



LAPORAN AKHIR PKMK

MENTIMUN (MEDIA EDUKASI ANAK : T-SHIRT IMUT DAN UNIK) SEBAGAI SARANA ANAK UNTUK MENGENAL LINGKUNGAN

Diusulkan oleh:

Nurmansyah	A24060191 (2006)
Mukhlis Wahyudi	A24060234 (2006)
Nurul Iman Suansa	E34062834 (2006)
Ramadhani D Santoso	A24070176 (2007)

INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2010



HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Kegiatan : *Mentimun* (Media Edukasi Anak : T-Shirt Imut dan Unik)
Sebagai Sarana Anak Untuk Mengenal 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

5. Anggota Pelaksana Kegiatan : 3 orang
6. Dosen Pendamping

7. Biaya Kegiatan Total :
a. Dikti : Rp. 7.000.000,-
b. Sumber lain : Rp. -
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : 4 bulan

Menyetujui, Bogor, 8 Juni 2010
Ketua Departemen Agronomi dan Hortikultura Ketua Pelaksana Kegiatan

(Dr. Ir. Agus Purwito, M.Sc. Agr)
NIP. 1961 11 01 198703 1003

(Nurmansyah)
NIM. A24060191

Wakil Rektor Bidang
Akademik dan Kemahasiswaan

Dosen Pendamping

(Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmaryono, MS)
NIP. 1958 12 28 198503 1003

(Dr. Ir. Memen Surahman, MSc.Agr)
NIP. 1963 06 28 199002 1002



ABSTRAK

Group BONTENC (*Bogor Original Entrepreneur Student Company*) merupakan kelompok usaha yang kami bentuk pada bulan November 2009. Usaha yang dijalankan oleh group BONTENC adalah usaha pembuatan t-shirt edukasi anak sebagai media pengenalan lingkungan kepada anak usia dini dengan memakai *brand* Mentimun. Keunggulan dari produk kami adalah pada desain produk yang original dan unik. Dalam proses produksi t-shirt, kami melakukan kerja sama dengan mitra konveksi yang terdapat di Bandung. Pemasaran meliputi Promosi dan Penjualan produk. Promosi dilaksanakan dengan metode penyebaran dan penempelan media promosi (poster, katalog produk, dan X-Banner) di toko-toko mitra usaha maupun tempat-tempat yang strategis, serta menawarkan secara langsung dari rumah ke rumah. Penjualan produk dilakukan dengan 2 cara, yaitu: menawarkan produk secara langsung kepada dosen-dosen dan melakukan kerjasama dengan toko-toko maupun koperasi sekolah. Produksi t-shirt dilakukan sebanyak dua kali dengan total keuntungan Rp 1.680.000,- dan persentase margin keuntungan bersih adalah 22.5 %.

Key words : BONTENC, T-Shirt, dan Mentimun,



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas segala rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan akhir Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan dengan judul **“Mentimun (Media Edukasi Anak : T-Shirt Imut dan Unik) Sebagai Sarana Untuk Mengenal Lingkungan”** yang ditulis berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan dari mulai bulan Februari hingga Juni 2010.

Penulisan laporan akhir ini merupakan salah satu syarat untuk mempertanggungjawabkan amanah yang telah diberikan kepada kami. Laporan akhir ini bertujuan untuk melaporkan usaha yang telah dijalankan oleh kelompok kami selama ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Penulis berharap semoga laporan akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya, dan bagi pembaca pada umumnya.

Bogor, 7 Juni 2010

Penulis

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia merupakan negara *megabiodiversity* yang sangat kaya akan keanekaragaman hayati baik berupa flora maupun fauna. Namun, Indonesia juga merupakan negara yang mengalami kerusakan sumberdaya alam hayati tertinggi di dunia. Kerusakan tersebut disebabkan karena eksploitasi yang berlebihan tanpa memperhatikan kelestarian lingkungan. Selain itu, kurangnya kesadaran dari masyarakat juga merupakan faktor pemicu terjadinya kerusakan tersebut. Jika hal ini terus dibiarkan maka keanekaragaman hayati Indonesia akan terus berkurang bahkan punah. Masyarakat merupakan komponen penting dalam suatu lingkungan karena masyarakat berinteraksi langsung dengan lingkungan, sehingga dalam upaya perlindungan terhadap lingkungan perlu dilakukan pembinaan terhadap masyarakat agar timbul kesadaran untuk menjaga dan melestarikan lingkungan.

Salah satu komponen penting dalam masyarakat adalah anak-anak. Anak-anak merupakan generasi penerus yang akan menjadi tulang punggung dalam membangun bangsa ini. Anak-anak perlu dijadikan sasaran utama untuk dibina karena memiliki sikap dan perilaku yang mudah terpengaruh oleh kondisi disekitarnya, sehingga sangat penting untuk mengenalkan anak-anak sejak dini pada berbagai kondisi tentang lingkungan agar memiliki pengetahuan yang cukup sebagai bekal untuk kehidupannya dimasa yang akan datang. Dengan hal tersebut diharapkan anak-anak akan memiliki rasa cinta terhadap lingkungan dan akan selalu bersikap ramah dan peduli terhadap lingkungan.

Media mempunyai pengaruh yang sangat kuat dalam pembentukan kognisi anak. Media akan memberikan informasi dan pengetahuan yang pada akhirnya dapat membentuk persepsi. Penelitian menunjukkan bahwa persepsi mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang (Hakim, 2006). Oleh karena itu, perlu dibuat media yang dapat menarik minat anak serta dapat menyampaikan pesan akan pentingnya pengetahuan tentang lingkungan. Media yang akan dikembangkan untuk memfasilitasi hal tersebut adalah T-shirt/baju untuk anak-anak. Walaupun baju merupakan hal yang sudah umum, namun baju merupakan barang yang melekat kuat dalam kehidupan manusia karena akan dikenakan setiap hari, sehingga baju akan menjadi media yang efektif untuk menyampaikan pesan yang terkandung

didalamnya. Baju akan di disain sedemikian rupa dengan bentuk yang menarik dengan mencantumkan gambar salah satu jenis flora atau fauna. Selain itu, baju juga akan disertai dengan leaflet yang berisi mengenai penjelasan gambar yang tertera di baju tersebut. Hal ini dilakukan sebagai upaya pelestarian lingkungan dengan menanamkan arti penting lingkungan kepada anak-anak melalui media edukasi berupa baju yang di disain menarik dan unik.

Perumusan Masalah

- Kurangnya pengetahuan dan kepedulian anak-anak terhadap permasalahan lingkungan.
- Kurangnya nilai-nilai edukasi yang terkandung dalam T-Shirt atau kaos.

Berdasarkan uraian diatas, kami berusaha untuk mengoptimalkan potensi T-Shirt sebagai media yang dapat memperkenalkan pentingnya menjaga lingkungan kepada anak-anak.

Tujuan Usaha

Program ini bertujuan untuk mendirikan usaha pembuatan t-shirt anak-anak yang memiliki nilai edukasi sebagai upaya dalam:

1. Mendapatkan keuntungan.
2. Meningkatkan pengetahuan anak-anak mengenai permasalahan lingkungan saat ini dan cara mengatasinya.
3. Meningkatkan kepedulian anak-anak terhadap lingkungan.
4. Melatih jiwa kreatifitas dan kewirausahaan mahasiswa.
5. Mengembangkan kemandirian, kreatifitas, jiwa berwirausaha dan semangat kerja tim bagi mahasiswa.

Luaran Yang Diharapkan

Usaha ini akan menghasilkan produk komersial berupa T-Shirt *Mentimun*. T-Shirt ini akan di design sedemikian rupa dengan bentuk yang menarik dengan mencantumkan gambar salah satu jenis flora dan fauna ataupun permasalahan lingkungan lainnya. Selain itu, setiap t-shirt akan disertakan dengan leaflet atau stiker sebagai media pengenalan lingkungan yang berisi mengenai penjelasan gambar yang tertera di baju tersebut. Luaran yang diharapkan adalah anak-anak lebih mengenal lingkungan dan peduli terhadap permasalahan lingkungan yang

ada. Disamping itu, produk ini diharapkan untuk meningkatkan kemandirian dan menjadi unit usaha yang mampu membuka peluang kerja.

Kegunaan

1. Bagi Mahasiswa

Kegiatan ini menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada mahasiswa sehingga dapat merangsang mahasiswa berpikir kreatif, inovatif dan dapat bekerja dalam tim untuk menghasilkan produk yang menarik dan bermanfaat khususnya bagi pelestarian lingkungan.

2. Bagi pemerintah

Kegiatan ini bermanfaat sebagai upaya untuk mengkampanyekan pelestarian lingkungan bagi masyarakat terutama anak-anak sebagai penerus bangsa.

3. Bagi masyarakat

Bagi masyarakat sendiri kegiatan ini akan menambah peluang kerja, serta dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pelestarian lingkungan.

II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Nama usaha : BONTENC (*Bogor Original Entrepreneur Student Company*)

Nama Produk : MENTIMUN (Media Edukasi Anak : T-Shirt Imut dan Unik)

Visi : Menjadi Usaha T-Shirt Terdepan Dalam Memberikan Pengetahuan Lingkungan Kepada Anak-Anak

Misi : 1. Meningkatkan nilai tambah sebuah t-shirt dengan nilai-nilai edukasi.

III. Membuat disain-disain t-shirt unik yang dapat menarik perhatian anak-anak.

IV. Mencari permasalahan-permasalahan lingkungan serta solusinya yang sedang terjadi.

Bentuk usaha yang dijalankan adalah pembuatan t-shirt dengan desain yang menarik yang mencantumkan gambar salah satu jenis flora

dan fauna ataupun permasalahan lingkungan lainnya. Selain itu, baju juga akan disertai dengan leaflet yang berisi mengenai penjelasan gambar yang tertera pada t-shirt tersebut. Hal ini dilakukan sebagai upaya pelestarian lingkungan dengan menanamkan arti penting lingkungan kepada anak-anak melalui media edukasi berupa baju yang di design menarik dan unik. Usaha ini lebih ditekankan pada peningkatan pengetahuan dan kepedulian anak-anak terhadap lingkungan.



Gambar 1. Logo Perusahaan



Gambar 2. Logo Produk

1. Perencanaan Pemasaran

a. STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*)

1. *Segmentation*

Segmen pasar produk kami dibagi ke dalam dua segmen yaitu :

- a. Segmen pertama merupakan anak-anak yang masih duduk di bangku taman kanak-kanak (TK) dan Sekolah Dasar (SD).
- b. Segmen kedua merupakan keluarga menengah ke atas yang gemar mengkoleksi baju-baju yang menarik seperti produk yang kami tawarkan.

2. Targetting

Target utama dari pasar yaitu kalangan masyarakat menengah ke atas karena daya beli kalangan ini sangat tinggi.

3. Positioning

Dalam proses pemasaran kami ingin membangun kesan bahwa baju yang sering digunakan setiap hari merupakan media yang efektif untuk menyampaikan pesan akan pentingnya membangun kesadaran anak-anak sejak usia dini agar peduli terhadap lingkungan. Kesan ini dapat diwujudkan dengan inovasi yang kami lakukan dengan menambahkan gambar-gambar flora dan fauna serta isu-isu tentang lingkungan yang disertai dengan leaflet berisi penjelasan mengenai gambar yang tercantum pada baju.

b. Perencanaan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

1. Produk

Keunggulan produk yang kami tawarkan adalah ide kreatif dengan tema lingkungan, disain original, bahan atau material berkualitas serta materi pengenalan tentang lingkungan yang akan disertakan dengan produk.

2. Tempat

Adanya produk yang bermutu baik namun tidak diikuti dengan tempat pemasaran yang baik akan menyebabkan produk tersebut kurang diminati pembeli. Untuk mendistribusikan *T-shirt* ini maka tempat-tempat yang dijadikan tempat pasar dibagi menjadi:

- a. Menjual secara langsung ke taman kanak-kanak dan sekolah dasar, perumahan-perumahan, dll.
- b. Menitipkan produk ke toko-toko baju.

3. Harga

Harga yang ditawarkan berdasarkan riset pasar dan kemampuan atau daya beli masyarakat, terutama masyarakat menengah ke atas.

4. Promosi

Elemen penting yang mendukung suksesnya suatu produk di pasar yaitu melalui promosi. Promosi akan dilakukan secara intensif dan efektif sebagai upaya untuk membangun citra *T-shirt* sebagai media untuk membangun kesadaran anak-anak agar peduli terhadap lingkungan..

Promosi akan dilakukan dengan beberapa cara yaitu :

- a. Penempelan poster dan penyebaran pamflet di toko-toko mitra usaha maupun tempat-tempat yang strategis.
- b. Menawarkan secara langsung dari rumah ke rumah maupun membuka stand kecil di tempat yang strategis.
- c. Mengikuti bazar-bazar sekaligus promosi produk yang ramah lingkungan.

5. Analisis Pasar

a. Tren masa depan pada usaha *T-shirt*

T-shirt atau baju merupakan kebutuhan yang penting karena keberadaannya melekat kuat dalam kehidupan manusia sehari-hari sehingga akan selalu dibutuhkan setiap saat. Baju yang akan dikembangkan dalam produk *T-shirt* Mentimun memiliki peluang yang sangat besar karena dengan isu perubahan iklim yang sedang marak berkembang akan meningkatkan minat masyarakat untuk ikut peduli terhadap lingkungan. Selain itu, anak-anak yang menjadi sasaran penjualan produk merupakan pasar yang tepat karena belum ada produk yang ditujukan untuk meningkatkan kepedulian anak-anak terhadap lingkungan melalui media yang tepat seperti produk yang akan kami tawarkan. Dengan tampilan yang menarik melalui pencantuman gambar-gambar flora, fauna, dan berbagai hal mengenai lingkungan maka akan membuat produk kami menjadi semakin menarik minat anak-anak yang gemar terhadap hal-hal baru.

b. Pesaing usaha



Ide pembuatan *T-shirt* Mentimun didasarkan pada keinginan untuk membangun kesadaran anak-anak agar peduli terhadap lingkungan karena anak-anak merupakan generasi mendatang yang akan menentukan nasib bangsa. Baju memang merupakan hal yang umum, sehingga dalam pemasarannya akan mendapatkan banyak kompetitor yang bergerak di bidang yang sama. Namun, dengan inovasi yang kami lakukan maka produk yang kami buat akan mampu bersaing dipasaran. Terlebih lagi dengan isu perubahan iklim yang sedang marak berkembang maka akan meningkatkan minat masyarakat terhadap produk yang kami jual.

III. METODE PENDEKATAN

Pembelian Keperluan Produksi

Pembelian alat-alat produksi dilakukan di awal bulan selama dua minggu pertama. Tempat pembelian dilakukan di Bogor dan Jakarta.

Riset Pasar

Riset pasar dilakukan di minggu-minggu awal kegiatan. Riset pasar dilakukan dengan menyebar kuisisioner ke masyarakat lingkaran kampus Institut Pertanian Bogor. Riset pasar ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat ketertarikan pasar terhadap produk.

Produksi

Produksi mulai dilakukan setelah dilakukan pembelian keperluan produksi dan riset pasar.

Promosi

Promosi dilaksanakan dengan metode penyebaran penempelan poster dan pamflet di toko-toko mitra usaha maupun tempat-tempat yang strategis, menawarkan secara langsung dari rumah ke rumah maupun membuka stand kecil di tempat yang strategis, serta mengikuti bazar-bazar sekaligus promosi produk yang ramah lingkungan.

Pembuatan Poster dan Pamflet

Pembuatan pamflet bertujuan untuk menjadi sarana promosi produk di beberapa mitra lokasi penjualan produk. Pembuatan pamflet dilakukan setiap bulan di minggu ke-3 sebanyak 100 eksemplar.

Pemasaran

Pemasaran dilakukan dengan metode yang telah dijelaskan pada perencanaan pemasaran di gambaran umum usaha.

Evaluasi

Evaluasi dilakukan tiap minggu yang bertujuan untuk menentukan strategi perusahaan ke depan.

IV. PELAKSANAAN PROGRAM

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Program kreativitas mahasiswa ini dilaksanakan dai bulan Februari–Juni 2010. Program ini dilaksanakan di salah satu rumah anggota.

Tahapan Pelaksanaan/Jadwal Faktual Pelaksanaan

No.	Kegiatan	Januari	Februari	Maret	April	Mei
1.	Riset Pasar					
2.	Produksi					
3.	Promosi dan Pemasaran					
4.	Konsultasi					
5.	Evaluasi					

Rancangan dan Realisasi Biaya

No	Tanggal	Uraian	Total Biaya	Pemasukan	Saldo
1.	Februari 2010	Penerimaan dana PKM 70 %	-	4.900.000	4.900.000
2.	18 Februari 2010	Biaya Pembuatan Produk 72 buah	2.880.000	-	2.020.000
3.	April 2010	• Biaya rak display	200.000	-	
		• Biaya Hanger (5 lusin)	50.000	-	1.770.00
3.	6 April 2010	• Biaya Print Proposal usaha (3 buah)	30.000	-	
		• Biaya Print katalog	6.000	-	1.734.000
4.	17 April 2010	• Biaya Print Proposal usaha (3 buah)	30.000	-	
		• Biaya Print	6.000	-	1.698.000

		katalog			
5.	21 April 2010	• Pembuatan X-Banner (2 buah)	300.000	-	
		• Pembuatan Poster (20 buah)	300.000	-	1.098.000
6.	April 2010	Penerimaan dana PKM 30 %	-	2.100.000	3.198.000
7.	Mei 2010	Produksi kedua 96 T-Shirt	2.880.000	-	318.000
8.	22 April 2010	Biaya Bazar	150.000	-	168.000

PENDAPATAN

No.	Total Produksi	Volume	Harga Jual (Rp)	Total (Rp)
1.	Produk t-shirt mentimun	72	50.000	3.600.000
2.	Produksi kedua	96	40.000	3.840.000
TOTAL NILAI PENDAPATAN				7.440.000

Keuntungan

- Produksi Pertama : $72 \times \text{Rp } 10.000,- = \text{Rp } 720.000$
- Produksi Kedua : $96 \times \text{Rp } 10.000,- = \text{Rp } 960.000$
- Total Keuntungan : $\text{Rp } 1.680.000,-$

Persentase Margin Keuntungan Bersih

$$\frac{\text{Rp } 1.680.000}{\text{Rp } 7.440.000} \cdot 100\% = 22.5\%$$

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang dilakukan pada awal pelaksanaan program adalah melakukan riset pasar dan pencarian mitra konveksi dan mitra penjual. Kegiatan riset pasar dilakukan di toko pakaian anak Al-Amin dan Toko Humaira. Setelah melakukan riset pasar kami memutuskan untuk membuat t-shirt dalam dua

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

ukuran, yaitu : ukuran 6 dan ukuran 10. Kemudian t-shirt akan dibuat dengan berbagai pilihan warna.

Dalam proses penyablonan kami bekerjasama dengan mitra konveksi E-Absolute. Selama program berlangsung kami telah memproduksi sebanyak 168 t-shirt. Produksi pertama dilakukan pada akhir bulan februari 2010 sebanyak 72 t-shirt dan produksi kedua dilakukan pada bulan mei sebanyak 96 t-shirt. Sampai dengan bulan mei, produksi telah mencapai 84 % dari 200 t-shirt yang ditargetkan. Kemudian dari 168 t-shirt telah terjual 69 t-shirt atau 41 %.

Selama program ini berlangsung kami telah membuat 14 disain t-shirt. Keempatbelas disain tersebut terbagi dalam tiga seri, yaitu : seri lingkungan hidup, seri hewan asli Indonesia, dan seri pertanian. Dari 14 disain tersebut, sembilan diantaranya telah diproduksi.

Dalam kegiatan ini pun kami melakukan kerjasama dengan mitra penjual, antara lain Toko E-Absolute, Toko Humaira dan ALIYA Mart. Dari ketiga mitra penjual tersebut, ALIYA Mart yang tingkat penjualannya paling tinggi. Hal ini dikarenakan toko ALIYA Mart merupakan toko milik Sekolah Islam Terpadu ALIYA yang letaknya bersebelahan dengan sekolah, sehingga mobilitas orang tua dan anak-anak sangat tinggi.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Produk t-shirt mentimun dibuat dengan desain unik dan orisinil yang bertemakan lingkungan dan dibuat dengan bahan kualitas terbaik. Pengembangan produk terus dilakukan dengan penyempurnaan desain dan teknik penyablonan sehingga dapat bersaing dengan produk yang sama di pasaran.

Saran

Dalam kegiatan ini perlu dikembangkan teknik penyablonan agar memberikan nilai tambah kepada produk. Metode pemasaran dengan melakukan kerjasama dengan sekolah-sekolah dan lembaga-lembaga yang peduli terhadap pelestarian lingkungan.

LAMPIRAN



Gambar 1. Konsultasi dengan Dosen Pembimbing



Gambar 2. Promosi Melalui Media Poster dan Katalog



Gambar 3. Penandatanganan Nota Kesepahaman oleh Pihak Bontenc.



Gambar 4. Penandatanganan Nota Kesepahaman oleh Pihak E-Absolute Inc.



Gambar 5. Penyerahan Produk Mentimun kepada Pihak E-Absolute Inc.



Gambar 6. Nota Kesepahaman Antara Bontenc Inc. dengan Pihak E-Absolute Inc.



Gambar 7. Display Produk di Toko E-Absolute



Gambar 8. Kegiatan Diskusi Kelompok



Gambar 9. Mitra Penjual ALIYA Mart



Gambar 10. Pembicaraan dengan pihak ALIYA Mart



Gambar 11. Penempatan X-Banner di ALIYA Mart



Gambar 12. Kegiatan Bazar PKM di Kampus IPB



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.