



LAPORAN AKHIR
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

U-BAG (UMBRELLA BAG): TAS KREATIF DENGAN PAYUNG SIAGA
SEBAGAI SOLUSI UNIK UNTUK TETAP BERAKTIVITAS KETIKA HUJAN

BIDANG KEGIATAN:
PKM-KEWIRAUSAHAAN

Disusun oleh:

Selamet Widodo	H14110008	2011
Feriansyah	H14110015	2011
Aulia Novita	H14110016	2011
Faris Ady Nugroho	H14110059	2011
Andi Hidayat	H34120090	2012

INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2014

PENGESAHAN USULAN PKM-KEWIRAUSAHAAN

1. Judul kegiatan : *U-BAG (Umbrella Bag)*: Tas Kreatif dengan Payung Siaga sebagai Solusi Unik untuk Tetap Beraktivitas Ketika Hujan
2. Bidang Kegiatan : PKM-K
3. Ketua Pelaksana Kegiatan
 - a. Nama lengkap : Selamat Widodo
 - b. NIM/NRP : H14110008
 - c. Jurusan : Ekonomi dan Studi Pembangunan
 - d. Universitas/Institut/Politeknik : Institut Pertanian Bogor
 - e. Alamat Rumah dan No. Tel/HP : Wisma Galih Babakan Lebak
 - f. Alamat email : selamatwid@gmail.com
4. Anggota Pelaksana Kegiatan : 4 orang
5. Dosen Pendamping
 - a. Nama Lengkap dan Gelar : Dr. Muhammad Findi A, M.E.
 - b. NIDN : 0024017308
 - c. Alamat Rumah dan No. Tel : Taman Cimanggu Jl. Boulevard Blok O/II No. 12 Bogor 16163 (08129965280)
6. Biaya Kegiatan Total
 - a. Dikti : Rp 9.999.500,00
 - b. Sumber lain : -
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 5 Bulan

Bogor,
Menyetujui 13 April 2014
Ketua Departemen Ilmu Ekonomi

Dr. Ir. Dedi Budiman Hakim, M.Ec
NIP. 19641022 198903 1003

Wakil Rektor Bidang Akademik dan

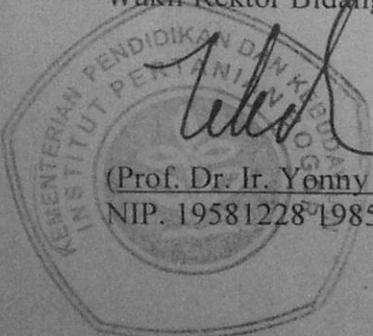
(Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmaryono, MS)
NIP. 19581228 198503 1003

Ketua Pelaksana Kegiatan

Selamat Widodo
NIM. H14110008

Dosen Pendamping Kemahasiswaan

(Dr. Muhammad Findi A, M.E.)
NIP. 19730124 200710 1001



ABSTRAK

Indonesia merupakan negara beriklim tropis, sehingga hujan merupakan kondisi alam yang pasti dialami oleh setiap individu di setiap daerah. Khususnya di beberapa kota dengan curah hujan yang sangat besar. Kondisi pada saat musim penghujan menjadi kendala dalam menjalankan berbagai aktivitas di lapangan. Bukan hanya itu saja adanya perubahan cuaca yang tidak menentu saat ini menjadi salah satu hambatan dalam setiap aktivitas. Hal ini merupakan masalah yang dihadapi sehingga perlu sebuah alat bantu yang efisien dan bernilai guna tinggi sesuai dengan era modernisasi saat ini, dimana manusia selalu menginginkan segala hal yang praktis sekaligus unik dalam penggunaannya.

U-BAG merupakan produk yang menjawab segala permasalahan diatas. Tas punggung yang dilengkapi dengan payung siaga ini menjadi salah satu alat yang praktis, inovatif dan memberikan solusi yang begitu unik. Sehingga pengguna tidak perlu memegang payung dengan tangan, karena fungsi tersebut telah digantikan oleh tas punggung U-BAG.

Tujuan dari program ini adalah memenuhi kebutuhan konsumen akan produk tas unik yang memiliki nilai guna tinggi membantu dalam ketersediaan alat bantu yang fleksibel terhadap kondisi cuaca. Bukan hanya itu saja, dari sisi sosial tas ini berguna untuk sebagai alat bantu individu-individu penyandang disabilitas tangan untuk tetap beraktivitas ketika hujan. Selain itu melalui program ini diharapkan dapat mengembangkan jiwa kreativitas dan kewirausahaan mahasiswa.

Target dari program ini adalah mengembangkan keterampilan berwirausaha sekaligus menjadi usaha yang menghasilkan pendapatan bagi mahasiswa, menciptakan inovasi yang memiliki daya guna yang tinggi bagi konsumen, dan menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat dalam produksi, pemasaran, dan penjualan.

Program ini dilaksanakan selama empat bulan dengan lokasi produksi pada mitra usaha 'Wahyu Collection' dan lokasi pusat penjualan produk bertempat di Pusat Penjualan Tas Tajur dan Pusat UKM Tas Ciampea, Bogor. Perencanaan produksi terbagi atas; survei bahan baku, pengadaan alat dan bahan baku, pemilihan bahan baku, kemudian terakhir tahap pembuatan tas. Kami menggunakan strategi STP dalam pemasaran dimana *segmentation* kami bagi menjadi tas khusus anak dan tas khusus dewasa, *targetting* yang menjadi target utama adalah pelajar dan sekundernya yaitu pekerja kantoran, *positining* menempatkan konsumen agar melihat produk penjualan ini sebagai produk penunjang aktivitas sehari-hari yang inovatif dan handal.

Evaluasi perkembangan usaha dilakukan setiap minggu dengan mengawasi dan mengevaluasi pada tiap tahap proses produksi, pemasaran, penjualan, dan pelayanan konsumen, agar usaha mampu bersaing dan berkembang dalam peningkatan inovasi, perluasan pasar, peningkatan penjualan, kepuasan konsumen, dan keuntungan.

Setelah melalui berbagai tahapan proses produksi dan penekanan harga akhirnya tercipta produk tas berpayung U-Bag yang sesuai. Pemasaran pun dilakukan melalui promosi pada pameran PKM, demo cara memakai U-Bag, kuisisioner berupa kritik saran, kartu nama, dan media online untuk penjualan. Hasilnya sejauh ini Tim PKM berhasil mendapat omzet sebesar Rp 2.000.000,00 dengan menjual sepuluh unit U-Bag.

Keyword : Tas, Payung, Kreatif, Solusi, Hujan

KATA PEGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas Rahmat dan Ridho nya Laporan Akhir Program Kreativitas Mahasiswa bidang Kewirausahaan yang berjudul “***U-BAG (UMBRELLA BAG): Tas Kreatif Dengan Payung Siaga Sebagai Solusi Unik Untuk Tetap Beraktivitas Ketika Hujan***” telah dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

U-BAG (Umbrella Bag) tercipta dari salah satu ide Program Kreativitas Mahasiswa bidang Kewirausahaan di Institut Pertanian Bogor sebagai tas kreatif dengan payung siaga sebagai solusi unik untuk tetap beraktivitas ketika hujan serta mengakomodasi penyandang disabilitas tangan, didesain dengan payung khusus dibagian belakang tas yang dapat digunakan ketika hujan serta melindungi dari hujan tanpa perlu dipegang dengan tangan dengan tujuan menciptakan produk yang efisien dan menarik bagi konsumennya.

Laporan ini dibuat sebagai syarat akhir dari Program Kreativitas Mahasiswa, yang merupakan salah satu program yang dijalankan oleh Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (Ditlitabnas) Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (Ditjen Dikti). Laporan ini disusun sebagai laporan akhir kegiatan pelaksanaan Program Kreativitas Mahasiswa yang sudah kami jalankan.

Kami menyadari dalam penulisan laporan ini masih banyak kekurangannya, hal tersebut karena keterbatasan kemampuan kami. Oleh karena itu kami mengharapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari para pembaca untuk kesempurnaan pembuatan laporan akhir di masa yang akan datang.

I. PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Perubahan iklim yang terjadi telah membentuk anomali cuaca. Hujan bisa turun kapan saja, baik di musim penghujan maupun musim kemarau. Intensitas hujan yang turun pun cenderung semakin tinggi. Hal tersebut menghambat aktivitas diluar ruangan, yang harus menunggu hujan reda untuk melanjutkan aktivitas, dan tentu saja ini sangat tidak produktif. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang serba praktis membuat mereka malas untuk membawa payung kemanapun mereka beraktivitas, baik pada orang dewasa maupun anak-anak. Selain itu, pengalaman yang terjadi karena keterbatasan manusia yang pelupa sering menjadi alasan tertinggalnya payung di rumah saat beraktifitas di luar.

Atas dasar masalah tersebut, kami memandang perlunya suatu produk inovatif yang perlu dikembangkan untuk menjawab permasalahan diatas yang menjanjikan profit dan bermanfaat bagi pemakainnya. sehingga terciptalah gagasan *U-BAG (Umbrella Bag)* sebagai tas kreatif dengan payung siaga sebagai solusi unik untuk tetap beraktivitas ketika hujan serta mengakomodasi penyandang disabilitas tangan, didesain dengan payung khusus dibagian belakang tas yang dapat digunakan ketika hujan serta melindungi dari hujan tanpa perlu dipegang dengan tangan dengan tujuan menciptakan produk yang efisien dan menarik bagi konsumennya.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Adanya kebutuhan konsumen akan alat bantu yang praktis, mudah dibawa, dan efisien dalam menghadapi kondisi cuaca yang tak menentu, menjadi peluang bisnis yang menguntungkan dan menjanjikan profit dengan memproduksi tas punggung dilengkapi payung siaga yang dapat digunakan ketika hujan tanpa perlu letih memegangnya dengan tangan dan menyimpannya dalam tas ketika cuaca cerah. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi promosi yang efektif dan efisien dalam pengenalan produknya. Perlu adanya kerjasama dengan berbagai pihak yang memasarkan secara luas.

1.3 TUJUAN PROGRAM

Tujuan dari program ini adalah memenuhi kebutuhan konsumen akan produk tas unik yang memiliki nilai guna tinggi membantu konsumen dengan ketersediaan payung yang siaga terhadap kondisi cuaca. Selain itu melalui program ini diharapkan dapat mengembangkan jiwa kreativitas dan kewirausahaan mahasiswa. Di sisi sosial, pogram ini juga memberikan solusi konkret bagi penyandang disabilitas tangan untuk tetap beraktivitas ketika hujan.

1.4 LUARAN YANG DIHARAPKAN

Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini yaitu berupa produk *U-BAG (Umbrella Bag)* sebagai tas kreatif dengan payung siaga sebagai solusi unik untuk tetap beraktivitas ketika hujan dengan ketersediaan payung yang dapat digunakan ketika hujan, yang ditempatkan di bagian belakang tas, modifikasi dari penggunaan payung dengan tangan. Selain itu, *U-BAG* juga mengakomodasi penyandang disabilitas tangan agar mampu beraktivitas ketika hujan.

1.5 KEGUNAAN PROGRAM

Dengan adanya program ini, maka manfaat yang dapat diambil adalah dari mahasiswa selaku produsen yaitu dapat memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk berwirausaha, melatih mahasiswa untuk merencanakan dan mengembangkan usaha dengan baik dan menjadi peluang usaha. Sedangkan manfaat bagi konsumen adalah dapat menjadi suatu alternatif yang menarik lagi menguntungkan bagi konsumen dengan memudahkan dalam membawa barang-barang bawaan, bermain gadget, dan membaca buku saku saat beraktifitas ketika hujan karena penggunaan tangan telah digantikan oleh tas *U-BAG (Umbrella Bag)* dalam membawa payung untuk melindungi tubuh dari hujan. Di sisi sosial, program ini juga memberikan solusi konkret bagi penyandang disabilitas tangan untuk tetap beraktifitas ketika hujan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Tas merupakan salah satu barang yang sangat penting dalam kehidupan manusia yang berguna untuk membawa berbagai barang yang dibutuhkan dalam aktivitas sehari-hari, seperti buku bagi pelajar dan mahasiswa, serta laptop maupun komputer tablet bagi pekerja, maupun peralatan make-up dan keperluan khusus lainnya bagi wanita.

Namun kadang tas saja tidak cukup untuk membawa seluruh keperluan, sehingga kadang masih perlu menenteng barang lainnya. Masalah akan timbul ketika harus berjalan melewati daerah dengan panas matahari yang terik ataupun hujan dengan intensitas rendah hingga sedang, maka orang akan memegang terus payungnya untuk melindungi diri. Kami memberikan solusi praktis dan efisien, yaitu tas punggung dengan payung lipat yang siaga melindungi dari hujan, sehingga tidak perlu repot memegang payung sepanjang perjalanan.

Usaha yang akan dijalankan adalah produksi dan penjualan yang memberdayakan usaha mikro dan kecil di Bogor. Sasaran utamanya adalah pelajar, mahasiswa, dan pekerja yang menggunakan tas punggung dalam kegiatan sehari-hari. Kami akan memasarkan di gerai yang menjual perlengkapan sekolah, perlengkapan kerja, toko pakaian, dan *event* baik di pasar tradisional maupun di pusat perbelanjaan modern yang dikunjungi banyak orang.

2.2 ANALISIS SWOT

	<p>(S) Strengths:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menawarkan tas punggung dengan payung lipat siaga yang praktis dan inovatif 2. Produk belum ada di pasaran 3. Minat masyarakat terhadap penggunaan barang yang praktis sangat tinggi 4. Harga yang terjangkau 5. Strategi promosi yang menarik 	<p>(W) Weaknesses:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk tidak termasuk kebutuhan primer 2. Sementara ini hanya dapat diterapkan pada model tas punggung 3. Perlu perawatan berkala, terutama untuk pengeringan dan pembersihan payung setelah dipakai dalam kondisi hujan
<p>(O) Opportunities:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk belum ada di pasaran. 2. Terdapat segmentasi dari kalangan anak, mahasiswa hingga pegawai kantoran. 	<p>SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengangkat aspek inovasi, kreativitas, kepraktisan, dan mobilitas pengguna yang tinggi 2. Mempromosikan produk ini di berbagai tempat yang strategis 3. Diversifikasi produk berdasarkan model tas punggung dengan spesifikasi tertentu sesuai keperluan dan minat konsumen. 	<p>WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk akan dilengkapi dengan buku panduan cara menggunakan dan merawat tas serta payung siaga yang ada dalam tas, agar kegunaan tetap maksimal dan memiliki umur penggunaan yang panjang

(T) Threats:	ST	WT
1. Model tas dengan payung siaga dianggap tidak lazim karena belum pernah ada produk seperti ini.	1. Konsep pemasaran yang unik dan logo yang menarik akan menambah daya pikat produk ini. 2. Optimalisasi kualitas produk dan model tas maupun model payung.	1. Maksimalkan upaya promosi dan teknik produksi 2. Meningkatkan inovasi produk

Tabel 1. Analisis SWOT

III. METODE PENDEKATAN

3.1 WAKTU DAN TEMPAT

Program ini dilaksanakan selama empat bulan. Untuk aspek produksi, lokasi yang dipergunakan adalah pada mitra usaha '*Wahyu Collection*' Sedangkan lokasi pusat penjualan produk bertempat di Pusat Penjualan Tas Tajur dan Pusat UKM Tas Ciampea, Bogor.

3.2 ALAT DAN BAHAN

Alat yang digunakan adalah penggaris, gunting, obeng, dan mesin jahit juki. Bahan yang digunakan adalah dasar D1680, perekat, kunci sodok, seleting plastik gajah, busa pitpom, bisban, kepala seleting besi, benang nylon, fiber, triplek, baut, lem EH Bond, pipa besi, gagang payung, ring salur, ring cangkolan, ring D, kain saten jepang, kain nylon.

3.3 PERENCANAAN PRODUKSI

Perencanaan produksi terbagi atas empat tahap, yakni:

1. Survey Bahan Baku

Tim kami akan melakukan survey bahan baku ke Asemka Jakarta untuk pemilihan kualitas terbaik dengan harga yang terjangkau agar tercipta usaha yang mampu bersaing.

2. Pengadaan Alat dan Bahan Baku

Pembelian dan penyewaan beberapa peralatan produksi dan penjualan. Alat dan Bahan baku yang sudah disewa ataupun dibeli ditempatkan pada lokasi produksi dan peralatan untuk penjualan ditempatkan di lokasi penjualan.

3. Pemilihan Bahan Baku

Bahan baku yang dipilih adalah bahan baku berkualitas standar, dengan harga kompetitif, agar mampu bersaing di pasar dan memberikan pelayanan serta berfungsi maksimal bagi konsumen.

4. Pembuatan Tas *U-Bag (Umbrella Bag)*

Diawali dengan mengelas ujung payung yang ditempelkan pada papan besi penyangga, setelah itu pembuatan desain, kemudian pembuatan pola tas dan bordir merk *U-Bag*. Setelah semua jadi, las payung dijait pada bagian belakang tas lalu setelah selesai maka ts akan dibungkus dengan menggunakan furing dan *U-Bag* siap dipasarkan.

3.4 STRATEGI PEMASARAN

Manajemen pemasaran (*marketing*) adalah suatu kegiatan bagaimana seharusnya manusia untuk menunjukkan segala sesuatu yang dimiliki agar seseorang mengerti tentang sesuatu yang kita miliki dan sedapat mungkin menjadikan seseorang tertarik kepada objek yang kita tawarkan. Manajemen pemasaran merupakan salah satu kunci utama dalam suatu perusahaan untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain. Hal yang perlu diperhatikan dalam strategi pemasaran yaitu *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* (STP).

1. Segmentation

Segmentation merupakan cara memilah-milah kelompok konsumen berdasarkan potensial penawaran produk yang berbeda-beda. pangsa pasar dibagi menjadi dua bagian yaitu:

- a. Dewasa : Mahasiswa, Pelajar SMP dan SMA, serta Pekerja di Kota Bogor.
- b. Anak-anak : Pelajar TK dan SD.

2. *Targetting*

Target utama pada pemasaran tas *U-Bag (Umbrella Bag)* ini adalah pelajar dan mahasiswa yang sangat membutuhkan tas dalam aktivitas sehari-hari. Sedangkan pasar sekundernya adalah pegawai kantor yang menggunakan tas untuk menunjang aktivitasnya.

3. *Positioning*

Konsumen diharapkan akan melihat produk penjualan ini sebagai produk penunjang aktivitas sehari-hari yang inovatif dan handal. Strategi pemasaran dari sudut pandangan penjual (4P) terdiri dari: tempat yang strategis (*Place*), produk yang bermutu (*Product*), harga yang kompetitif (*Price*), promosi yang gencar (*Promotion*). Sedangkan dari sudut pandang pelanggan (4C) terdiri dari kebutuhan dan keinginan pelanggan (*Customer Needs and Wants*), biaya pelanggan (*Cost to The Customer*), kenyamanan (*Convenience*), dan komunikasi (*Communication*) yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan pelanggan sepenuhnya (*Total Customer Satisfaction*). Dari segi harga, akan dibagi dua segmen, yaitu *U-Bag (Umbrella Bag)* Casual untuk mahasiswa dan pekerja, dengan harga Rp 200.000,00 dan *U-Bag (Umbrella Bag)* Junior dengan harga Rp 150.000,00.

3.5 EVALUASI PERKEMBANGAN USAHA

Evaluasi perkembangan usaha akan dilakukan setiap per minggu, dengan mengawasi dan mengevaluasi proses produksi, pemasaran, penjualan, dan pelayanan konsumen, agar usaha mampu bersaing dan berkembang dalam peningkatan inovasi, perluasan pasar, peningkatan penjualan, kepuasan konsumen, dan keuntungan.

IV. PELAKSANAAN PROGRAM

4.1 WAKTU DAN TEMPAT PELAKSANAAN

Program ini dilaksanakan selama empat bulan. Untuk aspek produksi, lokasi yang dipergunakan adalah pada mitra usaha 'Wahyu Collection' Sedangkan lokasi pusat penjualan produk bertempat di Pusat Penjualan Tas Tajur dan Pusat UKM Tas Ciampea, Bogor.

4.2 TAHAPAN PELAKSANAAN

Kegiatan PKM ini direncanakan berlangsung 5 bulan, terhitung dimulai bulan Februari 2012014 sampai Juni 2014. Jadwal pelaksanaan program ini tertera pada tabel dibawah :

No.	Kegiatan	Februari	Maret	April	Mei	Juni
1.	Sosialisasi dan Konsultasi Dosen Pembimbing	■		■		■
2.	Survey Mitra dan Pembelian Bahan		■			
3.	Pembuatan <i>Sample U-BAG</i>			■		
4.	Pemasaran Tas di Expo UKM IPB, Media Sosial dan				■	■
5.	Produksi 12 unit <i>U-BAG</i>					■
6.	Penjualan Produk 10 Unit <i>U-BAG</i>					■
7.	Evaluasi kegiatan	■	■	■	■	■
8.	Pembuatan laporan				■	■

Tabel 3. Jadwal Kegiatan

4.3 INSTRUMEN PELAKSANAAN

Alat yang digunakan adalah penggaris, gunting, obeng, dan mesin jahit juki. Bahan yang digunakan adalah dasar D1680, perekat, kunci sodok, seleting plastik gajah, busa pitpom, bisban, kepala seleting besi, benang nylon, fiber, triplek, baut, lem EH Bond, pipa besi, gagang payung, ring salur, ring cangkolan, ring D, kain saten jepang, kain nylon.

4.4 REKAPITULASI RANCANGAN DAN REALISASI BIAYA

Dalam rekapitulasi anggaran, tim PKM mendapatkan dana talangan dari pihak Kemahasiswaan IPB sebesar Rp 3.000.000,00 dan selanjutnya memohon tambahan dana lagi sebesar Rp 4.000.000,00 sehingga total dana talangan yang diberikan oleh pihak Kemahasiswaan IPB adalah sebesar Rp 7.000.000,00. Dana tersebut digunakan untuk produksi, pemasaran, administrasi serta transportasi.

Sejauh ini, Tim PKM berhasil mendapat omzet sebesar Rp 2.000.000,00 dengan menjual sepuluh unit U-Bag dengan harga per unit sebesar Rp 200.000,00 dengan pilihan *custom* sesuai selera konsumen.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 PENCAPAIAN PRODUKSI

Pelaksanaan pada tahap produksi dapat dikatakan sedikit terhambat karena terdapat ketidaksesuaian antara tim PKM dengan mitra usaha Rival *Collection*. Keterhambatan ini terjadi karena mitra usaha menghabiskan waktu yang lama dalam pembuatan sample tas U-Bag. Selain itu terdapat ketidaksesuaian model dan bahan tas yang digunakan mitra sehingga tim PKM menilai hasil sample tas yang telah dibuat oleh mitra belum bisa dikatakan memuaskan. Hal ini juga disebabkan oleh ketidakmampuan mitra usaha dalam menyambungkan payung ke dalam tas U-Bag.

Tim PKM telah melakukan kunjungan lapang yang kedua yaitu pada mitra usaha Bulini *Production* yang terletak di Kecamatan Cikampak, Kabupaten Bogor dan bermaksud menjalin kerja sama dalam pembuatan U-Bag. Setelah melakukan kontrak, mitra usaha membuat sample tas U-Bag dan hasilnya cukup memuaskan namun dari segi harga yang ditawarkan oleh Mitra Produksi rupanya terlalu tinggi, sehingga jika tim PKM melanjutkan kerjasama dengan Bulini *Production* maka keuntungan yang akan didapat oleh tim PKM akan sedikit.

Pada bulan Mei 2014, Tim PKM menemukan Mitra Usaha yang tepat yakni Wahyudin *Collection* dan harga yang disepakati lebih menguntungkan jika dibandingkan dengan mitra sebelumnya. Oleh karena itu, Tim PKM akan melakukan kerja sama dalam waktu jangka panjang dalam memproduksi U-Bag.

Dalam memproduksi U-Bag, ada beberapa hal yang perlu diproduksi lagi selain tas khususnya yaitu dengan memasang payung ke dalam tas. Maka dari itu, Tim PKM sudah melakukan survey untuk mencari payung dengan harga murah namun berkualitas dan mencari mitra bengkel las untuk memasangkan dudukan payung ke dalam tas.

5.2 PENCAPAIAN PEMASARAN

Dalam tahap pemasaran tas U-Bag, tim PKM telah melakukan kunjungan lapang pada toko tas di daerah Darmaga, Jalan Merdeka dan Tajur dengan berencana mensupply tas U-Bag dengan sistem keuntungan bagi hasil. Pada pameran PKM di Kampus IPB Darmaga, tim PKM melakukan promosi dengan demo cara memakai U-Bag dan mengadakan kuisisioner berupa kritik serta saran terkait U-Bag. Selain itu, kami juga menyediakan kartu nama bilamana konsumen tertarik untuk membeli U-Bag.

Tim PKM telah membuat akun jejaring sosial seperti facebook, twitter, BBM dan *instagram* guna meraih pelanggan dengan cara *online shopping*. Pemasaran via jejaring sosial diharapkan dapat menjangkau pembeli dari daerah manapun sehingga produk U-Bag dapat dikenali masyarakat luas.

5.3 PENCAPAIAN KEUANGAN

Pencapaian keuangan pada U-Bag pada awalnya tidak stabil karena adanya pembuatan *sample* yang gagal sehingga Tim PKM harus survey untuk mendapatkan mitra produksi yang tepat. Selain itu, karena belum adanya dana riil dari Dikti untuk PKM maka tim PKM meminta bantuan talangan dana dari pihak rektorat.

Sejauh ini, Tim PKM berhasil mendapat omzet sebesar Rp 2.000.000,00 dengan menjual sepuluh unit U-Bag dengan harga per unit sebesar Rp 200.000,00 dengan pilihan *custom* sesuai selera konsumen.

5.4 PENCAPAIAN SUMBER DAYA MANUSIA

Dalam manajemen Sumber Daya Manusia, tim PKM telah menjadwalkan Rapat Internal mingguan rutin untuk melihat sejauh mana perkembangan yang telah dilakukan Tim PKM. Tim PKM juga melakukan *Job Description* kepada masing-masing anggota dengan menunjuknya sebagai penanggung jawab dari tahap produksi, pemasaran, administrasi dan keuangan serta pengamatan terhadap riset yang dijalani selama kegiatan PKM ini berlangsung.

Tim PKM juga melakukan kontrol terhadap mitra usaha, baik itu mitra dalam memproduksi tas maupun mitra dalam memproduksi payung sehingga pengawasan yang dilakukan bisa meminimalisir resiko yang akan terjadi. Selain itu, Tim PKM menyewa jasa desain untuk pembuatan Kartu Nama, Poster, Baliho dan Pamflet.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Kondisi pada saat musim penghujan menjadi kendala dalam menjalankan berbagai aktivitas di lapangan. Bukan hanya itu saja adanya perubahan cuaca yang tidak menentu saat ini menjadi salah satu hambatan dalam setiap aktivitas. Hal ini merupakan masalah yang dihadapi sehingga perlu sebuah alat bantu yang efisien dan bernilai guna tinggi sesuai dengan era modernisasi saat ini, dimana manusia selalu menginginkan segala hal yang praktis sekaligus unik dalam penggunaannya. U-BAG merupakan produk yang menjawab segala permasalahan diatas. Tas punggung yang dilengkapi dengan payung siaga ini menjadi salah satu alat yang praktis, inovatif dan memberikan solusi yang begitu unik. Sehingga pengguna tidak perlu memegang payung dengan tangan, karena fungsi tersebut telah digantikan oleh tas punggung U-BAG.

U-BAG diharapkan mampu menjadi solusi berbagai aktivitas dalam kehidupan sehari-hari. Untuk kedepannya perlu ada standarisasi produk, pematenan produk untuk menghindari plagiat, kontrak kerjasama dengan produsen tas ternama, inovasi dalam permodalan dan tentunya pengembangan demi pengembangan perlu terus dilakukan agar tercapai sebuah kesempurnaan produk yang sesuai dengan keinginan pasar.

VII. DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2013. Mengenal Tas Ransel Berdasarkan Fungsi Dan Kegunaannya. <http://www.geraiwanita.com/content/18-mengenal-tas-ransel-berdasarkan-fungsi-dan-kegunaannya>
- Anonim. 2013. Payung. [Internet]. [diunduh 2013 Oktober 17]. Tersedia pada <http://id.wikipedia.org/wiki/Tas>
- Anonim]. 2013. Payung. [Internet]. [diunduh 2014 Februari 24]. Tersedia pada <http://id.wikipedia.org/wiki/Payung>
- Start, Daniel dan Ingle Hoveland. Analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Kesempatan, Ancaman) [Internet]. [diunduh 2013 Oktober 17]. Tersedia pada <http://www.smeru.or.id/report/.../82.pdf>

LAMPIRAN

1. Penggunaan Dana

Pemasukan	Nominal
Dana Talangan Ditmawa (1)	Rp 3.000.000
Dana Talangan Ditmawa (2)	Rp 4.000.000
Penjualan 10 Unit U-Bag	Rp 2.000.000
Total Pemasukan	Rp 9.000.000

Pengeluaran	Nominal
Produksi	Rp 2.865.500
Pemasaran	Rp 626.000
Transportasi	Rp 1.485.000
Administrasi	Rp 476.500
Komunikasi	Rp 44.000
Jasa Design	Rp 50.000
Lain-Lain	Rp 147.025
Total Pengeluaran	Rp 5.694.025
Saldo	Rp 3.305.975

No.	Tanggal	Akun	Pemasukan	Pengeluaran	Saldo
1.	6 Maret 2013	Turunan Dana dari Rektorat	3.000.000	-	3.000.000
2.	6 Maret 2013	Transportasi	-	10.000	2.990.000
3.	6 Maret 2013	Payung (Pembuatan Sample)	-	25.000	2.965.000
4.	14 Maret 2013	Lain-lain Tessa F.Tis TP 17	-	13.850	2951.150
5.	15 Maret 2013	DP Pembuatan Sample	-	300.000	2.651.150
6.	16 Maret 2013	Payung (Pembuatan Sample)	-	25.000	2.626.150
7.	17 Maret 2013	Print Warna (Design Sample)	-	6.000	2.620.150
8.	27 Maret 2014	Transportasi (Survey Tempat)	-	12.675	2.607.475
9.	1 April 2014	Produksi (Pembuatan Tas)	-	300.000	2.307.475
10.	14 April	Jilid Proposal	-	5.000	2.302.475
11.	14 April	Print Warna	-	6.000	2.296.475
12.	14 April	Print Warna	-	12.000	2.284.475
13.	6 Mei	O.C Payung 30x@8.000	-	240.000	2.044.475
14.	7 Mei	Bordir Tas	-	15.000	2.029.475
15.	8 Mei	Dudukan Payung	-	130.000	1.899.475
16.	10 Mei	Transportasi Survey	-	10.000	1.889.475
17.	10 Mei	X Banner	-	165.000	1.724.475
18.	10 Mei	Kartu Nama	-	51.500	1.672.475
19.	11 Mei	Sample 3 buah tas	-	775.000	897.475
20.	12 Mei	Permen Pengunjung Stand	-	10.000	887.475
21.	15 Mei	Survey Bordir Tas 2x@3.000	-	6.000	881.475
22.	16 Mei	Survey Payung ke Asemka	-	50.000	831.475
23.	17 Mei	Pembayaran Jasa Desain	-	50.000	781.475

24.	25 Mei	Foto Copy, Print, Jilid	-	11.500	769.475
25.	25 Mei	Materai 3x@7.000	-	21.000	748.975
26.	28 Mei	Pencairan Talangan Dana Ditmawa	4.000.000	-	4.748.975
27.	31 Mei	Dudukan Payung	-	180.000	4.568.975
28.	1 Juni	Polosio 12x@35.000	-	420.000	4.148.975
29.	2 Juni	DP Pemesanan Tas	-	500.000	3.648.975
30.	2 Juni	Transportasi Pembelian Bahan	-	51.000	3.597.975
31.	3 Juni	Komunikasi (Pulsa)	-	42.000	3.555.975
32.	6 Juni	Penjualan 4 buah U-Bag	800.000	-	4.355.975
33.	7 Juni	Print Hardcopy Laporan Kemajuan	-	15.000	4.340.975
34.	12 Juni	Pelunasan Produksi Tas	-	700.000	3.640.975
35.	17 Juni	Penjualan 2 buah U-Bag	400.000	-	4.040.975
36.	18 Juni	Lain-lain (ATK+Transportasi)	-	376.000	3.664.975
37.	18 Juni	Pembelian Furing Tas U-Bag	-	150.000	3.514.975
38.	19 Juni	Plastik U-Bag	-	9.000	3.505.975
39.	31 Juli	Penjualan 4 Unit U-Bag	800.000	-	4.305.975
40.	10 Juli	Transportasi Pelaksanaan Monev	-	1.000.000	3.305.975
Saldo				Rp 3.305.975	

2. Bukti-Bukti Pendukung Kegiatan



Gambar 1
Nota-nota



Gambar 2
Tempat Produksi Tas



Gambar 3
Tas U-Bag



Gambar 4
Monev Internal IPB



Gambar 5
Konsultasi Dosen Pembimbing



Gambar 6
Demo U-Bag



Gambar 7
Desain Katalog U-Bag



Gambar 8
Pameran PKM IPB



Gambar 9
Desain Poster U-Bag



Gambar 10
Promosi di Jejaring Sosial



Gambar 11
Pembuatan Logo U-BAG



Gambar 12
Pembelian Payung



Gambar 14
Bukti Transfer Penjualan



Gambar 15
Monitoring dan Evaluasi Dikti



Gambar 16
Desain Katalog U-BAG