreativitas Mahasiswa**

**HALAMAN PENGESAHAN PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA**

1. Judul Kegiatan : “T-Shirt de’Buitenzorg Sebagai Media Promosi Pariwisata dan Kebudayaan serta Edukasi Lingkungan Kota Bogor”
2. Bidang Kegiatan : () PKMP (√) PKMK
() PKMT () PKMM
3. Bidang Ilmu : () Kesehatan () Pertanian
() MIPA () Teknologi dan Rekayasa
(√) Sosial Ekonomi () Humaniora
() Pendidikan
4. Ketua Pelaksana Kegiatan
5. Anggota Pelaksana : 3 orang
6. Dosen Pembimbing
7. Biaya Kegiatan Total : Rp 7.000.000
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : 4 bulan

Bogor, Juni 2010

Menyetujui,

a.n. Ketua Departemen Agronomi dan Hortikultura

Ketua Pelaksana

10.

11. (Dr. Ir. Ahmad Junaedi, Msi)

NIP. 19681101 19930210 01

12.

Wakil Rektor

A. Bidang Akademik dan Kemahasiswaan

B.

(Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmaryono, MS)

NIP. 19611101 19870310 02

(Andini Safitri)

NIM. A24061642

Dosen Pembimbing

(Dr. Ir. Tati Budiarti, MS)

NIP. 19670720 19840320 02

9.

T-SHIRT DE'BUITENZORG SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN SERTA EDUKASI LINGKUNGAN KOTA BOGOR

Andini S, Hatipah N, Riri N, Halimah S.
Institut Pertanian Bogor

ABSTRAK

De'Buitenzorg merupakan suatu usaha dalam bidang clothing T-Shirt yang menyediakan kaos dengan tema kebudayaan, pariwisata, dan edukasi lingkungan Kota Bogor. Dilatarbelakangi dengan Bogor sebagai pusat budaya masyarakat Jawa Barat banyaknya objek wisata dan pusat penelitian serta pendidikan pertanian nasional, sehingga membuka peluang wirausaha untuk menyediakan media promosi yang mengedepankan segala keunggulan Kota Bogor. Selain itu, tata ruang Kota Bogor yang sudah jauh dari slogan Bogor Beriman (bersih, Indah dan Nyaman), membuat pelaksana usaha ini untuk melakukan edukasi lingkungan melalui kaos.

De'Buitenzorg terinspirasi dari munculnya usaha kaos yang mengusung tema kedaerahan dan kebudayaan. Salah satu keberhasilan mereka adalah karena memiliki desain gambar yang orisinil dan khas. Banyak orang yang menjadikan t-shirt sebagai cendera mata sekaligus pakaian kasual yang memang cocok dengan iklim Indonesia. T-shirt merupakan pakaian yang hampir disukai dan digunakan oleh segala kalangan, hal ini yang membuat mode t-shirt tidak pernah mati.

Desain yang dibuat merupakan hasil kreativitas tim yang diupayakan semenarik mungkin, khas, dan orisinil, serta jenis bahan kaos yang berkualitas. T-shirt ini tersedia dalam bentuk lengan pendek dan lengan panjang dengan berbagai ukuran (S,M, L, XL) dan warna. Usaha ini juga menyediakan jasa sablon, baik dengan desain dari konsumen atau desain dari tim yang disesuaikan dengan keinginan konsumen. Diharapkan usaha ini menjadi partisipasi aktif dalam mempromosikan Kota Bogor ke daerah lain.

Kata kunci : De'Buitenzorg, media promosi, kaos Bogor

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga laporan akhir ini dapat diselesaikan. Laporan akhir dari Program Kreativitas Mahasiswa yang berjudul T-Shirt de'Buitenzorg Sebagai Media Promosi Pariwisata dan Kebudayaan serta Edukasi Lingkungan Kota Bogor ini disusun berdasarkan hasil pelaksanaan PKM bidang Kewirausahaan yang didanai oleh hibah Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi tahun 2010 dari bulan Februari hingga Juni 2010.

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Ir. Tati Budiarti, MS sebagai dosen pendamping yang telah memberikan arahan dan motivasi untuk kemajuan usaha de'Buitenzorg ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (DIKTI) yang telah mendanai program ini.

Semoga usaha ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan masyarakat Kota Bogor umumnya. Penulis mengaharapkan saran dan kritikan membangun dari berbagai pihak demi keberlanjutan dan kelancaran usaha ini kedepannya.

Bogor, Juni 2010

Penulis



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 kritika 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.

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bogor yang telah lama dikenal dan dijadikan sebagai pusat pendidikan dan penelitian khususnya dalam bidang pertanian ini, memiliki tempat wisata dan tempat bersejarah yang indah, menarik dan mendidik. Beberapa diantaranya yaitu Kebun Raya Bogor, Istana Bogor, museum bahkan balai-balai penelitian yang dapat dikunjungi.

Selain Kebun Raya Bgor, terdapat Agrowidyawisata yang merupakan objek wisata pertanian yang berada di bawah pengelolaan 8 institusi penelitian dan pengembangan pertanian. Banyaknya objek wisata edukatif ini membuat Bogor memiliki potensi untuk semakin berkembang dalam bidang ilmu pengetahuan. Namun hal ini belum banyak dilihat sebagai potensi oleh masyarakat Bogor sendiri, khususnya generasi muda.

Selain dikenal sebagai kota hujan, Bogor juga dikenal dengan julukan sejuta angkot karena jumlah angkot di Bogor yang sangat banyak dan berdampak buruk pada lingkungan. Tata ruang Kota Bogor yang jauh dari nyaman juga membuat Kota Bogor makin dipandang buruk. Hal ini yang mendasari perlunya edukasi lingkungan melalui media kaos.

Perumusan Masalah

Berdasarkan kondisi tersebut, dicetuskan suatu gagasan mengenai sarana atau media untuk menampilkan keunggulan dan wajah cantik dari Kota Bogor. Berkaca pada keberhasilan t-shirt dengan tema mengusung kedaerahan yang sudah ada (Dagadu dan Joger), maka konsep serupa lahir dan dimodifikasi dengan menampilkan kekhasan Kota Bogor.

Tujuan

Tujuan dari usaha ini yaitu selain menghasilkan kaos dengan pesan dan nilai edukasi, juga sebagai partisipasi aktif dalam promosi Kota Bogor sehingga dapat dijadikan usaha mandiri yang kontinyu.

Luaran

Luaran yang diharapkan dari usaha ini yaitu melahirkan sebuah kaos Bogor unik, kreatif dan beredukasi yang selain berguna sebagai media promosi juga dapat digunakan cinder mata khas bogor. Luaran lain yang diharapkan yaitu target penjualan yang mencapai omzet 50 % dari biaya produksi dengan segmentasi konsumen dari berbagai kalangan di pasar Bogor dan Jakarta.

Kegunaan

Kegunaan usaha ini bagi mahasiswa (pelaksana) yaitu sebagai partisipasi aktif dalam mempromosikan Kota Bogor dan untuk melatih *entrepreneurship skill*. Sedangkan bagi masyarakat yaitu sebagai media promosi keunggulan dan edukasi lingkungan serta diharapkan melalui usaha ini dapat terbukanya lapangan pekerjaan.

2. GAMBARAN UMUM USAHA

1. Aspek produksi

- **Pembuatan Desain**

Pembuatan desain dilakukan dengan menggunakan software desain seperti *Coreldraw* atau *Photoshop*, dengan cara digitalisasi foto atau gambar dan kreativitas desain dari anggota pelaksana. Desain dibuat semenarik mungkin sesuai dengan target pemasaran. Desain juga diusahakan dapat memperlihatkan wajah Kota Bogor sebagai kota wisata dan kebudayaan, serta sebagai pusat pendidikan dan penelitian.

- **Pemilihan Bahan Kaos**

Sebelum ditetapkan bahan kaos yang akan digunakan, kami melakukan survei terkait dengan jenis bahan dan harga. Kami menghendaki jenis bahan yang terbuat dari katun (combad).

- **Penyablonan**

Kami mengadakan kerjasama dengan perusahaan cetak sablon Hady Corp yang berlokasi di daerah Pasir Kuda untuk melakukan proses penyablonan.

2. Aspek pemasaran

- **Product**

Produk T-shirt yang dihasilkan pada awal produksi berjumlah 7 lusin dengan model kaos oblong berlengan pendek dan lengan panjang dalam berbagai ukuran. Produksi tahap awal dilakukan diferensiasi jenis bahan, yaitu katun combad dan katun standar (cordet). Namun, produksi awal ini kami belum melakukan diferensiasi dari segi segmentasi desain dan model kaos. Desain yang telah dibuat masih bersifat umum, belum ada desain spesifik dan ukuran untuk anak-anak maupun remaja putri.

- **Price**

Harga yang kami tawarkan berkisar Rp. 35.000 – Rp. 50.000 untuk kaos lengan pendek dan Rp. 45.000 – Rp.45.000 untuk kaos lengan panjang.

- **Place**

Rencana outlet berlokasi di daerah Gunung Batu, namun karena produksi awal yang masih rendah dan waktu yang tidak cukup longgar dari tiap anggota, outlet tersebut masih belum bisa terlaksana. Selain itu, pemasaran masih dilakukan secara interpersonal (direct selling), baik di wilayah kampus (mahasiswa) dan masyarakat asli Bogor.

- **Promotion**

Salah satu bentuk promosi *de'Buuitenzorg* adalah dengan menyebarkan pamflet dan leaflet. Selain itu, kami juga menawarkan produk secara langsung kepada masyarakat yang saat ini baru terlaksana di daerah Ciparigi dan Gunung Batu. Rencana promosi selanjutnya yaitu dengan menjalin kerja sama dengan teman-teman di beberapa departemen lain untuk membantu menyebarkan katalog dan memasarkan produk. Hal ini dilakukan untuk memudahkan konsumen mengetahui dan membeli produk ini. Bazaar mahasiswa pun sudah dapat diikuti.

3. METODE PENDEKATAN

Metode pendekatan yang digunakan dalam merintis usaha ini yaitu survey harga kaos jenis combat dan cordet, survey pasar (konsumen), dan uji preferensi terhadap desain yang telah dibuat.

4. PELAKSANAAN PROGRAM

a. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Waktu pelaksanaan usaha dilakukan pada pertengahan Februari hingga akhir Mei 2010. Tempat pemasaran dilakukan di kosan salah satu anggota (stok produk dan wilayah pemasaran kampus), bazaar yang diselenggarakan di kampus dan mendirikan outlet di salah satu tempat tinggal anggota (Ciparigi).

b. Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan	Bulan 1				Bulan 2				Bulan 3				Bulan 4			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pembuatan desain	■	■	■	■												
Uji preferensi			■	■												
Survey bahan		■	■	■												
Produksi			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Promosi					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Pemasaran										■	■	■	■	■	■	■
Monitoring dan evaluasi													■	■	■	■

c. Instrumen Pelaksanaan

Survei harga dilakukan di beberapa pasar yang menjual kaos dan penelusuran harga jual kaos yang umum dipasarkan secara online melalui media internet, termasuk survey jenis bahan dan harga kaos. Survey pasar dilakukan untuk mencari daerah pemasaran yang strategis.

Uji preferensi dilakukan setelah pembuatan desain selesai dilakukan yang bertujuan untuk melihat ketertarikan konsumen terhadap desain, jenis bahan dan harga yang ditawarkan. Selanjutnya dilakukan pencarian tempat penyablonan dengan kualitas sablon yang bagus.

Penyediaan kaos dilakukan dengan membeli kaos polos di Pasar Tanah Abang dan memesan melalui usaha konveksi. Kaos diupayakan tersedia dalam berbagai ukuran dan warna, sesuai dengan keinginan konsumen yang diperoleh melalui survei konsumen.

d. Rancangan dan Realisasi Biaya

Modal yang diberikan kepada pelaksana sebesar Rp. 7.000.000,-. Produksi tahap awal dengan jumlah produk 84 lusin sebesar Rp. 2.475.000,-. Dari 84 kaos, yang berhasil terjual sebanyak 52 buah dengan total pendapatan Rp. 2.000.000,-. Pada akhir bulan ke empat, dilakukan produksi kembali dengan jumlah produksi sebanyak 60 kaos dengan total biaya produksi sebesar Rp. 1.746.000,-. Rincian penggunaan biaya dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Rincian Pengeluaran Usaha

Tanggal	Transaksi	Volume	Satuan	Harga (Rp)	Total (Rp)
28 Feb 10	Pembelian kaos				
	Lengan pendek	44	Buah	20.000	880.000
	Lengan panjang	40	Buah	25.000	1.000.000
	Transportasi				50.000
	Plastik pakaian	1.5	kg		25.000
	hanger	2	Lusin	15.000	30.000
1 Mar 10	Administrasi dan ATK				115.000
5 Mar 10	Komunikasi				10.000
23 Mar 10	Produksi (sablon desain)				
	Film	7	Desain	25.000	175.000
	Cetak desain	84	Buah	3.000	420.000
	Transportasi				10.000
3 Apr 10	Sewa stand bazaar Kopma	5	hari		125.000
25 Apr 10	Pendirian outlet				75.000
19 Mei 10	Cetak banner				95.000
30 Mei 10	Produksi II				
	Kaos lengan panjang	36	Buah	25.000	900.000
	Kaos lengan pendek	24	Buah	20.000	480.000
	Film	5	Desain	25.000	125.000
	Cetak desain	60	Buah	3.000	180.000
	Transportasi				50.000
	Komunikasi				25.000
Total pengeluaran					4.770.000

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Catatan Pendapatan

Tanggal	Transaksi	Volume	Satuan	Harga (Rp)	Total (Rp)
Maret 10	Kaos lengan pendek	12	Buah	35.000	420.000
	Kaos lengan panjang	11	Buah	40.000	440.000
	Kaos lengan pendek combat	2	Buah	50.000	100.000
April s.d Mei	Kaos lengan pendek	10	Buah	35.000	350.000

	Kaos lengan panjang	16	Buah	40.000	640.000
	Kaos lengan pendek combat	1	Buah	50.000	50.000
Total Pendapatan					1.950.000

Penjualan (Maret-akhir Mei) :

- Lengan pendek : 22 x Rp 35.000 = Rp 770.000
- Lengan pendek combat : 3 x Rp 50.000 = Rp 150.000
- Lengan panjang : 27 x Rp 40.000 = Rp 1.080.000

Harga dasar

- Lengan Pendek : Rp 28.000
- Lengan Panjang : Rp 33.000

Keuntungan /kaos :

- Lengan pendek : Rp. 7.000
- Lengan panjang : Rp. 7.000

Keuntungan bersih : 52 x Rp. 7.000 = Rp. 364.000

Tim mengupayakan akan terus menjalankan usaha ini walaupun program sudah selesai. Oleh karena itu, sisa dana sebesar Rp. 2.230.000,- akan digunakan sebagai modal untuk pendirian outlet, pemasaran (termasuk inovasi publikasi dan promosi) dan produksi selanjutnya (modifikasi dan diferensiasi produk).

6. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Secara keseluruhan, pelaksanaan usaha ini dapat berjalan baik walaupun terdapat kendala teknis dan manajemen yang sempat dijumpai. Beberapa konsumen dan calon konsumen menilai desain yang ditawarkan memiliki sisi kreativitas yang menarik, walaupun beberapa masukan menilai masih kurang nilai-nilai kebudayaan masyarakat Kota Bogor yang ditampilkan.

b. Saran

Peluang usaha ini masih terbuka lebar. Namun, yang perlu diperhatikan untuk kedepannya yaitu inovasi publikasi dan promosi serta desain. Diharapkan dengan keberlanjutan usaha ini dapat menjadikan de'Buitentenzor memiliki *brand image* kaosnya *urang* Bogor.

LAMPIRAN

- Contoh desain



- Pemasaran



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 kritika 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.



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 kritika 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.

- Publikasi dan Promosi



Logo



Banner