



**LAPORAN KEMAJUAN  
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA  
GG-C (GADO-GADO CREPES): SEGITIGA BERGIZI  
SEBAGAI CEMILAN SIAP SAJI**

**BIDANG KEGIATAN:  
PKM KEWIRAUSAHAAN**

**Diusulkan Oleh:**

Wahyu Sukmana Dewi	G24100025/2010
Dewi Sulistyowati	G24100059/2010
Ilnina Philippines	G24100060/2010
Hermawati Nur Zulaikha	G84110047/2011

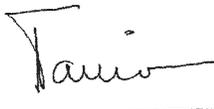
**INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2014**

## PENGESAHAN PKM-KEWIRAUSAHAAN

1. Judul Kegiatan : GG-C (Gado-Gado Crepes): Segitiga Bergizi sebagai Cemilan Siap Saji
2. Bidang Kegiatan : PKM-K
3. Bidang Ilmu : Makanan
4. Ketua Pelaksana Kegiatan
  - a. Nama Lengkap : Wahyu Sukmana Dewi
  - b. NIM : G24100025
  - c. Departemen : Geofisika dan Meteorologi
  - d. Institut : Institut Pertanian Bogor
  - Alamat Rumah/HP : Komplek Perumahan IPB Babakan Lio, Sawah Baru Desa Balungbang Jaya, Bogor Barat/085695479699
  - e. Alamat e-mail : dewysukma04@gmail.com
5. Anggota Pelaksana Kegiatan : 3 orang
6. Dosen Pendamping
  - a. Nama Lengkap dan Gelar : Dr. Perdinan, S.Si, M. NRE.
  - b. NIDN : 0020077903
  - c. Alamat Rumah/HP : Gang Mesjid RT 03 RW 04 No. 09 Cisalak, Depok/085693555405
7. Biaya Kegiatan Total
  - a. Dikti : Rp 9.600.000
  - b. Sumber lain : -
8. Jangka Waktu Pelaksana : 5 Bulan

Bogor, 20 Juli 2014

Menyetujui,  
Ketua Departemen



Dr. Ir. Tania June, MSc  
NIP. 19630628 198803 2 001

Ketua Pelaksana Kegiatan



Wahyu Sukmana Dewi  
NRP. G24100025



Dosen Pendamping



Dr. Perdinan, S.Si, M.NRE  
NIP. 19790720 200501 1 003

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI .....	i
DAFTAR TABEL .....	i
DAFTAR LAMPIRAN .....	i
RINGKASAN.....	1
BAB 1. PENDAHULUAN .....	2
1.1 Latar Belakang .....	2
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan .....	3
1.4 Luaran .....	3
1.5 Kegunaan .....	3
BAB 2. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA .....	4
2.1 Peluang Pasar .....	4
2.2 Rencana Pemasaran .....	4
BAB 3. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN .....	4
3.1 Lokasi Produksi.....	4
3.2 Perencanaan Produksi.....	4
3.3 Proses Produksi .....	4
3.4 Strategi Pemasaran .....	5
3.5 Analisis Profit.....	7
BAB 4. BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN .....	8
4.1 Anggaran Biaya.....	8
4.2 Jadwal Kegiatan .....	9

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Format Ringkasan Anggaran Biaya .....	8
Tabel 2 Jadwal Rencana Kegiatan .....	9

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Ketua dan Anggota.....	10
Lampiran 2 Justifikasi Anggaran Kegiatan .....	14
Lampiran 3 Susunan Organisasi Tim Peneliti dan Pembagian Tugas .....	16
Lampiran 4 Surat Pernyataan Ketua Peneliti .....	17

## RINGKASAN

Indonesia merupakan negara yang kaya akan berbagai kuliner makanan dari berbagai daerah. Perkembangan arus modernisasi yang semakin pesat juga merambah pada sektor industri makanan di Indonesia, salah satunya adalah cemilan. Namun, masyarakat sekarang cenderung menyukai makanan siap saji atau *fast food* sebagai cemilan dan mulai melupakan makanan tradisional Indonesia yang umumnya terdiri dari bahan-bahan alami, seperti sayur-sayuran. Untuk itu dibutuhkan suatu inovasi baru dalam penyajian makanan tradisional agar makanan tradisional yang sehat kembali digemari masyarakat, terutama anak-anak dan remaja.

Gado-gado crepes merupakan makanan cemilan yang berbahan dasar dari berbagai macam sayuran seperti mentimun, wortel, dan toge. Proses pembuatannya pun dilakukan secara alami tanpa menambahkan bahan pengawet buatan. Gado-gado crepes mengandung gizi cukup yang mampu mengalihkan rasa lapar pengkonsumsinya. Produk ini merupakan suatu inovasi dalam penyajian produk makanan cemilan Indonesia yang sehat dan murah agar dapat diterima semua kalangan, selain itu dapat meningkatkan minat dan kesadaran masyarakat terhadap makanan cemilan yang berbahan dasar alami.

Tahap awal proses produksi dipilih beberapa tempat yang strategis, akses masuk mudah, dan pengeluaran yang sekecil mungkin sehingga pemilihan tempat di Desa Babakan gang III Darmaga Bogor. Strategi pemasaran yang dilakukan adalah *product, price, place, dan promotion*. Proses pembuatan crepes yang meliputi pembelian alat, pembelian bahan, distribusi, dan kontrol hasil penjualan akan dilakukan selama 5 bulan dengan total biaya Rp 9.600.000. Produk ini memiliki segmentasi untuk kalangan menengah bawah karena harganya cukup terjangkau yaitu Rp 4.500,00. Target utama pemasaran produk ini yaitu kelompok mahasiswa dan pelajar.

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pola makan dan makanan yang sehat dan bergizi telah digantikan oleh hadirnya makanan siap saji (*fast food*) yang lebih praktis. Tradisi makanan lokal perlahan mulai tergeser dan tanpa disadari, kepedulian terhadap kualitas makanan pun semakin menurun. *Mindset* yang telah berkembang dalam masyarakat adalah bahwa makanan yang baik itu makanan barat atau makanan mahal dan makanan warung hanya untuk kalangan menengah ke bawah. Pemikiran yang salah mengenai makanan baik dan sehat yang seharusnya dikonsumsi tersebut akan berimbas terhadap kehidupan masyarakat terutama yang sangat konsumtif.

Cemilan dikalangan masyarakat memang selalu dibutuhkan, baik untuk pengusir bosan, pereda rasa lapar, atau untuk menambah selera makan. Masyarakat dengan tingkat mobilisasi yang tinggi pun membutuhkan makanan cemilan. Memilih makanan cemilan tidak boleh asal atau sembarangan namun harus memperhatikan kandungan gizi yang cukup sehingga mampu melancarkan aktivitas yang semakin padat. Gado-gado crepes merupakan makanan cemilan yang berbahan dasar dari berbagai macam sayuran seperti mentimun, wortel, dan toge. Proses pembuatannya pun dilakukan secara alami tanpa menambahkan bahan pengawet buatan. Gado-gado crepes mengandung gizi cukup yang mampu mengalihkan rasa lapar pengkonsumsinya.

### **1.2 Perumusan Masalah**

1. Kecenderungan masyarakat terhadap makanan siap saji yang semakin meningkat dan menurunkan konsumsi terhadap makanan tradisional berbahan dasar alami.
2. Hasil pertanian terutama sayuran yang belum dimanfaatkan secara maksimal.
3. Minimnya modifikasi produk hasil pertanian yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pola hidup sehat.

### **1.3 Tujuan**

1. Menghasilkan inovasi produk makanan cemilan yang sehat dan murah agar dapat diterima oleh semua kalangan.
2. Meningkatkan minat dan kesadaran masyarakat terhadap makanan cemilan yang berbahan dasar alami.

### **1.4 Luaran**

Menghasilkan produk makanan cemilan sehat dan murah berbahan dasar alami yang dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat dengan harga yang terjangkau dalam bentuk gado-gado crepes.

### **1.5 Kegunaan**

1. Untuk Mahasiswa
  - a. Mengembangkan jiwa kewirausahaan.
  - b. Belajar membuat produk inovasi untuk meningkatkan citra makanan tradisional Indonesia.
2. Untuk Masyarakat
  - a. Menghasilkan produk diversifikasi pangan yang menyehatkan bagi masyarakat.
  - b. Menciptakan lapangan usaha baru.

## **BAB 2. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA**

### **2.1 Peluang Pasar**

Peluang pasar dari usaha ini masih terbuka luas karena kondisi yang sangat memungkinkan produk ini dapat berkembang di masyarakat. Beberapa kondisi yang menyebabkan usaha ini memiliki peluang besar adalah:

- a. Produk ini merupakan produk dengan inovasi baru. Tampilan dan bentuk yang praktis, kandungan gizi yang tinggi serta harga yang terjangkau sehingga diharapkan dapat menarik perhatian konsumen.
- b. Kebiasaan masyarakat terutama anak-anak yang tidak suka makan sayuran dan lebih menyukai makanan siap saji, sehingga diperlukan modifikasi sajian dari sayuran agar terlihat lebih menarik dalam kemasan yang lebih praktis.

### **2.2 Rencana Pemasaran**

- a. Mengadakan promosi dengan cara penyebaran *leaflet* dan brosur, maupun dengan sosial media seperti *facebook*, *twitter*, dan blog.
- b. Memberikan *sample* gratis kepada masyarakat di sekitar kampus (siswa-siswi sekolah, mahasiswa, dosen, dan warga).
- c. Produk ini akan dipasarkan secara langsung, yaitu dengan mendirikan sebuah gerai di daerah strategis di sekitar kampus yang banyak dilalui oleh mahasiswa, pelajar, dan masyarakat.

## **BAB 3. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN**

### **3.1 Lokasi produksi**

Sebagai tahap awal proses produksi, lokasi yang akan digunakan untuk memproduksi crepes bertempat di Desa Babakan gang III Darmaga Bogor.

### **3.2 Perencanaan produksi**

Bahan-bahan yang digunakan untuk isi crepes adalah telur puyuh, tahu putih, tempe, dan berbagai macam jenis sayuran, seperti mentimun, wortel dan toge. Untuk bahan kulit crepes terdiri dari susu bubuk, tepung terigu, gula pasir, telur, garam, vanili, dan mentega.

### **3.3 Proses Produksi**

#### **Cara pembuatan kulit crepes :**

- a. Tepung terigu, garam, susu cair, gula pasir dan mentega cair di campur dan diaduk hingga rata.
- b. Adonan didinginkan selama satu jam di dalam kulkas.
- c. Adonan dikeluarkan dari kulkas dan didiamkan selama beberapa menit.

#### **Cara pembuatan gado-gado :**

- a. Berbagai macam sayuran (wortel, mentimun, dan toge) dipotong dengan ukuran kecil.
- b. Sayuran dan telur puyuh direbus.
- b. Tahu putih dan tempe digoreng dengan minyak hingga garing.
- c. Untuk pembuatan saus kacang, bawang merah, bawang putih, cabai, kacang tanah, garam, gula merah dan daun jeruk dihaluskan dan dicampur dengan air hangat.

#### **Cara penyajian GG-C :**

- a. Isi crepes yang terdiri dari potongan wortel, toge, dan mentimun diletakkan di atas piring kecil, lalu di siram dengan bumbu pecel dan bahan di aduk hingga rata.
- b. Wajan crepes yang rata dipanaskan, lalu adonan kulit crepes dituang ke loyang.
- c. Adonan didiamkan hingga berubah warna.
- d. Ketika warna kulit crepes mulai berubah menjadi kecoklatan, sayuran, tahu putih, tempe, dan telur yang telah dicampur dengan bumbu pecel lalu dituangkan di atas kulit crepes.
- e. Lipat kulit crepes hingga dapat membungkus isi pecel dengan bentuk segitiga, dan crepes diangkat dari wajan.

### **3.4 Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran sangat berkaitan dengan segmentasi, *targetting* dan *positioning* dari produk atau biasanya disingkat dengan STP. Produk ini memiliki segmentasi untuk kalangan masyarakat menengah bawah karena harganya cukup terjangkau dan sesuai untuk segala umur. Pangsa pasar produksi ini dibagi menjadi dua segmen, yaitu kelompok mahasiswa dan pelajar, serta kelompok umum. Adanya pengelompokan menjadi dua segmen dilakukan karena terdapat perbedaan kebutuhan dalam masyarakat. Kelompok pertama, memiliki pangsa pasar yang besar, terlebih lagi jika dilihat dari sisi psikologis mereka yang cenderung konsumtif. Pangsa pasar pada kelompok kedua juga cukup besar karena melibatkan masyarakat yang tinggal di sekitar lingkaran kampus IPB. Target utama pemasaran produk ini adalah kelompok pertama yang terdiri dari kelompok mahasiswa dan pelajar. Hal ini didasarkan pada fakta bahwa kelompok pertama memiliki ukuran pasar yang besar. Sedangkan kelompok kedua adalah masyarakat umum yang merupakan target jangka panjang sehingga produk ini dapat beredar dan diterima oleh masyarakat secara luas. *Positioning* produk ini adalah crepes yang lezat dan bergizi (kandungan utama karbohidrat, protein, lemak, kalsium, phosphor, zat besi, dan provitamin A).

Strategi pemasaran yang perlu dilakukan adalah 4P yaitu *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*. Produk ini berupa gado-gado crepes yang berisi tahu putih, tempe dan berbagai macam sayuran dengan siraman sambal kacang. Bentuk penyajian produk ini dapat digulung membentuk segitiga dengan ukuran sedang, sehingga produk ini menjadi praktis dan dapat dikonsumsi langsung. Keunggulan produk ini adalah dapat membantu menjaga kesehatan karena mengandung banyak gizi. Selain itu, produk ini juga disajikan dengan kemasan yang menarik dan merupakan inovasi baru di pasaran. Harga yang kami tawarkan adalah harga bersaing dengan harga persatuan GG-C hanya Rp 4.500,- sehingga dapat terjangkau oleh berbagai kalangan, terutama pelajar dan mahasiswa.

Dalam memasarkan produk, dipilih beberapa lokasi di sekitar lingkaran kampus IPB. Penentuan lokasi pemasaran didasarkan pada kriteria sebagai berikut: lokasi yang strategis, akses masuk mudah dan biaya yang dikeluarkan sekecil mungkin. Berdasarkan kriteria tersebut, kami menggunakan gerai untuk menjangkau daerah pemasaran yang berada di dalam kampus.

GG-C merupakan inovasi produk baru sehingga promosi sangat penting dilakukan untuk kepentingan pengenalan awal produk kepada masyarakat. Hal-hal yang akan kami lakukan dalam rangka mempromosikan produk crepes ini yaitu :

1. Pemberian informasi secara langsung (*direct promotion*) kepada masyarakat dengan melakukan *direct selling*.
2. Pemberian informasi secara tidak langsung (*undirect promotion*) yang dilakukan dalam beberapa bentuk kegiatan diantaranya penyebaran poster, *pamflet*, dan *leaflet*.

### 3.5 Analisis Profit

- a. Total Biaya yang dibutuhkan

$$\begin{aligned}
 &= \text{Biaya peralatan} + \text{Biaya produksi} + \text{Biaya transportasi} + \text{Biaya promosi} \\
 &= \text{Rp } 2.965.000 + \text{Rp } 4.885.000 + \text{Rp } 850.000 + \text{Rp } 900.000 \\
 &= \text{Rp } 9.600.000
 \end{aligned}$$

- b. **Biaya Penyusutan Alat**

Umur Teknis Peralatan : 10 tahun

Nilai akhir setelah umur ekonomis alat: 10%

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya penyusutan per tahun} &= \frac{(\text{Harga awal} - \text{harga akhir})}{\text{umur ekonomis alat}} \\
 &= (2.965.000 - 296.500)/10
 \end{aligned}$$

$$= \text{Rp. } 266.850$$

- c. **Harga Pokok Produksi**

Kapasitas Produksi (1 bulan) : 2400 crepes

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya tetap} &= \text{Biaya penyusutan} + \text{Biaya operasional} \\
 &= \text{Rp. } 266.850 + \text{Rp. } 2.965.000 \\
 &= \text{Rp. } 3.231.850
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Harga pokok produksi} &= \frac{(\text{Biaya tetap} + \text{biaya variabel})}{\text{kapasitas produksi}} \\
 &= (3.231.850 + 4.885.000)/2400 \\
 &= \text{Rp } 3.382,021/ \text{buah}
 \end{aligned}$$

$$\text{Harga jual} = \text{Rp } 4.500$$

- d. **Analisis *break event point* (BEP)**

BEP terjadi jika total biaya variable GG-C sama dengan nilai jual. BEP dapat dihitung melalui rumus di bawah ini:

$$\text{BEP} = \frac{\text{Tota Biaya Produksi} + \text{Biaya Penyusutan}}$$

Harga Jual

$$\text{BEP} = \frac{\text{Rp } 9.600.000 + 266.850}{\text{Rp } 4.500}$$

$$= 2192,633 \text{ crepes}$$

$$= \mathbf{2193} \text{ crepes}$$

Dari hasil perhitungan BEP tersebut diketahui bahwa produsen akan mencapai titik impas bila dapat menjual produknya sebanyak 2193 crepes pada 1 bulan pertama dengan harga senilai Rp 4.500/crepes.

- e. **Analisis *Payback Period***

Estimasi jangka waktu pengembalian investasi perusahaan dapat ditunjukkan dengan menghitung nilai *payback period*. *Payback period* pada usaha ini adalah :

$$\begin{aligned}
 \textit{Payback period} &= \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Keuntungan per periode}} \\
 &= \frac{\text{Rp 9.600.000}}{\text{Rp 10.800.000}} \\
 &= 0,89 \text{ periode} \\
 &= \mathbf{0,9 \text{ periode}}
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan *payback period* di atas, dihasilkan angka sebesar 0,9 periode. Artinya, dalam jangka waktu 0,9 periode, modal usaha akan kembali.

## **BAB 4 PELAKSANAAN PROGRAM DAN HASIL**

### **4.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan**

Lokasi yang digunakan untuk memproduksi crepes bertempat di Desa Babakan gang III Darmaga Bogor. Proses pembuatan crepes dimulai pada bulan Februari 2014.

### **4.2 Hasil Sementara**

#### **a. Perencanaan produksi**

Bahan-bahan yang digunakan untuk isi crepes adalah telur puyuh, tahu putih, tempe, dan berbagai macam jenis sayuran, seperti mentimun, wortel dan toge. Untuk bahan kulit crepes terdiri dari susu bubuk, tepung terigu, gula pasir, telur, garam, vanili, dan mentega. Selain bahan-bahan untuk isi crepes diatas, kami juga mencoba menambahkan jagung manis dan bawang goreng di atas crepes untuk menambah cita rasa. Sedangkan untuk kulit crepes, kami juga menambahkan sedikit pewarna makanan agar lebih menarik.

#### **b. Proses Produksi**

##### **Cara pembuatan kulit crepes :**

- a. Tepung terigu, garam, susu cair, gula pasir dan mentega cair di campur dan diaduk hingga rata.
- b. Adonan didinginkan selama satu jam di dalam kulkas.
- c. Adonan dikeluarkan dari kulkas dan didiamkan selama beberapa menit.

##### **Cara pembuatan gado-gado :**

- a. Berbagai macam sayuran (wortel, mentimun, jagung, dan toge) dipotong dengan ukuran kecil.
- b. Sayuran dan telur puyuh direbus.
- c. Tahu putih dan tempe digoreng dengan minyak hingga garing.
- d. Bawang merah digoreng garing hingga warna kekuningan
- e. Untuk pembuatan saus kacang, bawang merah, bawang putih, cabai, kacang tanah, garam, gula merah dan daun jeruk dihaluskan dan dicampur dengan air hangat.

##### **Cara penyajian GG-C :**

- a. Isi crepes yang terdiri dari potongan wortel, toge, dan mentimun diletakkan di atas piring kecil, lalu di siram dengan bumbu pecel dan bahan di aduk hingga rata.

- b. Wajan crepes yang rata dipanaskan, lalu adonan kulit crepes dituang ke loyang.
- c. Adonan didiamkan hingga berubah warna.
- d. Ketika warna kulit crepes mulai berubah menjadi kecoklatan, sayuran, tahu putih, tempe, dan telur yang telah dicampur dengan bumbu pecel lalu dituangkan di atas kulit crepes.
- e. Lipat kulit crepes hingga dapat membungkus isi pecel dengan bentuk segitiga, dan crepes diangkat dari wajan.
- d. Pembuatan desain flyer, banner, spanduk, dan gerobak atau kios

**c. Pemasaran**

- Produksi crepes sudah dilakukan selama 4 kali yaitu di komplek perumahan Dramaga Regency Bogor pada tanggal 24 Februari 2014, 20 Maret 2014, 4 April 2014, 11 Mei 2014, dan 31 Mei 2014.
- Mendapatkan pesanan sebanyak 50 buah untuk sebuah acara pada tanggal 31 Mei 2014.
- Melakukan modifikasi pada isi crepes, yaitu dari sayuran diganti menjadi isi buah.
- Kegiatan pemasaran dan proses produksi semua dilakukan dengan bantuan CV PI - AREA berdasarkan nota kesepahaman yang telah disepakati bersama sebelumnya.
- Pembuatan desain gerobak, flyer, banner, dan spanduk.

**BAB 5. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA**

Rencana yang akan kami lakukan selanjutnya adalah :

- a. Melakukan penjualan di beberapa lokasi strategis, seperti komplek perumahan dan monas.
- b. Membuat gerai di dalam kampus IPB.
- c. Memperluas daerah penjualan GGC

## Lampiran 1 Justifikasi Anggaran Kegiatan

### 1. Biaya Peralatan

Jenis	Justifikasi Pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Keterangan)
Sendok besar	Alat pengaduk	3 buah	-	20.000
Toples besar	Tempat untuk menyimpan	3 buah	20.000	60.000
Parutan keju	Alat memarut	1 buah	10.000	10.000
Toples segiempat	Alat untuk menyimpan	2 buah	17.500	35.000
Pengocok telur	Alat mengocok telur	1 buah	45.000	45.000
Nampan	Penyimpan Bahan	3 buah	15.000	45.000
Timbangan	Pengukur	1 buah	40.000	40.000
Tempat adonan	Penyimpan Bahan	3 buah	10.000	30.000
Baskom	Penyimpan Bahan	2 buah	15.000	30.000
Kompur gas	Alat masak	1 buah	360.000	360.000
Tabung gas besar	Alat masak	1 buah	150.000	150.000
Wajan	Alat masak	1 buah	157.000	157.000
Loyang besi	Alat masak	1 buah	969.000	969.000
Loyang alumunium	Alat masak	1 buah	370.000	370.000
Teflon kecil	Alat masak	1 buah	195.500	195.500
Telon besar	Alatt masak	1 buah	449.000	449.000
<b>Sub Total (Rp)</b>				<b>2.965.500</b>

2. Biaya Habis Pakai

Jenis	Justifikasi Pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan	Keterangan
Bahan-bahan	Bumbu inti, bahan dapur	-	-	468.000
Bahan-bahan	Bumbu inti dan bahan dapur	-	-	520.000
Bahan-bahan	Bumbu dan bahan dapur	-	-	482.000
Susu murni	Bahan	35 buah	5.000	175.000
<b>Sub Total (Rp)</b>				<b>1.645.000</b>

3. Perjalanan

Jenis	Justifikasi Pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan	Keterangan
Transportasi	Pembelian bahan-bahan	3 orang	-	273.500
Sewa angkot	Pembelian bahan produksi	-	-	90.000
Transportasi	Pembelian bahan produksi	3 orang	-	18.000
Transportasi	Pembelian bahan produksi	3 orang	-	17.500
Transportasi	Ojek	3 orang	7.000	21.000
Transportasi	Bensin	-	-	50.000
Parkir motor	-	1 buah	-	2.000
Parkir motor	-	1 buah	-	2.000
<b>Sub Total (Rp)</b>				<b>474.000</b>

4. Lain-lain

Jenis	Justifikasi Pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan	Keterangan
Pembelian ATK	Untuk pembuatan proposal	-	-	30.500
Pembelian gas kompor portable	Untuk memasak	3	15.300	45.900
Pembelian kardus	Untuk packing	1	1000	1.000
Pembuatan Stand banner	Promosi	2 buah	-	175.000
Leaflet	Promosi	150 lembar	2500	375.000
<b>Sub Total (Rp)</b>				<b>627.400</b>

**Lampiran 2 Bukti Pendukung Kegiatan**

