



**LAPORAN AKHIR  
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA**

***HELIKSMART: HELM PINTAR SEBAGAI ALTERNATIF HEADPHONE  
UNTUK PENYEIMBANG OTAK KANAN DAN OTAK KIRI***

**BIDANG KEGIATAN  
PKM-K**

**Diusulkan oleh:**

<b>Ketua</b>	: Surahman	H24110106	2011
<b>Anggota</b>	: Faizal Amir	H14110063	2011
	Santi Puspita Sari	H44110100	2011


**INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2013**

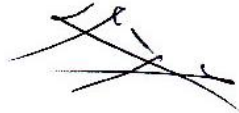
**HALAMAN PENGESAHAN  
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA**

- 1 Judul Kegiatan : *Heliksmart*; Helm Pintar sebagai Alternatif Headphone untuk Penyeimbang Otak Kanan dan Otak Kiri.
- 2 Bidang Kegiatan : PKM-K
- 3 Ketua Pelaksana Kegiatan
- a. Nama Lengkap : Surahman
  - b. NIM : H24110106
  - c. Jurusan : Manajemen
  - d. Universitas : Institut Pertanian Bogor
  - e. Alamat Rumah : Jalan Babakan Raya 3 Dramaga Bogor
  - f. No. HP : 087850205884
  - g. Alamat Email : rachman\_soe@rocketmail.com
- 4 Anggota Pelaksana Kegiatan : 2 Orang
- 5 Dosen Pendamping
- a. Nama Lengkap dan Gelar : Alim Setiawan Slamet, S.TP, M.Si
  - b. NIDN : 0027028203
  - c. Alamat Rumah : Griya Melati Blok DIII/4 Bubulak Bogor
  - d. No Telepon./Hp : 08121866092
- 6 Biaya Kegiatan Total
- a. Dikti : Rp 11.910.000,00
  - b. Sumber Lain : -
- 7 Jangka Waktu Pelaksanaan : 5 Bulan

Menyetujui,  
Ketua Departemen Manajemen,

Bogor, 26 Juni 2013  
Ketua Pelaksana Kegiatan,

  
(Dr. Ir. Jono M. Munandar, M. Sc)  
NIP. 19610123 198601 1 002

  
(Surahman)  
NIM. H24110106

Wakil Rektor Bidang Akademik dan  
Kemahasiswaan,

Dosen Pendamping,

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

  
(Alim Setiawan S, S.TP, M.Si)  
NIDN. 0027028203

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan limpahan berkah, rahmat, dan ridho-Nya sehingga kami dapat menjalankan Program Kreativitas Mahasiswa bidang Kewirausahaan berjudul “*Heliksmart: Helm Pintar sebagai Alternatif Headphone untuk menyeimbangkan Otak Kanan dan Otak Kiri*” dengan baik dan lancar.

Mengingat keterbatasan yang ada, kami menyadari bahwa penulisan ini masih belum sempurna. Oleh karena itu kami sangat mengharapkan saran dan kritik terhadap penulisan laporan ini untuk perbaikan dan kesempurnaan dalam pelaporan selanjutnya. Kami pun mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing, yaitu Bapak Alim Setiawan S, S.TP, M.Si yang telah memberikan bantuan, arahan, dan bimbingan selama proses dan penyusunan PKM ini, serta kepada seluruh pihak yang telah membantu hingga terwujudnya PKM ini. Kami pun berharap laporan ini dapat memberikan manfaat kepada seluruh pembaca. Sehingga laporan ini menjadi baik dan berguna.

Bogor, 20 Juli 2013

Tim Penyusun

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
ABSTRAK.....	v
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	1
1.3 Tujuan Program.....	2
1.4 Luaran yang Diharapkan.....	2
1.5 Kegunaan.....	2
II. GAMBARAN USAHA.....	2
2.1 Kreativitas dan Keunggulan Produk.....	2
2.2 Kebutuhan Masyarakat akan Helm.....	3
2.3 Keberlanjutan Usaha.....	4
2.4 Analisis SWOT.....	4
III. METODE PELAKSANAAN.....	5
3.1 Manajemen Organisasi.....	5
3.2 Aspek Teknis.....	5
3.3 Strategi Pemasaran.....	6
IV. JADWAL KEGIATAN.....	8
V. HASIL DAN KEMAJUAN.....	9
5.1 Program Kemitraan.....	9
5.2 Rancangan dan Realisasi Biaya.....	9
5.3 Ketercapaian Penjualan.....	9
5.4 Ketercapaian Target.....	11
5.5 Pengembangan Usaha.....	11
VI. PENUTUP.....	11
5.1 Kesimpulan.....	11
5.2 Saran.....	11
VII. LAMPIRAN.....	12

## ABSTRAK

Pada saat ini, hampir semua masyarakat memiliki motor. Oleh karena itu, helm sangat penting untuk menghindari kecelakaan pada saat mengendara. *Heliksmart* adalah helm unik dan menarik yang memberikan kenyamanan bagi penggunanya melalui *headphone* yang dapat melantunkan nada-nada dan memiliki desain eksterior yg membangun jiwa nasionalis serta bersifat edukatif. Pada pengembangan produk ini memiliki beberapa tujuan yaitu memasyarakatkan dan meningkatkan nilai jual *Heliksmart* untuk menambah daya tarik pengendara motor terhadap helm, menumbuhkan dan menanamkan nasionalisme pada generasi muda yang cinta dengan produk tanah air, meningkatkan keinginan belajar para pelajar, menyediakan alternatif helm yang unik dengan harga yang sesuai dengan masyarakat.

Helm Pintar yang kami produksi adalah helm unik dan menarik yang memberikan kenyamanan kepada penggunanya. Helm dengan multi fungsi yang dilengkapi *headphone* dan MP3. Dengan musik-musik pilihan helm ini akan berguna sebagai penyeimbang otak kanan dan otak kiri sehingga pengendara tetap berkonsentrasi pada saat mengendarai motor. Di samping itu, helm ini juga terdapat kata nasionalisme dan rumus-rumus sehingga membuat pelajar lebih giat lagi belajar. Inti dari ide produk ini bertujuan untuk menumbuhkan jiwa nasionalisme generasi muda yang kian memudar.

Segmentasi pasar dari produk *Heliksmart* ini adalah civitas akademika IPB, SMA, SMP, serta masyarakat kota Bogor. Target usaha *Heliksmart* ini adalah masyarakat kelas ekonomi menengah dan menengah ke atas. Dalam posisi *Heliksmart* sebagai pilihan utama helm yang unik dan menarik untuk pengendara di kota Bogor. Tempat pemasaran yang dipilih untuk produk awal usaha yaitu di lokasi strategis kampus IPB dan sekitarnya. Promosi yang akan dilakukan untuk mengenalkan produk ini ke masyarakat adalah secara langsung, tidak langsung, dan melalui media teknologi informasi. Pada produk ini harga jual *Heliksmart* Standart Rp 200.000 dan *Heliksmart* Retro Rp 400.000. Dengan hadirnya produk ini di tengah masyarakat diharapkan dapat meningkatkan daya minat pengguna helm pada pengendara.

Kata kunci: helm pintar, edukatif, nasionalis, pengendara



## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia. Berjuta-juta orang di dunia menggunakan jasa transportasi. Baik dari kalangan atas ataupun kalangan menengah ke bawah. Banyak alat transportasi yang dapat digunakan manusia seperti pesawat, kereta api, kapal, bis, ojek, dan angkutan umum lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa transportasi bagian penting untuk menunjang kegiatan manusia, yang salah satunya adalah jasa kendaraan bermotor.

Pada era globalisasi saat ini banyak masyarakat menggunakan jasa motor sebagai solusi untuk menghindari kemacetan yang terjadi. Pada saat ini mengendarai motor sudah tidak asing lagi bagi kita, hampir semua orang menggunakan motor setiap harinya. Oleh karena itu, untuk menghindari kecelakaan orang menggunakan helm sebagai bahan pelindung. Helm berfungsi untuk mengurangi bising dari angin yang didengar telinga, mengurangi debu yang berhembus ke muka dan mata, melindungi dari benda-benda yang terbang di udara, memberikan kenyamanan pada saat kondisi cuaca yang kurang membaik seperti halnya jika terjadi hujan, mengurangi kelelahan pengendara, dan melindungi kepala apabila terjadi kecelakaan.

Meskipun sudah banyak manfaat helm, tetapi masih banyak masyarakat kita yang enggan memakai helm. Padahal sudah ada undang-undang tentang kewajiban memakai helm bagi pengendara sepeda motor, yaitu Undang-Undang No. 14 tahun 1992 Pasal 61 ayat (3) dan PP no. 44 tahun 1993 mensyaratkan bagi semua pengendara sepeda motor dan penumpangnya untuk memakai helm. Penumpang yang tidak memakai helm dikenakan pidana kurungan paling lama 1 (satu) bulan, atau denda sebesar Rp.1.000.000 (satu juta rupiah).

Walaupun sudah ada undang-undang yang mengatur, masih banyak masyarakat yang belum menggunakan helm pada saat mengemudi motor. Alasan kenapa masyarakat tidak memakai helm pada saat mengendarai motor, yaitu: merasa risih dan berat terhadap kepala, tidak ada polisi yang mengawasi, jarak yang ditempuh dekat, merusak tatanan rambut, merusak model kerudung, merasa dirinya hebat, dan memang tidak mempunyai helm.

Berdasarkan pemaparan di atas, produk yang akan kami kembangkan adalah *Heliksmart*: Helm Pintar sebagai Alternatif Headphone untuk menyeimbangkan Otak Kanan dan Otak Kiri. Helm ini membantu para pengendara motor agar rileks pada saat terjadi macet dan memberikan daya tarik masyarakat agar senantiasa memakai helm pada saat mengendarai. Usaha *Heliksmart* sangat potensial untuk dijalankan karena peluang pasar terbuka lebar pada saat ini.

### 1.2 Perumusan Masalah

Permasalahan yang menjadi latar belakang proposal ini adalah:

- Padatnya aktivitas pengendara bermotor menuntut untuk senantiasa memakai helm dan tetap konsentrasi pada saat mengendarai dan rileks apabila terjadi macet guna menghindari bahaya dan kecelakaan.
- Enggannya masyarakat memakai helm pada saat mengendarai. Oleh karena

itu, helm ini berguna untuk menyeimbangkan otak kanan dan otak kiri dengan pilihan musik yang tersedia sehingga membuat pengguna terasa tenang dan nyaman pada saat memakai helm ini.

- Menipisnya jiwa nasionalisme generasi muda sehingga desain helm yang memuat kata-kata nasionalisme untuk mengajak generasi muda mencintai produk tanah air.
- Malasnya tingkat belajar di beberapa kalangan pelajar sehingga helm ini terdapat beberapa kumpulan rumus-rumus.
- Konsep penyajian produk ini meningkatkan selera masyarakat untuk membeli dan memakai helm pada saat mengendara.

### 1.3 Tujuan Program

Program ini bertujuan:

- Memasyarakatkan dan meningkatkan nilai jual *Heliksmart* untuk menambah daya tarik pengendara motor terhadap helm.
- Menumbuhkan dan menanamkan nasionalisme pada generasi muda yang cinta dengan produk tanah air.
- Meningkatkan keinginan belajar para pelajar.
- Menyediakan alternatif helm yang unik dengan harga yang sesuai dengan masyarakat.
- Menjadi sarana peningkatan keterampilan (*softskill*) berwirausaha guna melahirkan generasi-generasi mandiri.

### 1.4 Luaran yang Diharapkan

Penjualan *Heliksmart* akan menghasilkan:

- Menampilkan kreasi helm yang unik dan menarik.
- Mengembangkan ide kreatif dan inovatif terhadap helm.
- Waralaba helm yang mudah dijalankan dan menjanjikan bagi mahasiswa.

### 1.5 Kegunaan

Program ini dapat digunakan sebagai sarana mengasah kemampuan mahasiswa dalam berwirausaha. Program ini akan melatih dan meningkatkan kemampuan bersosialisasi dan bekerja sama di dalam tim serta meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam berinteraksi dengan masyarakat luas. Dengan program ini, masyarakat dapat mengenal sebuah produk Helm Pintar untuk menyeimbangkan otak kanan dan otak kiri pada saat mengendara. Dengan adanya program ini juga dapat membantu meningkatkan tingkat konsumsi terhadap helm bagi pengendara.

## II. GAMBARAN USAHA

Daerah Darmaga pada khususnya menjadi tempat yang strategis untuk membuka usaha *Heliksmart* dengan desain dan fitur yang menarik. Sehingga dengan adanya helm ini banyak masyarakat yang konsumtif dan disiplin pada saat mengendara motor.

### 2.1 Kreativitas dan Keunggulan Produk

Helm Pintar yang kami produksi adalah helm unik dan menarik yang memberikan kenyamanan kepada penggunanya. Helm dengan multi



fungsi yang dilengkapi *headphone* dan MP3. Dengan musik-musik pilihan helm ini akan berguna sebagai penyeimbang otak kanan dan otak kiri sehingga pengendara tetap berkonsentrasi pada saat mengendarai motor. Di samping itu, helm ini juga terdapat kata nasionalisme dan rumus-rumus sehingga membuat pelajar lebih giat lagi belajar. Inti dari ide produk ini bertujuan untuk menumbuhkan jiwa nasionalisme generasi muda yang kian memudar, oleh karena pada produk lebih ditekankan pada kata nasionalisme tersebut.

Adapun gambar *Heliksmart* sebagai berikut:



Gambar 1.

Kombinasi Helm dan Headphone.

Gambar 2.

Kombinasi Helm, Headphone, dan MP3.

Gambar 3.

Kata Nasionalisme dan Rumus-rumus.

Pada gambar pertama adalah helm yang didesain dengan *headphone* untuk memberikan kenyamanan pada pengguna saat mendengarkan musik, dan pada gambar yang kedua adalah MP3 yang diletakkan di samping kanan helm. Pada gambar ketiga dibagian luar helm terdapat kata nasionalisme dan kumpulan rumus-rumus sehingga pesan yang diharapkan dapat tersampaikan kepada masyarakat.

## 2.2 Kebutuhan Masyarakat akan Helm

Pada saat ini, hampir semua masyarakat memiliki motor. Oleh karena itu, helm sangat penting untuk menghindari kecelakaan pada saat mengendara. Helm berfungsi sebagai pelindung kepala, untuk mengurangi bising dari angin yang didengar telinga, mengurangi debu dan benda yang terbang di udara yang berhembus ke muka dan mata, memberikan kenyamanan pada saat kondisi cuaca yang kurang membaik seperti halnya jika terjadi hujan, dan mengurangi kelelahan pengendara.

Seiring pertumbuhan roda dua di tanah air membuat angka penjualan helm meningkat. Pada tahun 2010 penjualan helm mencapai 12 juta helm dan pada tahun 2011 jumlah penjualan helm menjadi 14 juta helm. Bahkan diperkirakan untuk tahun 2012 penjualan helm di Indonesia bisa mencapai 17 juta helm. Hal tersebut disampaikan oleh Marketing Director PT Danapersadara Motor Industry (DMI) Johannes Cokrodiharjo (<http://www.detik.com>, Kamis, 18 Oktober 2012). Dari data tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat akan helm setiap tahunnya terus meningkat.

### 2.3 Keberlanjutan Usaha

Keberhasilan menjalankan usaha ini tentunya akan memotivasi kami untuk melanjutkan usaha ini menjadi lebih luas lagi, dan kebutuhan masyarakat akan helm seiring pertambahan roda dua semakin meningkat, oleh karena itu usaha ini akan terus kami kembangkan dengan inovasi yang unik dan menarik. Di samping itu, kami akan mengajak dan bekerja sama dengan beberapa pengusaha helm lainnya untuk menambah dan memperluas unit usaha ini ditempat lain. Sehingga usaha ini akan terus berjalan dan berkembang nantinya.

### 2.4 Analisis SWOT

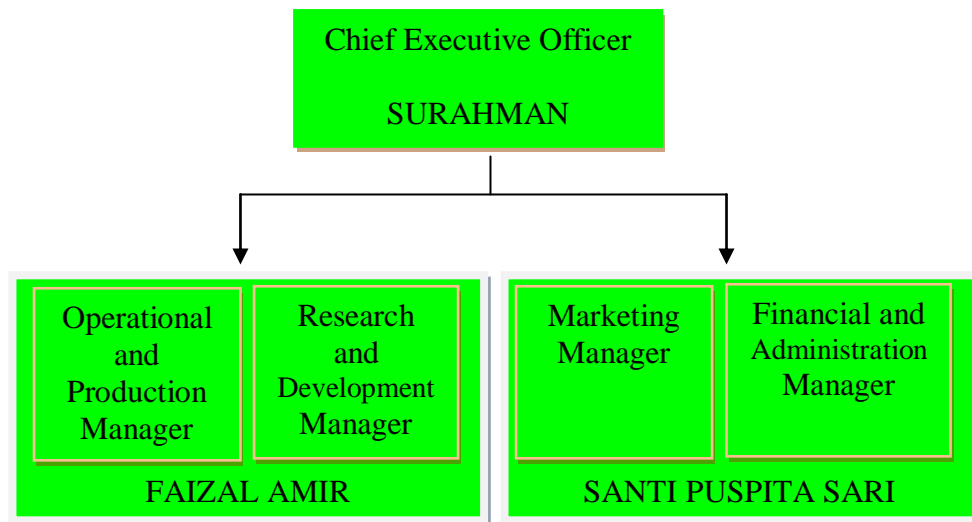
Analisis SWOT pada usaha *Heliksmart* adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis SWOT

	<b>(S) Strengths</b> 1. <i>Heliksmart</i> yang nyaman dan membuat senang terhadap penggunaanya. 2. Strategi promosi yang menarik 3. Desain yang Unik.	<b>(W) Weaknesses</b> 1. Produk <i>Heliksmart</i> banyak memakan baterai. 2. Produk tidak termasuk kebutuhan primer.
<b>(O) Opportunities</b> Peluang usaha sangat terbuka karena pesaing masih sedikit.	<b>SO</b> 1. Mengangkat keunggulan tampilan dan keunikan produk 2. Mempromosikan produk ini di berbagai tempat yang strategis.	<b>WO</b> 1. Produk <i>Heliksmart</i> disimpan ditempat yang aman. 2. Hindari benturan dan jatuh.
<b>(T) Threats</b> Pemanfaatan <i>Heliksmart</i> sebagai helm pintar selama ini belum ada.	<b>ST</b> 1. Konsep pemasaran yang menarik akan menambah daya pikat pada produk ini. 2. Optimalisasi kualitas produk dan pelayanan <i>Heliksmart</i> .	<b>WT</b> 1. Maksimalkan upaya promosi dan teknik produksi. 2. Meningkatkan inovasi produk.

### III. METODE PELAKSANAAN

#### 3.1 Manajemen Organisasi



Bagan 1. Struktur organisasi perusahaan *Heliksmart*.

#### 3.2 Aspek Teknis

##### a. Bahan

Bahan merupakan bagian terpenting dalam menjalankan suatu usaha. Oleh karena itu pada produksi *Heliksmart* bahan yang digunakan adalah helm SNI, *headphone*, kabel, sticker, MP3, dan lem. Dari beberapa bahan tersebut hanya digunakan satu kali untuk satu *Heliksmart*.

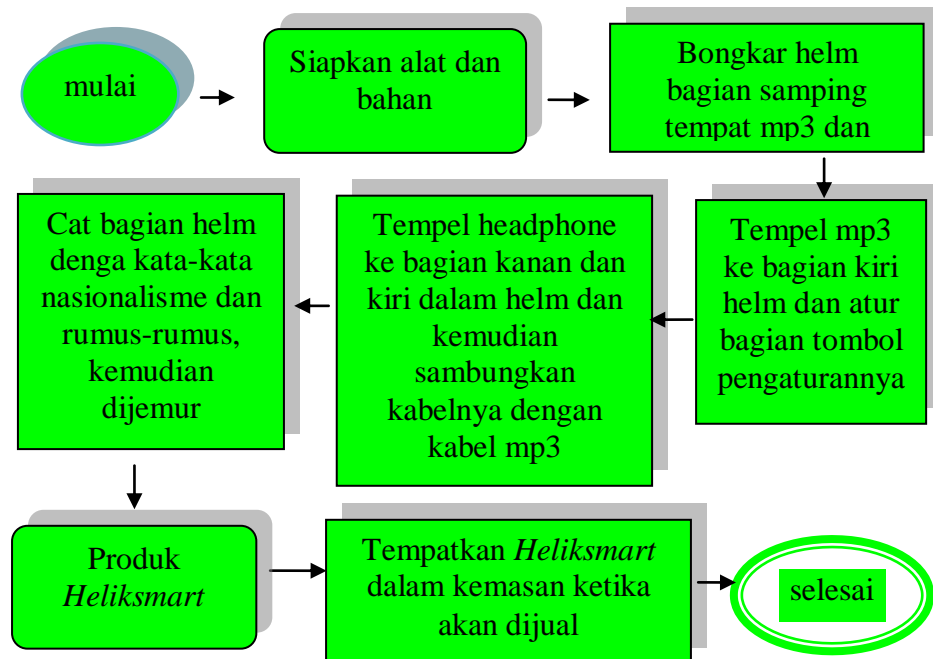
##### b. Alat

Selain bahan, aspek yang juga menentukan dalam produksi adalah peralatan. Oleh karena itu pada produksi *Heliksmart* peralatan yang dibutuhkan adalah solder, obeng, lem tembak listrik, kertas origami, gunting, jarum, dan terminal listrik.

##### c. Proses pembuatan *Heliksmart*

Proses pembuatan *Heliksmart* tidak terlalu rumit karena dalam pembuatan *Heliksmart* cukup mengubah bentuk helm yang sudah jadi ke bentuk yang sesuai dengan desain. *Pertama*, menempelkan *headphone* di bagian dalam helm pas di posisi telinga. *Kedua*, melubangi bagian luar helm sesuai dengan ukuran MP3, kemudian menempel MP3 pada bagian yang sudah dilubangi tersebut. Setelah itu, kabel *headphone* disambung ke kabel MP3. Kabel-kabel tersebut ditutup dengan spon helm, sehingga kabel-kabel tersebut tidak nampak. *Ketiga*, setelah pemasangan *headphone* dan MP3 selesai, dilanjutkan ke proses selanjutnya yaitu mengecat bagian luar helm dengan pilok. Setelah itu, tempel cetakan kata nasionalisme dan rumus-rumus sehingga nampak seperti yang ada didesain. Setelah selesai kemudian helm dikeringkan dan setelah pengeringan helm kemudian dimasukkan ke dalam kemasan.

Berikut adalah penjelasan mengenai proses pembuatan *Heliksmart* dalam bentuk bagan:



Keterangan :

○ : start/ end

□ : input / output

■ : proses

Bagan 2. Proses Pembuatan *Heliksmart*

### 3.3 Strategi Pemasaran

#### a. STP (*Segmentation, Targetting, Positioning*)

Segmentasi pasar dari produk *Heliksmart* ini adalah civitas akademika IPB, SMA, SMP, serta masyarakat kota Bogor. Target usaha *Heliksmart* ini adalah masyarakat kelas ekonomi menengah dan menengah ke atas. Dalam posisi *Heliksmart* sebagai pilihan utama helm yang unik dan menarik untuk pengendara di kota Bogor.

#### b. Bauran Pemasaran

##### 1) Produk; Heliksmart Standar dan Heliksmart Retro.



Gambar 4  
Heliksmart Standart



Gambar 5  
Heliksmart Retro

##### 2) Tempat; tempat pemasaran yang dipilih untuk produk awal usaha yaitu di lokasi strategis kampus IPB dan sekitarnya.

- 3) Promosi; promosi yang akan dilakukan untuk mengenalkan produk ini ke masyarakat adalah pemberian informasi secara langsung, pemberian informasi secara tidak, dan melalui sarana teknologi dan informasi seperti *e-mail*, milis, facebook, twitter, blog, dan beberapa media teknologi lainnya.

Media promosi secara tidak langsung;

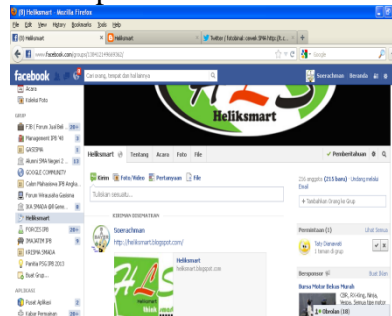


Gambar 6  
Brosur 1



Gambar 7  
Brosur 2

Media promosi melalui teknologi dan informasi;



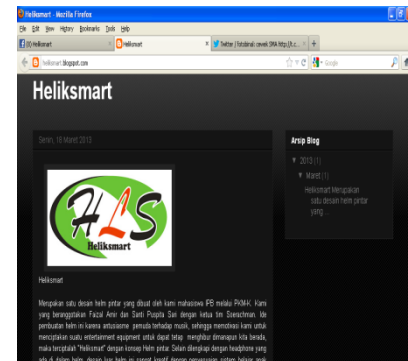
Gambar 8  
Media Facebook



Gambar 9  
Media Twitter



Gambar 10  
Media Grup



Gambar 11  
Media Blog

- 4) Harga: harga Heliksmart Standar Rp 200,000.00 dan Heliksmart Retro Rp 400,000.00.

#### IV. JADWAL KEGIATAN

Kegiatan PKM ini direncanakan berlangsung 5 bulan. Rencana program ini tertera pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Rencana jadwal pelaksanaan program

No	Kegiatan	Bulan I	Bulan II	Bulan III	Bulan IV	Bulan V
1	Pembelian Alat	■	■			
2	Pembelian bahan		■	■		■
3	Riset pasar	■				
4	Pembuatan kemasan		■			
5	Produksi		■	■	■	■
6	Pemasaran		■	■	■	■
7	Evaluasi		■	■	■	■
8	Konsultaasi		■	■	■	■
9	Promosi	■		■		■
10	Pembuatan brosur	■		■		■
11	Pembuatan laporan					■
12	Penyerahan laporan					■

Keterangan: ■ Pelaksanaan Kegiatan

Jadwal kegiatan program *Heliksmart* di atas merupakan rangkaian kegiatan yang akan dilaksanakan selama lima bulan setelah usaha ini dijalankan. Mulai dari pembelian alat, pembelian bahan, riset pasar, pembuatan kemasan, produksi, pemasaran, evaluasi, konsultasi, promosi, pembuatan brosur, pembuatan laporan, hingga penyerahan laporan.

## V. HASIL DAN KEMAJUAN

### 5.1 Program Kemitraan

- a. Kemitraan Penyediaan Bahan  
Penyediaan bahan produksi dilakukan melalui kerjasama kemitraan dengan beberapa supplier helm. Sehingga dihasilkan penerapan *Supply Chain Management* yang baik.
- b. Kemitraan Pemasaran  
Strategi pemasaran yang dilakukan untuk mengenalkan produk ke masyarakat dengan melakukan kemitraan dengan beberapa toko/agen penjualan helm di sekitar daerah Bogor. Saat ini produk ini sudah memiliki empat kemitraan, yaitu;
  - Stickerraya, Doni. Jl. Sindang Barang Jembatan Gang Roda No 446
  - AJM, Fitri. Jl. Cifor KP Rawa Jaba Situ Gede.
  - Agung Helmet, Agung. Jl. Sindang Barang Loji
  - Mustika Variasi, Afip. Jl. Cilendek No. 27 Gg Masjid Bogor
- c. Kemitraan Produksi  
Proses produksi yang meliputi brush helm dilakukan kerjasama kemitraan dengan Yogi Brush di Cibanteng. Sedangkan, dalam pembuatan sticker memiliki kemitraan dengan Pola Sticker di Ciomas.

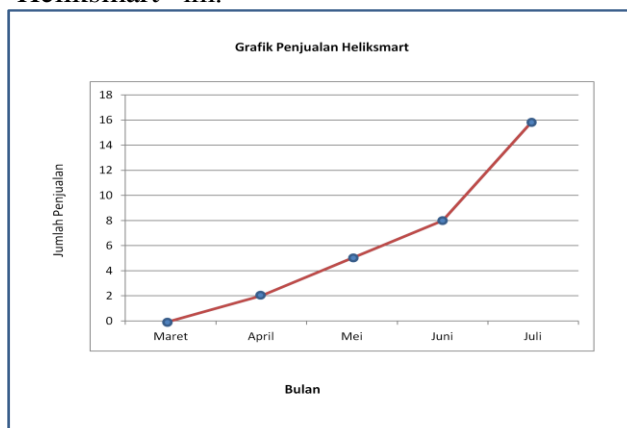
### 5.2 Rancangan dan Realisasi Biaya

Tabel 3. Realisasi Biaya

Komponen Biaya	Nominal
<b>Pemasukan</b>	
<b>Total Pemasukan Dana DIKTI</b>	<b>Rp 11,000,000.00</b>
<b>Pengeluaran</b>	
<b>Total Biaya Investasi</b>	<b>Rp 884,000.00</b>
<b>Total Biaya Produksi</b>	<b>Rp 3,180,000.00</b>
<b>Total biaya Operasional</b>	<b>Rp 1,140,000.00</b>
<b>Total Biaya Pengeluaran</b>	<b>Rp 5,204,000.00</b>

### 5.3 Ketercapaian Penjualan

Komersialisasi produk dimulai pada bulan Maret 2013. Sejak melakukan produksi komersil, setiap akhir bulan dilakukan evaluasi rutin untuk menjaga kualitas produk maupun untuk perbaikan sistem manajemen usaha Helm “Heliksmart” ini.



Grafik. 1 Laju Penjualan

Tabel 4. Cashflow Heliksmart selama tiga bulan

Uraian	Bulan ke-				
	1	2	3	4	5
<b>Inflow</b>					
Dana Usaha	Rp 3,000,000.00	Rp -	Rp 2,000,000.00	Rp -	Rp 6,000,000.00
Penjualan	Rp -	Rp 400,000.00	Rp 1,000,000.00	Rp 2,500,000.00	Rp 5,100,000.00
Nilai sisa	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
<b>Total Inflow</b>	<b>Rp 3,000,000.00</b>	<b>Rp 400,000.00</b>	<b>Rp 3,000,000.00</b>	<b>Rp 2,500,000.00</b>	<b>Rp 11,100,000.00</b>
<b>Outflow</b>					
<b>A. Investasi</b>					
Solder	Rp 60,000.00				
Lem Tembak Listrik	Rp 56,000.00				
Obeng	Rp 48,000.00				
Terminal Listrik	Rp 80,000.00				
Gunting	Rp 560,000.00				
Kertas Origami	Rp 45,000.00				
Jarum	Rp 35,000.00				
<b>Total Investasi</b>	<b>Rp 884,000.00</b>				
<b>B. Biaya Operasional</b>					
Pegawai	Rp 125,000.00	Rp 180,000.00	Rp 150,000.00	Rp 50,000.00	Rp 900,000.00
Transportasi	Rp 55,000.00	Rp 75,000.00	Rp 30,000.00	Rp 95,000.00	Rp 200,000.00
Kemasan Produk	Rp 120,000.00	Rp 180,000.00	Rp 150,000.00	Rp 40,000.00	Rp 270,000.00
Brosur	Rp 75,000.00	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 50,000.00
<b>Total Biaya Operasional</b>	<b>Rp 375,000.00</b>	<b>Rp 435,000.00</b>	<b>Rp 330,000.00</b>	<b>Rp 185,000.00</b>	<b>Rp 1,420,000.00</b>
<b>Biaya Variabel</b>					
Helm SNI	Rp 100,000.00	Rp 800,000.00	Rp 400,000.00	Rp 980,000.00	Rp 2,650,000.00
Headphone	Rp 35,000.00	Rp 320,000.00	Rp 160,000.00	Rp 140,000.00	Rp 560,000.00
MP3	Rp 25,000.00	Rp 200,000.00	Rp 100,000.00	Rp 100,000.00	Rp 400,000.00
Memori	Rp 35,000.00	Rp 310,000.00	Rp 155,000.00	Rp 140,000.00	Rp 560,000.00
Sticker dan Brush	Rp 50,000.00	Rp 300,000.00	Rp 150,000.00	Rp 770,000.00	Rp 1,350,000.00
Biji Lem Tembak Listrik	Rp 6,000.00	Rp 14,000.00	Rp 20,000.00	Rp 2,000.00	Rp 50,000.00
<b>Total Biaya Variabel</b>	<b>Rp 251,000.00</b>	<b>Rp 1,944,000.00</b>	<b>Rp 985,000.00</b>	<b>Rp 2,132,000.00</b>	<b>Rp 5,570,000.00</b>
<b>Total Outflow</b>	<b>Rp 1,510,000.00</b>	<b>Rp 2,379,000.00</b>	<b>Rp 1,315,000.00</b>	<b>Rp 2,317,000.00</b>	<b>Rp 6,990,000.00</b>



Net Benefit	Rp 1,490,000.00	Rp (1,979,000.00)	Rp 1,685,000.00	Rp 183,000.00	Rp 4,110,000.00
Discount factor (5%)	Rp 0.85	Rp 0.73	Rp 0.62	Rp 0.53	0.456111152
PV/bulan	Rp 1,273,504.27	Rp (1,445,686.32)	Rp 1,052,064.39	Rp 97,657.96	Rp 4,110,000.00
NPV	Rp 1,230,157.19				
IRR	Rp (0.19)				
PV Positif	Rp 6,533,226.62				
PV Negatif	Rp (1,445,686.32)				
net b/c	Rp 4.50				

**Keterangan:** *Harga Pokok Produksi;* Heliksmart Standar (HS) Rp 180,000.00 dan Heliksmart Retro (HR) Rp 380,000.00. *Harga Jual;* Heliksmart Standart Rp 200.000.00 dan Heliksmart Retro Rp 400,000.00. *Keuntungan;* 7 produk x Rp 20,000.00 = Rp 140,000.00.

#### 5.4 Ketercapaian Target

Hingga saat ini targetan yang telah tercapai, yaitu:

- Telah berhasil membuat helm unik dan menarik yang memiliki nilai edukatif dan nasionalis dengan inovasin yang unggul dan memiliki nilai ekonomi yang terjangkau bagi seluruh kalangan masyarakat.
- Mempromosikan helm dengan expres musik sehingga dapat menambah daya tarik dan kecintaan pengendara terhadap helm.
- Memasarkan produk dengan media pemasaran yang digunakan ialah poster, blog (dengan alamat [heliksmart.blogspot.com](http://heliksmart.blogspot.com)), twitter (dengan nama @Heliksmart), facebook (dengan akun Heliksmart). Selain itu untuk lebih memperkenalkan produk, pemasaran juga dilakukan dengan cara *direct selling* kepada keluarga, teman, dan civitas akademika kampus.
- Hingga saat ini telah dipasarkan produk Heliksmart sebanyak 7 helm.
- Memenuhi pesanan produk sesuai dengan permintaan konsumen, baik itu bentuk ataupun desain dari helm.

#### 5.5 Pengembangan Usaha

Perencanaan untuk pengembangan usaha Heliksmart ini antara lain:

- Perluasan pangsa pasar yaitu melakukan kemitraan dengan beberapa toko helm di beberapa daerah kota Bogor.
- Menghadirkan produk baru berupa Heliksmart Phone yang menjadi inovasi baru siklus produk untuk meningkatkan laju pertumbuhan produk.
- Mengajukan peliputan produk pada Trans7 acara TV Laptop Si Unyil untuk mengenalkan produk ke seluruh masyarakat Indonesia.
- Mengembangkan produk ke seluruh kota se-JABODETABEK untuk menjangkau pasar lebih luas lagi.

## VI. PENUTUP

### 6.1 Kesimpulan

Telah ditemukan sebuah inovasi produk helm yang memiliki multifungsi dan kegunaan dengan brand Heliksmart; helm edukatif yang mengandung nilai nasionalis dilengkapi dengan ekspres musik pada bagian dalamnya serta padat dengan desain eksterior. Heliksmart dikembangkan menjadi dua produk yaitu Heliksmart standart dan Heliksmart Retro. Pemasaran produk ini dilakukan melalui poster, blog, twitter, facebook, dan secara *direct selling*. Tempat pemasaran produk lebih difokuskan pada lingkungan kampus IPB Darmaga. Dari seluruh kegiatan pemasaran telah berhasil menjual produk sebanyak 7 produk dengan keuntungan Rp 20,000.00/helm dan laba kumulatif sebesar Rp 140,000.00.

### 6.2 Saran

Untuk mengurangi biaya produksi maka akan dilakukan kerjasama dengan pemasok bahan baku (helm standart, helm retro, memori, headphone, mp3), tempat brush helm, dan tempat pembuatan sticker. Pemesanan bahan baku dan produksi akan ditinjau secara langsung agar mutu dan kualitas produk terjamin. Disamping itu, kegiatan promosi lebih ditingkatkan agar laju penjualan produk terus meningkat.

## VII. LAMPIRAN

Dokumentasi terkait produk dan realisasi kegiatan selama 3 bulan.

Logo/Brand Produk



Produk HS dan HR





### Brush Helm



### Kegiatan Kerjasama Kemitraan



