LAPORAN AKHIR PKMK

TAS SERUT DUA SISI SEBAGAI TREN BARU YANG EKONOMIS SEKALIGUS MEDIA KAMPANYE CINTA LINGKUNGAN

Oleh :

Muhammad Adam Dalimunthe	**(H34063134 / 2006)**
Rininda Yuliana Sakinah	**(I34063146 / 2006)**
Irvan Sanjaya	**(H44063152 / 2006)**
Edo Natunas Tria	**(H44060876 / 2006)**
Veni Dwintasari	**(F24050719 / 2005)**

INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR

2008

INSTITUT PERTANIAN BOGOR
Dibiayai oleh Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi
Departemen Pendidikan Nasional
Sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Hibah
Program Kreatifitas Mahasiswa

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR PKM

1. Judul Kegiatan : **TAS SERUT DUA SISI SEBAGAI TREN BARU YANG EKONOMIS SEKALIGUS MEDIA KAMPANYE CINTA LINGKUNGAN**
2. Bidang Kegiatan : ( ) PKMP (√) PKMK
   ( ) PKMT ( ) PKMM
3. Bidang Ilmu : ( ) Kesehatan ( ) Pertanian
   ( ) MIPA ( ) Teknologi dan Rekayasa
   (√) Sosial Ekonomi ( ) Humaniora
   ( ) Pendidikan
4. Ketua Pelaksana Kegiatan
   a. Nama Lengkap : Muhammad Adam Dalimunthe
   b. NIM : H34063134
   c. Departemen : Agribisnis
   d. Institut : INSTITUT PERTANIAN BOGOR
   e. Alamat Rumah/HP : Pondok AA, Jalan Babakan Tengah (Bateng), No.19, Rt.01, Rw.09, Darmaga, Bogor / 085697222767
   f. Alamat e-mail : adam_dalimunthe@yahoo.com
5. Anggota Pelaksana Kegiatan: 4 orang
6. Dosen Pendamping
   a. Nama Lengkap dan Gelar: Megawati Simanjuntak, SP
   b. NIP : 132 311 727
   c. Alamat Rumah/HP : Jl. Anggrek No. C31, Sinarsari, Dramaga, Bogor / 081310870695
7. Biaya Kegiatan Total
   Dikti : Rp 5.490.548,00
8. Jangka Waktu Pelaksana : Februari s.d. Juli 2008

Bogor, 26 Juni 2008

Menyetujui,
Ketua Departemen Agribisnis

Dr. Ir. Nunung Kusnadi, MS
NIP. 131 415 082

Ketua Pelaksana Kegiatan

Muhammad Adam Dalimunthe
NIM. H34063134

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

ABSTRAK

Kota Bogor yang menjadi salah satu sentra industri tas di Indonesia mendorong munculnya inovasi dan kreasi dalam usaha desain dan produksi tas. Usaha tas serut dua sisi yang menyertakan pesan cinta lingkungan pada setiap produknya dilatarbelakangi oleh rendahnya kepedulian masyarakat terhadap lingkungan.

Secara spesifik komoditas dalam bisnis ini adalah tas serut dua sisi. Tas ini terbuat dari dua lapis bahan, yaitu kain katun bermotif dan kain blacu sehingga memiliki kualitas yang baik. Keistimewaan tas ini adalah terdapatnya dua model dalam satu tas. Model pertama ialah tas serut yang disandang dengan bahan kain motif. Ketika tas serut tersebut dibalik dan menjadi sisi dalam, sisi dalam sebelumnya akan menjadi sisi luar, yaitu tas selempang dengan bahan kain blacu yang diberi sablon berisi pesan cinta lingkungan.

Usaha tas ini bertujuan menambah variasi tas untuk berbagai kalangan, meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan, serta membuka peluang kerja bagi masyarakat umum dalam peningkatan jiwa kewirausahaan. Produksi tas dilakukan melalui kerja sama dengan pihak kedua, yaitu perusahaan konveksi. Proses produksi ini akan dilakukan sepenuhnya oleh karyawan perusahaan konveksi dengan menggunakan desain dan bahan kain motif dari tim PKM. Sementara itu metode pemasaran yang menjadi andalan dari usaha ini adalah promosi secara *Word Of Mouth* (*WOM*) dan *direct selling*. Selama ini tanggapan pasar cukup positif hingga total laba bersih yang dihasilkan sampai minggu ke-3 Juni 2008 mencapai Rp 1.728.500,00. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa bisnis tas serut dua sisi dengan *brand* "BG" ini merupakan usaha yang menjanjikan.

Kata Kunci : Tas serut, Kewirausahaan, Promosi, Produksi.

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 "Tas Serut Dua Sisi Sebagai Tren Baru yang Ekonomis Sekaligus Media Kampanye Cinta Lingkungan" dengan baik dan lancar.

Kesadaran masyarakat terhadap lingkungan yang bersih menjadikan dasar dari latar belakang yang sangat jelas. Sebuah usaha yang memiliki potensi dengan kelayakan bisnis yang cukup tinggi dengan pengupayaan dari latar belakang tersebut telah kami lakukan. Dengan tas sebagai objek bisnis, kami mengangkat tema cinta lingkungan pada setiap produknya.

Mengingat keterbatasan yang ada, kami menyadari bahwa penulisan ini masih belum sempurna. Oleh karena itu kami sangat mengharapkan saran dan kritik terhadap penulisan laporan dan proposal selama ini untuk perbaikan dan kesempurnaan dalam pelaporan selanjutnya. Kami pun mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing, yaitu Ibu Megawati Simanjuntak, SP 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, 25 Juni 2008

Tim Penyusun

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Salah satu industri tas lokal yang dikenal oleh masyarakat Indonesia berada di Kota Bogor. Terutama pada hari libur, banyak wisatawan domestik yang mengunjungi kawasan industri tas ini. Pemasaran tas pun tidak hanya di lokasi industri tetapi juga di pusat-pusat perbelanjaan. Industri tas di Kota Bogor yang ada saat ini memiliki segmentasi pasar yang luas dari segi umur, yaitu mulai dari anak-anak hingga orang dewasa.

Permintaan terhadap tas cenderung stabil bahkan meningkat pada waktu tertentu, seperti menjelang Hari Raya Idul Fitri dan tahun ajaran baru. Kota Bogor merupakan sasaran pemasaran tas yang memiliki prospek cerah. Kota ini memiliki kepadatan dan keberagaman penduduk yang tinggi. Keberagaman daya beli masyarakat menjadi salah satu faktor penting bagi industri tas. Menurut salah satu konsep pemasaran, yaitu Konsep Produksi, konsumen akan menyukai produk yang selaras dengan daya belinya. Menurut konsep pemasaran lainnya, yaitu Konsep Produk, konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang paling baik serta istimewa.

Produksi tas serut dua sisi dengan harga terjangkau namun memiliki model yang bervariasi dan berkualitas baik sesuai dengan kedua konsep pemasaran tersebut. Kualitas tas dapat dilihat dari kekuatan tas itu sendiri. Tas serut dua sisi dibuat dari dua lapis bahan, yaitu kain katun bermotif dan kain blacu sehingga memiliki kualitas yang baik. Tas ini juga memiliki keistimewaan tersendiri. Satu tas terdiri dari dua model. Model pertama ialah tas serut yang disandang dengan bahan kain motif. Ketika tas serut tersebut dibalik dan menjadi sisi dalam, sisi dalam sebelumnya akan menjadi sisi luar, yaitu tas selempang dengan bahan kain blacu yang diberi sablon berisi pesan-pesan cinta lingkungan.

Tema cinta lingkungan ini dipilih karena banyak sekali masalah lingkungan di Indonesia yang disebabkan oleh rendahnya kesadaran masyarakat. Pesan-pesan tersebut akan disampaikan dengan bahasa yang mudah dimengerti dan menarik. Karena tas merupakan benda yang sering digunakan ke tempat-

tempat umum, diharapkan pesan-pesan tersebut tidak hanya tersampaikan pada konsumen tas tetapi juga orang lain yang dapat membaca pesan yang ada pada tas.

Tas ini memiliki *brand* tersendiri, yaitu "BG" (*Botanical Garden*). Nama tersebut cukup mencirikan Kota Bogor sehingga mempunyai peluang untuk dijadikan alternatif baru cinderamata Kota Bogor. Selain itu sebelumnya mahasiswa, tanpa bantuan tenaga kerja upahan, telah memproduksi tas serut satu sisi tanpa menyertakan pesan-pesan cinta lingkungan. Tas tersebut diproduksi sebanyak 30 buah dengan biaya total produksi tiap tas ialah sebesar Rp. 12.000,00. Strategi pemasaran yang dilakukan ialah promosi dari mulut ke mulut kepada para mahasiswa di lingkungan kampus Institut Pertanian Bogor. Tas habis terjual dengan harga Rp. 30.000,00 per tas. Hal ini menunjukkan bahwa usaha tas serut memiliki pasar yang menjanjikan. Oleh karena itu upaya desain dan produksi tas serut dua sisi ini memiliki peluang yang cukup baik sebagai wirausaha.

2. Perumusan Masalah

Segmentasi pasar industri tas terkenal di Kota Bogor saat ini terbatas pada masyarakat golongan ekonomi menengah ke atas. Padahal masyarakat golongan ekonomi menengah ke bawah atau pun para pelajar dan mahasiswa merupakan sasaran pemasaran yang cukup potensial. Selain itu Kota Bogor belum memilliki cinderamata ataupun produk nonpangan dengan *brand* yang khas untuk kota itu sendiri.

Oleh karena itu, diperlukan suatu usaha untuk menekan biaya produksi tas agar terjangkau oleh konsumen dari kalangan apapun. Tas yang diproduksi juga harus didesain semenarik mungkin dan memiliki keistimewaan tersendiri, salah satunya menyertakan pesan-pesan cinta lingkungan, sehingga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengingat banyaknya masalah lingkungan yang terjadi dikarenakan oleh masyarakat itu sendiri. Dengan desain yang unik dan istimewa tersebut tas serut dua sisi memiliki peluang untuk dijadikan cinderamata Kota Bogor. Usaha tersebut diwujudkan dengan memproduksi tas serut dua sisi yang menarik, berkualitas, dan terjangkau.

3. Tujuan Program

Program ini bertujuan mendirikan usaha pembuatan tas serut dua sisi dalam upaya untuk :

1. Menambah variasi tas untuk kalangan remaja
2. Memasyarakatkan produk tas serut dua sisi
3. Menciptakan *brand* cinderamata Kota Bogor
4. Meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan dengan kampanye cinta lingkungan
5. Membuka peluang kerja bagi masyarakat umum dengan pengembangan produk tas

4. Luaran yang Diharapkan

Melalui program ini diharapkan mahasiswa dengan dibantu industri kecil yang bergerak dalam bidang konveksi tas dapat memproduksi tas serut dua sisi dan mengembangkan pemasarannya sehingga wirausaha ini dapat terus bertahan. Di samping itu diharapkan tas serut dua sisi dengan *brand* "BG" dapat dijadikan cinderamata khas Kota Bogor.

5. Kegunaan Program

a. Untuk Diri Sendiri

Program ini merupakan salah satu wadah bagi mahasiswa untuk menyalurkan kreativitas dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Anggota yang terlibat dapat membentuk suatu kelompok usaha untuk mendapatkan profit dan pengalaman.

b. Untuk Kelompok

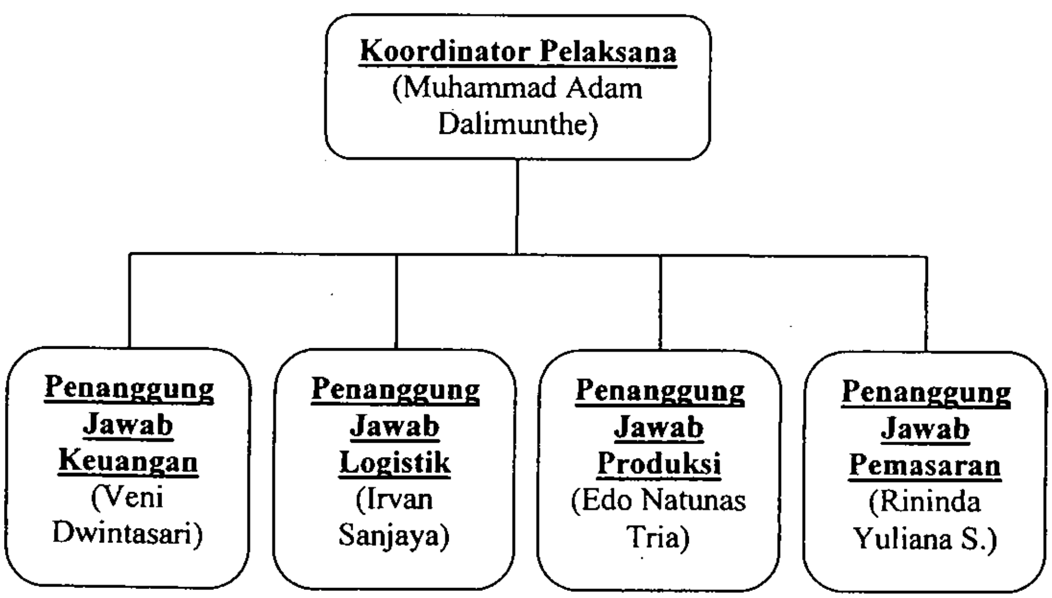
Kelompok dapat belajar membangun *team work* dalam pelaksanaan program ini. Selain itu program ini juga diharapkan dapat menjadi media bagi kelompok untuk belajar menciptakan *link* bisnis serta membangun usaha yang *sustainable*.

c. Untuk Masyarakat

Produksi tas serut dua sisi ini dapat menambah variasi tas yang menarik namun terjangkau bagi semua kalangan masyarakat. Desain yang unik

II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Usaha tas serut dua sisi ini dijalankan dengan suatu jalur koordinasi tim PKM yang disusun dalam suatu struktur organisasi dengan Koordinator Pelaksana yang bertanggung jawab penuh terhadap segala urusan perusahaan yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan pengevaluasian kegiatan dari awal produksi hingga pemasaran. Penanggung Jawab Keuangan bertanggung jawab melakukan survei harga peralatan dan bahan-bahan di pasaran, mengatur arus kas dan membuat pembukuan. Penanggung Jawab Logistik bertanggung jawab menyediakan peralatan dan bahan-bahan yang dibutuhkan mulai dari perancangan, produksi, pemasaran, dan pembukuan. Penanggung Jawab Produksi bertanggung jawab merancang desain dan mengontrol proses. Penanggung Jawab Pemasaran bertanggung jawab menjalin kerja sama dengan pihak luar untuk memperlancar proses pemasaran, melakukan promosi produk dan memasarkan produk ke tempat-tempat pemasaran. Seluruh penanggung jawab saling berkoordinasi dengan koordinator pelaksana dalam bisnis tas serut dua sisi ini (Gambar 1).



Gambar 1. Skema Susunan Organisasi

Usaha ini merupakan usaha desain dan pemasaran tas. Tim PKM membuat desain model tas serta desain sablon pesan cinta lingkungan pada tas tersebut. Penjahitan dan penyablonan tas dilakukan oleh perusahaan konveksi yang bekerja sama dengan tim PKM. Pemasaran tas dilakukan oleh tim PKM. Walaupun produksi diserahkan kepada perusahaan konveksi, tetap ada biaya operasional yang dikeluarkan oleh tim PKM setiap minggunya, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Biaya Operasional selama Satu Minggu

No	Uraian	Biaya (Rp)
1	Telepon	5.000
2	Transportasi	20.000
3	Promosi	10.000
4	Alat Tulis	5.000
Jumlah		40.000

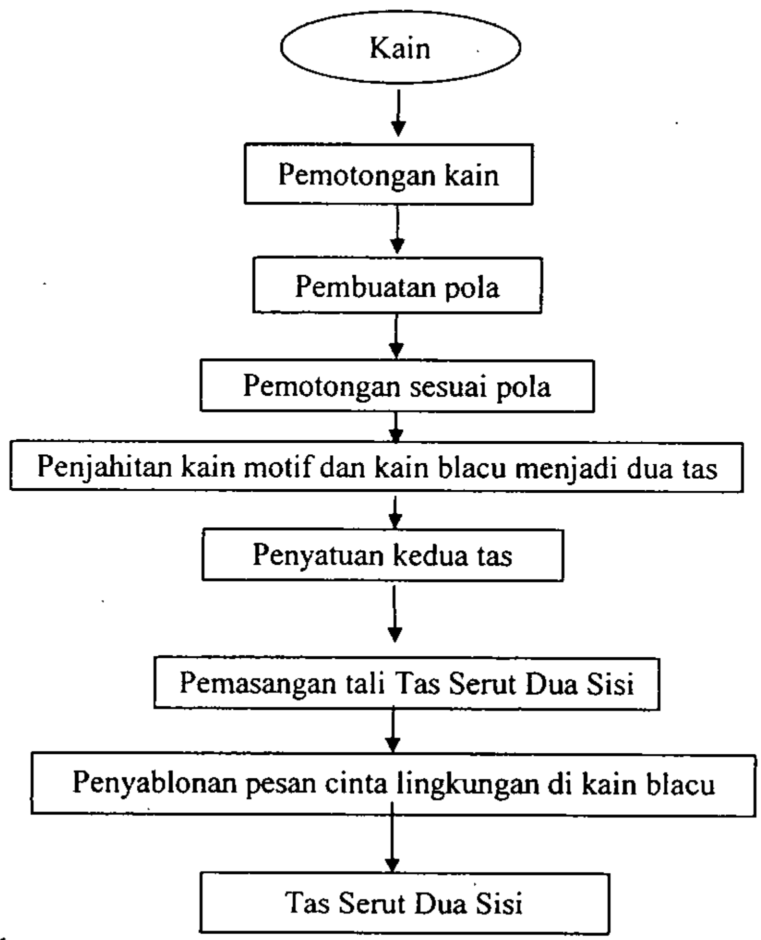
Seperti yang telah diutarakan sebelumnya, tas ini terdiri dari dua model. Model pertama ialah tas serut yang disandang dengan bahan kain motif. Ketika tas serut tersebut dibalik dan menjadi sisi dalam, sisi dalam sebelumnya akan menjadi sisi luar, yaitu tas selempang dengan bahan kain blacu yang diberi sablon berisi pesan-pesan cinta lingkungan. Berangkat dari hal tersebut, *segmentation* produk tas ini didasarka pada umur dan latar belakang ekonomi, sehingga menghasilkan *targetting* untuk remaja dari kalangan ekonomi menengah ke bawah. Namun *targetting* yang telah ditetapkan tidak menutup kemungkinan bagi semua umur dan kalangan ekonomi untuk membeli produk tas ini. Dalam hal *positioning* diharapkan tas ini dapat memberikan *image* peduli lingkungan sekaligus *trendy* pada si pemakai..

Tim PKM melakukan S.W.O.T *analysis* sederhana sebelum menyusun strategi pemasaran. *Strength* yang dimiliki oleh tas serut dua sisi ini adalah sablon pesan cinta lingkungan serta desain sablon yang unik, desain tas yang unik, kualitas yang baik karena tas terdiri dari dua lapis kain (kain katun bermotif dan kain blacu), serta harga yang terjangkau. Kelemahan (*weakness*) tas ini adalah tidak tahan air, dengan kata lain tidak *waterproof*. *Opportunities* yang dapat kami temukan adalah pemasaran yang luas serta dapat dijadika *brand* baru di Kota Bogor karena Bogor belum memiliki *brand* khas. Sementara itu ancaman (*threats*) yang mungkin akan dihadapi adalah para pembajak dan pesaing.

III. METODE PENDEKATAN

1. Produksi

Produksi tas serut dua sisi selama empat bulan dilakukan melalui kerja sama dengan pihak kedua, yaitu perusahaan konveksi. Proses produksi ini akan dilakukan sepenuhnya oleh karyawan perusahaan konveksi dengan menggunakan desain dan bahan kain motif dari tim PKM. Berikut adalah skema pembuatan tas serut dua sisi :



Gambar 2. Diagram Alir Pembuatan Tas Serut Dua Sisi

3. Pemasaran

Terkait dengan S.W.O.T *analysis*, strategi pemasaran tas yang diterapkan adalah berdasarkan bauran pemasaran (4P), yaitu *product, place, promotion,* dan *price*. Dari sisi *product* akan ditonjolkan keunikan, kualitas, serta pesan cinta lingkungan pada tas. Dari sisi *place,* pemasaran dilakukan di tempat yang mudah dijangkau oleh konsumen target pasar. Dari sisi *promotion,* digunakan *leaflet*/brosur maupun cara *word of mouth* (dari mulut ke mulut). Cara lain yang digunakan ialah melakukan perjanjian kerja sama dengan beberapa toko tas di Bogor dan *direct selling.* Sementara itu dari sisi *price* ditonjolkan harga yang mampu bersaing dengan para kompetitor lainnya, yaitu hanya Rp 35.000,00 per tas.

4. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan secara internal dengan melihat jumlah dan mutu produk. Aspek keuangan usaha dinilai pada minggu ke-4 setiap bulan. Kegiatan evaluasi wajib dihadiri oleh pemimpin usaha (*CEO*) dan seluruh manajer yang bertanggung jawab pada bidangnya masing-masing. Hal-hal yang penting dilakukan dalam tahap evaluasi kegiatan, meliputi :

a. Praoperasi

   Kegiatan ini dikatakan berhasil jika bahan kain motif yang dibutuhkan untuk produksi telah diperoleh sesuai dengan harga yang telah ditetapkan.

b. Produksi

   Tahap ini berhasil jika produksi memenuhi target setiap bulan (kuantitatif dan kualitatif) dan tepat waktu.

c. Pemasaran

   Pemasaran dapat dikatakan berhasil jika perusahaan berhasil melakukan perjanjian dengan beberapa toko tas di Kota Bogor, melakukan promosi dengan *leaflet* dan promosi dari mulut ke mulut, serta memenuhi target penjualan, yaitu 80%. Tahap ini dikatakan tidak berhasil jika target penjualan kurang dari 60%.

d. Evaluasi

   Proses ini berhasil jika seluruh penanggung jawab melaporkan hasil kegiatan divisinya selama satu bulan kepada Koordinator Pelaksana dan laporan hasil kegiatan telah dibuat sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lapangan. Khusus dalam hal finansial dilakukan evaluasi menggunakan laporan kas dan laporan laba rugi.

IV. PELAKSANAAN PROGRAM

1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Program PKM ini dilaksanakan dari Februari hingga Juli 2008. Tempat pelaksanaan adalah di tempat kost salah satu anggota tim, perusahaan konveksi, beberapa pasar di daerah Bogor, serta Kampus IPB. Penjelasan detail yang terkait dengan waktu dan tempat akan disampaikan pada bagian Tahapan Pelaksanaan. Berikut ini adalah jadwal kegiatann program PKM Tas Serut Dua Sisi.

Tabel 2. Jadwal Kegiatan Program

No	Uraian	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan kegiatan																								
2	Proses praoperasi, produksi, promosi dan pemasaran																								
3	Evaluasi kegiatan																								
4	Monitoring																								
5	Pelaporan																								

2. Tahapan Pelaksanaan

a. Persiapan kegiatan

Persiapan kegiatan dilakukan pada bulan Februari dan Maret 2008. Tahap ini terdiri dari pencarian perusahaan konveksi yang akan membantu produksi tas. Pada tahap ini juga dilakukan survei harga bahan kain motif di pasar-pasar di Kota Bogor.

b. Praproduksi

Kegiatan praproduksi dilakukan pada minggu pertama setiap bulannya. Materi kegiatan ini adalah perencanaan produksi, penerimaan pesanan dari konsumen, pembelian bahan kain motif, dan pemesanan tas ke perusahaan konveksi. Tahap pertama adalah perencanaan produksi yang dilakukan di rumah kontrakan salah satu anggota PKM. Pada tahap ini dilakukan penyusunan jadwal detail kegiatan bulan tersebut. Tahap kedua adalah penerimaan pesanan dari konsumen yang dilakukan di kampus IPB yang diawali dengan promosi awal. Tahap selanjutnya adalah pembelian bahan kain motif berdasarkan pesanan konsumen dan peramalan selera konsumen. Tahap terakhir adalah pemesanan tas ke perusahaan konveksi.

c. Produksi

Produksi dilakukan mulai dari minggu pertama hingga minggu keempat setiap bulannya. Kegiatan ini dilakukan oleh karyawan perusahaan konveksi di tempat produksi mereka. Setiap minggu diproduksi 20 tas, dengan mengutamakan tas pesanan konsumen. Tas jadi dapat langsung diambil oleh tim PKM di akhir minggu untuk dipasarkan.

d. Pemasaran

Setiap akhir minggu tas yang telah diproduksi langsung dipasarkan. Pemasaran menjangkau lingkungan kampus IPB serta berbagai SMA dan SMP di Kota Bogor. Tim PKM juga melakukan perjanjian kerja sama dengan dua toko tas di Kota Bogor.

e. Evaluasi

Evaluasi dilakukan pada akhir minggu keempat setiap bulannya. Kegiatan ini dilakukan di tempat kost salah satu anggota PKM. Saat evaluasi dilakukan pelaporan hasil penjualan dan penyusunan laporan keuangan. Pada evaluasi juga didiskusikan berbagai kendala yang dihadapi sepanjang bulan tersebut.

3. Instrumen Pelaksanaan

Pelaksanaan program ini ditunjang dengan laptop, kamera digital, alat tulis, alat komunikasi (telepon selular), dan alat transportasi (sepeda motor dan angkutan umum).

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Persiapan kegiatan

Persiapan kegiatan dilakukan pada bulan Februari dan Maret 2008. Tahap ini terdiri dari pencarian pihak kedua yang akan membantu produksi tas. Dari proses tersebut tim PKM sepakat untuk bekerja sama dengan sebuah perusahaan konveksi. Pada tahap ini juga dilakukan survei harga bahan kain motif di pasar-pasar di Kota Bogor. Umumnya harga bahan kain motif di pasar berkisar antara Rp 10.000,00 - Rp 15.000,00 per meter. Untuk satu tas serut dibutuhkan 50 cm kain motif yang disediakan oleh tim PKM, sedangkan bahan lainnya disediakan oleh perusahaan konveksi. Dengan demikian tim PKM dan perusahaan konveksi menyepakati biaya produksi satu tas adalah Rp 20.000,00 (sudah termasuk bahan kain motif).

2. Praproduksi

Kegiatan praproduksi dilakukan setiap minggu. Materi kegiatan ini adalah perencanaan produksi, penerimaan pesanan dari konsumen, pembelian bahan kain motif, dan pemesanan tas ke perusahaan konveksi.

Tahap pertama adalah perencanaan produksi yang dilakukan di rumah kontrakan salah satu anggota PKM. Pada tahap ini dilakukan penyusunan jadwal detail kegiatan bulan tersebut. Khusus tahap ini hanya dilakukan pada minggu pertama setiap bulannya.

Tahap kedua adalah penerimaan pesanan dari konsumen yang dilakukan di kampus IPB yang diawali dengan promosi awal. Beberapa konsumen menginginkan desain tas yang berbeda. Namun karena tim PKM ingin fokus pada satu model tas saja untuk saat ini, makan tim PKM hanya menerima pesanan yang sesuai dengan desain yang telah dibuat oleh tim PKM. Hal ini juga bertujuan memudahkan perusahaan konveksi untuk memproduksi tas. Beberapa konsumen lain menginginkan desain sablon yang berbeda dari yang telah didesain oleh tim PKM. Hal ini menjadi suatu masalah karena perusahaan konveksi hanya menerima sablon jika jumlah tas dengan desain sablon tersebut mencapai 30 tas. Oleh karena itu tim PKM hanya menerima pesanan yang sesuai dengan desain sablon yang tersedia. Namun tim PKM akan menerima jika ada konsumen yang ingin memesan desain sablon yang berbeda untuk 30 tas atau lebih.

Tahap selanjutnya adalah pembelian bahan kain motif berdasarkan pesanan konsumen dan peramalan selera konsumen. Kain motif dibeli di Pasar Anyar di Kota Bogor dengan harga Rp 10.000,00 – Rp 15.000,00 per meter atau dengan kata lain Rp 5.000,00 – Rp 7.500,00 per tas. Tahap terakhir adalah pemesanan tas ke perusahaan konveksi.

Hasil yang diperoleh pada tahap ini menggambarkan minat yang cukup tinggi dari para konsumen target terhadap tas serut dua sisi. Hampir setiap minggunya tim PKM memperoleh pesanan yang melebihi kapasitas, yaitu 20 tas per minggu. Namun demikian demi menjaga kualitas, hanya 20 pesanan yang diproduksi, sedangkan sisanya dialokasikan pada minggu selanjutnya.

3. Produksi

Produksi dilakukan mulai dari minggu pertama hingga minggu keempat setiap bulannya. Kegiatan ini dilakukan oleh karyawan perusahaan konveksi di tempat produksi mereka. Setiap minggu dihasilkan 20 tas, dengan mengutamakan tas pesanan konsumen, dan dapat langsung diambil oleh tim PKM di akhir minggu untuk dipasarkan. Selama bulan April 2008 telah diproduksi 80 tas, sedangkan selama dua minggu pertama bulan Mei 2008 telah diproduksi 40 tas. Sejak minggu ke-3 bulan Mei hingga minggu ke-2 bulan Juni, tas serut dua sisi tidak diproduksi karena perusahaan konveksi sedang dalam masa istirahat produksi. Produksi dimulai kembali pada minggu ke-3 bulan Juni 2008. Jumlah tas serut dua sisi yang dihasilkan pada periode ini adalah 35 tas.

Vakum produksi yang terjadi pada minggu ke-3 Mei 2008 hingga minggu ke-2 Juni 2008 membuat tim PKM berusaha mencari perusahaan konveksi lain, namun hal ini tidak berhasil karena perusahaan konveksi terdekat dan paling baik kualitas serta harganya adalah perusahaan konveksi yang saat ini bekerja sama dengan tim PKM. Oleh karena itu tim PKM tetap melanjutkan kerja sama pada periode selanjutnya. Tim PKM juga berharap pada bulan Februari 2009 telah dapat membangun usaha konveksi tas sendiri tanpa bantuan dari perusahaan konveksi lain dalam hal produksi. Hal ini juga terkait dengan syarat baru yang diajukan oleh pihak perusahaan konveksi, dimana jumlah minimal setiap pesanan selanjutnya adalah 50 tas sehingga berakibat pada perubahan proses produksi. Sebelumnya produksi ditargetkan per minggu sebanyak 20 tas (*weekly production*), namun karena adanya syarat baru tersebut, proses produksi dilakukan setelah pesanan konsumen mencapai 50 tas (*minimum quantity production*).

4. Pemasaran

Setiap akhir minggu tas yang telah diproduksi langsung dipasarkan. Saat ini pemasaran baru menjangkau lingkungan kampus IPB serta berbagai SMA dan SMP di Kota Bogor. Kegiatan ini dilakukan hingga akhir bulan. Selama bulan April 2008 telah terjual 80 tas di tempat-tempat yang telah disebutkan. Penjualan pada bulan Mei 2008 (hingga minggu ke-3) adalah 50 tas. Sementara itu pada minggu ke-3 bulan Juni 2008 terjual 35 tas.

Selama ini strategi promosi *word of mouth* dan *direct selling* terbukti paling efektif untuk menjaring konsumen. Tim PKM berencana memperluas pemasaran ke beberapa pusat perbelanjaan di Kota Bogor, terutama ke toko-toko tas yang telah sepakat bekerja sama dengan tim PKM saat proposal kegiatan ini disusun. Selain itu pemasaran juga akan dilakukan di berbagai tempat di Kota Bogor yang menjadi tujuan wisata.

Tahap pemasaran ini membuktikan bahwa terdapat dua ancaman terbesar dalam bisnis tas, yaitu pembajak dan pesaing. Tim PKM berusaha untuk selalu mendesain pesan cinta lingkungan yang baru untuk mengatasi para pembajak. Tim PKM juga berencana mengajukan hak paten untuk *brand* "BG" dan desain sablon cinta lingkungan. Sementara itu untuk tetap bersaing, tim PKM berusaha terus menjaga kualitas tas namun tetap memasarkan tas dengan harga terjangkau, yaitu Rp 35.000,00 per tas. Pada Agustus 2008 tim PKM berencana menjalin kerja sama dengan WWF Indonesia dalam hal pemasaran tas yang mengandung pesan cinta lingkungan ini.

5. Evaluasi

Tahap praoperasi yang terdiri dari persiapan kegiatan dan praproduksi dapat dikatakan telah berhasil karena tim PKM telah berhasil menjalin kerja sama dengan sebuah perusahaan konveksi serta memperoleh kain motif dengan harga yang sesuai. Tahap produksi juga telah berhasil karena target produksi setiap bulan telah tercapai dengan tepat waktu, yaitu 80 tas. Tahap pemasaran pun dapat dikatakan berhasil karena penjualan tas seiap minggunya telah memenuhi target 80%, bahkan melebihi target.

Perolehan laba periode April 2008 adalah sebesar Rp 454.500,00 dari hasil penjualan 80 tas, periode Mei 2008 (hingga minggu ke-3) sebesar Rp 789.000,00 dari hasil penjualan 50 tas, sedangkan hingga minggu ke-3 bulan Juni 2008 sebesar Rp 485.000,00 dari hasil penjualan 35 tas.

Tahap evaluasi selama ini telah berhasil karena setiap penanggung jawab melaporkan hasil kegiatan divisinya selama satu bulan kepada Koordinator Pelaksana. Aspek finansial dinilai pada tahap evaluasi ini berdasarkan laporan keuangan. Laporan keuangan terdiri dari Laporan Laba Rugi dan Laporan Kas sejak dana dari Dikti diterima hingga laporan ini dibuat. Kedua laporan tersebut dapat dilihat pada Tabel 3 dan Tabel 4.

Tabel 3. Laporan Laba Rugi

	April 2008	Mei (hingga minggu ke-3)	Juni (minggu ke-3)
Pendapatan	2.600.000	1.669.000	1225000
HPP	1.600.000	800.000	700000
Laba Kotor	1.000.000	869.000	525000
Beban Operasional	160.000	80.000	40000
Beban Lain-lain	385.500	0	0
Pendapatan Bersih	454.500	789.000	485000

Tabel 4. Laporan Kas hingga Juni 2008 (minggu ketiga)

Dana Dikti		Rp 5.490.548
Deposit	Rp 300.000	
Pajak	Rp 631.448	
Total		Rp 931.448-
Dana yang diterima		**Rp 4.559.100**
Proposal dan administrasi	Rp 170.000	
Laporan kemajuan	Rp 95.000	
Laporan akhir	Rp 85.000	
Total		Rp 350.000-
Dana Usaha		**Rp 4.209.100**
Kas Masuk		
Penjualan	Rp 5.494.000	
Total		Rp 5.494.000 +
		Rp 9.703.100
Kas Keluar		
Biaya produksi tas	Rp 3.100.000	
Biaya lain-lain :		
Persiapan kegiatan	Rp 150.500	
Praproduksi	Rp 235.000	
Biaya operasional :		
Komunikasi	Rp 127.000	
Promosi	Rp 81.500	
Transportasi	Rp 71.500	
Total		Rp 3.765.500-
Saldo Akhir		**Rp 5.937.600**

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

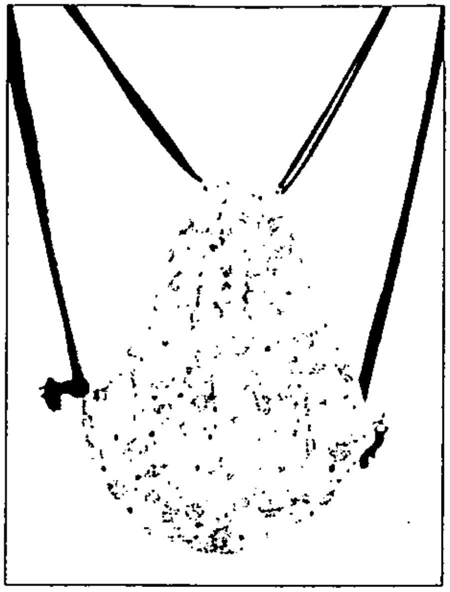
Bisnis tas serut dua sisi "BG" dengan sablon cinta lingkungan merupakan suatu usaha yang menjanjikan. Hadirnya tas ini telah berhasil menambah variasi tas untuk kalangan remaja. Strategi pemasaran yang diterapkan cukup berhasil, terutama dengan adanya promosi secara *word of mouth* (dari mulut ke mulut) dan *direct selling.* Segmentasi untuk para remaja dengan *positioning* tas sebagai produk yang menimbulkan *image* peduli lingkungan dan *trendy* dapat dikatakan sudah tepat. Selama ini tanggapan pasar cukup positif hingga total laba bersih yang dihasilkan sampai minggu ke-3 Juni 2008 mencapai Rp 1.728.500,00.

2. Saran

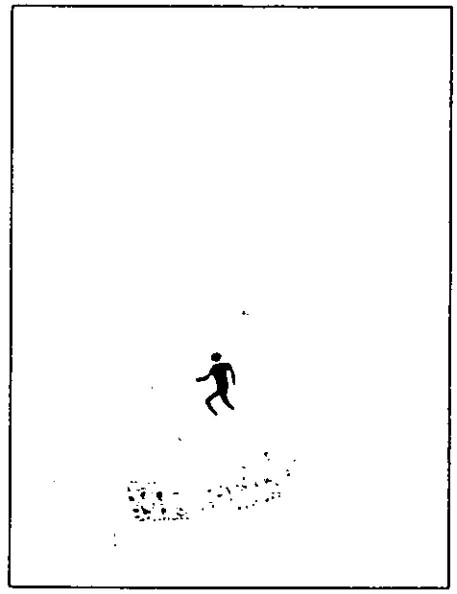
Salah satu tujuan program ini adalah meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan dengan kampanye cinta lingkungan. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui seberapa besar produk tas ini mempengaruhi kepedulian masyarakat terhadap lingkungan. Selain itu *brand* "BG" diharapkan dapat menjadi *brand* khas Kota Bogor sehingga perlu dijalin kerja sama yang baik dengan Pemerintah Kota Bogor untuk mewujudkan hal tersebut. Untuk membuka lapangan kerja bagi masyarakat melalui bisnis ini, perlu dilakukan pengembangan usaha dengan memperbesar kapasitas produksi dan pemasaran serta melakukan diferensiasi produk tas dan merancang produk baru selain tas yang tetap mengandung pesan cinta lingkungan dengan *brand* "BG".

LAMPIRAN

Lampiran 1. Foto Produk dan Logo



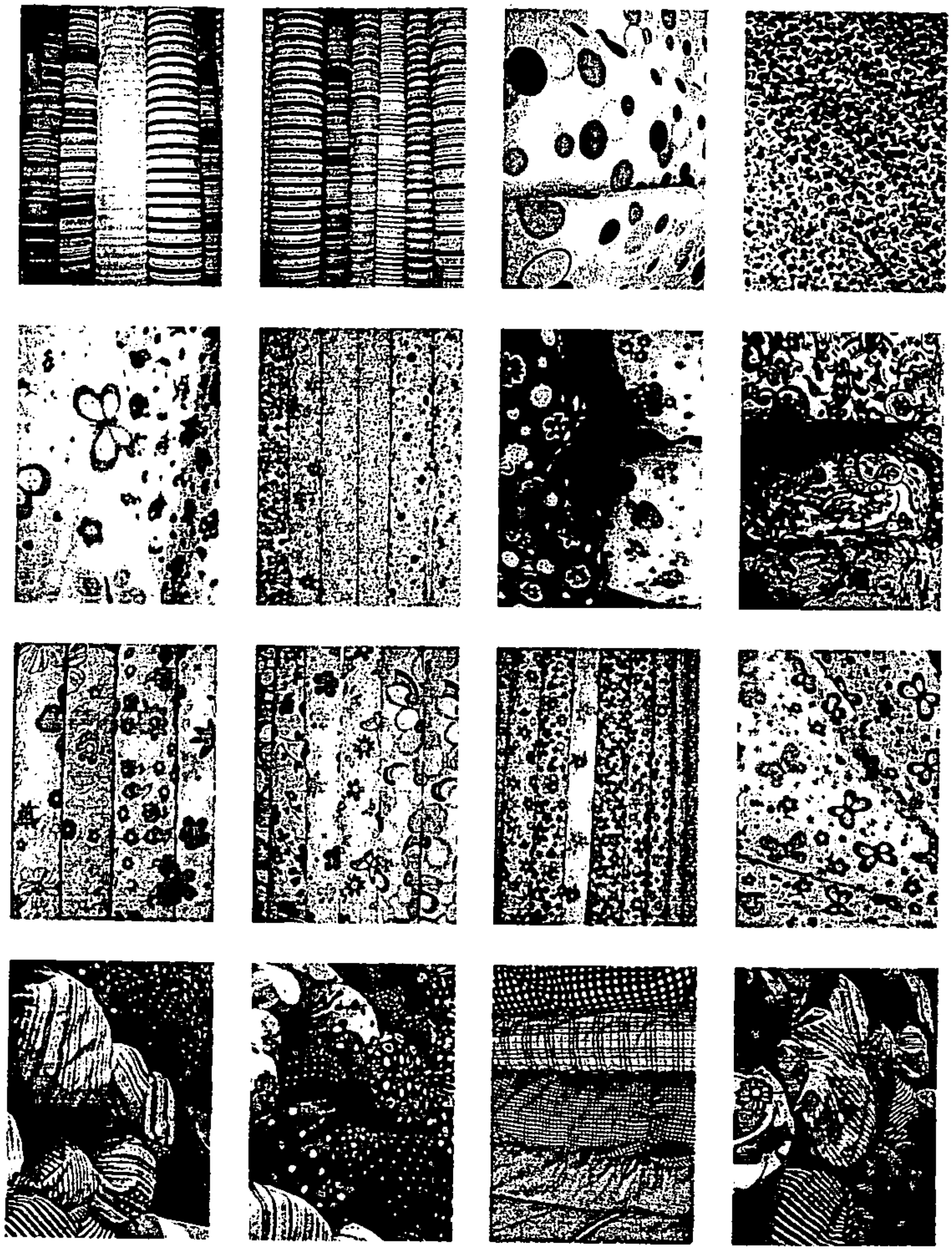
Tas setelah di serut



Tas serut setelah di balik

Logo Botanical Garden "BG"

Lampiran 2. Contoh sebagian kain motif yang dapat dipoesan oleh konsumen



Lampiran 3. Foto selama Pelaksanaan PKM

Di Perusahaan konveksi

Di Lokasi Produksi

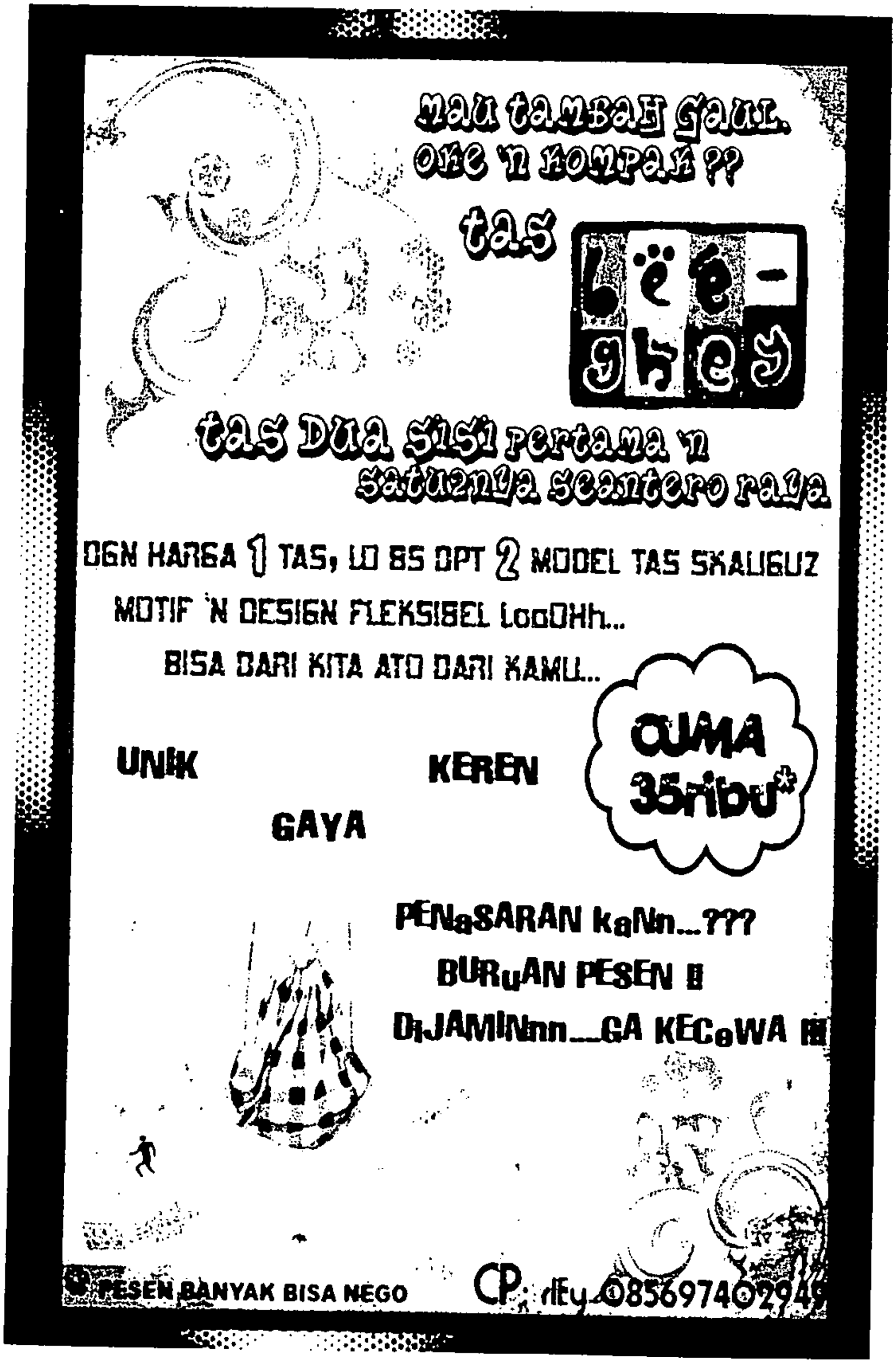
Pembuatan Brosur, Katalog, dan Desain Sablon

Pembelian Bahan Kain Motif di Pasar Anyar

Promosi dan Transaksi

Evaluasi dan Penyusunan Laporan

Lampiran 4. Brosur Promosi

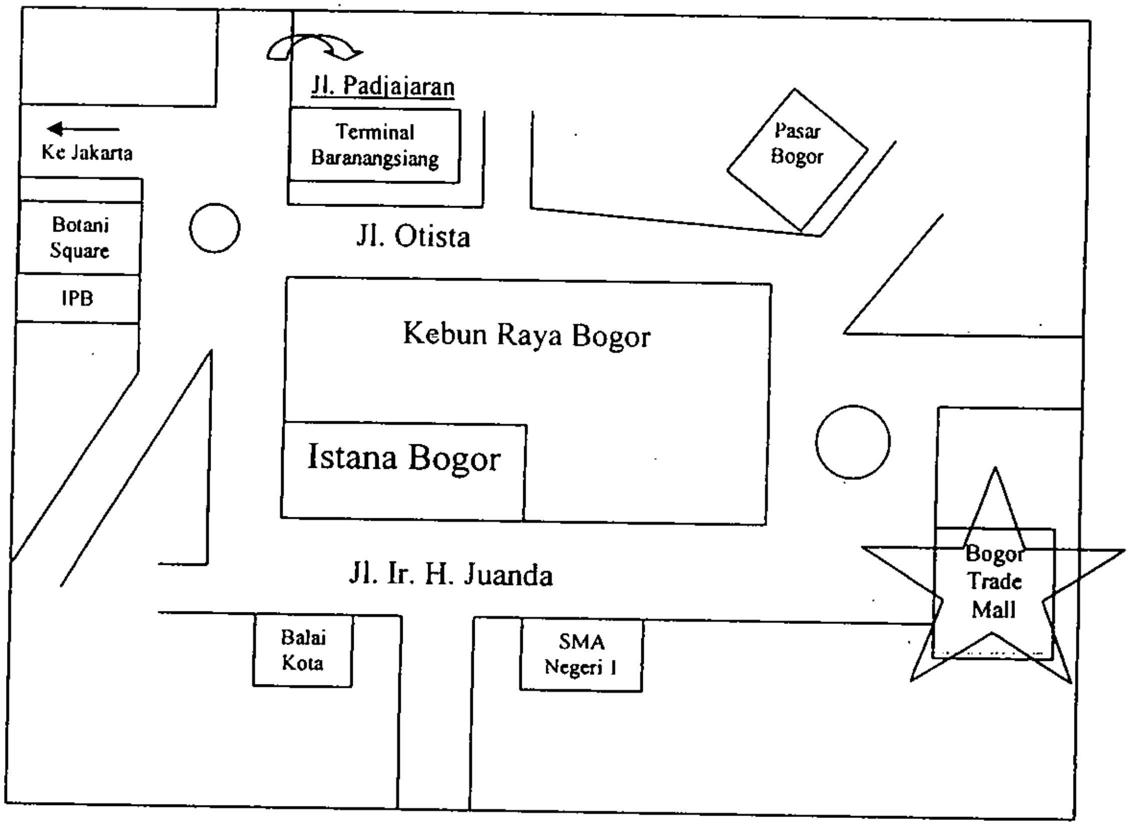


Lampiran 5. Desain Sablon Pesan Cinta Lingkungan

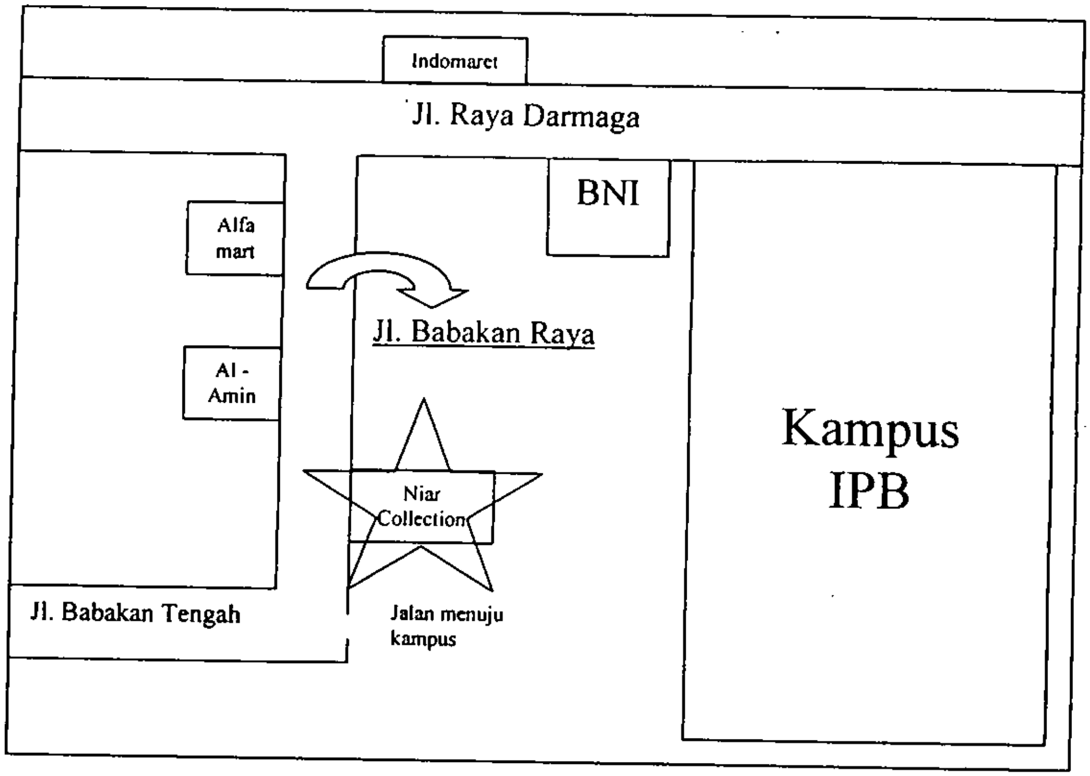

no more plastic
no more plastic
no more plastic
no more plastic
no more plastic
BG
BOTANICAL GARDEN


BG
BOTANICAL GARDEN
SAVE THE TREES

Lampiran 6. Denah Lokasi Mitra Kerja



Denah Lokasi Bogor Trade Mall (BTM)



Denah Lokasi Niar Collection

Lampiran 7. Surat Perjanjian Kerja Sama (terlampir di halaman selanjutnya)

Surat Pernyataan Kesediaan Bekerjasama
Memasarkan Tas Serut Dua Sisi bEegHey

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama Pengusaha : Rukiah

Alamat Rumah : Bogor

Nama Toko : contr tas

Alamat Toko : BTM . UG

Selanjutnya disebut pihak I menyatakan bersedia membantu memasarkan Tas Serut Dua Sisi bEegHey dari kegiatan Program Kreatifitas Mahasiswa Bidang Kewirausahaan kelompok mahasiswa yang selanjutnya disebut pihak 2 :

Nama : Muhammad Adam Dalimunthe

Program Studi : Agribisnis

Universitas : IPB

Demikian surat pernyataan ini dibuat tanpa paksaan dari pihak mana pun.

Bogor, 2 Oktober 2007

Pihak 2

Muhammad Adam Dalimunthe

Pihak 1

Rukiah

Surat Pernyataan Kesediaan Bekerjasama
Memasarkan Tas Serut Dua Sisi bEegHey

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama Pengusaha : ERWIN
Alamat Rumah : JL BABAKAN RAYA RT/RW 04/07 DRAMAGA, BOGOR

Nama Toko : NIAR COLLECTION
Alamat Toko : JL. BABAKAN RAYA NO KIOS. IPB (C98)

Selanjutnya disebut pihak I menyatakan bersedia membantu memasarkan Tas Serut Dua Sisi bEegHey dari kegiatan Program Kreatifitas Mahasiswa Bidang Kewirausahaan kelompok mahasiswa yang selanjutnya disebut pihak 2 :

Nama : Muhammad Adam Dalimunthe
Program Studi : Agribisnis
Universitas : IPB

Demikian surat pernyataan ini dibuat tanpa paksaan dari pihak mana pun.

Bogor, 2 Oktober 2007

Pihak 2

Muhammad Adam Dalimunthe

Pihak 1

6000

ERWIN