PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

TWOCCANDY: PERMEN CHOCOLATE CHEESE SEBAGAI ALTERNATIF MAKANAN JAJANAN SEHAT BERGIZI

BIDANG KEGIATAN :
PKM KEWIRAUSAHAAN

Diusulkan oleh :

Ristia Oktora	H14051208/2005 (Ketua)
Idham Muhamad Husen	I34052472/2005 (Anggota)
Avira Amelia As'ari	I34050682/2005 (Anggota)
Reni Sanjaya	I34051238/2005 (Anggota)
Milasari	H44050654/2005 (Anggota)

INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR

2008

LEMBAR PENGESAHAN

PROPOSAL KEGIATAN MAHASISWA

1. Judul Kegiatan	:	**TWOCCANDY: PERMEN CHOCOLATE CHEESE SEBAGAI ALTERNATIF MAKANAN JAJANAN SEHAT BERGIZI**
2. Bidang Kegiatan	:	Kewirausahaan
Bidang Ilmu	:	Kesehatan
3. Ketua Pelaksana Kegiatan		
a. Nama Lengkap	:	Ristia Oktora
b. NIM	:	H14051208
c. Departemen	:	Ilmu Ekonomi
d. Universitas	:	Institut Pertanian Bogor
e. Alamat Rumah/Telp	:	Wisma Bisma I, Babakan Tengah no 68a, Desa Babakan, Dramaga, Bogor. 085697273977
f. Alamat email	:	bow2_sweet@yahoo.co.id
4. Anggota Pelaksana Kegiatan	:	4 orang
5. Dosen Pendamping		
a. Nama Lengkap	:	Megawati Simanjuntak, SP
b. NIP	:	132 311 727
c. Alamat Rumah/Telp	:	Komplek Perumahan IPB Jalan Anggrek C 31 Sinarsari-Dramaga / 081310870695
6. Biaya Kegiatan Total	:	Rp 5.77 3.000,00
7. Jangka Waktu Pelaksanaan	:	Pebruari – Juli 2009

Bogor, 8 Oktober 2008

Menyetujui,
Ketua Departemen Ilmu Ekonomi

Rina Oktaviani, Ph. D
NIP. 131 846 872

Ketua Pelaksana,

Ristia Oktora
NIM. H14051208

Wakil Rektor Bidang Akademik
dan Kemahasiswaan

Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmaryono, MS
NIP. 131 473 999

Dosen Pembimbing

Megawati Simanjuntak, SP
NIP. 132 311 727

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala nikmat-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan Proposal Kegiatan Mahasiswa yang berjudul **TWOCCANDY: *PERMEN CHOCOLATE CHEESE* SEBAGAI ALTERNATIF MAKANAN JAJANAN SEHAT BERGIZI.** Proposal ini ditujukan untuk melaksanakan kegiatan mahasiswa yang berbasis kewirausahaan pada tahun 2009.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk : (1) Memberikan alternatif jajanan bernutrisi tinggi, (2) Mengembangkan manfaat pangan dari coklat dan keju, (3) Mengaplikasikan ilmu yang diperoleh guna membuka peluang bisnis, (4) Menggali bakat mahasiswa dalam berwirausaha, (5) Memperoleh keuntungan yang maksimal.

Kami menyadari sepenuhnya bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun atau memperbaiki tulisan ini sangat kami harapkan.

Terima kasih untuk semua pihak yang telah membantu dalam penulisan proposal ini. Semoga proposal ini terwujud dalam bentuk kewirausahaan yang akan memberikan manfaat bagi masyarakat khususnya yang ada di sekitar kampus IPB.

Bogor, Oktober 2008

Penulis

A. JUDUL

TWOCCANDY: PERMEN CHOCOLATE CHEESE SEBAGAI ALTERNATIF MAKANAN JAJANAN SEHAT BERGIZI.

B. LATAR BELAKANG

Coklat merupakan salah satu pangan populer yang sangat disukai. Pengolahan coklat yang berasal dari biji kakao yang kemudian diberi beberapa bahan tambahan seperti gula ataupun susu membuat rasa coklat menjadi sesuatu yang sangat disukai oleh masyarakat. Beragam jenis coklat kini ada di pasaran, mulai dari *dark chocolate* yang memiliki rasa asli coklat, hingga *milk chocolate* yang merupakan campuran coklat dan susu. Harganya yang beragam pun, dari mulai harga coklat yang mahal hingga yang terjangkau oleh masyarakat, menjadikan coklat menjadi makanan yang mudah dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat.

Rasa coklat yang manis sayangnya sering dianggap sebagai penyebab berbagai jenis penyakit seperti kerusakan gigi, menimbulkan jerawat, obesitas, migrain, dan bahkan diabetes sehingga kepopuleran coklat menjadi menurun. Berbagai penyakit yang *dimitoskan* akibat dari konsumsi coklat tersebut pada kenyataannya belum terbukti secara klinis, bahkan berbagai penelitian membuktikan bahwa coklat memiliki banyak manfaat bila dikonsumsi secara tidak berlebihan.

Menurut Wanti (2008)[1] dalam kaitannya dengan karies gigi yang menyebutkan bahwa asam hasil fermentasi sukrosa dapat menyebabkan pengikisan gigi, pada penelitian sebenarnya, coklat ternyata dapat menetralkan asam yang dapat menyebabkan karies gigi tersebut. Selain itu, coklat mengandung asam Tannat yang dapat menghambat pembentukan plak gigi. Dalam kasus mitos bahwa coklat dapat menyebabkan jerawat ternyata sampai saat ini belum ada bukti ilmiahnya. Mitos lainnya terkait dengan coklat adalah pengaruhnya sebagai penyebab kegemukan. Kegemukan adalah suatu kondisi dimana seseorang mengalami kelebihan berat badan akibat tidak seimbangnya asupan kalori dengan energi yang dikeluarkan. Seperti halnya makanan lain, coklat tidak akan menimbulkan kegemukan bila dikonsumsi dalam jumlah yang seimbang. Coklat sering dikaitkan pula sebagai makanan yang dapat menyebabkan migrain, padahal penelitian yang sudah dilakukan belum ada yang menunjukkan bahwa coklat dapat menyebabkan

[1] (http://coklat-chocolate.blogspot.com/2008/02/coklat-dan-umur-panjang.html)

migrain. Pada penderita diabetes pun, berdasarkan penelitian diketahui bahwa penderita diabetes dapat mengkonsumsi sukrosa dalam jumlah terbatas. Penderita diabetes masih dapat mengkonsumsi coklat dalam jumlah sedikit tanpa mempengaruhi kadar gula darahnya.

Manfaat lain dari konsumsi coklat adalah bahwa coklat dapat membantu memperbaiki *mood* karena mengandung bioaktif seperti tyramine, phenyletylamine, kafein, dan theobromine. Beberapa manfaat lain dari konsumsi coklat adalah sebagai berikut (Anonim 2008)[2]:

1. Coklat mengandung *catechin* yang mampu melindungi tubuh dari penyakit jantung. *Cathecin* merupakan suatu zat yang masuk dalam kelompok bahan kimia tumbuhan yang disebut flavonoid. Flavonoid ini, dikenal sebagai antioksidan atau zat penetralisir radikal bebas yang dapat menyebabkan timbulnya penyakit.
2. Mengandung antioksidan yang dipercaya dapat mencegah terjadinya proses penyempitan pembuluh darah, hingga dapat memperkecil risikonya terjadinya serangan jantung koroner. Kandungan antioksidan pada coklat dapat pula dimanfaatkan untuk perawatan kecantikan.
3. Lemak coklat ternyata sama sekali tidak mengandung kolesterol jahat LDL (*low density lipoprotein*), tetapi kolesterol baik HDL (*high density lipoprotein*).

Coklat memiliki kandungan zat gizi yang sangat tinggi. Kadar zat gizi yang terkandung di dalam *dark chocolate* dan *milk chocolate* dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Zat Gizi dalam 100 gram Coklat

Zat Gizi	Coklat Susu	Coklat Pahit
Energi (Kal)	381	504
Protein (g)	9	5,5
Lemak (g)	35,9	52,9
Kalsium (mg)	200	98
Fosfor (mg)	200	446
Vit A (SI)	30	60

Sumber: Khomsan (2007)[3]

[2] http://id.88db.com/id/Knowledge/Knowledge_Detail.page?kid=65
[3] http://kolom.pacific.net.id/ind/ali_khomsan/artikel_ali_khomsan/coklat_baik_untuk_jantung_dan_suasana_hati.html

Selain coklat, makanan populer lainnya yang sangat disukai oleh masyarakat adalah keju. Rasanya yang gurih membuat keju menjadi makanan yang disukai oleh masyarakat dari segala kalangan umur. Makanan berbahan dasar susu segar ini menjadi salah satu tambahan makanan yang paling dicari. Walaupun memiliki harga yang relatif mahal, rasa gurih dan aroma khas keju membuat masyarakat baik kalangan menengah ke atas maupun kalangan menengah ke bawah pastilah menyukai keju.

Tidak dapat dipungkiri bahwa keju memiliki banyak sekali manfaat bagi kesehatan. Berbagai penelitian mengenai kandungan zat yang terkandung di dalam keju menemukan bahwa keju memiliki kandungan zat-zat yang berguna bagi tubuh. Kandungan gizi dalam 100 gram keju dapat dilihat dalam Tabel 2.

Tabel 2. Kandungan Gizi Per 100 gram Keju

Komponen	Jumlah
Energi (Kal)	392000
Protein (g)	23,7
Kalsium (mg)	870
Phospor (mg)	610
Vitamin A (IU)	1740
Vitamin B (mg)	0,0015
Riboflavin (mg)	0,50
Vitamin D (IU)	13

Sumber: Spreer (1998)[4]

Kandungan kalori, kalsium, serta protein yang tinggi di dalam keju menjadikan keju menjadi bahan tambahan makanan yang sangat bermanfaat. Keju dipercaya dapat meningkatkan kekuatan tulang serta gigi dan sangat baik bagi pertumbuhan.

Penggabungan dua bahan makanan yang sangat disukai oleh masyarakat tersebut tentulah akan semakin menambah berbagai nilai tambah manfaat dari coklat dan keju. Kedua jenis bahan makanan tersebut pun memiliki rasa khas yang sangat disukai oleh masyarakat. Maka pembuatan permen coklat dengan isi keju yang merupakan

[4] http://simonbwidianarko.wordpress.com/2008/06/11/Nilai_gizi_KEJU_dan_Komponen_cita_rasa_keju.html

(446 mg), dan kandungan Vitamin A (60 SI). Kandungan nutrisi dalam coklat tersebut akan ditambah pula kandungan nutrisi dalam keju yang dalam setiap 100 gram kandungannya mengandung energi (39200 kalori), protein (23,7 gram), kalsium (870 mg), fosfor (610 mg), vitamin A (1740 IU), vitamin B (0,0015 mg), riboflavin (0,5 mg), serta vitamin D (13 IU). Produk makanan jajanan coklat yang dicampur dengan keju tersebut diharapkan dapat direalisasikan sebagai produk yang disukai dan bermanfaat bagi kesehatan masyarakat.

D. TUJUAN PROGRAM

1. Memberikan alternatif jajanan bergizi.
2. Mengembangkan manfaat pangan dari coklat dan keju.
3. Mengaplikasikan ilmu yang diperoleh guna membuka peluang bisnis.
4. Menggali bakat mahasiswa dalam berwirausaha.
5. Memperoleh keuntungan yang maksimal.

E. LUARAN YANG DIHARAPKAN

1. Terciptanya produk (coklat keju) yang bermanfaat, khususnya bagi pecinta jajanan yang menginginkan makanan bergizi.
2. Terwujudnya wirausaha permen coklat keju yang bernilai jual tinggi dan memiliki aspek kontinuitas yang menjanjikan.

F. KEGUNAAN PROGRAM

1. Untuk Individu

Meningkatkan kreativitas dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada setiap individu. Kegiatan ini juga dapat melatih tim PKMK dalam berfikir aktif untuk terus berinovasi dan menciptakan produk yang bermanfaat. Selain itu, dengan mengikuti kegiatan ini, diharapkan dapat menciptakan lapangan kerja sendiri di kemudian hari.

2. Untuk Kelompok

Kegiatan ini dapat menjadi wadah bagi tim PKMK untuk bekerjasama sehingga memudahkan tim ketika memasuki dunia kerja nanti. Selain itu, diharapkan dengan mengikuti kegiatan ini kelompok dapat memperoleh profit.

penggabungan kebaikan coklat dan keju diharapkan dapat menambah variasi makanan sehat dan bergizi di masyarakat.

Kajian dalam PKM ini mencoba menawarkan suatu altematif makanan yang tentunya akan sangat disukai oleh masyarakat dengan tidak mengesampingkan nilai gizi yang tinggi yang akan diperoleh. Pembuatan permen coklat keju dirasa tepat untuk mengembangkan variasi jajanan makanan yang sehat dan disukai.

C. PERUMUSAN MASALAH

Kesadaran akan pentingnya mengkonsumsi makanan bergizi tinggi semakin meningkat di kalangan masyarakat. Hal tersebut tidak terlepas dari adanya kesadaran akan semakin pentingnya kesehatan bagi manusia. Berbagai cara dilakukan agar mendapatkan makanan bergizi tinggi. Mulai dari pemilihan makanan utama yang bernilai gizi tinggi, penambahan suplemen diluar makanan utama, ataupun pemilihan jajanan yang semakin selektif atau bergizi tinggi.

Kegemaran masyarakat akan jajanan sulit untuk dihindarkan, meskipun makanan jajanan sering dianggap sebagai makanan yang tidak sehat. Makanan jajanan sering dianggap sebagai sumber berbagai macam penyakit di masyarakat, misalkan kerusakan gigi dan penyakit diabetes. Penyakit tersebut sering dikaitkan sebagai akibat dari penambahan BTM (Bahan Tambahan Makanan) yang tidak semestinya di dalam makanan jajanan.

Saat ini sulit untuk memilih makanan jajanan yang tidak berakibat buruk bagi kesehatan karena adanya berbagai macam zat tambahan di dalam makanan jajanan. Hal tersebut diperburuk dengan sulitnya menemukan makanan jajanan yang sekaligus juga memiliki kadar nutrisi yang tinggi yang dibutuhkan tubuh.

Berdasarkan uraian di atas, maka dirumuskan usaha untuk memberikan suatu variasi jajanan baru kepada masyarakat berupa jajanan bernilai gizi tinggi yang merupakan penggabungan antara nutrisi yang dimiliki oleh coklat dan nutrisi tinggi dalam kandungan keju. Dalam setiap 100 gram coklat putih terkandung energi sebesar 381 kalori, protein (9 gram), lemak (35,9 gram), kalsium (200 mg), fosfor (200 mg), dan kandungan Vitamin A (30 SI); sedangkan dalam 100 gram coklat hitam terkandung energi sebesar 504 kalori, protein (5,5 gram), lemak (52,9 gram), kalsium (98 mg), fosfor

3. Untuk Masyarakat

Hasil dari produk yang dibuat diharapkan bermanfaat bagi masyarakat sekitar, khususnya bagi kalangan masyarakat yang menyenangi jajanan namun khawatir dengan adanya bahaya dalam setiap makanan jajanan serta menginginkan nilai gizi tinggi dalam makanan jajanannya. Selain itu, membuka peluang usaha bagi masyarakat dan meningkatkan status gizi masyarakat.

4. Bagi Perguruan Tinggi

Program ini merupakan perwujudan dari Tridharma Perguruan Tinggi yang diharapkan dapat meningkatkan khasanah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang kewirausahaan. Hal ini dapat memacu jiwa kreatifitas dan intelektualitas di kalangan mahasiswa dan secara tidak langsung dapat meningkatkan kualitas perguruan tinggi.

G. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Kesadaran masyarakat bahwa makanan yang sehat adalah makanan yang mengandung nilai gizi yang tinggi semakin berkembang, tidak terkecuali di Indonesia. Salah satu jenis makanan yang menjadi perhatian adalah berbagai jenis jajanan. Masyarakat menjadi lebih selektif dalam memilih jajanan yang mengandung nilai gizi tinggi. Makanan jajanan dengan kandungan bahan tambahan yang dapat mengurangi fungsi kesehatan tubuh perlahan-lahan mulai ditinggalkan dalam gaya hidup masyarakat kita. Fenomena ini sangat menarik untuk melakukan usaha jajanan coklat-keju yang banyak mengandung kandungan gizi yang dibutuhkan tubuh. Target pasar dari produk ini adalah seluruh lapisan masyarakat khususnya bagi orang-orang yang gemar memakan jajanan dan mengharapkan kandungan gizi yang tinggi di dalam makanan jajanan tersebut.

Coklat dan keju banyak mengandung nutrisi penting bagi tubuh seperti kalsium dan protein dengan kadar yang cukup tinggi. Bahkan coklat mengandung antioksidan yang dapat membantu menjaga daya tahan tubuh. Pemilihan bahan jajanan bernilai gizi tinggi menjadi suatu hal yang mutlak bagi masyarakat yang mengutamakan kesehatan. Hal ini menjadi suatu kesadaran tersendiri dalam masyarakat yang mulai menganut gaya hidup sehat dan memulai memilah berbagai jenis makanan yang dapat dipilih. Jajanan coklat keju dapat menjadi suatu alternatif jajanan bergizi tinggi yang memiliki citarasa yang lezat. Oleh karena itu, dengan melihat semakin tingginya kesadaran masyarakat akan arti pentingnya kesehatan, jajanan permen coklat-keju ini sangat cocok untuk dijadikan bisnis pada saat ini dan masa yang akan datang.

H. METODOLOGI PELAKSANAAN PROGRAM

I. PERENCANAAN

Salah satu hal terpenting yang harus dilakukan sebelum menjalankan usaha adalah menetapkan visi, misi, tujuan dan target usaha. Penetapan visi, misi, tujuan, dan target usaha diperlukan agar usaha yang akan dijalankan dapat terlaksana dengan baik. Visi, misi, tujuan, dan target usaha tersebut dapat dijadikan standarisasi dalam upaya pencapaian target yang telah ditetapkan sebelumnya.

Visi usaha dari permen coklat keju dengan *brand* "twoCcandy" ini adalah penyediaan makanan jajanan bergizi yang juga digemari oleh masyarakat. Misi usaha meliputi penciptaan diversifikasi dari produk jajanan yang sudah ada sebagai inovasi terbaru untuk menyiasati berbagai keluhan dan stigma negatif atas makanan jajanan dengan pemakaian campuran produk coklat dan keju yang memiliki nutrisi yang tinggi.

Target yang ditetapkan dalam usaha permen coklat keju ini dapat dijadikan sebagai indikator dalam menilai kinerja dan prospek usaha yang akan dicapai serta dijadikan sebagai bahan acuan dalam mengevaluasi keberhasilan usaha. Target yang disusun meliputi target produksi dan target pemasaran, yang merupakan indikasi keberhasilan usaha permen coklat keju yang memiliki kadar gizi yang cukup tinggi dan disukai oleh masyarakat. Target tersebut dapat dicapai dengan adanya peningkatan produksi dan meluasnya lokasi pemasaran.

a. Analisis Produksi

a.1. Analisis SWOT

- *Strength*: Kandungan gizi campuran bahan dasar coklat dan keju yang tinggi, sangat digemari oleh masyarakat, harga terjangkau, dan unik
- *Weakness*: Adanya stigma bahwa coklat dan keju merupakan makanan yang dapat menimbulkan berbagai penyakit seperti karies, diabetes, serta kegemukan.

- *Opportunities*: Jajanan yang sangat disukai masyarakat, belum terdapat produk sejenis (permen coklat keju) di pasaran.
- *Threats*: Mudah ditiru, terdapat pesaing dari berbagai kalangan baik perusahaan besar maupun usaha kecil.

Tabel 3. Pembiayaan program Pra Operasi

No	Uraian	Satuan	Harga @ (Rp)	Total (Rp)
1	Investasi			
	❖ Aktiva tetap berwujud			
	o Kompor Gas	1	400.000,00	400.000,00
	o Tabung gas	1	600.000,00	600.000,00
	o Sealer	1	250.000,00	250.000,00
	o Panci	5	30.000,00	150.000,00
	o Saringan besi	1	30.000,00	30.000,00
	o Cetakan coklat	20	7.500,00	150.000,00
	o Box coklat	2	15.000,00	30.000,00
	o Serbet	5	3.000,00	15.000,00
	o Pisau	2	13.000,00	26.000,00
	o Sendok kecil	1lusin	12.000,00	12.000,00
	o Celemek	2	5.000,00	10.000,00
	o Gunting	2	5.000,00	10.000,00
	o Nampan plastik	4	5.000,00	20.000,00
	❖ Aktiva tetap tidak berwujud Biaya pendahuluan			100.000,00
	Total Investasi			**1.853.000,00**
2	Modal kerja			
	1. Biaya Pokok Produksi			
	a. Bahan baku dan pembantu*			
	o Cokelat	30kg		1.125.000,00
	o Keju	10kg		562.500,00
	o Toples kecil	32lusin		510.000,00
	o Plastik segitiga	2 bungkus		25.000,00
	o Plastik bungkus	6 gulung		60.000,00
	o Gas isi ulang			187.500,00
	o Label			300.000,00
	*Bahan Baku dan pembantu untuk 3 bulan			
	Total Biaya Produksi			**2.770.000,00**

No	Uraian	Satuan	Harga @ (Rp)	Total (Rp)
	2. Biaya Operasi o Biaya Promosi dan Penjualan o Biaya telepon,dan transport o Gaji pegawai	1 orang		350.000,00 200.000,00 600.000,00
	Total Biaya Operasi Sebelum penyusutan			**1.150.000,00**
	Total Biaya Produksi (1+2)			**3.920.000,00**
	Total Biaya Proyek			**5.773.000,00**

Lanjutan Tabel 3

Tabel 4. Perhitungan Penyusutan 1 bulan

No.	Investasi Berwujud	Nilai (Rp)	Umur Ekonomis (bulan)	Penyusutan (Rp / Bulan)
1	Kompor gas	400.000,00	60	6.666,67
2	Sealer	250.000,00	40	6.250,00
3	Panci	150.000,00	30	5.000
4	Saringan besi	30.000,00	36	1.000
6	Cetakan coklat	150.000,00	30	4.166,67
7	*Box coklat*	30.000,00	60	500,00
8	*Serbet*	15.000,00	18	833,33
9	Pisau	26.000,00	24	1.083,33
10	Sendok kecil	12.000,00	12	1.000
11	*Celemek*	10.000,00	18	555,56
12	Gunting	10.000,00	20	500
13	Nampan plastik	20.000,00	50	640
Total Penyusutan per Bulan				**28.195,56**

Tabel 5. Proyeksi laba-rugi periode komersial 1 bulan

No	Keterangan	Rincian	Jumlah (Rp)
1	Hasil jualan	130 toples x Rp 14.000,00	1.820.000,00
2	Biaya pokok produksi		1.306.666,67
3	Laba kotor		513.333,33
4	Penyusutan		28.195,56
	Laba bersih		**485.137,77**

Proyeksi arus kas

Pemasukan dan pengeluaran yang sering disebut merupakan hal terpenting dalam dalam suatu perusahaan. Aliran kas ini merupakan alat untuk mengetahui apakah suatu perusahaan mengalami keuntungan atau kerugian. Jika pemasukan lebih besar dari pengeluaran, maka perusahaan untung. Tapi jika pemasukan lebih kecil dari pengeluaran, maka perusahaan rugi. Berikut ini merupakan aliran arus kas dalam usaha "twoCcandy"

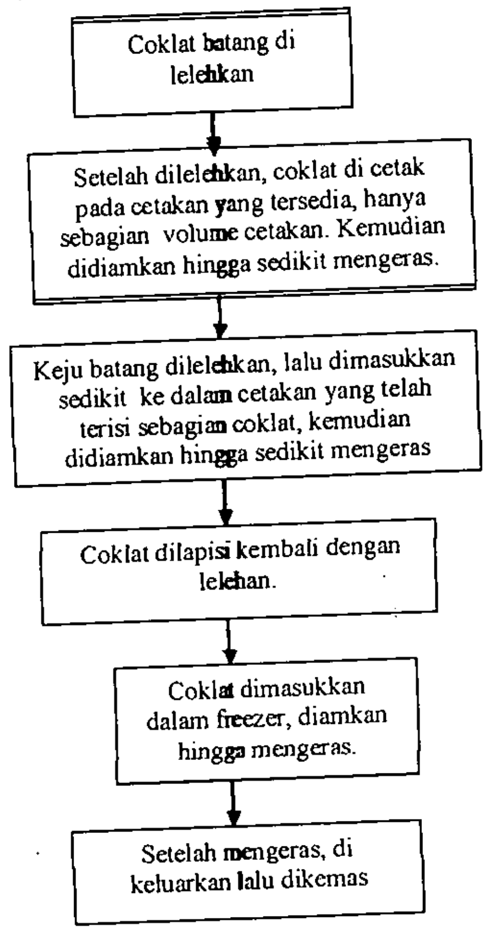
Tabel 6. Proyeksi arus kas 1 bulan

No	Keterangan	Periode pra operasi (Rp)	Periode komersial (Rp)
1	Arus kas masuk a. Penerimaan hasil penjualan b. Modal	5.773.000,00	1.820.000,00
	Total Arus kas masuk	**5.773.000,00**	**1.820.000,00**
2	Arus keluar a. Biaya investasi b. Biaya Pokok Produksi	1.853.000,00	1.306.666,67
	Total arus kas keluar	**1.853.000,00**	**1.306.666,67**
	Sisa Kas	**3.920.000,00**	**513.333,33**

Saldo kas akhir yang surplus dengan nilai Rp 3.920.000,00 menunjukkan bahwa usaha ini cukup potensial dan usaha ini dapat direalisasikan.

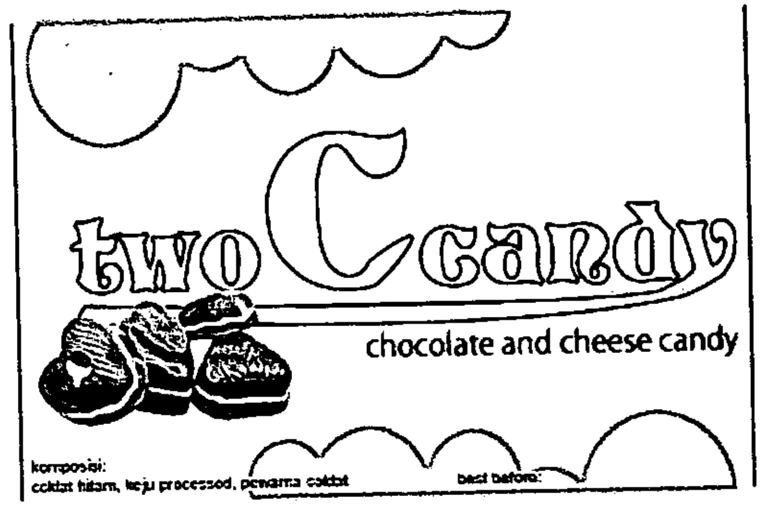
a.2. Proses Produksi

Pembuatan "permen coklat keju" ini cukup mudah, yaitu dengan mengkombinasikan bahan yang sudah ada (coklat dan keju) yang dilelehkan sebelumnya. Permen coklat ini di cetak dalam bentuk-bentuk yang unik. Setelah jadi, permen coklat keju ini kemudian dikemas dalam toples-toples kecil. Berikut ini, tahapan-tahapan pembuatan twoCcandy:

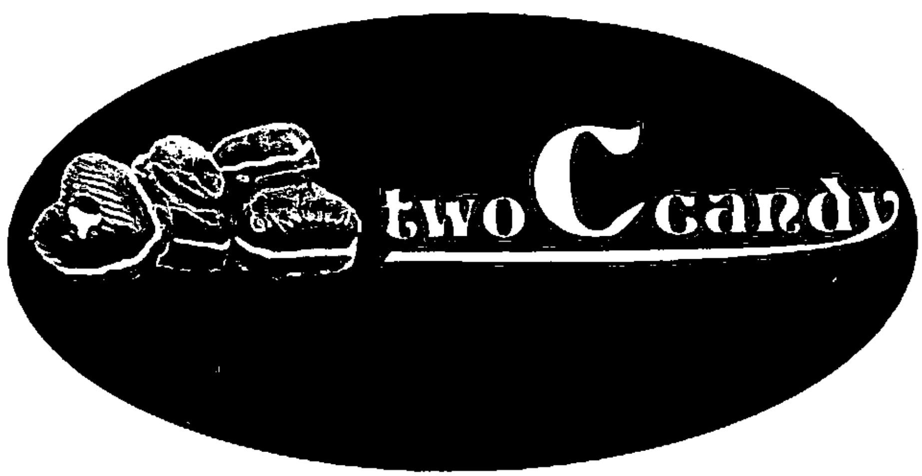


Gambar 1. Bagan Pembuatan *twoCcandy*

Produksi twoCcandy akan lebih difokuskan untuk dijadikan sebagai makanan kemasan yang akan dijual di toko, supermarket, ataupun hypermarket di Bogor. Kerjasama dengan pihak pengelola toko, supermarket, ataupun hypermarket akan dilakukan secara baik. Setiap permen coklat dibungkus dalm plastik-plastik kecil seperti permen pada umumnya dengan brand twoCcandy, kemudian di kemas dalam toples-toples kecil berisi 22 buah permen coklat keju. Berikut ini adalah rancangan kemasan dan label twoCcandy.



Gambar 2. Kemasan "twoCcandy"



Gambar 3. Contoh kemasan label "twoCcandy"

a.3. Lokasi Produksi

Lokasi yang dijadikan sebagai tempat produksi adalah rumah kontrakan salah satu anggota kelompok. Lokasi ini dipilih karena tempatnya strategis dan cukup luas untuk dapat melakukan proses produksi dengan baik.

a.4. Kapasitas Produksi

Produksi akan dilaksanakan selama satu kali dalam setiap minggunya. Setiap kali produksi akan dilakukan pada awal minggu dan kapasitas produksinya dalam jumlah besar untuk persediaan penjualan selama satu minggu.

b. Strategi pemasaran

b.1. STP (*Segmentation, Targetting & Positioning*)

- Segmentasi pasar dalam memasarkan produk ini terbagi menjadi tiga segmen, yaitu :

  1. Mahasiswa dan Pelajar

     Kelompok mahasiswa IPB dengan jumlah kurang lebih 25.000 orang dan pelajar di Bogor merupakan pangsa pasar yang besar. Faktor lokasi juga menjadi keuntungan karena dekat dengan tempat produksi sehingga memudahkan kegiatan survey, promosi, dan pemasaran produk. Mahasiswa dan pelajar merupakan target pemasaran yang potensial karena umumnya mahasiswa menyukai coklat sebagai makanan kecil yang dikonsumsi.

  2. Masyarakat Umum.

     Segmen ini terdiri dari para dosen, warga lingkar kampus, dan masyarakat umum. Bagi segmen ini, yang terpenting adalah seberapa besar manfaat yang mereka peroleh dari mengkonsumsi produk ini. Segala keunggulan yang ditawarkan produk ini tentunya merupakan salah satu pilihan terbaik.

- *Targetting*

  Pada jangka pendek, target utama pemasaran produk ini adalah kelompok mahasiswa dan pelajar. Hal ini dikarenakan fakta bahwa segmen ini memiliki ukuran pasar yang besar. Selain itu kelompok ini merupakan pangsa pasar strategis yang mudah dijangkau dan ditinjau. Sedangkan masyarakat umum merupakan target pada jangka panjang sehingga diharapkan produk ini dapat beredar dan diterima oleh masyarakat luas.

- *Positioning*

Pemasaran produk diarahkan sebagai jajanan yang menyehatkan, terjangkau, dan lezat serta hiegenis. Selain itu, penciptaan produk ini diharapkan mampu menciptakan produk dengan citra rasa yang berbeda dibanding produk permen coklat yang sudah ada. Pengemasan yang eksklusif dan menarik juga diharapkan mampu memikat konsumen baik dari bentuk kemasan maupun higienitas penyajian.

b.2. *Marketing Mix*

- *Product*

Produk permen coklat twoCcandy ini merupakan variasi dari produk permen coklat yang sudah ada. Produk ini disajikan secara langsung dengan penyajian yang higienis dan juga dipasarkan dalam bentuk kemasan yang menarik. Keunggulan dari produk ini adalah gabungan coklat dan keju yang bergizi. Coklat mengandung antioksidan dan *catechin* yang mampu melindungi tubuh dari penyakit jantung serta keju dipercaya dapat meningkatkan kekuatan tulang serta gigi dan sangat baik bagi pertumbuhan. Dengan demikian, diharapkan dapat menambah variasi makanan yang sehat dan bergizi di masyarakat.

- *Price*

Produk ini dijual dengan harga yang cukup murah, yaitu Rp 14.000 per kemasan dengan isi 30 buah. Dikatakan murah sesuai dengan rasanya yang enak serta kandungan gizi yang tinggi. Harga ini tergolong murah bila dibandingkan dengan pesaing lain seperti coklat dengan merk *Cadbury* dengan ukuran yang sama (Rp. 20.000,00 - untuk coklat biasa).

- *Place*

Penentuan lokasi pemasaran merupakan hal yang paling signifikan dalam memasarkan produk. Target pemasaran melingkupi daerah lingkar kampus IPB. Adapun beberapa kriteria dalam memilih area ini didasarkan pada: letaknya yang strategis, peluang pasar yang potensial, akses masuk yang mudah, serta *opportunity cost* yang relatif kecil. Oleh karenanya ditetapkan beberapa lokasi pemasaran, yaitu:

1. Kantin Asrama Putra dan Asrama Putri TPB

   Kantin asrama putra dan putri merupakan lokasi yang strategis yang berada di dalam area kampus. Hal ini dikarenakan kantin merupakan akses yang paling mudah dijangkau oleh setidaknya 1500 mahasiswa yang menempati masing-masing area asrama.

2. Kos-kosan

   Pada umumnya para mahasiswa IPB merupakan mahasiswa yang memiliki tempat tinggal yang tidak tetap. Hal ini menjadikan area sekitar kampus IPB memiliki kuantitas kos-kosan yang jumlahnya relatif besar sehingga terdapat suatu peluang yang besar dalam memasarkan produk twoCcandy.

3. Warung-warung kecil sekitar kampus

4. Supermarket, Minimarket dan Hypermarket

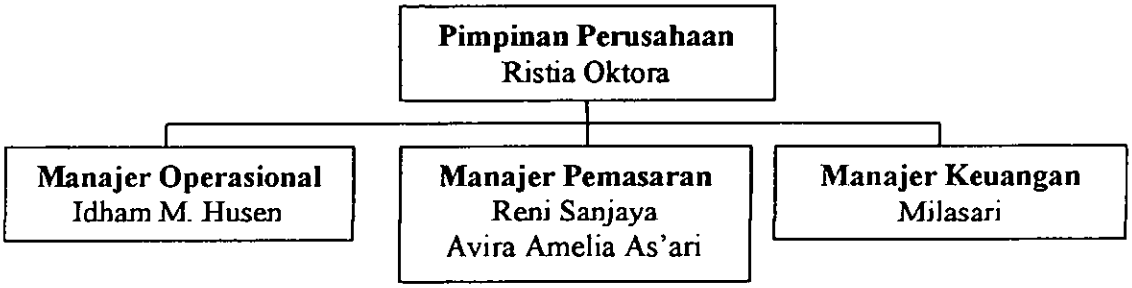
   Minimarket merupakan tempat yang cukup strategis guna mengembangkan produk ini. Hal ini disebabkan karena segmentasi dari minimarket dan supermarket serta hypermarket adalah kalangan menengah keatas. Dengan demikian, diharapkan penjualan melalui supermarket dan hypermarket ini dapat memperluas segmentasi dari produk ini.

- *Promotion*

  Promosi harus dilakukan oleh setiap perusahaaan karena merupakan strategi awal dalam mengenalkan produk yang tergolong baru ini kepada masyarakat. Hal yang akan dilakukan yaitu dengan cara interaksi langsung kepada target konsumen maupun usaha promosi berupa penyebaran pamflet, leaflet, promosi iklan di radio kampus (Agri FM) dan website di internet.

c. Manajemen

Suatu perusahaan yang baik adalah perusahaan yang memiliki struktur organisasi yang jelas. Maju atau tidaknya suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja organisasinya. Berikut ini merupakan bagan struktur organisasi dari usaha "twoCcandy"



Gambar 4. Struktur Organisasi perusahaan "twoCcandy"

Dalam usaha "twoCcandy" *terdapat seorang pemimpin perusahaan yang* bertanggung jawab atas semua kegiatan perusahaan. Pimpinan perusahaan juga merupakan pengambil keputusan terakhir dan terkuat. Dibawah pimpinan perusahaan terdapat tiga divisi, diantaranya adalah **manajer operasional, *manajer pemasaran dan manajer keuangan.*** *Manajer operasional* adalah penanggung jawab operasional produksi sehingga produk yang dihasilkan, apakah sudah memiliki mutu yang sesuai dengan stsndar yang telah ditetapkan Manajer pemasaran berwenang dalam pendistribusian produk hingga sampai ke tangan *konsumen. Sedangkan Manajer keuangan bertugas mengatur arus masuk dan* keluarnya kas perusahaan.

II. PELAKSANAAN

a. Aspek Produksi

Proses produksi dilakukan melalui beberapa tahap pengolahan yang dilakukan setiap 1 kali seminggu dalam sebulan selama 4 bulan masa produksi.

b. Aspek Pemasaran

Pemasaran hasil produksi dilakukan 1 kali dalam seminggu, dengan kapasitas produksi 130 toples perbulan dengan 1 toples berisi 30 butir permen coklat. Sasaran pasar yang akan dijangkau meliputi mahasiswa dan masyarakat umum sekitar kampus. Lokasi pemasaran meliputi area di sekitar kampus, yakni kantin asrama putri dan putra dan kos-kosan, serta masyarakat umum. Strategi pemasaran dilakukan dengan cara promosi melalui pamfleat dan leafleat yang akan menonjolkan keunggulan permen coklat keju ini.

c. Evaluasi

Evaluasi sangat diperlukan dalam suatu kegiatan guna meningkatkan kinerja pekerja. Dalam kegiatan yang tidak berkelanjutan, evaluasi biasanya dilakukan di akhir kegiatan. Sedangkan untuk kegiatan yang berkelanjutan dilakukan rutin. Pada usaha permen coklat keju, evaluasi dilakukan setiap bulan. Kegiatan evaluasi ini meliputi seluruh pelaksanaan dari kegiatan usaha, dengan rincian sebagai berikut :

c.1. Pra operasi

Pra operasi ini meliputi kegiatan persiapan uji coba dan produksi awal. Dalam pra operasi ini tidak ada indikator keberhasilan secara spesifik. Tahap ini dikatakan berhasil jika produk yang di buat berhasil melalui tahap uji, yaitu mampu berdaya tahan lama (8 bulan). Selain itu pembuatan kemasan yang menarik dan higienis sehingga konsumen tertarik memberi produk.

c.2. Produksi

Indikator dari keberhasilan pada tahap ini adalah dapat dihasilkannya produk yang memiliki kualitas yang baik. Selain itu kapasitas dan waktu sesuai dengan target yang ditetapkan sehingga produk dapat dipasarkan

c.3. Pemasaran

Tahap pemasaran dikatakan berhasil apabila produk yang ditawarkan mendapatkan respon yang positif dari sasaran. Indikator keberhasilan yang kedua adalah penjualan minimal 75% dari target yang telah ditentukan. Selain itu, peningkatan volume penjualan juga merupakan indikator kebehasilan dari usaha.

I. JADWAL KEGIATAN

Kegiatan PKM ini direncanakan berlangsung selama 4 bulan, rencana pelaksanaannya tertera pada Tabel 5 di bawah ini :

Tabel 7 . Rencana Jadwal Pelaksanaan Program

Kegiatan	Bulan I				Bulan II				Bulan III				Bulan IV			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Persiapan Produksi dan uji coba umur																
Produksi Awal dan promosi																
Pencarian mitra kerja sebagai distributor produk																
Penjualan / pemasaran																
Evaluasi Bulanan																
Laporan PKMK																

LAMPIRAN

BIODATA KETUA SERTA ANGGOTA KELOMPOK

1. Ketua Pelaksana Kegiatan

a. Nama Lengkap	: Ristia Oktora
b. NRP	: H14051208
c. Fakultas/ Departemen	: FEM / Ilmu Ekonomi
d. perguruan Tinggi	: Institut Pertanian Bogor
e. Waktu dan kegiatan PKM	: 4 jam dalam seminggu

2. Anggota Pelaksana

a. Nama Lengkap	: Idham Muhamad Husen
b. NRP	: I34052472
c. Fakultas/ Departemen	: FEMA/Sains Komunikasi Pengembangan Masyarakat
d. perguruan Tinggi	: Institut Pertanian Bogor
e. Waktu dan kegiatan PKM	: 4 jam dalam seminggu

a. Nama Lengkap	: Avira Amelia As'ari
b. NRP	: I34050682
c. Fakultas/ Departemen	: FEMA/Sains Komunikasi Pengembangan Masyarakat
d. perguruan Tinggi	: Institut Pertanian Bogor
e. Waktu dan kegiatan PKM	: 4 jam dalam seminggu

a. Nama Lengkap	: Reni Sanjaya
b. NRP	: I34051238
c. Fakultas/ Departemen	: FEMA/Sains Komunikasi Pengembangan Masyarakat
d. perguruan Tinggi	: Institut Pertanian Bogor
e. Waktu dan kegiatan PKM	: 4 jam dalam seminggu

a. Nama Lengkap	: Milasari
b. NRP	: H44050654
c. Fakultas/ Departemen	: FEM/Ekonomi Sumberdaya Lingkungan
d. perguruan Tinggi	: Institut Pertanian Bogor
e. Waktu dan kegiatan PKM	: 4 jam dalam seminggu

NAMA DAN BIODATA DOSEN PENDAMPING

1. Nama Lengkap dan Gelar	:	MEGAWATI SIMANJUNTAK, SP
2. Golongan Pangkat dan NIP	:	132 311 727
3. Jabatan Fungsional	:	Staf Pengajar
4. Jabatan Struktural	:	Komisi Kemahasiswaan, Promosi dan Hubungan Alumni
5. Fakultas/Program Studi	:	Ekologi Manusia/Ilmu Keluarga dan Konsumen (IKK)
6. Perguruan Tinggi	:	Institut Pertanian Bogor
7. Bidang Keahlian	:	Perilaku Konsumen
8. Waktu untuk kegiatan PKM	:	6 jam/minggu

KELAYAKAN USAHA "TWOCCANDY"

Uraian	Bulan 1	Bulan 2	Bulan 3	Bulan 4	Bulan 5	Bulan 6	Bulan 7	Bulan 8	Bulan 9	Bulan 10	Bulan 11	Bulan 12
INFLOW												
Penerimaan Penjualan	1,820,000	1,820,000	1,820,000	1,856,400	1,893,528	1,931,399	1,970,027	2,009,427	2,049,616	2,090,608	2,132,420	2,175,068
Total Inflow	1,820,000	1,820,000	1,820,000	1,856,400	1,893,528	1,931,399	1,970,027	2,009,427	2,049,616	2,090,608	2,132,420	2,175,068
OUTFLOW												
Biaya - biaya												
Biaya tetap												
Kompor gas	400,000											
Tabung Gas	600,000											
Sealer	250,000											
Panci	150,000											
Saringan besi	30,000											
Cetakan Coklat	150,000											
Box Coklat	30,000											
Serbet	15,000											
Pisau	26,000											
Sendok kecil	12,000											
Celemek	10,000											
Gunting	10,000											
Nampan Plastik	20,000											
Biaya Pendahuluan	100,000											
Gaji Pegawai	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
Biaya												

Promosi	250,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
Izin Usaha				500,000								
Biaya transport	100,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
Total biaya tetap	2,353,000	300,000	300,000	800,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
Biaya variabel												
Coklat	375,000	375,000	375,000	375,000	393,750	413,438	434,109	455,815	478,606	502,536	527,663	554,046
Keju	187,500	187,500	187,500	187,500	191,250	195,075	198,977	202,956	207,015	211,155	215,379	219,686
Toples kecil	200,000	200,000	200,000	200,000	204,000	208,080	212,242	216,486	220,816	225,232	229,737	234,332
Plastik segitiga	6,250	6,250	6,250	6,250	6,375	6,503	6,633	6,765	6,901	7,039	95,509	95,509
Plastik bungkus	30,000	30,000	30,000	30,000	30,600	31,212	31,836	32,473	33,122	33,785	34,461	35,150
Label	100,000	100,000	100,000	100,000	102,000	104,040	106,121	108,243	110,408	112,616	114,869	117,166
Gas isi ulang	62,500	62,500	62,500	62,500	63,750	65,025	66,326	67,652	69,005	70,385	71,793	73,229
Total biaya variabel	961250	961250	961250	961250	991725	1023372	1056242.565	1090390.698	1125872.957	1162748.58	1289409.066	1329116.952
Total outflow	3,314,250	1,261,250	1,261,250	1,761,250	1,291,725	1,323,372	1,356,243	1,390,391	1,425,873	1,462,749	1,589,409	1,629,117
Pendapatan kotor	(1,494,250)	558,750	558,750	95,150	601,803	608,027	613,784	619,036	623,743	627,859	543,011	545,952
DF 1%	0.91	0.83	0.75	0.68	0.62	0.56	0.51	0.47	0.42	0.39	0.35	0.32
PV DF 1%	-1358409.09	461776.86	419797.15	64988.73	373672.31	343215.14	314968.23	288785.03	264527.77	242068.95	190322.05	173956.98
NET B/C	2.310112041											
IRR	33%											
NPV	$4,101,503.51											
BEP (unit) = TFC/(P-TVC)	595.85											
BEP (Rp) = TFC/(1-TVC/P)	2352999.28											