



LAPORAN AKHIR

“COKELAT SERU - COKELATNYA ANAK IPB”
INOVASI BISNIS COKELAT *HANDMADE* MULTIRASA
BERBASIS SYARIAH

BIDANG KEGIATAN :

PKM-K

Oleh :

Rudi Abdul Gani	(A24110032)	2011
Diendra Abdul Kariim	(A14110082)	2011
Sinta Refina	(A24110151)	2011
Sarliyanti	(A14120095)	2012

INSTITUT PERTANIAN BOGOR

BOGOR

2014

**LEMBAR PENGESAHAN
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA
LAPORAN AKHIR**

- | | |
|---------------------------------------|---|
| 1. Judul Kegiatan | : “Cokelat SERU-Cokelatnya Anak IPB,
Inovasi Bisnis Cokelat <i>Handmade</i>
Multirasa Berbasis Syariah” |
| 2. Bidang Kegiatan | : PKM-K |
| 3. Ketua Pelaksana Kegiatan | |
| a. Nama Lengkap | : Rudi Abdul Gani |
| b. NIM | : A24110032 |
| c. Jurusan | : Agronomi dan Hortikultura |
| d. Universitas/Institut/Politeknik | : Institut Pertanian Bogor |
| e. Alamat Rumah dan No Tel./HP | : Babakan Lebak RT 02 RW 06
No.20 DesaBalumbang Jaya/
085723520400 |
| f. Alamat E-mail | : <i>roeddy_asgarsel@yahoo.co.id</i> |
| 4. Anggota Pelaksana Kegiatan/Penulis | : 3 orang |
| 5. Dosen Pendamping | |
| a. Nama Lengkap dan Gelar | : Megawati Simanjuntak, SP, M.Si |
| b. NIDN | : 0003117203 |
| c. Alamat Rumah/No HP | : Jl. Angrek Blok C No.31
Komplek IPB Sinarsari Dramaga Bogor/
081310870695 |
| 6. Biaya Kegiatan Total | |
| a. Dikti | : Rp 9.750.000,- |
| 7. Jangka Waktu Pelaksanaan | : 5 bulan |

Bogor, 23 Juli 2014

Menyetujui,
Ketua Departemen Agronomi dan
Hortikultura



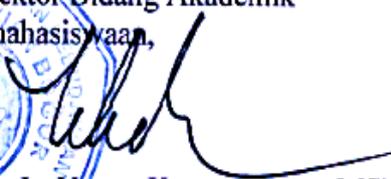
(Dr. Ir. Agus Purwito, MSc. Agr.
NIP. 196111011987031003

Ketua Pelaksana Kegiatan



(Rudi Abdul Gani)
NIM. A24110032

Wakil Rektor Bidang Akademik
dan Kemahasiswaan,



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

Dosen Pendamping



(Megawati Simanjuntak, SP, M.Si)
NIP. 197211032005012002

ABSTRAK

“Cokelat SERU” merupakan jajanan alternatif yang terbuat dari cokelat olahan yang dikemas dalam bentuk batangan dengan beraneka rasa. Cokelat ini memiliki jargon yaitu SERU yang merupakan akronim dari “Semangat Baru“ dengan tujuan dapat memunculkan semangat dalam berwirausaha. Cokelat SERU berada di bawah perusahaan TehSan Group. Keunikan cokelat SERU yaitu memiliki multirasa yakni 4 paket pilihan rasa yaitu mix buah, mix kacang keju dan buah, rasa keju dan dan rasa kacang. Proses pembuatan cokelat ini dilakukan secara *handmade*, Kemasan “Cokelat SERU” sangat unik dengan 4 karakter gambar yang dibuat full color, modern dan mudah diingat. Motivasi selain keuntungan yang besar adalah pengabdian masyarakat. “Cokelat SERU” memegang prinsip syariah dalam usaha. Pemilik usaha ini akan mendapatkan keuntungan yang akan dibagi ke beberapa jalur karyawan mendapat keuntungan sesuai hasil pekerjaannya.

Kata-Kata Kunci : **Cokelat**, *Handmade*, Multirasa, Syariah

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan limpahan berkah, rahmat, dan ridho-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan Program Kreativitas Mahasiswa bidang Kewirausahaan berjudul **“COKELAT SERU - COKELATNYA ANAK IPB”** INOVASI BISNIS COKELAT HANDMADE MULTIRASA BERBASIS SYARIAH dengan baik dan lancar.

Negara Indonesia merupakan salah satu penghasil kakao terbesar di dunia, namun kakao masih diekspor dalam bentuk mentah dan diimpor kembali dalam bentuk cokelat merupakan masalah yang belum terpecahkan. Rendahnya pengusaha cokelat yang dapat mengolah cokelat dari hulu hingga hilir menyebabkan kakao diimpor kembali dalam bentuk cokelat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia. “Cokelat SERU” hadir memberikan solusi serta memanfaatkan peluang pasar yang memiliki prospek positif di masa depan.

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 Megawati Simanjuntak, SP, 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.

Bogor, 23 Juli 2014

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR GRAFIK	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	1
1.3 Tujuan	1
1.4 Luaran yang Diharapkan	1
1.5 Kegunaan	1
BAB II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA	1
2.1 Visi dan Budaya Perusahaan	1
2.2 Analisis SWOT	2
2.3 STP	2
2.4 Bauran Pemasaran	2
BAB III METODE PENDEKATAN.....	4
3.1 Penyediaan Bahan dan Alat	4
3.2 Prosedur Standar Kerja Dapur	4
3.3 Pembuatan Produk	4
3.4 Pengurusan PIRT dan Sertifikasi Halal MUI	4
3.5 Pengembangan Bisnis	4
3.6 Keberlanjutan Bisnis	5
BAB IV PELAKSANAAN PROGRAM	5
4.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan	5
4.2 Jadwal Faktual Pelaksanaan	5
4.1 Instrumen Pelaksanaan	5
4.1 Rancangan dan Realisasi Biaya	5
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	5
5.1 Berbasis Syariah	5
5.2 Ketercapaian Penjualan	6
5.3 Ketercapaian Target	6
5.4 Program Sosial	8
5.5 Pengembangan Usaha	8
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	9
6.1 Kesimpulan	9
7.2 Saran	9
BAB VII DAFTAR PUSTAKA	9

	Halaman
LAMPIRAN	9

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Analisis SWOT	2
Tabel 2. Tahapan Pelaksanaan Program	5
Tabel 3. Realisasi Biaya	5

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Varian Rasa Keju	2
Gambar 2. Varian Rasa Kacang	3
Gambar 3. Varian Rasa <i>Mix Fruit</i>	3
Gambar 4. Varian Rasa <i>Mix</i>	3
Gambar 5. Kemasan Varian Rasa Coklat SERU	3
Gambar 6. Kartu Nama, Brosur, dan X-Banner	6
Gambar 7. Kemasan dan Varian Rasa Cokelat Putih Jelly dan Kemasan Mini	6
Gambar 8. Kemasan Isi 10 dan Isi 4	6

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. Penjualan Cokelat SERU	6
--	---

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Cokelat merupakan hasil olahan tanaman kakao yang memiliki banyak manfaat untuk kesehatan diantaranya sebagai antioksidan. Antioksidan dalam cokelat diperoleh dari biji kakao yang mengandung antioksidan flavonoid yang berguna untuk menahan radikal bebas. Khasiat ini terkandung dalam protein yang terkandung dalam biji kakao, protein yang kaya akan asam amino triptofan, fenilalanin dan tyrosin, sehingga semakin besar kadar kakaonya, maka semakin besar manfaat antioksidan dalam sebatang cokelat. Selain sebagai antioksidan, cokelat juga berkhasiat membantu tubuh beristirahat atau mengurangi susah tidur, sedangkan secara psikologis mengkonsumsi cokelat memiliki efek yang menenangkan sehingga berkhasiat membuat umur seseorang menjadi lebih panjang. Dalam penelitian yang melibatkan subyek manusia, ditemukan bahwa konsumsi lemak coklat menghasilkan kolesterol total dan kolesterol LDL yang lebih rendah dibandingkan konsumsi mentega ataupun lemak sapi. Kandungan stearat yang tinggi pada coklat disinyalir menjadi penyebab mengapa lemak coklat tidak sejahat lemak hewan. Sejak lama telah diketahui bahwa stearat adalah asam lemak netral yang tidak akan memicu kolesterol darah. (Khomsan, 2012).

Untuk mencukupi dan mengambil peluang keuntungan yang memiliki prospek tinggi, **TehSan Group** membuat inovasi berupa produk bernama **Cokelat SERU** yang memiliki **KREATIVITAS DAN KEUNIKAN** dari cara pembuatannya dengan metode *Handmade*, varian rasa yang diungkapkan dalam bentuk gambar yang lucu pada kemasannya. Selain itu, varian rasa dari **Cokelat SERU** multirasa yakni rasa keju, kacang, *mix fruit*, dan *mix varian*. Adanya varian rasa ini dapat meningkatkan antioksidan dalam cokelat, sehingga energi dari cokelat akan semakin meningkat. Keunggulan varian rasa yang unik tanpa bahan pengawet dan pewarna pada cokelat ini sangat efektif sebagai langkah awal dalam mencapai hidup sehat.

1.2 Rumusan Masalah

1. Padatnya aktifitas dan tingginya polusi menuntut kebutuhan manusia akan protein dan antioksidan yang mencukupi.
2. Adanya keinginan masyarakat untuk mengkonsumsi varian rasa cokelat yang belum banyak beredar.

1.3 Tujuan

1. Meningkatkan asupan gizi protein, karbohidrat dan antioksidan harian.
2. Membuat inovasi bisnis cokelat yang menghasilkan profit.
3. Memperkenalkan varian rasa unik (multirasa) pada cokelat yang memiliki kandungan protein dan antioksidan tinggi serta harga terjangkau.

1.4 Luaran yang Diharapkan

Terciptanya variasi rasa (multirasa) cokelat yang sehat, murah, dan memiliki potensi usaha bisnis yang sangat menguntungkan berbasis syariah.

1.5 Kegunaan Kegiatan

Cokelat SERU bagi masyarakat, yaitu untuk membantu menyediakan dan meningkatkan asupan gizi protein dan antioksidan harian sebagai langkah awal hidup sehat dengan harga yang terjangkau dan juga memenuhi kebutuhan camilan sehari-hari.

II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

2.1 Visi dan Budaya Perusahaan

TehSan Grup menjadi perusahaan yang paling dihormati, perusahaan makanan yang paling cepat pertumbuhannya di Indonesia dengan menciptakan nilai kompetitif berbasis syariah dan sepadan untuk para investor, karyawan, dan masyarakat.

Berikut adalah beberapa *corporate value* “Cokelat SERU”:

- *Respect People* : Menghormati Orang lain
- *Innovative and Entrepreneurial* : Inovatis dan selalu dapat melihat peluang
- *Go the Extra Miles* : Bekerja secara optimal
- *Safety, Health, and Environment* : Keselamatan, kesehatan, dan lingkungan
- *Team Work* : Kerjasama
- *Awareness of Cost* : Sadar biaya
- *Islamic and Sharia* : Islam dan Syariah

2.2 Analisis SWOT

Gambaran hasil analisis SWOT usahan Coklat SERU disajikan sebagai berikut :

Tabel 1. Analisis SWOT

	(S) Strengths: 1. Menawarkan cemilan sehat dan murah yang kaya protein dan antioksidan dengan variasi rasa yang unik 2. Harga yang terjangkau 3. Strategi promosi yang menarik 4. Pengemasan yang baik dan menarik	(W) Weaknesses: 1. Bahan baku sudah banyak dipasaran 2. Produk yang dihasilkan bukan kebutuhan primer
(O) Opportunities: 1. karena bahan baku produk yang sangat populer dimasyarakat 2. Adanya penikmat cokelat yang sangat banyak	SO 1. Mengangkat aspek penyajian cemilan sehat yang kaya protein dan antioksidan dengan harga terjangkau 2. Mempromosikan produk di berbagai tempat yang strategis 3. Diversifikasi produk berdasarkan rasa	WO 1. Pengemasan produk unik dan sederhana 2. Produk dapat dijadikan sebagai buah tangan yang menyehatkan
(T) Threats: 1. Adanya produk sejenis yang telah dikenal masyarakat (Chocodot, Monggo)	ST 1. Optimalisasi kualitas produk untuk menjaga kepercayaan konsumen. 2. Konsep pemasaran dan logo yang menarik akan menambah daya pikat produk ini.	WT 1. Maksimalkan upaya promosi dan teknik produksi 2. Promosi melalui Green TV, Koran Radar Bogor dan koran nasional lainnya

2.3 STP (*Segmentation, Targetting, dan Positioning*)

1. **Segmentasi** pasar dari produk “Cokelat SERU” ini adalah semua kalangan, baik masyarakat kelas ekonomi bawah, menengah, hingga atas.
2. **Target** produk “Cokelat SERU” ini adalah masyarakat umum dan masyarakat yang tinggal di kawasan JABODETABEK secara khusus (untuk jangka pendek).
3. **Positioning** produk “Cokelat SERU” sebagai cemilan sehat dan murah yang kaya protein dan antioksidan sebagai penambah energi yang menuntut kebutuhan manusia dari padatnya aktifitas dan tingginya polusi.

2.4 Bauran Pemasaran

1. Product

Produk ini merupakan pengembangan dari pengolahan cokelat sebagai cemilan sehat. Produk “Cokelat SERU” ini telah mendapatkan pengakuan P-IRT dari Dinas Kesehatan Kabupaten Bogor dengan nomor P-IRT 51032010163-19 yang tentunya saat ini dalam pengawasan pemerintah.

Berikut adalah variasi rasa produk “Cokelat SERU”:

a. Cokelat SERU rasa Keju

Cokelat yang dibuat dengan penambahan potongan keju lezat didalamnya



Gambar.1 varian rasa KEJU

b. Cokelat SERU rasa Kacang

Cokelat yang dibuat dengan penambahan cacahan kacang tanah renyah didalamnya



Gambar.2 varian rasa KACANG

c. Cokelat SERU rasa Mix Fruit

Cokelat yang dibuat dengan penambahan berbagai selai buah segar yaitu selai stroberi, selai nanas, selai kiwi, selai jeruk, selai mangga, dan selai lobi-lobi didalamnya



Gambar.3 varian rasa MIX FRUIT

d. Cokelat SERU rasa Mix

Cokelat yang dibuat dengan penambahan perpaduan tiga varian rasa yaitu keju, kacang, dan selai buah yaitu stroberi, nanas, kiwi, jeruk, mangga, lobi-lobi didalamnya. Sehingga menciptakan variasi rasa yang unik.



Gambar.4 varian rasa MIX

Kemasan produk “Cokelat SERU” dikemas menggunakan *aluminium foil* sebagai kemasan awal dan jenis *hardpaper* 120 g sebagai kemasan akhir. Kemasan inilah yang menjadi **daya tarik dan kunci keunikan dari produk “Cokelat SERU”** ini. Setiap varian rasa yang ditawarkan digambarkan dengan aktor animasi yang lucu dengan mengenakan busana sesuai varian rasa cokelat tersebut.

Berikut adalah kemasan varian rasa “Cokelat SERU”:

a. Varian rasa **MIX**



b. Varian rasa **KEJU**



c. Varian rasa **KACANG**



d. Varian rasa **MIX FRUIT**



Gambar.5
Kemasan varian rasa
“Coklat SERU”

2. Price

Produk “Cokelat SERU” dijual dipasaran dengan harga Rp 5.000,- per buahnya, Mahasiswa dan masyarakat dapat menikmati cemilan sehat yang kaya protein dan antioksidan dengan harga yang sangat terjangkau.

3. Place

Distribusi pemasaran “Coklat SERU” telah merekrut agen dari sekolah, kampus ataupun masyarakat umum sekitar Jabodetabek. Produk “Cokelat SERU” telah diperkenalkan melalui pusat oleh-oleh Bogor seperti Brownco, Super Kue, dan saat ini masih dalam proses pengajuan pengenalan produk di Pusat oleh-oleh IPB yaitu Serambi Botani.

4. Promotion

Promosi dilakukan melalui berbagai media seperti jejaring sosial *facebook*,

twitter, kegiatan bazar, serta melalui media cetak berupa poster, brosur, kartu nama, majalah Ide Bisnis, koran nasional, serta media elektronik melalui Green TV.



Gambar 6. Kartu nama, Brosur, dan X-Banner

III. METODE PENDEKATAN

3.1 Penyediaan Bahan dan Alat

Dalam pembuatan produk cokelat ini memerlukan beberapa bahan, yaitu: Cokelat batang, keju, kacang tanah cacah, selai buah (strawberi, kiwi, jeruk, mangga, lobi-lobi). Peralatan yang dibutuhkan berupa cetakan cokelat, kompor, gas, pengaduk, aluminium foil, lemari pendingin dan kemasan akhir.

3.2 Prosedur Standar Kerja Dapur

Jumlah karyawan yang dipekerjakan adalah lima (5) orang dengan spesifikasi pekerjaan empat (4) orang pengemasan serta satu (1) orang khusus mencairkan dan mencetak coklat. Karyawan yang melakukan proses produksi telah memenuhi prosedur sehat jasmani dan rohani, menggunakan penutup kepala, menggunakan masker, mengenakan pakaian tertutup, mencuci tangan dengan sabun dan menggunakan sarung tangan plastik. Semua proses mulai dari produksi sampai pengemasan menggunakan Prosedur Operasional Baku (POB) sehingga telah memenuhi keamanan, keselamatan dan kesehatan (K3).

3.3 Pembuatan Produk

Prosedur pengerjaan produk:

1. Siapkan cokelat batang kemudian masukkan cokelat kedalam panci.
2. Masukkan panci yang berisi cokelat kedalam panci yang berisi air mendidih untuk dilelehkan, kemudian tunggu hingga cokelat sudah seluruhnya meleleh, angkat, lalu masukkan kedalam cetakan.
3. Segera setelah lelehan cokelat dicetak, masukkan isian cokelat dengan varian rasa yang sudah ditetapkan, lalu diamkan hingga suhu lelehan cokelat yang didalam cetakan sama dengan suhu ruangan.
4. Masukkan cetakan yang berisi cokelat kedalam lemari pendingin hingga cokelat mengeras sempurna lalu keluarkan dan diamkan kembali pada suhu ruangan.
5. Lepas cokelat dari cetakannya lalu bungkus dengan aluminium foil.
6. Bungkus kembali dengan kemasan akhir dan lakukan prosedur pengawasan standar.

3.4 Pengurusan PIRT dan Sertifikat Halal MUI

Proses pengurusan PIRT dan Sertifikat Halal MUI sudah dilaksanakan pada bulan April setelah proses produksi berjalan stabil. Pengajuan sertifikasi kelayakan halal dari MUI diajukan ke Departemen Agama Kabupaten Bogor.

3.5 Pengembangan Bisnis

Pengembangan bisnis ini akan dilakukan dengan mencari investor baru,

meningkatkan produksi, ekspansi pasar ke seluruh Indonesia, mengikutsertakan dalam berbagai lomba wirausaha muda, serta menambah variasi rasa.

3.6 Keberlanjutan Bisnis

Bisnis “Coklat SERU” ini akan terus berlanjut seiring dengan tingkat kebutuhan konsumen terhadap produk ini, sehingga target jangka panjang usah ini adalah mencapai seluruh Indonesia dan luar negeri. Sebagai salah satu ekspansi bisnis yang mudah mendatangkan profit sehingga kekayaan sumber daya alam pertanian dan manusia terpakai maksimal.

IV. PELAKSANAAN PROGRAM

4.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Penjualan “Cokelat SERU” dilaksanakan pada bulan Februari – Juni 2014. Lokasi kantor, produksi, dan pabrikasi (*packaging* dan pelabelan) “Cokelat SERU” bertempat di Kampung Carang Pulang RT 05/05 Desa Cikarawang Kecamatan Dramaga Bogor Jawa Barat. Lokasi gudang distribusi bertempat di Jl. Batu Hulung 1 RT 03/01 Margajaya Bogor Barat.

4.2 Pelaksanaan / Jadwal Faktual Pelaksanaan

Tabel 2. Tahapan Pelaksanaan Program

URAIAN	FEB				MAR				APR				MEI				JUNI			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penyediaan Bahan dan Alat																				
Pembuatan Kemasan																				
Produksi																				
Pemasaran																				
Promosi																				
Konsultasi Dosen Pembimbing																				
Evaluasi kerja																				
Pembuatan laporan akhir																				

4.3 Instrumen Pelaksanaan

Alat-alat yang dibutuhkan untuk proses produksi adalah kompor, gas, panci, pengaduk, sarung tangan plastik, cetakan cokelat, mesin pendingin. Pada proses penjualan alat yang dibutuhkan yaitu 1 unit tenda, meja, kursi, *etalase*, plastik.

4.4 Rancangan dan Realisasi Biaya

Tabel 3. Rancangan dan Realisasi Biaya

Komponen Biaya	Rancangan Awal	Realisasi Biaya
Total Pemasukan Dana DIKTI	11.500.000	9.750.000
Total Biaya Investasi	3.450.000	4.000.000
Total Biaya Produksi	5.750.000	4.610.000
Total Biaya Operasional	1.150.000	50.000
Total Biaya Lain-lain	1.150.000	1.000.000

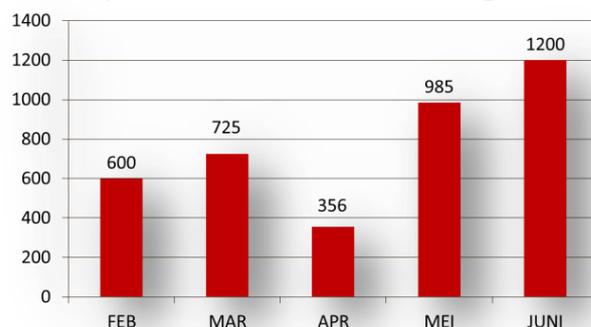
V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Berbasis Syariah

Syariah merupakan landasan dari usaha Cokela SERU ini. Syariah dilaksanakan dengan system Mudhorobah (bagi hasil). Syariah dijadikan dua bagian yaitu Syariah Internal dan Eksternal. Seperti menggunakan rekening berbasis syariah, bagi hasil antar anggota tim yang telah disepakati diawal dan juga keuntungan untuk bebas infak sesuai aturan islam. Syariah eksternal dilaksanakan kepada toko maupun agen, dimana bagi hasil mencapai kesepakatan hingga 20% keuntungan menjadi milik toko dan agen dari setiap penjualan, supervisi dilakukan setiap seminggu sekali. : 40% bagi hasil keuntungan, 20% simpanan produksi, 30% simpanan usaha dan 10% infak.

5.2. Ketercapaian Penjualan

Penjualan produk “Cokelat SERU” sudah melewati target jangka waktu pelaksanaan PKM-K yaitu selama 5 bulan dimulai pada bulan Februari – Juni 2014.



Grafik 1.
Penjualan “Cokelat SERU”

Sejak melakukan produksi komersil, setiap akhir bulan dilakukan evaluasi rutin untuk menjaga kualitas dan meningkatkan produk maupun untuk perbaikan sistem manajemen usaha “Cokelat SERU” ini.

Berikut adalah data keuangan yang telah dicapai selama lima bulan :

Total penjualan	: 3.866 cokelat
Omset/pendapatan	: 3.866 cokelat x Rp 5.000,- = Rp 19.333.000,-
Produksi	: 3.866 cokelat x Rp 2.500,- = Rp 9.665.000,-
Keuntungan bersih	: 3.866 cokelat x Rp 2.000,- = Rp 7.732.000,-
Bagi hasil	: 3.866 cokelat x Rp 500,- = Rp 1.933.000,-

Analisis R/C

$$\begin{aligned} R/C &= \frac{\text{Total Pendapatan}}{\text{Total Biaya Produksi}} \\ &= \frac{19.333.000}{9.665.000} = \mathbf{2.0} \end{aligned}$$

Return of Investment (ROI)

$$\begin{aligned} ROI &= \frac{\text{Laba Usaha}}{\text{Modal produksi}} \times 100\% \\ &= \frac{7.732.000}{9.665.000} \times 100\% = \mathbf{80\%} \end{aligned}$$

Jangka Waktu Pengembalian Modal

$$\begin{aligned} &= \frac{\text{Biaya total investasi}}{\text{Keuntungan}} \times \text{masa produksi} \\ &= \frac{9.750.000}{7.732.000} \times 1 \text{ bulan} = \mathbf{1.2 \text{ bulan}} \end{aligned}$$

Usaha “Cokelat SERU” telah dijalankan selama lima bulan setelah diberikan dana oleh DIKTI dalam Program Kreatifitas Mahasiswa bidang Kewirausahaan. Selama waktu tersebut coklat SERU semakin eksis dan disenangi konsumen. Terbukti dari capaian yang semakin meningkat setiap bulannya. Bulan Februari telah terjual 600 batang coklat diawal pemasarannya, pada bulan Maret semakin meningkat mencapai 725 batang coklat, tetapi pada bulan April terjadi penurunan penjualan karena faktor pengurusan berbagai perijinan salah satunya yaitu sertifikasi P-IRT sehingga fokus produksi terganggu dengan kegiatan pengurusan ijin, kemudian pada bulan Mei proses produksi kembali stabil dan meningkat tiga kali lipat dari pada bulan April yaitu dengan total penjualan 985 batang coklat dan pada bulan Juni 1200 batang coklat karena kepercayaan konsumen semakin tinggi dengan adanya P-IRT.

Keuntungan penjualan selama 5 bulan sudah membuktikan bahwa usaha “Cokelat SERU” ini **SANGAT LAYAK UNTUK DIJALANKAN DAN DIKEMBANGKAN** berdasarkan hasil analisis kelayakan usaha yang dilihat dari indikator-indikator (R/C, ROI, Jangka Waktu Pengembalian Modal) yang telah dijelaskan diatas. “Cokelat SERU” pun sudah memiliki **TENDA SERU** milik pribadi yang didapatkan dari hasil keuntungan penjualan coklat tersebut.

5.3. Ketercapaian Target

Hingga saat ini targetan yang telah tercapai, yaitu:

a. P-IRT dan Sertifikat Halal MUI

Pengurusan P-IRT telah dilaksanakan dan mendapatkan **nomor P-IRT 51032010163-19** yaitu dengan melakukan pengajuan ke Dinas Kesehatan Kabupaten Bogor. Pengajuan sertifikasi kelayakan halal dari MUI telah diajukan ke Departemen Agama Kabupaten Bogor dan masih dalam proses hingga kuota pendaftar sertifikasi Halal MUI terpenuhi.

b. Finalis Kompetisi Indonesia Youngster Inc. Student Entrepreneur Championship 2014

“Cokelat SERU” sukses mengikuti kompetisi Indonesia Youngster Inc. Student Entrepreneur Championship 2014 yang diselenggarakan oleh Majalah SWA bekerjasama dengan EO GSEA. Berdasarkan hasil screening dan seleksi yang telah dilakukan oleh Redaksi Majalah SWA dan pihak EO GSEA, “Cokelat SERU” mendapatkan **peringkat 8 dari 10 Finalis Nasional**.

c. Program Mahasiswa Wirausaha Career Development Affair IPB 2014

“Cokelat SERU” sukses mengikuti program wirausaha 2104 yang diselenggarakan oleh himpunan alumni DPKHA CDA –IPB, lolos diurutan ke-2 teratas dengan mendapatkan bantuan dana dan pelatihan-pelatihan wirausaha untuk pengembangan produk Cokelat SERU ini.

d. Area Pemasaran dan Promosi

Target pemasaran produk “Cokelat SERU” sudah berhasil mencapai 8 Kota besar di Indonesia, antara lain **Kota Padang, Bangka Belitung Lampung, Depok, Purwakarta, Garut, dan Lombok**. Pencapaian target luar biasa lainnya yaitu “Cokelat SERU” menjadi sponsor dalam kegiatan **Konferensi Ilmu Tanah Sedunia di Jeju, Korea Selatan**. Dalam kegiatan insidental pemasaran produk “Cokelat SERU” ini, selain pemesanan dan pemasaran luar kota, “Cokelat SERU” juga ikut dalam **kegiatan Kemahasiswaan** seperti FLA (Future Leader Agriculture), dan juga menjadi buah tangan bagi para mahasiswa untuk dijadikan **oleh-oleh khas PKM-K IPB** bagi para mahasiswa yang akan pulang ke daerah asalnya masing-masing.

“Cokelat SERU” berhasil melakukan kegiatan promosi melalui jejaring social, media cetak, hingga berbagai kegiatan Bazar-Expo. Media Promosi dalam bentuk media cetak antara lain “Cokelat SERU” diliput oleh **Koran nasional Radar Bogor edisi 27, Majalah Ide Bisnis IPB, Majalah AGRIMAG IPB, Majalah SWA edisi 14 spesial**, didukung dengan dibuatkan **X-Banner, Banner, kartu nama, brosur, poster, Saung SERU dan Tenda Stand Pribadi berukuran 3m x 3m**. selain itu “Cokelat SERU” juga melakukan promosi melalui Jejaring Sosial **Facebook, Twitter** dan situs Internet seperti **Wordpress**. Beberapa Bazar yang diikuti oleh “Cokelat SERU” antara lain **Bazar KAMMI, Jumat keliling bersama Rektor IPB, IPB Entrepreneur Community, BAZOKA Kota Bogor, BEM A Bussines Competition Agriculture (Juara 2), Ulang Tahun IPB ke-50** dan kegiatan Expo dalam **PKM EXPO IPB Entrepreneur Day**.

“Cokelat SERU” juga mendapat kunjungan dari **Klub Asrama IPB Mega Entrepreneur 50** yang berkesempatan memberikan pelatihan membuat produk “Cokelat SERU” dan pengalaman berwirausaha kepada para anggota club.

e. Inovasi Produk

Produk baru yang semakin variatif yaitu “Cokelat SERU” Mini, Original Dark Chocolate, Original White Chocolate dan White Jelly Chocolate. Terbentuknya produk cokelat Putih yang dibuat dengan penambahan potongan

Jelli beraneka rasa buah didalamnya. Dengan demikian bertambah pula karakter maskot produk “Cokelat SERU” ini.



Gambar. 7 Kemasan dan Varian Rasa Cokelat Putih Jelly dan Kemasan Mini

Inovasi lainnya “Cokelat SERU” yaitu membuat kemasan Isi 10 dan isi 4 untuk memenuhi permintaan konsumen yang menginginkan pembelian dalam bentuk *pack*.



Gambar. 8 Kemasan isi 10, dan kemasan isi 4

5.4. Program Sosial

Program kewirausahaan ini telah berhasil menerapkan **pemberdayaan masyarakat** dengan memberikan peluang kerja kepada 5 warga yang tinggal disekitar kampus. 4 diantaranya sudah putus sekolah sejak SMP dan direkrut untuk diberdayakan dibagian pengemasan. Dari program sosial yang terapkan, “Cokelat SERU” sudah **mensodaqohkan sebanyak 254 cokelat** selama 5 bulan dalam beberapa kegiatan sosial.

5.5 Pengembangan Usaha

a. Strategi Pemasaran

1. “Cokelat SERU” akan melakukan perluasan pangsa pasar yaitu dengan membuat gerai/outlet SERU yang berlokasi di pusat Kota Bogor dan di sekitar Kampus IPB pada Bulan Desember 2014.
2. Melakukan pengiriman ke kota-kota besar diluar Pulau Jawa, dan terus menjadi sponsor kegiatan-kegiatan Mahasiswa hingga Internasional.
3. Target area pemasaran produk “Cokelat SERU” ini pada jangka menengah-panjang akan menyentuh seluruh daerah di Indonesia hingga tembus skala Internasional.

b. Strategi Produksi

1. “Cokelat SERU” akan melakukan perbanyak variasi inovasi bentuk dan produk baru pada bulan Agustus dan September 2014.
2. Menindaklanjuti sertifikasi halal MUI untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk “Cokelat SERU” pada bulan Agustus 2014.
3. Melakukan peningkatan produksi sebesar 20 % hingga lebih, setiap bulannya untuk meningkatkan keuntungan.

c. Strategi Organisasi dan SDM

1. Mengikuti bimbingan dari Pusat Inkubator Bisnis dan Pengembangan Kewirausahaan LPPM-IPB pada bulan September 2014.

2. Menentukan hak merek dagang “Cokelat SERU” ke HKI IPB pada bulan September 2014.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

“Cokelat SERU” merupakan jajanan alternatif olahan cokelat yang dikemas dalam bentuk batangan dengan berbagai macam rasa disetiap bar nya. Varian rasa yang unik (multirasa) pada “Cokelat SERU” memiliki kandungan protein dan antioksidan yang tinggi serta harga terjangkau. Kandungan “Cokelat SERU” mampu meningkatkan asupan gizi, karbohidrat, dan antioksidan harian. Selain mendatangkan profit yang tinggi, produk “Cokelat SERU” membantu untuk meningkatkan kecerdasan dan memberikan makanan modern yang praktis dan sehat bagi masyarakat. Kegiatan promosi untuk memperkenalkan produk cokelat ini yaitu dengan mengikuti kegiatan lomba-lomba kewirausahaan, peliputan diberbagai media cetak dan elektronik hingga melalui jejaring sosial dan beberapa situs internet. Selain itu, untuk lebih memperkenalkan produk, pemasaran juga dilakukan dengan mengikuti Bazar-Expo hingga event-even yang diadakan didalam kampus hingga Luar Negeri. Distribusi produk ini dilakukan dengan merekrut agen dari sekolah, kampus ataupun masyarakat umum sekitar Jabodetabek hingga luar pulau Jawa. Dari seluruh kegiatan pemasaran selama 5 bulan penjualan, telah berhasil dilakukan penjualan sebesar 3.866 buah batang Cokelat dengan laba kumulatif sebesar Rp 7.732.000,-

6.2. Saran

Untuk mengurangi biaya produksi maka akan dilakukan kerjasama dengan pemasok-pemasok bahan baku dari perusahaan perkebunan cokelat di wilayah Sulawesi Selatan. Dalam pengembangannya, “Cokelat SERU” akan membutuhkan para investor dan incubator-inkubator bisnis untuk meningkatkan kualitas produk maupun SDM “Cokelat SERU”.

VII. DAFTAR PUSTAKA

Khomsan, A. 2012. *Coklat Baik Untuk Jantung dan Suasana Hati*. (Terhubung Berkala).http://kolom.pacific.net.id/ind/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=157 (21 Oktober 2013).

LAMPIRAN

DOKUMENTASI “COKELAT SERU”

A. Logo Cokelat SERU, Tehsan Grop, Produk Cokelat, dan Tim “Cokelat SERU”



Anjuran situs web: <http://suaraagraria.com/detail-20276-ayo-bangkitkan-semangat-dengan-coklat-seru.html#.U9NpsPmSx8M>

B. Dokumentasi Tempat Produksi



Ruang Tamu

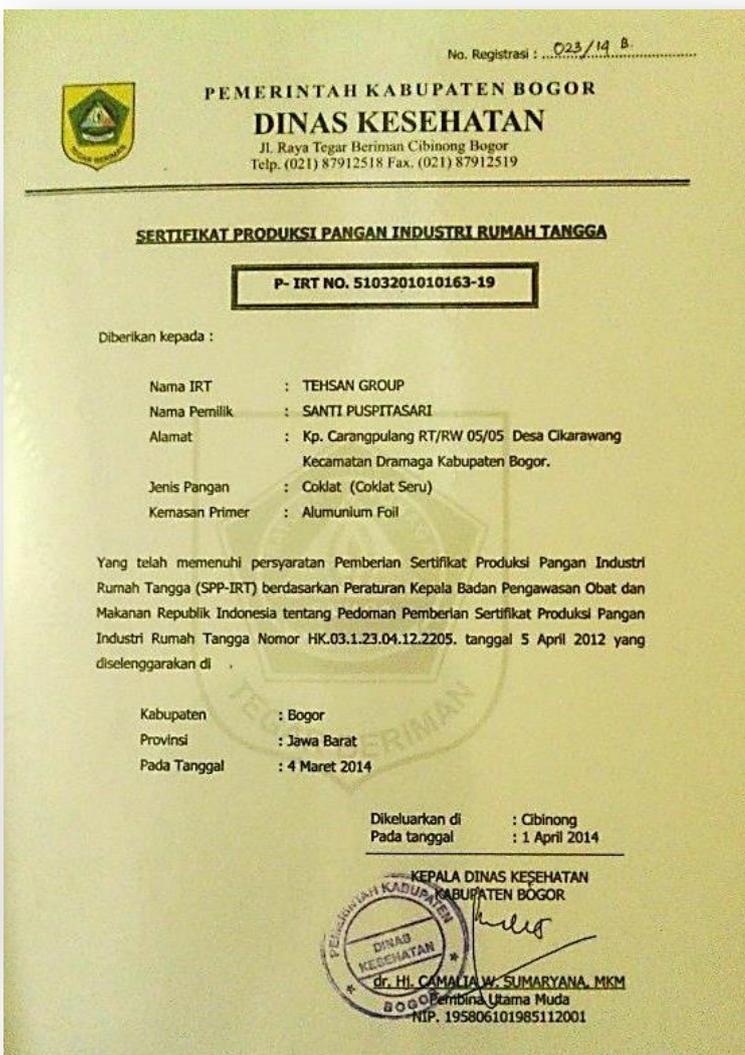


Ruang Produksi



Tempat Penyimpanan

C. Pencapaian Target
Sertifikat P-IRT
dan Penilaian oleh
tim Dinas Kesehatan



D. Promosi
LPPM IPB dengan
Pak Rektor IPB dan
Sponsor Konfrensi Ilmu Tanah se-Dunia di Jeju, Korea Selatan

