



LAPORAN AKHIR
PROGRAM KREATIFITAS MAHASISWA
BISNIS KITA : Sebagai Media Iklan Tepat dengan Tarif Hemat

BIDANG KEGIATAN:
PKM KEWIRAUSAHAAN

Oleh :

Ketua :	Fitria Astriana	(H44062438) / 2006
Anggota :	Mohammad Reza Putra	(H24061769) / 2006
	Wilma Amalia	(H44063126) / 2006
	Emil Fatmala	(H34080074) / 2008
	Busrol Karim	(H34080060) / 2006

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.

LEMBAR PENGESAHAN

LAPORAN AKHIR PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

Judul Kegiatan : "BISNIS KITA : Sebagai Media Iklan Tepat dengan
Tarif Hemat

1. Bidang Kegiatan : PKMK
2. Bidang Ilmu : Sosial Ekonomi
3. Ketua Pelaksana Kegiatan

4. Anggota Pelaksana Kegiatan/Penulis : 5 orang
5. Dosen Pendamping

6. Biaya Kegiatan Total
 - a. DIKTI : Rp. 7.000.000
 - b. Sumber Lain :-
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 5 Bulan

Bogor, Juni 2010

Menyetujui
Ketua Departemen ESL

Ketua Pelaksana Kegiatan

(Dr. Ir. Aceng Hidayat, MT)
NIP. 19660717 199203 1003

(Fitria Astriana)
NIM. H44062438

Wakil Rektor Bidang
Akademik dan Kemahasiswaan

Dosen Pendamping

(Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmaryono, MS.)
NIP. 19581228 98503 1003

(Novindra, SP)
NIP. 19811102 2007011 001

ABSTRAK

**Fitria Astriana¹, Wilma Amalia², Emil Fatmala³,
M. Reza Putra⁴, Busrol Karim⁵**

***Jurusan Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan FEM Institut Pertanian
Bogor, Bogor 16680***

Berkembangnya sektor ekonomi di kawasan kampus Darmaga Institut Pertanian Bogor (IPB) tidak hanya menimbulkan persaingan antar produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang dapat bersaing, tetapi juga perlu melakukan kegiatan pemasaran yang tepat yang disesuaikan dengan biaya yang efisien. Kegiatan pemasaran bukan hanya ditunjukkan untuk memasarkan barang dan jasa yang dihasilkan saja, tetapi barang dan jasa harus menarik minat, memberikan kepuasan dan kegunaan bagi konsumen. Salah satu cara yang dapat digunakan adalah periklanan (advertising). Bisnis Kita didasari atas keinginan untuk memberikan informasi iklan kepada masyarakat tanpa kecuali. Bisnis Kita merupakan bisnis yang menawarkan jasa periklanan sebagai media promosi secara cepat dan praktis dengan biaya yang terjangkau. Media yang digunakan adalah berupa buletin. Jasa periklanan ini dapat menembus pasar tanpa konsumen harus mengorbankan apapun atau mengeluarkan biaya. Luaran yang diharapkan adalah suatu brand image dimana masyarakat akan mencari informasi iklan dan memasarkan produk serta jasa mereka melalui Bisnis Kita. Tahapan operasional usaha yang dilakukan adalah pada tahap produksi untuk mempersiapkan segala sesuatu yang mendukung administrasi dan kerjasama dengan pihak percetakan, kemudian dilakukan promosi dengan penerbitan perdana, produksi yang terdiri dari tahap design dan naik cetak. Tahap terakhir adalah penyebaran buletin dan pemasaran serta evaluasi sebagai bahan pemantapan rencana. Ketercapaian target Bisnis Kita selama empat bulan adalah dengan terbitnya empat buletin dan disebar di titik-titik strategis Darmaga, klien yang memasang iklan lebih dari sekali serta kenaikan pendapatan di setiap penerbitan.

Kata Kunci : Bisnis Kita, media iklan, buletin

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan kekuatan dan hidayah-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan laporan akhir Program Kreatifitas Mahasiswa Bidang Kewirausahaan yang berjudul : “BISNIS KITA : Sebagai Media Iklan Tepat dengan Tarif Hemat”. Laporan akhir ini diajukan sebagai laporan pertanggungjawaban terhadap program PKM yang telah didanai oleh Dinas Pendidikan Tinggi Jakarta, dan sebagai persyaratan mengikuti kompetisi PIMNAS XXIII 2010 di Bali.

Shalawat dan salam semoga tercurah pula kepada Rasulullah Muhammad SAW, dan kepada keluarga dan para sahabatnya. Teriring doa dan harap semoga Allah meridhoi upaya yang kami lakukan.

Tujuan dari PKMK Bisnis Kita ini adalah sebagai upaya menyebarkan informasi secara menyeluruh sehingga informasi produk langsung ke tangan konsumen atau target pasar yang potensial. Diharapkan pula mahasiswa yang menjalankan usaha ini dapat membuka usaha baru yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar.

Tim PKMK BK mengucapkan terima kasih kepada Bapak Novindra, SP, sebagai dosen pembimbing yang banyak memberi bimbingan dan arahan kepada tim PKMK dalam melakukan penulisan, pelaksanaan program usaha, dan konsep manajemen . Terima kasih pula kami sampaikan kepada Dinas Pendidikan Tinggi Jakarta, yang telah memberikan kesempatan kepada Tim PKMK kami untuk melaksanakan program kewirausahaan ini, serta tidak lupa kepada semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya PKMK ini.

Akhir kata, semoga program kreatifitas kewirausahaan ini dapat bermanfaat, baik bagi mahasiswa pelaku usaha, maupun bagi masyarakat sebagai target atau sasaran usaha. Semoga program bisnis ini dapat dikembangkan lebih luas lagi di daerah lain.

Bogor, Juni 2010

*Wilma Amalia
Fitria Astriana
Emil Fatmala
M. Reza Putra
Busrol Karim*



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	1
1.3 Tujuan Program	2
1.4 Luaran yang Diharapkan	2
1.5 Kegunaan Program	2
II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA	3
III. METODE PENDEKATAN	5
IV. PELAKSANAAN PROGRAM	6
4.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan	6
4.2 Tahapan Pelaksanaan	6
4.3 Pelaksanaan	6
4.4 Instrumen Pelaksanaan	6
4.5 Realisasi Biaya dan Laporan Keuangan	7
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	8
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	10
LAMPIRAN	11

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Biaya Iklan Bisnis Kita	5
Tabel 2.	Laporan Keuangan Februari – Mei 2010	7
Tabel 3.	Rincian Pendapatan Bisnis Kita Edisi Kedua	11
Tabel 4.	Rincian Pendapatan Bisnis Kita Edisi Ketiga	12
Tabel 5.	Rincian Pendapatan Bisnis Kita Edisi Keempat	13
Tabel 6.	Laporan Laba Rugi Februari-Mei 2010	14

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Logo Bisnis Kita	3
Gambar 2.	Matriks Analisis SWOT	4
Gambar 3.	Struktur Tahapan Operasional Usaha Bisnis Kita	6
Gambar 4.	Design Buletin Iklan Edisi 1	15
Gambar 5.	Design Buletin Iklan Edisi 2	15
Gambar 6.	Design Buletin Iklan Edisi 3	16
Gambar 7.	Design Buletin Iklan Edisi 4	16

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya sektor ekonomi di kawasan Kampus Darmaga IPB tidak hanya menimbulkan persaingan antar produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang dapat bersaing, tetapi juga perlu melakukan kegiatan pemasaran yang tepat yang disesuaikan dengan biaya yang efisien. Kegiatan pemasaran bukan hanya ditujukan untuk memasarkan barang dan jasa yang dihasilkan saja, tetapi barang dan jasa harus menarik minat, memberikan kepuasan dan kegunaan bagi konsumen. Salah satu cara yang dapat digunakan adalah melalui kegiatan periklanan (advertising). Dengan adanya promosi, produsen mengharapkan adanya kenaikan penjualan. Periklanan dinilai sebagai sebuah pengorbanan yang dikeluarkan perusahaan untuk membiayai komunikasi non personal untuk memberikan informasi mengenai organisasi, produk atau jasa melalui kegiatan sponsorship. Pengeluaran (untuk periklanan) tidak hanya untuk perusahaan yang berorientasi bisnis, tetapi juga organisasi nirlaba, profesional, dan agensi social yang mengiklankan mereka karena mempunyai target market yang bervariasi.

Bisnis Kita merupakan bisnis yang menawarkan jasa periklanan sebagai media promosi secara cepat dan praktis dengan biaya yang terjangkau. Media yang digunakan untuk saat ini berupa bulletin. *Bisnis Kita* berupaya mengkomunikasikan informasi langsung ke tangan konsumen secara lebih menyeluruh. Melalui periklanan dapat diciptakan suatu brand image dan visualisasi dari merek perusahaan yang mempunyai arti penting bagi perusahaan dalam menjual produk/jasa dengan merek lainnya. *Bisnis Kita* memberikan pelayanan secara cepat dan mudah bagi perusahaan serta memberikan informasi yang up to date kepada konsumen, serta berupaya untuk menciptakan respon positif pada konsumen ketika bauran pemasaran yang dilakukan perusahaan sulit dicapai.

Bisnis Kita didasari atas keinginan untuk memberikan informasi iklan kepada masyarakat tanpa kecuali. Bagi pengguna internet, media televisi atau radio, iklan hanya dapat dinikmati bagi beberapa kalangan saja. Tetapi untuk jasa periklanan dalam bentuk bulletin dapat menembus pasar tanpa konsumen harus mengorbankan apapun atau mengeluarkan biaya. Bagi klien, *Bisnis Kita* dapat dijadikan suatu sarana efektif dan efisien karena dengan beriklan di *Bisnis Kita*, pelayanan jasa yang mereka terima tidak hanya pada design atau kolom iklan saja namun *Bisnis Kita* menjamin iklan yang klien tawarkan sampai pada tangan sasaran konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

Darmaga telah mengalami banyak perkembangan terutama sejak IPB dibangun di kawasan ini. Beragam kebutuhan mahasiswa seperti kos-kosan, *fotocopy center*, warnet, mini market, rumah makan, dan segala jenis usaha tersedia disini karena ada permintaan. Semakin menjamurnya pertokoan di sekitar Darmaga memancing persaingan antar usaha. Oleh karena itu dibutuhkan strategi pemasaran yang dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Salah satu caranya adalah dengan melakukan promosi untuk mengkomunikasikan produk mereka ke masyarakat luas. Promosi yang biasa dilakukan adalah penyebaran

pamphlet dan pemasangan spanduk atau pemotongan harga untuk beberapa hari awal pembukaan usaha. Cara promosi ini membutuhkan biaya yang relatif lebih besar dan penyebaran informasi kurang menyeluruh. Selama ini belum ada bisnis yang menawarkan jasa periklanan sekitar kampus IPB Darmaga, padahal media periklanan dan promosi menjadi salah satu faktor penting dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dibutuhkan suatu manajemen jasa periklanan yang mampu menyampaikan informasi secara lebih menyeluruh dan dengan biaya yang lebih efisien.

Jadi secara umum rumusan permasalahan hingga timbulnya ide program usaha jasa periklanan ini adalah :

1. Belum adanya media jasa periklanan di kawasan Darmaga
2. Berkembang pesatnya unit-unit usaha tanpa adanya promosi dari masing-masing usaha kepada konsumen atau target pasar
3. Para pengusaha memiliki profit yang tidak optimal dikarenakan tidak didukung oleh promosi produk

1.3 Tujuan Program

Program ini bertujuan untuk mendirikan usaha jasa periklanan dalam upaya untuk :

1. Menyebarkan informasi produk secara lebih menyeluruh
2. Menyampaikan informasi produk langsung ke tangan konsumen atau target pasar yang potensial
3. Memberikan layanan jasa periklanan yang tergolong praktis, cepat dengan harga yang lebih ekonomis.
4. Periklanan yang disampaikan lebih bertahan dan tidak sekali habis, sehingga dapat mempertahankan ingatan konsumen terhadap produk
5. Membuka lapangan usaha baru bagi mahasiswa dan masyarakat sekitar
6. Membantu pengusaha menaikkan penjualan dan profit

1.4 Luaran yang Diharapkan

Melalui kegiatan bisnis jasa periklanan ini, diharapkan akan muncul manajemen promosi dan peiklanan yang dapat membantu pengusaha meningkatkan penjualannya serta memberikan informasi yang lebih menyeluruh dengan harga ekonomis. Selain itu diharapkan penulis sebagai tim pelaksana dapat belajar berwirausaha sehingga dapat menghasilkan profit dan usaha tersebut terus berlanjut. Keberlanjutan usaha akan membuka lapangan kerja baru serta menambah kemandirian dan kesejahteraan bagi pengusaha khususnya dan masyarakat umumnya.

1.5 Kegunaan Program

a) Bagi perusahaan

Munculnya jasa periklanan di kawasan Darmaga dapat menjadi sarana untuk mempromosikan produk secara praktis, cepat dan tentunya harga yang lebih ekonomis. Melalui periklanan diharapkan perusahaan mampu meraih minat konsumen serta meningkatkan penjualan dan profit. Sehingga program ini dapat menguntungkan perusahaan dan mahasiswa.

b) Bagi mahasiswa

Pelaksanaan program ini akan merangsang mahasiswa berfikir kreatif, inovatif dan dinamis. Pelaksanaan program ini menuntut mahasiswa untuk dapat bekerja dalam tim.

Program ini akan menambah wawasan dan pengalaman mahasiswa dalam berkarya dan menerapkan teknologi sederhana yang berhasil guna. Program ini dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada mahasiswa, dan peka terhadap tuntutan konsumen khususnya dalam manajemen.

c) Bagi masyarakat

Melalui bisnis periklanan ini konsumen dapat menerima informasi mengenai produk-produk yang ditawarkan secara lebih luas, mengkomunikasikan antara penjual dan pembeli, serta menciptakan kondisi pasar yang optimal. Selain itu manfaat tak langsung dari bisnis ini adalah penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar sehingga turut membantu perekonomian masyarakat.

II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Bisnis Kita merupakan unit usaha yang menjual jasa space atau kolom iklan bagi para pengusaha yang ingin mempromosikan bisnis usahanya dalam bentuk bulletin kepada para konsumen. Bisnis kita berlokasi di Jalan Babakan Tengah No. 29 RT 01/RW 09 Desa Babakan, Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor.

Keunggulan bulletin iklan Bisnis Kita ini adalah sebagai berikut :

- Harga lebih murah
- Cetak lebih banyak
- Terbit lebih pasti dan konsisten
- Penyebaran lebih luas dan merata

Adapun logo Bisnis Kita adalah



Gambar 1. Logo Bisnis Kita

Dalam sudut pandang permintaan, Bisnis Kita ini memiliki pangsa pasar di berbagai unit usaha yang berada di kawasan Kecamatan Darmaga, Bogor. Begitu banyaknya perkembangan usaha yang beragam menjadikan usaha-usaha tersebut membutuhkan media iklan untuk memasarkan produk mereka.

Dalam sudut penawaran, Bisnis Kita memberikan tawaran space atau kolom dalam halaman iklan yang akan disebar di beberapa titik strategis yang telah ditentukan. Bisnis Kita akan beredar di wilayah lingkaran Kampus IPB, Babakan Raya, Babakan Tengah, Babakan Lebak, Babakan Lio, jalan Raya Darmaga hingga Laladon. Dengan berkembangnya usaha ini, pasar iklan ini pun akan berkembang tidak hanya untuk wilayah Darmaga tapi tentunya lebih luas lagi.

Untuk analisis persaingan pasar dari jasa periklanan itu sendiri, Bisnis Kita berhadapan langsung dengan iklan-iklan yang dibuat secara mandiri oleh masing-masing unit usaha. Oleh karena itu, Bisnis Kita melakukan beberapa cara dengan memposisikan diri sebagai media iklan dengan tariff murah dan tersebar luas di titik-titik wilayah strategis.

Berikut adalah perencanaan pemasaran Bisnis Kita :

1. *Segmentation*
 Segmen pasar produk kami dibagi ke dalam segmen yaitu :
 - a. segmen pertama merupakan para pengusaha, organisasi ataupun perorangan yang mengiklankan produk usahanya kepada konsumen
 - b. segmen kedua merupakan pembaca bulletin iklan atau konsumen itu sendiri
2. *Targetting*
 Target utama dari pasar yaitu masyarakat dari berbagai kalangan yang ingin mempromosikan usahanya serta masyarakat luas sebagai target penyebaran buletin.
3. *Positioning*
 Dalam proses pemasaran, kami ingin membangun kesan sebagai media iklan tepat dengan tarif hemat. Usaha jasa periklanan yang memiliki slogan “KAMI PEDULI DENGAN KEMAJUAN USAHA ANDA” ini menyebar buletin iklan secara gratis kepada para konsumen. Dalam hal promosi, Bisnis Kita membuat imej bahwa hanya dengan Rp 10.000 para klien sudah dapat beriklan di buletin Bisnis Kita. Kesan ini dapat diwujudkan dengan inovasi yang kami lakukan dengan memberikan kebebasan kepada klien untuk mengambil space atau kolom sesuai dengan yang diinginkan dengan tampilan yang menarik dan dapat memikat pembeli.

Adapun analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) dibawah ini untuk mengetahui posisi usaha Bisnis Kita itu di tengah-tengah masyarakat sasaran atau target usaha ini:



Gambar 2. Matriks Analisis SWOT

Buletin Bisnis Kita memiliki ukuran A4 atau (215 x 295) mm, berwarna dan terdiri dari dua lembar. Perhitungan kolom iklan yang dijual didasarkan pada

seberapa besar kolom iklan yang diinginkan konsumen. Jumlah lembaran buletin yang disebar dalam setiap kali terbitnya adalah sebanyak 1000 eksemplar atau dua rim. Buletin ini terbit setiap tiga minggu sekali.

Adapun perhitungan biaya iklan yang ditawarkan :

Tabel 1. Biaya Iklan Bisnis Kita

Kolom	Rp 10.000
Klik	Rp 25.000
Display halaman depan	Rp 2.000 / mmk
Display halaman tengah	Rp 1.000 / mmk
Display halaman belakang	Rp 1.500 / mmk

Sebagai bentuk promosi untuk menarik konsumen yang ingin menggunakan jasa iklan ini, Bisnis Kita memberikan harga promo. Untuk terbitan pertama, setiap klien dapat menaruh iklan usahanya dalam kolom iklan Bisnis Kita secara cuma-cuma. Sedangkan untuk terbitan kedua, klien hanya dikenakan setengah tarif dari perhitungan biaya iklan.

Adapun *sample* atau contoh buletin Bisnis Kita serta manajemen usaha yang dapat dilihat di lampiran.

III. METODE PENDEKATAN

1. Pra produksi

Bisnis Kita membeli barang-barang inventaris untuk sarana pendukung kantornya. Selain itu, Bisnis Kita membuat suatu kerjasama dengan percetakan dalam mendukung kegiatannya memproduksi buletin serta mencari klien yang akan beriklan di buletin Bisnis Kita.

2. Promosi

Promosi dilakukan dengan cara mencantumkan iklan pula di lembar buletin, penerbitan perdana dengan penjualan space iklan secara gratis sebanyak 500 eksemplar dan promosi *mouth to mouth*.

3. Produksi

Dalam segi produksi, Bisnis Kita bekerjasama dengan suatu percetakan untuk memproduksi buletin sebanyak 1000 eksemplar. Dalam hal design, Bisnis Kita merekrut orang yang berkompeten di bidang design grafis.

4. Penyebaran buletin dan pemasaran

Setelah naik cetak, pemasaran buletin dilakukan di beberapa titik keramaian yang sudah ditentukan sesuai dengan lingkup segmentasi pasar Bisnis Kita di Darmaga. Penyebaran telah dilakukan mulai dari lingkaran Kampus IPB, Ciampea hingga Laladon.

5. Evaluasi

Evaluasi dilaksanakan sebagai proses perbaikan dari hasil-hasil kerja yang dilakukan. Evaluasi dilaksanakan di setiap akhir bulan dan dilanjutkan dengan pengambilan keputusan untuk langkah-langkah di waktu mendatang. Evaluasi ini ditujukan bagi sistem rekrut klien, produksi, pemasaran dan kepuasan pelanggan.

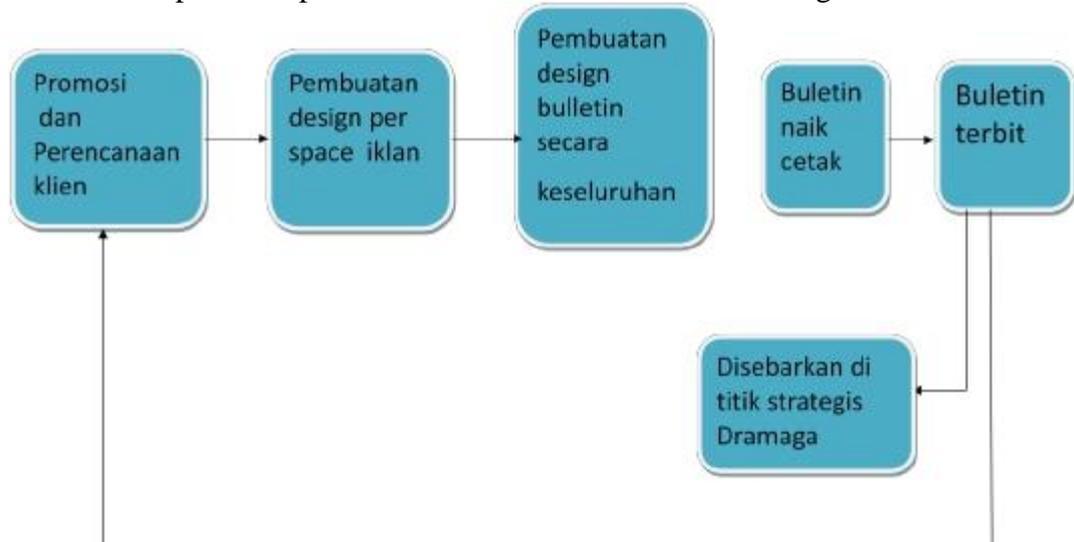
IV. PELAKSANAAN PROGRAM

4.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Waktu yang digunakan untuk melaksanakan program usaha ini kurang lebih 4 bulan, mulai dari bulan Februari 2009 sampai awal bulan Juni 2009. Adapun tempat pelaksanaannya adalah di Darmaga, Desa Babakan Raya, Kecamatan Bogor Barat, Kabupaten Bogor.

4.2 Tahapan Pelaksanaan

Tahap teknis operasional usaha Bisnis Kita adalah sebagai berikut :



Gambar 3. Struktur Tahapan Operasional Usaha Bisnis Kita

4.3 Pelaksanaan

Dalam tahapan pada setiap teknis kegiatan usaha, pemenuhan kebutuhan kantor dan kerjasama dengan pihak percetakan sudah selesai pada akhir bulan Februari. Promosi mouth to mouth yang belum mampu membentuk brand dan kepercayaan konsumen mendorong kami untuk menerbitkan buletin perdana dengan space gratis sebagai sample dan menarik klien. Di setiap bulannya mulai Maret hingga Mei, Bisnis Kita telah menerbitkan buletin sebanyak 3 edisi secara konsisten. Adapun pertemuan-pertemuan yang dilakukan untuk mengumpulkan materi evaluasi untuk memperbaiki sistem dan hasil yang kurang.

4.4 Instrumen Pelaksanaan

Instrumen yang digunakan dalam program kewirausahaan ini berupa lembar buletin BK, buku harian/ *logbook*, absensi konsultasi, cap, kwitansi, *paper profile* BK dan tawaran biaya iklan serta surat perjanjian. Kemudian untuk membantu proses pelaksanaan teknis usaha, BK menggunakan beberapa peralatan pendukung, seperti laptop dengan design grafis (Corel Draw dan Adobe Photoshop), camera digital untuk keperluan dokumentasi dan foto pendukung iklan serta kalkulator untuk perhitungan biaya iklan dengan konsumen.

4.5 Realisasi Biaya dan Laporan Keuangan

Penjelasan pengeluaran biaya dan pendapatan dapat dilihat pada table di bawah ini :

Tabel 2. Laporan keuangan Februari – Mei 2010

Keterangan	Februari		Maret		April		Mei	
	Pendapatan			440.000		2.750.000		2.250.000
Dana Dikti	4.900.000				1.820.000		2.100.000	
Piutang					(dari percetakan edisi ke 2)		371.500	
Biaya-Biaya :		285.500		15.000		14.500	(dari percetakan edisi ke-3)	8.000
1. Biaya Administrasi								
2. Biaya furniture kantor		420.000		45.000		-		-
3. Biaya percetakan		750.000		1.500.000		1.500.000		1.500.000
4. Biaya komunikasi		35.000		30.000		100.000		100.000
5. Biaya transportasi		15.000		30.000		25.000		12.000
6. Biaya upah design		200.000		300.000		300.000		300.000
7. Biaya sewa kantor		300.000		300.000		300.000		300.000
8. Ongkos penyebaran bulletin		25.000		25.000		25.000		25.000
Total biaya		2.030.500		2.245.000		2.264.500		2.245.000
Saldo	2.869.500			1.845.000	2.305.500		2.476.500	
					SALDO AKHIR			5.806.500



V. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ketercapaian usaha Bisnis Kita hingga akhir bulan Mei 2010 adalah :

- Edisi pertama terbit pada tanggal 23 Februari, pada edisi ini diproduksi sebanyak 500 eksemplar dengan tujuan promosi.
- Edisi kedua terbit pada tanggal 17 Maret, diproduksi sebanyak 1000 eksemplar dengan memberikan diskon 50% dengan tujuan meningkatkan kepercayaan masyarakat.
- Edisi ketiga terbit pada tanggal 12 April dan memproduksi sebanyak 1000 eksemplar. Pada edisi kedua dan ketiga space iklan tidak terisi penuh, hal ini disebabkan minat konsumen untuk memasang iklan masih sedikit.
- Edisi keempat terbit pada tanggal 10 Mei dan menerbitkan sebanyak 1000 eksemplar. Peningkatan penjualan iklan jelas terlihat dari rincian pendapatan serta konsumen mulai menyadari pentingnya iklan untuk kemajuan usaha mereka.

Untuk perhitungan penjualan space iklan pada edisi kedua hingga keempat adalah mencapai Rp 10.081.500,00. Adapun rincian biaya pendapatan tiap edisi dapat dilihat di lampiran.

Sedangkan untuk edisi kelima, Bisnis Kita akan menggeser waktu terbit hingga pertengahan Juni dengan target waktu yang disesuaikan dengan penerimaan mahasiswa baru IPB. Hal ini dikarenakan banyak unit usaha yang berminat untuk beriklan pada saat penerimaan mahasiswa baru mengingat target mereka 3000 orang mahasiswa yang akan datang memenuhi kawasan kampus. Hal ini tentu saja menjadi target untuk sasaran usaha mereka.

Permasalahan dan Penyelesaiannya:

Inti dari kendala yang tim Bisnis Kita hadapi dalam kegiatan usaha periklanan ini adalah :

1. Ekstern :
 - Pandangan masyarakat yang kurang menganggap pentingnya media promosi dalam kelangsungan usaha ataupun meningkatkan penjualan
2. Intern :
 - *Skill* dari SDM Bisnis Kita yang belum mampu mengatasi semua kegiatan operasional perusahaan secara maksimal
 - Fasilitas yang kurang memadai

Adapun penjelasan secara terinci permasalahan dan kendala yang kami hadapi pada proses pelaksanaan PKM ini diantaranya:

a. Administratif

Untuk kebutuhan administrasi dalam mendukung usaha, Bisnis Kita membuat paper singkat mengenai profile singkat perusahaan serta tawaran harga space iklan. Begitu pula dengan cap dan surat perjanjian kontrak iklan.

b. Teknis

- 1) Banyak klien yang belum mempercayai Bisnis Kita terkait dengan media promosi yang masih tergolong baru dan belum terlalu familiar.
Penyelesaian: memanfaatkan kemampuan persentasi dan menjalin mitra kerjasama dengan perusahaan lain sebanyak mungkin.
- 2) Banyak klien merasa bahwa harga yang ditawarkan masih di atas harga yang mau mereka bayarkan, padahal Bisnis Kita sudah menetapkan harga standar dengan design, warna dan hasil cetakan yang berkualitas.

Penyelesaian : memberikan harga diskon.

- 3) Klien sudah merasa cukup dengan promosi yang mereka lakukan sendiri.
Penyelesaian : meyakinkan klien dengan perhitungan memasang iklan di Bisnis Kita dengan membuat sendiri.

c. Organisasi pelaksana

- 1) Sumber daya manusia yang masih kurang karena aktivitas akademik dan berbagai kendala lain membuat pelaksanaan usaha ini menjadi kurang optimal.
Saran: merekrut tenaga kerja *free lance* dalam bidang marketing dengan pembagian upah sebesar 25% dari pemasangan iklan oleh klien.
- 2) Keterbatasan waktu dalam pelaksanaan bisnis periklanan ini karena tidak mudah untuk membangun sebuah usaha dalam waktu yang singkat.
Saran: menambah sdm (pekerja *free lance*) agar mampu menyelesaikan target waktu yang ditentukan.
- 3) Pengalokasian penyebaran buletin yang masih belum tertata rapi dan pembagian tugas team
Saran: Pembuatan wilayah penyebaran yang lebih teratur.

d. Keuangan

Dari segi keuangan, tim kami mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan dan teknis design. Hal ini disebabkan belum tersedianya dana yang cukup untuk pembelian komputer yang dapat digunakan setiap saat bagi kebutuhan produksi seperti rencana yang telah dipaparkan dalam usulan sebelumnya. Selain itu, biaya percetakan yang mahal membuat kami memprioritaskan biaya percetakan sebagai biaya-biaya yang seharusnya dikeluarkan

Kemudian dalam mengembangkan usahanya, Bisnis Kita memiliki beberapa rencana untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk usahanya. Hal ini akan diwujudkan dengan beberapa rancangan seperti :

- ▶ Penambahan area pemasaran lewat internet
 - Facebook
 - Blog atau website
- ▶ Penambahan space iklan menjadi 4 lembar dan memproduksi lebih dari 1000 eksemplar
- ▶ Membagi buletin ke dalam beberapa rubrik sebagai spesialisasi iklan
- ▶ Perluasan daerah penyebaran buletin

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari pelaksanaan program kewirausahaan media iklan ini, Bisnis Kita telah menganbil kesimpulan sebagai berikut :

- Usaha Bisnis Kita merupakan bisnis yang perlu dirintis dengan membangun kepercayaan pelanggan agar mau mempromosikan produk atau jasa mereka kepada kolom iklan yang ditawarkan Bisnis Kita
- Selama empat bulan ini, usaha periklanan ini memang belum menghasilkan keuntungan yang optimal tetapi usaha ini memiliki prospek yang sangat *profitable*. Hal ini dapat dilihat dari pendapatan yang meningkat di setiap penerbitannya.

Sedangkan saran yang kami perikan untuk pengembangan program usaha ini adalah memperkuat link kerjasama dengan unit-unit usaha untuk selalu mempromosikan usahanya di iklan buletin Bisnis Kita serta mempertahankan ketepatan waktu terbit untuk menjaga kepercayaan klien. Hendaknya jumlah daerah penyebaran buletin sudah mulai diperluas untuk mendapatkan konsumen yang banyak lagi.

LAMPIRAN

Tabel 3. Rincian Pendapatan Bisnis Kita Edisi Kedua

Konsumen	Space	Halaman	Diskon	Harga
Unit Bahasa	85 mm x 6000	Depan	50%	255.000
Warung 3-rut	150 mm x 6000	Depan	50%	450.000
Farhan Rent Car	45 mm x 4000	Depan	50%	90.000
Micoca	130 mm x 4000	Depan	50%	260.000
Siluet Kayu	135 mm x 2000	Tengah	50%	135.000
Siluet Kayu	110 mm x 3000	Tengah	50%	165.000
Gee Sven	110 mm x 3000	Tengah	50%	165.000
PC Lounge	125 mm x 2000	Tengah	50%	125.000
Bless Salon	160 mm x 2000	Tengah	50%	160.000
Grafika Tama	65 mm x 2000	Tengah	50%	65.000
EPC computer	65 mm x 1000	Tengah	50%	32.500
Saung Langka	60 mm x 1000	Tengah	50%	30.000
Rumah makan MM	95 mm x 2000	Tengah	50%	95.000
Optik Darmaga	Iklan klik	Tengah	50%	12.500
Icon	35 mm x 4000	Tengah	50%	70.000
Iklan kolom	Rp 5000 x 2	Tengah	50%	10.000
Film Menebus Impian	80 mm x 2000	Tengah	50%	80.000
Optik Darmaga	60 mm x 3000	Belakang	50%	90.000
TOTAL				2.260.000

Tabel 4. Rincian Pendapatan Bisnis Kita Edisi Ketiga

Konsumen	Space	Halaman	Diskon	Harga
Unit Bahasa	85 mm x 6000	Depan	10%	450.000
E absolute	75 mm x 10.000	Depan	27%	550.000
FaKasselo Shoes	70 mm x 4000	Depan		280.000
Chibi Matsuri	60 mm x 4000	Depan		240.000
Magani	75 mm x 2000	Tengah		150.000
HDV Studio	75 mm x 2000	Tengah		150.000
Kedai Lingkungan	90 mm x 5000	Tengah	15%	382.500
Warung 3-rut	130 mm x 3000	Tengah	10%	315.000
Darmaga Salon	90 mm x 2000	Tengah		180.000
Optik Darmaga	Iklan Klik	Tengah		25.000
Icon	35 mm x 4000	Tengah	10%	84.000
SunQua	60 mm x 2000	Tengah		30.000
Mulia Jaya	30 mm x 2000	Tengah		60.000
Optik Darmaga	Iklan klik	Tengah		12.500
Iklan kolom	Rp 10.000 x 5	Tengah		50.000
Optik Darmaga	60 mm x 3000	Belakang	10%	162.500
TOTAL				3.121.500

Tabel 5. Rincian Pendapatan Bisnis Kita Edisi Keempat

Konsumen	Space	Halaman	Diskon	Harga
Unit Bahasa UPB	6000 x 85 mm	Depan		510,000
Streamline	6000 x 75 mm	Depan		450,000
Sepatu lukis	4000 x 85 mm	Depan		340,000
Serabi pelangi	4000 x 75 mm	Depan		300,000
E absolute	10000 x 55 mm	Depan		550,000
Extic pen	2000 x 70 mm	Tengah		140,000
Agriseason	2000 x 150 mm	Tengah		300,000
Soes Kelimutu	1000 x 85 mm	Tengah		85,000
Nidji Veggie Rice	1000 x 80 mm	Tengah		80,000
Dear Cupcakess	2000 x 85 mm	Tengah		170,000
Hammy Shop	3000 x 95 mm	Tengah		285,000
Di Laundry	2000 x 95 mm	Tengah		190,000
Depo Bangunan DK	3000 x 55 mm	Tengah		110,000
Cici Collection	4000 x 25 mm	Tengah		100,000
Ruko	2000 x 60 mm	Tengah		120,000
Bambu	2000 x 60 mm	Tengah		120,000
Iklan Kolom	4000 x 10000	Tengah		40,000
Frubble Freeze	4500 x 110 mm	Belakang		495,000
Speedy	3000 x 60 mm	Belakang		180,000
Mega Advertising	3000 x 45 mm	Belakang		135,000
	Total			4,700,000



Tabel 6. Laporan Laba Rugi Februari- Mei 2010

Keterangan	Februari		Maret		April		Mei	
	Pendapatan	0		440.000		2.750.000		2.250.000
Piutang					1.820.000		371.500	
					(dari edisi kedua)		(dari edisi ketiga)	
Biaya-Biaya:		420.000		45.000		-	2.450.000	-
							(dari edisi keempat)	
9. Biaya inventaris kantor								
10. Biaya percetakan		750.000		1.500.000		1.500.000		1.500.000
11. Biaya upah design		300.000		300.000		300.000		300.000
12. Biaya sewa kantor		300.000		300.000		300.000		300.000
13. Pembuatan kemeja								240.000
Total biaya	0	1.770.000	440.000	2.145.000	4.570.000	2.100.000	5.071.500	2.340.000
Total pendapatan								
Saldo		2.030.500		1.845.000	2.470.000		2.731.500	
					SALDO AKHIR		1.326.000	

Gambar 4. Design Buletin Iklan Edisi 1

PERHITUNGAN BIAYA IKLAN

KULUM	Rp. 10.000 / 3 Mena
KLK	Rp. 20.000 / 3 Mena
DOPUN MALAMAN GEMER	Rp. 2.000 / 3 Mena
DOPUN MALAMAN BELAWANG	Rp. 1.000 / 3 Mena
DOPUN MALAMAN GEMER	Rp. 1.000 / 3 Mena

Gambar 5. Design Buletin Iklan Edisi 2

WARUNG 3-RUT

- NACI LMEY
- AYAM BAKAR
- AYAM GORENG
- KARI AYAM & CAPI
- TERMAKI AYAM & CAPI
- ROTI MARYAM
- ROTI BAKAR
- PICANG BAKAR
- JUS JAMBU
- JUS ALHUKA
- JUS TOMAT
- JUS JERUK
- JUS MANGGA
- ES COYODD
- RANDEK SUSU
- POP ICE
- MILD & DIACINE
- WEDANG JAJE

© 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 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.

Gambar 6. Design Buletin Iklan Edisi 3



Gambar 7. Design Buletin Iklan Edisi 4



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, 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.

DOKUMENTASI

Proses Pencarian Klien



Proses Pembuatan Design



Proses Penyebaran Buletin



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.



Job Description :

- **Direktur :**
 - memastikan semua sistem usaha, dan tata cara kerja berjalan lancar
 - ikut mencari klien dan mengatur SDM
 - mengurus administrasi dan kerjasama dengan percetakan
- **Manager Produksi**
 - memastikan design yang masuk
 - konfirmasi klien dan ikut mencari klien
- **Manager Keuangan**
 - merekap semua biaya yang keluar dan pendapatan yang masuk
 - membantu hal administrasi dan memenuhi kebutuhan kantor
 - ikut mencari klien
- **Manager Sales**
 - mengatur sistem pencarian klien
 - merekap data klien dan ikut mencari klien
- **Manager Pemasaran**
 - mengatur SDM untuk penyebaran, memastikan buletin terbit dan dipasarkan di titik strategis
 - ikut mencari klien

Dosen Pembimbing

Novindra, SP

Job desk :

- **membantu dan merencanakan teknis usaha PKMK BK**
- **member ide dan saran untuk pelaksanaan PKMK BK**
- **menilai hasil kerja dan evaluasi hasil monitoring PKMK BK**



© 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 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 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 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 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 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 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 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 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 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 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 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 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 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 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 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.