



**LAPORAN AKHIR  
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA KEWIRAUSAHAAN**

**BISNIS KAOS "EDANE"  
SEBAGAI MEDIA EDUKASI PERGERAKAN JIWA NASIONALISME  
TERHADAP ISU-ISU GLOBAL NASIONAL**

Oleh:

Dewi Askanovi	(F24070039/2007) (Ketua)
Tito Tegar	(F24062873/2006) (Anggota)
Hans Budi Findranov	(F14070009/2007) (Anggota)
Renny Permatasari	(F24070012/2007) (Anggota)
Meilly Kusumadewi	(F24070045/2007) (Anggota)

**INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2010**



**HALAMAN PENGESAHAN  
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA  
LAPORAN AKHIR**

1. Judul kegiatan : **Bisnis Kaos “EDANE” sebagai Media Edukasi Pergerakkan Jiwa Nasionalisme terhadap Isu-Isu Global Nasional**
2. Bidang kegiatan : ( ) PKMP (√) PKMK  
( ) PKMT ( ) PKM
3. Bidang ilmu : ( ) Kesehatan ( ) Pertanian  
( ) MIPA ( ) Teknologi dan Rekayasa  
(√) Sosial Ekonomi ( ) Humaniora  
( ) Pendidikan
4. Ketua pelaksana kegiatan :
  
5. Anggota pelaksana kegiatan : 5 orang
6. Dosen pembimbing :
  
7. Biaya kegiatan total :  
a. DIKTI : Rp. 6.875.000,00  
b. Sumber lain : -
8. Jangka waktu pelaksanaan : 5 bulan

Bogor, 03 Juni 2010

Menyetujui,  
Ketua Departemen  
Ilmu dan Teknologi Pangan IPB

Ketua Pelaksana Kegiatan

Dr. Ir. Dahrul Syah, M.Sc. Agr  
NIP. 19650814.199002.1.001

Dewi Askanovi  
NIM. F24070039

Wakil Rektor Bidang Akademik dan  
Kemahasiswaan

Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmaryono, MS.  
NIP. 19581228.198503.1.003

Dra. Yusalina, M.Si  
NIP.19650115.199003.2.001



## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR IDENTITAS DAN LEMBAR PENGESAHAN .....	i
DAFTAR ISI .....	ii
ABSTRAK .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
I. PENDAHULUAN .....	1
Latar Belakang Masalah .....	1
Perumusan Masalah .....	2
Tujuan Program.....	2
Luaran yang Diharapkan.....	2
Kegunaan Program .....	3
II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA .....	3
III. METODE PENDEKATAN .....	4
IV. PELAKSANAAN PROGRAM .....	4
Waktu dan Tempat Pelaksanaan .....	4
Tahapan Pelaksanaan/Jadwal Faktual Pelaksanaan .....	5
Instrumen Pelaksanaan .....	5
Rancangan dan Realisasi Biaya .....	5
V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	7
VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....	10
LAMPIRAN .....	11

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 kritikan 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.

## ABSTRAK

Kaos merupakan suatu tren *fashion* yang tidak lekang oleh waktu karena hal ini terkait dengan sandang sebagai kebutuhan dasar manusia dan dapat dipakai oleh semua kalangan masyarakat. Kaos dapat membawa pesan dalam sebuah "teks terbuka", contohnya pada usaha kaos ini, yaitu kaos dengan pesan tentang isu-isu global nasional yang berfungsi sebagai media peningkatan kesadaran dan penggerak jiwa nasionalisme terhadap masalah yang terjadi di Indonesia. Merk usaha kaos ini adalah "EDANE" yang berarti mempresentasikan ide-ide gila dalam konotasi positif yang dirangkai dalam desain yang kreatif dan edukatif. Usaha "EDANE" juga menerima pesanan dari konsumen dengan desain yang mereka ajukan, misalnya kaos untuk kepanitiaan.

Usaha kaos "EDANE" menjalin kerjasama dengan usaha produksi kaos "Deep Purpel" di Bandung untuk kaos kepanitiaan dengan harga penjualan ke konsumen Rp 36.000 (pendek) dan Rp.38.000 (panjang). Selain itu, usaha ini juga bekerja sama dengan konveksi "Sugar Free" Clothing Laboratory untuk desain "EDANE" dengan harga jual ke konsumen Rp 40.000,00 (pendek) dan Rp 45.000,00 (panjang). Pemasaran dilakukan melalui penyebaran katalog di IPB Darmaga dan Baranangsiang dengan merekrut seorang distributor untuk setiap jurusan. Selain itu, pemasaran juga dilakukan melalui website Kaskus dan Facebook. Saat ini konsumen kaos "EDANE" telah meluas sampai ke Jakarta, Bekasi, Bandung, dan Yogyakarta.

Hasil produksi kaos "EDANE" telah sampai cetakan kedua. Pada cetakan pertama, didapatkan hasil penjualan 50 kaos distro untuk dua desain dan pemesanan kaos kepanitiaan sebanyak 30 buah. Pada cetakan kedua hasil penjualan meningkat menjadi 73 kaos terjual untuk empat desain distro dan 78 kaos terjual untuk kaos kepanitiaan. Selama hasil penjualan, tim "EDANE" telah melakukan *turnover investment* sebesar 112%.

*Key word: Edane, Kaos, Nasionalisme, Isu Global*

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.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami haturkan ke hadirat Allah SWT, atas perkenan-Nya kami dapat menyelesaikan laporan akhir Pekan Kreatifitas Mahasiswa bidang kewirausahaan dengan judul “Bisnis Kaos “EDANE” sebagai Media Edukasi Pergerakkan Jiwa Nasionalisme terhadap Isu-Isu Global Nasional”. Tujuan dari PKMK ini adalah meningkatkan kesadaran terhadap isu-isu global nasional melalui pesan-pesan yang disampaikan dalam kaos; menjadikan “EDANE” sebagai ikon merek kaos nasionalisme yang dikenal masyarakat umum; memberikan informasi yang edukatif, khususnya tentang isu-isu global nasional; menambah variasi desain kaos; menanamkan jiwa kewirausahaan pada mahasiswa; dan mendapatkan keuntungan yang maksimal

Kami berterima kasih kepada DIKTI selaku panitia penyelenggara PKM, Ibu Yusalina selaku dosen pembimbing, orang tua dan teman-teman yang telah memotivasi kami, serta pihak-pihak lain yang turut membantu dalam pelaksanaan PKMK kami.

Kami berharap PKMK ini akan bermanfaat, bagi Kami khususnya dan bagi masyarakat secara umumnya. Dalam penyusunan laporan akhir ini kami menyadari masih banyak kekurangan yang kami lakukan. Oleh karena itu, perbaikan dan saran serta kritik yang membangun sangat Kami diharapkan untuk perbaiki ke depannya.

Bogor, Juni 2010  
Tim Pelaksana

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.



## I. PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Memasuki Awal abad ke 17, kaos hanya diakui sebagai pakaian dalam para kuli bongkar muat di Pelabuhan Annapolis Maryland, Amerika Serikat. Sampai akhirnya ditahun 1880-an, pemakaian kaos mulai dipopulerkan ke seluruh dunia melalui pemain film Amerika yang memakai kaos sebagai pakaian luar di film-film yang mereka bintang. Sejak saat itu permintaan pasar terhadap kaos sebagai kebutuhan sandang semakin tinggi. Apalagi kaos merupakan suatu tren *fashion* yang tidak lekang oleh waktu dan dapat dipakai oleh semua kalangan masyarakat. Sehingga pangsa pasar dari bisnis kaos ini tidak akan pernah sepi karena hal ini terkait dengan sandang sebagai kebutuhan dasar manusia.

Sebagai respon dari permintaan pasar terhadap kaos, sudah banyak usaha-usaha produksi kaos skala besar yang bermunculan, contohnya merk “Dagadu” di Yogyakarta. Usaha ini menawarkan konsep utama desain permainan kata-kata yang khas cerdas dan kritis namun tetap santai terhadap respon keadaan lingkungan sosial yang sedang terjadi. Kaos merk “Dagadu” ini ternyata sangat menarik minat beli dari konsumen sehingga dijadikan sebagai oleh-oleh khas dari Yogyakarta. Melalui desain grafis berbentuk gambar atau kalimat yang unik seperti produk “Dagadu” di atas, kaos telah mengalami transformasi fungsi yang sangat signifikan. Tidak hanya sebagai pakaian, kaos pun berfungsi sebagai medium kritik maupun ajang ekspresi diri pemakainya. Kaos sekarang juga telah menjadi media komunikasi. Kaos sebagaimana pakaian lainnya membawa pesan dalam sebuah "teks terbuka" sehingga pembaca dapat menginterpretasikannya.

Menurut terminologi *Umberto Eco (1979)*, suatu desain ataupun coretan kata-kata yang terdapat di dalamnya bersifat *undercoded*, desain tersebut berhubungan secara *synecdochical* (satu bagian dari kaos mewakili keseluruhan pribadi seseorang) dengan pengalaman, relasi sosial, nilai, atau status yang diklaim secara eksplisit atau implisit oleh pemakainya. Seperti contohnya seseorang yang memakai kaos yang bertuliskan desain bertema tentang isu nasional tari pendet Indonesia yang diklaim sebagai kebudayaan Malaysia. Pemakai kaos tersebut bukan hanya sekedar menginformasikan bahwa ada kebudayaan milik negara Indonesia yang diambil oleh Malaysia, namun juga melalui desain tersebut pemakai kaos dapat meningkatkan kesadaran masyarakat agar lebih peduli terhadap kebudayaan negara Indonesia yang tidak ternilai harganya serta menggerakkan pemikiran jiwa nasionalisme masyarakat untuk tetap menjaga kebudayaan Indonesia tersebut.

Latar belakang yang telah disebutkan sebelumnya, menjadi dasar terbentuknya usaha ini untuk berwirausaha dalam bisnis kaos. Keistimewaan kaos ini terletak dari desainnya yang kreatif dan edukatif. Sehingga dapat berperan sebagai kaos multifungsi. Selain berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan sandang dan estetika berkehidupan sehari-hari, kaos ini dapat pula menjadi media penyampaian informasi dan penggerak jiwa nasionalisme masyarakat. Kekreatifan dari desain kaos ini dapat dilihat dari segi desainnya yang berbeda dari desain kaos-kaos lainnya yang telah beredar di pasaran. Pada saat dipakai desain kaos yang dapat diletakkan di bagian depan atau belakang ini, tentunya akan dibaca oleh banyak orang yang melihatnya. Penggunaan desain yang unik, kreatif, menarik dan edukatif, tentunya masyarakat yang melihatnya akan memfokuskan

diri pada desain tersebut dan akan berusaha mencari tahu maknanya. Pada saat itu, desain kaos ini akan menjadi media persuasif yang akan mempengaruhi jiwa, karakter dan pemikiran masyarakat yang melihatnya. Pada akhirnya kaos ini dapat mencapai tujuannya sebagai media peningkatan kesadaran dan penggerak jiwa nasionalisme terhadap isu-isu dan masalah-masalah yang terjadi pada negara Indonesia beberapa tahun belakangan ini.

Kaos yang berisikan pesan tentang isu-isu global nasional sangat berpotensi untuk menyampaikan pesan tanpa berkesan menggurui sehingga diharapkan dengan menggunakan kaos ini, maka seluruh masyarakat dapat mengetahui isu-isu global nasional yang sedang terjadi. Pada akhirnya, kaos ini dapat menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan pergerakan jiwa nasionalisme terhadap permasalahan global bangsa Indonesia.

### Perumusan Masalah

Kebutuhan pakaian semakin meningkat dari waktu ke waktu dengan tuntutan variasi yang semakin tinggi pula. Salah satu jenis pakaian yang terus mengalami inovasi adalah kaos. Kaos umumnya dipakai dalam kondisi yang santai dan tidak mengenal perbedaan karakteristik sosial ekonomi. Namun, kaos yang tersedia di pasaran umumnya memiliki kualitas yang kurang baik meskipun harganya relatif murah. Kaos yang berkualitas baik harganya cenderung kurang terjangkau oleh masyarakat sehingga diperlukan suatu inovasi yang dapat menyediakan kaos yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Oleh karena itu, diperlukan suatu usaha untuk menekan biaya produksi agar terjangkau oleh konsumen dari kalangan apapun.

Kaos yang dipakai sehari-hari dapat pula menjadi media penyampai pesan kepada masyarakat. Pesan-pesan yang disampaikan dapat berupa pesan-pesan moral dan pengetahuan akan isu-isu permasalahan nasional yang terjadi di Indonesia sehingga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dan menggerakkan jiwa nasionalisme. Kaos ini akan dibuat dengan desain yang menarik agar menjadi nilai tambah dari kaos itu sendiri. Dengan demikian, kaos dapat berfungsi ganda yaitu sebagai pakaian dan juga sebagai penyampai pesan-pesan moral.

### Tujuan Program

Program ini bertujuan mendirikan usaha pembuatan kaos dalam upaya untuk:

1. Meningkatkan kesadaran terhadap isu-isu global nasional melalui pesan-pesan yang disampaikan dalam kaos
2. Menjadikan “EDANE” sebagai ikon merk kaos nasionalisme yang dikenal masyarakat umum
3. Memberikan informasi yang edukatif, khususnya tentang isu-isu global nasional
4. Menambah variasi desain kaos
5. Menanamkan jiwa kewirausahaan pada mahasiswa
6. Mendapatkan keuntungan yang maksimal.

### Luaran yang Diharapkan

Melalui program ini diharapkan mahasiswa dengan dibantu industri kecil yang bergerak dalam bidang penyablonan kaos dapat memproduksi kaos dengan

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.

pesan-pesan edukatif yang bertemakan tentang isu-isu global nasional dan dapat mengembangkan pemasarannya secara luas sehingga wirausaha ini dapat terus bertahan. Selain itu, diharapkan kaos dengan merk “EDANE” ini dapat dijadikan ikon oleh masyarakat luas tentang pentingnya pengetahuan, khususnya tentang isu-isu global nasional.

### Kegunaan Program

#### a. Untuk Diri Sendiri

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

#### b. Untuk Kelompok

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

#### c. Untuk Masyarakat

Produksi kaos ini dapat menambah variasi desain kaos yang menarik namun terjangkau untuk semua kalangan masyarakat. Desain yang unik dengan merk tersendiri dapat menarik perhatian dan mudah diingat. Pesan-pesan edukatif yang ada pada kaos ini dapat meningkatkan kesadaran konsumen tentang isu-isu global nasional terkini. Selain itu, pengembangan usaha produksi kaos ini juga dapat membuka peluang kerja bagi masyarakat.

## II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

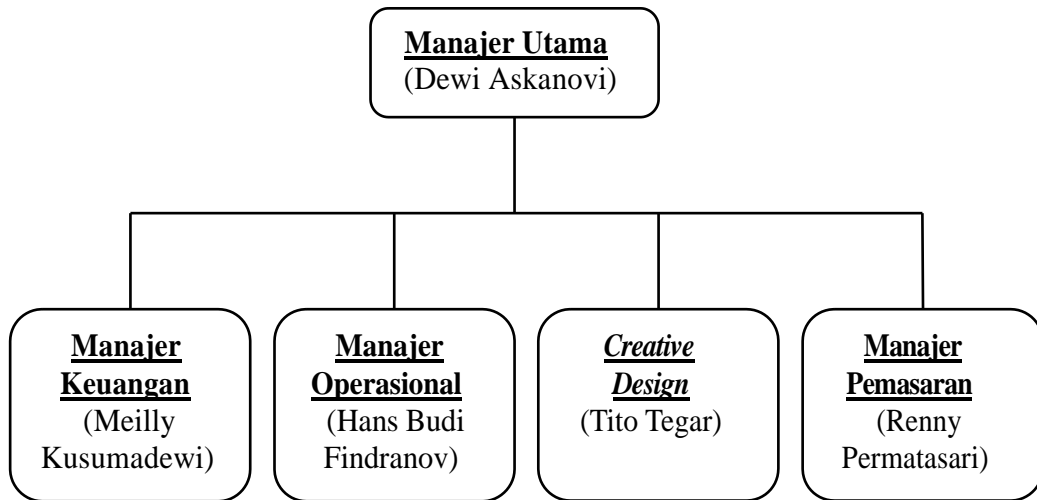
Usaha kaos kreatif dan edukatif dengan tema tentang isu-isu permasalahan global yang terjadi di Indonesia ini dijalankan dengan suatu jalur koordinasi yang disusun dalam suatu struktur organisasi dengan:

- Manajer Utama yang bertanggung jawab penuh terhadap segala urusan perusahaan yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan pengevaluasian kegiatan dari awal produksi hingga pemasaran.
- Manajer Keuangan bertanggung jawab melakukan survei harga peralatan dan bahan-bahan di pasaran, mengatur arus kas dan membuat pembukuan.
- Manajer Operasional bertanggung jawab menyediakan peralatan dan bahan-bahan yang dibutuhkan mulai dari perancangan, produksi, pemasaran, dan pembukuan.
- Creative Design* bertanggung jawab merancang desain dan mengontrol proses. Manajer 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 Manajer Utama dalam bisnis kaos ini. Struktur organisasi dari usaha kaos ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini. (Gambar 1).



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.



Gambar 1. Skema Susunan Organisasi

Usaha ini akan melakukan pemasaran dengan menerapkan S.W.O.T *analysis* sederhana sebelum menyusun strategi pemasaran.

- a. *Strength* yang dimiliki oleh kaos ini adalah pada sablon yang berisikan pesan tentang isu-isu global yang terjadi di Indonesia serta gambar yang mendukungnya. Selain itu, kaos ini memiliki desain sablon yang unik, desain kaos yang unik, kualitas yang baik karena bahan yang terbuat dari serat kapas (*cotton*) sehingga dapat menyerap keringat dan tidak panas.
- b. *Weakness* dari kaos ini adalah kemudahan untuk ditiru.
- c. *Opportunities* yang dapat ditemukan adalah pemasaran yang luas dan dapat dijadikan *merk* baru di semua kalangan masyarakat
- d. *Threats* yang mungkin akan dihadapi adalah para pembajak dan pesaing.

### III. METODE PENDEKATAN

Untuk merealisasikan tujuan dari program PKMK ini, langkah awal dari metode pelaksanaan yang dilakukan adalah dengan pencarian desain kreatif dari kaos yang bertemakan tentang isu-isu global nasional pertama dan dilanjutkan dengan pembuatan desain oleh salah satu anggota PKM ini. Setelah itu, dilakukan pembuatan katalog, penyebaran katalog, pemesanan ke tempat produksi kaos *Sugar Free* dan *Deep Purple* di Bandung, pengecekan kaos, dan pendistribusian.

### IV. PELAKSANAAN PROGRAM

#### Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Program PKM ini dilaksanakan dari Bulan Januari hingga Mei 2010.

- a. Tempat pelaksanaan:
  1. Penyimpanan Barang dan Sortir
  2. Kosan Pondok aisyah, Jalan Babakan Tengah, Gang Cangkir, No.31 C Rt 002/Rw08, Dramaga.
- b. Pencetakan : *Deep Purple* dan *Sugar Free* di Bandung.
- c. Rapat : Kantin Sapta dan Korfat-Fakultas Teknologi Pertanian IPB

### Tahapan Pelaksanaan/Jadwal Faktual Pelaksanaan

b. Persiapan kegiatan

Persiapan kegiatan dilakukan selama dua minggu, yaitu pembuatan desain, serta penentuan warna, ukuran, dan bahan kaos. Penyebaran katalog dilakukan pada saat dua minggu di awal bulan.

c. Pengadaan barang

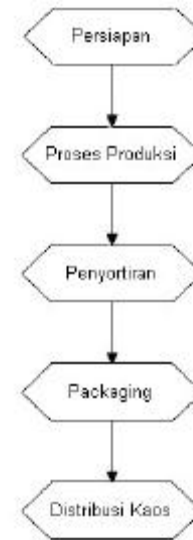
1. Penyerahan design ke tempat produksi kaos
2. Produksi sebulan sekali
3. Penyebaran barang ke konsumen di akhir bulan

d. Penyortiran barang

1. Pengecekan warna, sablon, dan jahitan (cacat/ tidak)
2. Jika cacat, dikembalikan ke tempat produksi untuk diganti

e. Packaging dan distribusi

1. Kaos dipastikan tidak cacat
2. Pengemasan dengan plastik dan pelabelan nama konsumen pada plastik kaosnya.
3. Pendistribusian



Gambar 2. Tahap Pelaksanaan PKMK "Edane"

### Instrumen Pelaksanaan

Instrumen yang digunakan pada PKMK "EDANE" ini berkaitan dengan alat-alat untuk memproduksi kaos. Semua alat pembuatan kaos ada di tempat produksi. Selain itu, terdapat katalog yang dibuat untuk setiap tahap produksi.

### Rancangan dan Realisasi Biaya

a. Rancangan Biaya

#### Sarana Penunjang

No.	Uraian	Jumlah	Satuan	Harga satuan (Rp)	Jumlah Biaya (Rp)
1	Alat Tulis Kantor	1	set	200.000	200.000
2	Hanger Baju	50	buah	10.000	500.000
3	Display Baju	4	buah	200.000	800.000
4	Label	600	lusin	1.700	1.020.000
5	Label Size	600	lusin	1.000	600.000
	<b>TOTAL</b>				<b>3.120.000</b>

#### Modal Usaha (Bulan 1)

No.	Uraian	Jumlah	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Biaya Total (Rp)
1	Kaos	200	pcs	32.000	6.400.000
2	Plastik	200	pcs	200	40.000
	<b>TOTAL</b>			<b>TOTAL</b>	<b>Rp 6.440.000</b>

**Sarana pendukung (Bulan 1)**

No.	Uraian	Harga Satuan (Rp)	Biaya Total (Rp)
1	Komunikasi	100.000	100.000
2	Promosi	150.000	150.000
3	Transportasi	100.000	100.000
	<b>TOTAL</b>		<b>350.000</b>
<b>INVESTASI TOTAL</b>			<b>9.910.000</b>

**b. Realisasi Biaya**

Dana PKM		6,875,000
No	Uraian	
<b>1.</b>	<b>Arus Masuk</b>	
	Penjualan Distro "EDANE"	4,480,000
	Penjualan Kaos Kepanitiaan	3,948,000
	<b>TOTAL INFLOW</b>	<b>8,428,000</b>
<b>2.</b>	<b>Arus Keluar</b>	
	<b>B. Biaya Operasional</b>	
	Biaya Kaos Distro	3,570,000
	Biaya Kaos Kepanitiaan	3,339,000
	Plastik Kaos	34,400
	Cetak Katalog	122,000
	Transportasi	20,000
	Komunikasi	40,000
	Internet	30,000
	Administrasi	207,600
	Alat Tulis Kantor	20,000
	<b>Pembuatan poster</b>	<b>300,000</b>
	<b>Total Outflow</b>	<b>7,683,000</b>
	<b>Net Benefit</b>	<b>745,000</b>
	<b>Profitability Index (indeks keuntungan)</b>	<b>1.10</b>
	<b>Profit on Sales</b>	<b>9%</b>
	<b>Profit on Cost</b>	<b>10%</b>
	<b>Turnover Investment (perputaran investasi)</b>	<b>112%</b>

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.

Pengeluaran PKM	
ATK	20,000
Transportasi	20,000
Komunikasi	40,000
Pelastik kaos	34,400
Pembukaan Rekening	35,000
Materai	14,000
Internet <i>online</i>	30,000
Pembuatan poster	300,000
Fotocopy	33,600
Cetak katalog 1	40,000
Cetak katalog 2	82,000
Penjilidan	20,000
Perbanyak proposal	100,000
Kuitansi	5,000
<b>TOTAL</b>	<b>774,000</b>

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemasaran kaos yang diterapkan adalah berdasarkan bauran pemasaran (4P), yaitu *product, place, promotion, and price*. Berikut adalah tabel hasil pelaksanaan dari strategi pemasaran:

### 1. Product

Strategi Produk	Penjelasan
<b>Design:</b>	Kreatif, Unik, Informatif, Edukatif, dan <i>Fashionable</i> serta mengangkat tema mengenai isu-isu nasionalisme
<b>Bahan Kaos (20S dan 24S) :</b>	a. <i>Cotton Combed</i> , yaitu kaos kualitas atas b. Karbet, yaitu kaos kualitas bawah
<b>Pemesanan :</b>	<i>Deep Purple</i> dan <i>Sugar Free</i> Bandung.
<b>Realisasi :</b>	a. Desain kaos yang ditawarkan melalui katalog pertama, dinilai terlalu “keras” tema-tema nasionalismenya. Oleh karena itu, tim “EDANE” melakukan survei secara lisan kepada mahasiswa sekitar kampus IPB mengenai desain kaos nasionalisme yang diinginkan. Hasil survei tersebut diantaranya menginginkan desain lucu dengan gambar kartun dan simpel, sehingga akhirnya dicetak katalog kedua yang sesuai dengan permintaan pasar. b. Ada kepanitiaan/organisasi (KSR, PKMM FKH, Bina Desa BEM KM IPB) yang menawarkan untuk melakukan kerjasama pencetakan kaos dalam jumlah banyak. Tujuan dari pembuatan kaos kepanitiaan/organisasi adalah Untuk memperluas area pemasaran dan pengenalan. c. Peningkatan kualitas akan dilakukan dengan pemesanan

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.



	merk “EDANE” dan <i>price tag</i> , sebagai aksesoris kaos yang akan menaikkan nilai tambah dan harga kaos “EDANE” di mata konsumen.
--	--

## 2. Place

Pemasaran dilakukan di kampus-kampus di Bogor, diantaranya yaitu Kampus IPB Dramaga dan D3 Baranangsiang. Di kampus IPB Dramaga Bogor inilah, pemasaran dapat dinyatakan lancar. Karena pemesanan kaos “EDANE” dari pencetakan tahap satu meningkat jumlahnya pada pencetakan tahap dua. Selain itu, dilakukan juga pemasaran ke distro-distro seperti *Deep Purple* dan *Quack*. Sistemnya yaitu dengan menitipkan kaos “EDANE”, dengan masing-masing desainnya sebanyak 2 pcs. Sisa kaos yang belum terjual pada kaos distro “EDANE” akan diakumulasi dan dijual dalam acara bazar di sekitar Bogor.

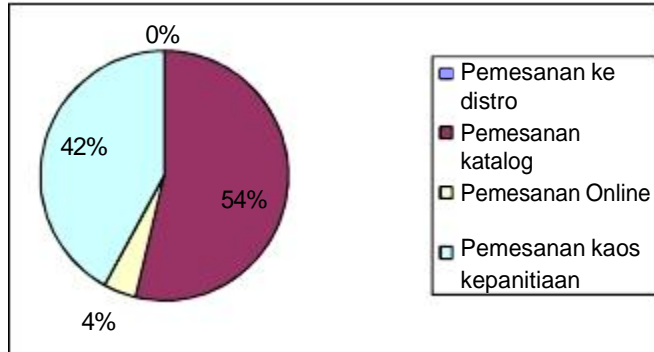
## 3. Promotion

Sitem Promosi	Penjelasan
Menyebarkan <i>Katalog, Brosur</i> , Universitas-universitas yang ada di Bogor.	<p><b>Realisasi :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Katalog ini telah disebar di hampir sebagian fakultas di IPB Dramaga dan Baranangsiang. Sistemnya yaitu merekrut salah satu mahasiswa sebagai distributor.</li> <li>Banyak katalog yang hilang dicetakan pertama dan kedua, karena tidak dikembalikan oleh distributor atau hilang.</li> <li>3. Katalog terlalu banyak jumlah kertasnya, sampai 4–5 lembar, sehingga dinilai kurang praktis dan cepat rusak.</li> </ol> <p><b>Target kedepan:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Pencetakan akan dilakukan melalui penyebaran <i>leaflet</i>.</li> <li>Pencetakan akan dilakukan juga di Majalah EMULSI, yang telah menjangkau pemasaran ke tingkat nasional.</li> </ol>
<i>Interest in Crowded</i>	Sistem ini tetap akan terus dilakukan, sebagai metode untuk menarik perhatian konsumen yang mempunyai asumsi bahwa tempat yang ramai pasti memiliki kualitas barang yang bagus, unik, dan harga terjangkau.
Bekerjasama dengan <i>Retail</i> kaos dan distro yang ada di Bogor.	<p><b>Realisasi:</b></p> <p>Sampai saat ini, “EDANE” baru melakukan kontrak kerja sama dengan distro <i>Quack</i> dan <i>Deep purple</i> di Bandung, dengan sistem penitipan kaos. “EDANE” menjual Kaos dengan harga Rp.50.000,00/pcs. Namun, pihak distro diperbolehkan menjual harga kaos “EDANE” diatas itu, dan tidak boleh melebihi harga &gt;Rp.70.000,00, karena harga tersebut merupakan harga rata-rata kaos distro yang dijual secara <i>online</i>.</p>
Marketing <i>Online</i> : Kaskus dan Facebook	<p><b>Berikut beberapa link KASKUS dan Facebook “EDANE”:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Link Facebook “EDANE”\56.php.htm</a></li> <li><a href="#">Link Facebook “EDANE”\34.php.htm</a></li> <li><a href="#">Link Facebook “EDANE”\SOE.htm</a></li> </ol>
	<p><b>Realisasi :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Sulitnya menejemen pemasaran kaos di <i>Facebook</i> karena terhambat oleh <i>limited friend</i> yang dimiliki oleh <i>Facebook</i> “EDANE” serta <i>limited “TAG”</i> an foto yang hanya dapat berjumlah maksimal 50 orang saja.</li> </ol>

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.

b. Sulitnya pemasaran kaos “EDANE” di Kaskus karena lapak “EDANE” masih tergolong baru, dan butuh reputasi terlebih dahulu kalo ingin berjualan di kaskus.

Berikut disajikan diagram perbandingan penjualan kaos “EDANE”



Gambar 3. Diagram Perbandingan Penjualan Kaos “EDANE”

Berdasarkan diagram di atas, terlihat bahwa penjualan kaos terbanyak adalah dari pemesanan melalui katalog sebanyak 54%, lalu melalui *online* sebanyak 42%, dan terakhir kepanitiaan sebanyak 4%.

#### 4. Price

Harga yang ditawarkan kepada konsumen pada pencetakan tahap pertama dan kedua adalah Rp 40.000,00/*pcs* dengan *margin* keuntungan Rp 8000,00/*pcs* (masih merupakan tahap promosi dan pengenalan produk ke konsumen). Harga ini tergolong sangat murah jika dibandingkan dengan kaos distro dengan tema nasionalisme lain yang menjual dengan harga:

Nama Distro Online	Harga kaos
Toko Bagus	65000
Flashover distro	75000
Kaos nusantara	60000
CQ distro	60000
Kementerian Design Republik Indonesia	80000
Rata-rata	68000

Dalam mempertimbangkan biaya operasional dan keuntungan yang tergolong sedikit, maka tim “EDANE” akan menaikkan harga menjadi Rp 50.000,00/*pcs* untuk lengan pendek dan Rp 55.000,00/*pcs* untuk lengan panjang dengan keuntungan Rp18.000,00/*pcs*. Mengenai target keuangan, sampai saat ini jumlah pemasukan uang yang telah dicapai sebesar Rp 8.428.000 dan pengeluaran bersih sebesar Rp7.680.000 serta keuntungannya Rp.745000.

Terdapat beberapa permasalahan yang terjadi pada tim PKMK “Edane” ini, diantaranya permasalahan administrasi, teknis, organisasi, dan keuangan. Permasalahan administrasi yang terjadi yaitu mengenai masalah kontrak yang telah disepakati dengan pihak suplier, dimana terdapat beberapa penyimpangan dari kesepakatan yang telah disepakati, misalnya harga pokok kaos yang tiba-tiba naik dari harga pokok kesepakatan pertama, adanya kesalahan ukuran kaos, dan warna kaos. Untuk mengatasi masalah ini, maka diberikan ketegasan kepada pihak suplier agar melaksanakan tugas produksi sesuai kesepakatan dari kontrak awal. Permasalahan teknis yang terjadi adalah

kendala dari pihak supplier. Pencetakan kaos yang dilakukan oleh supplier tidak tepat waktu. Hal ini disebabkan adanya permasalahan internal dari pihak supplier dan pemesanan kaos dari pihak lain selain edane. Hal ini dapat diatasi dengan pemberian sanksi kepada supplier berupa pemotongan harga produksi sebesar 500/kaos/hari apabila terjadi keterlambatan pencetakan dan pengiriman.

Kendala organisasi selama berlangsungnya kegiatan ini adalah penyesuaian jadwal produksi dan jadwal untuk diskusi antar anggota PKM. Hal ini terjadi karena bervariasinya kegiatan yang dilakukan oleh masing-masing anggota setiap minggunya. Oleh karena itu, dibuatlah sebuah kesepakatan bahwa suatu pertemuan harus dihadiri oleh minimal 3 orang anggota dan hasil pertemuan tersebut kemudian disampaikan kepada anggota kelompok lain yang tidak berkesempatan hadir dalam pertemuan tersebut. Selain itu, masing-masing anggota diberikan keleluasaan untuk menentukan kapan mereka akan melaksanakan tugasnya tetapi terdapat batas akhir waktu untuk menyelesaikan tugas tersebut.

Kendala keuangan yang dihadapi adalah kurangnya modal biaya, sehingga hanya dapat memproduksi kaos dari jumlah pesanan konsumen. Selain itu, pembayaran dari konsumen yang tidak tepat waktu, sehingga menyebabkan kurangnya pemasukan, ditambah dengan jumlah minimal untuk produksi satu desain kaos adalah sebanyak 20 kaos. Untuk mengatasi masalah ini yaitu ditegaskan kepada konsumen bahwa pemberian kaos akan dilakukan apabila konsumen telah membayar, dan juga adanya tambahan dana dari program CDA yang telah diikuti oleh 2 orang anggota tim PKM "EDANE".

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Seiring dengan berjalannya usaha kaos ini, merk "EDANE" telah dikenal oleh masyarakat sebagai merk kaos yang identik dengan tema nasionalisme. Tema nasionalisme yang melekat pada kaos "EDANE" ini secara tidak langsung akan meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia terhadap isu-isu global nasional sehingga memiliki pesan yang sangat edukatif. Adanya variasi dari desain kaos juga menjadi nilai tambah dari usaha ini. Selain itu, karena kaos adalah pakaian yang bersifat "universal" dan dapat dipakai oleh siapapun dengan berbagai kalangan ditambah dengan desain yang unik, kreatif, dan edukatif, maka kaos "EDANE" ini dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat.

Setelah melalui berbagai kegiatan dalam usaha "EDANE" ini, maka anggota kelompok yang terlibat dapat mendapat manfaat berupa pengalaman dalam berwirausaha sehingga dapat mendapatkan keuntungan yang maksimal. Saran yang dapat diberikan adalah diharapkan usaha "EDANE" ini dapat lebih memperluas usaha dengan menjaring distributor di beberapa daerah distribusi, serta dapat membangun kios di daerah Bogor yang merupakan sentra penjualan kaos "EDANE" di Bogor.

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.



## LAMPIRAN

### A. PENGGUNAAN BIAYA

Harga kaos "EDANE"*	
KAOS "EDANE"	KAOS KEPANITIAN "EDANE"
Harga pokok:	harga pokok :
pendek : Rp. 32000	pendek : Rp.30500
panjang: Rp.35000	panjang:Rp.32000
harga jual:	harga pokok
pendek : Rp. 40.000	pendek :36000
panjang: Rp.45.000	panjang: 38000

\*Apabila terjadi penundaan pengiriman barang dari supplier ke *management* "EDANE", maka akan dikenakan denda Rp.1000/pcs/hari

Transfer Uang				
Tanggal	Jumlah (Rp)	Dari	Kepada	Keperluan
15 Maret 2010	500.000	"EDANE"	Suplier	Uang muka kaos Organisasi KSR
21 Maret 2010	460.000	"EDANE"	Suplier	Pelunasan kaos organisasi
28 Maret 2010	801.000	"EDANE"	Suplier	Pelunasan kaos TURN ON
12 April 2010	310.000	Dewi A.	"EDANE"	Pembayaran uang muka kaos organisasi KSR dan 2 kaos Gatot kaca
13 April 2010	793.000	"EDANE"	Suplier	Pembayaran uang kaos PKMM FKH Kuda
18 April 2010	500.000	"EDANE"	Suplier	Pembayaran kaos Gatot kaca

#### Keterangan Pemesanan Online:

Yogyakarta (yogi)	3 kaos	Langganan Tetap dan distributor
Depok (fadil)	1 kaos	Langganan Tetap
Angga (Bogor)	1 kaos	Pembeli lepas
Depok(Eka)	0	Suplai produksi kaos
Afry(jakarta-Al azhar)	1 kaos	Pembeli lepas
Githa(Jakarta-Paramadina)	3 kaos	Pembeli lepas
Redha(Cimanggu)	2 Kaos	Pembeli Lepas

#### Keterangan pemesanan Kaos Kepanitian

Kepanitian/Organisasi	Jumlah
Kaos KSR	30
Bina Desa	52
PKMM FKH	26
Total	108





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya 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 menyebarluaskan sebagian atau seluruhnya tanpa izin IPB.

<b>CETAK KAOS PERTAMA</b>						
Kaos yang Terjual						
Cetakan pertama :	Jumlah	Terjual	Uang Masuk	Uang Keluar	Keuntungan	Investasi Uang dalam Bentuk Sisa Kaos
Turn On	30	25	1,000,000	800,000	200,000	200,000
Gatot Kaca	20	14	560,000	434,000	126,000	240,000
Kaos Kepanitiaan KSR IPB	30	30	1,140,000	960,000	180,000	0
<b>TOTAL Cetak 1</b>	<b>80</b>	<b>69</b>	<b>2,700,000</b>	<b>2,194,000</b>	<b>506,000</b>	<b>440,000</b>
<b>CETAKAN KAOS KEDUA</b>						
kaos yang terjual						
Cetakan kedua :	Jumlah	Terjual	Uang Masuk	Uang Keluar	Keuntungan	Investasi Uang dalam Bentuk Sisa Kaos
<b>1. Distro</b>						
Turn On	23	20	800,000	640,000	160,000	120,000
Gatot Kaca	20	18	720,000	576,000	144,000	80,000
We are Indonesia	25	21	840,000	672,000	168,000	160,000
Soekarno	20	14	560,000	448,000	112,000	240,000
<b>2. Kaos Kepanitiaan</b>						
Kaos PKMM FKH	26	26	936,000	793,000	143,000	0
Kaos bina desa	52	52	1,872,000	1,586,000	286,000	0
<b>TOTAL CETAK 2</b>	<b>166</b>	<b>151</b>	<b>5728000</b>	<b>4715000</b>	<b>1,013,000</b>	<b>600,000</b>
Pembayaran pencetakan kedua dilakukan pada tanggal 12 Mei 2010						
<b>TOTAL</b>	<b>246</b>	<b>220</b>				
<b>TOTAL KEUNTUNGAN KESELURUHAN CETAK KAOS TAHAP 2</b>			<b>8,428,000</b>	<b>6,909,000</b>	<b>1,519,000</b>	<b>1,040,000</b>



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya tanpa izin dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

NEXT TARGET CETAKAN KETIGA						
kaos yang terjual						
Cetakan Ketiga:	Jumlah	Terjual	Uang Masuk	Uang Keluar	Keuntungan	Investasi Uang dalam Bentuk Sisa Kaos
<b>1. Distro</b>						
Eskrim	20	9	360,000	288,000	72,000	440,000
soe hok gie	20	3	120,000	96,000	24,000	680,000
Uang	20	8	320,000	256,000	64,000	480,000
Travelers	20	6	240,000	192,000	48,000	560,000
Koruptor	20	3	120,000	96,000	24,000	680,000
Aids	20	8	320,000	256,000	64,000	480,000

<b>Pencetakan Kaos Tahap 1</b>	
Uang awal "EDANE"	6875000
Pengeluaran operasional tahap 1	593400
Biaya pencetakan kaos tahap 1	2,194,000
Uang masuk hasil penjualan	2,700,000
Keuntungan penjualan	506,000
Jumlah sisa uang	6,787,600
Investasi uang dalam sisa kaos	440,000
<b>Pencetakan Kaos Tahap 2</b>	
uang sisa hasil pencetakan 1	6,787,600
Pengeluaran operasional tahap 2	180,600
sisa uang	6,607,000

Sisa uang yang ada, digunakan untuk :

Pembayaran kaos cetak 2 pada tanggal 12 mei 2010	4,715,000
Pembelian Merk "EDANE" (600 lusin)	1,500,000
Pencetakan katalog dan internet online tahap 3	392,000
Sisa uang akhir	0

## B . DOKUMENTASI KEGIATAN

### 1. Survei ke Tempat Produksi Kaos di Bandung



### 2. Penerimaan, Penghitungan, serta Pemeriksaan Hasil Produksi Kaos Tahap Pertama dan Kaos Hasil Pesanan Organisasi KSR IPB



### 3. Hasil Pencetakan Kaos Tahap Pertama





## Katalog Produksi Tahap 1

**1**  
edane  
T-SHIRT NASIONALIS



Office :  
Girna, Jln. Raya Darmaga, Gg. H. Sadi No. 154  
Babakan Doreang, Bogor, 16980  
Contact us !!  
0856 7058 231

**2**  
edane  
T-SHIRT NASIONALIS



Office :  
Wisma Girna, Jln. Raya Darmaga, Gg. H. Sadi No. 154  
Babakan Doreang, Bogor, 16980  
Contact us !!  
0856 7058 231

**6**  
edane  
T-SHIRT NASIONALIS



**TERDA BUAT EAUS SATUK DAN LUSIAK !!**

Office :  
Wisma Girna, Jln. Raya Darmaga, Gg. H. Sadi No. 154  
Babakan Doreang, Bogor, 16980  
Contact us !!  
0856 7058 231

## Desain Kaos Organisasi KSR

Tampak Depan



Tampak Belakang



## Desain Kaos PKMM Fakultas Kedokteran Hewan





## Katalog Produksi Tahap 2

**edane**  
T-SHIRT NASIONALIS

Available Color



BLACK & WHITE

TERDAFTAR HASIL SAJUAN BAK LUSIAK!

**edane**  
T-SHIRT NASIONALIS



11

Spesifikasi:  
Bahan Cotton Combed soft 20 s  
Halus, adem dan tidak tembus pandang  
Sablon Rubber GL dan Super white  
KUALITAS DISTRO DIJAMINI!



12



13

0856 7058 231

TERDAFTAR HASIL SAJUAN BAK LUSIAK!

**edane**  
T-SHIRT NASIONALIS



16



3

AVAILABLE BLACK & WHITE COLOR

AVAILABLE BLACK & WHITE COLOR



14



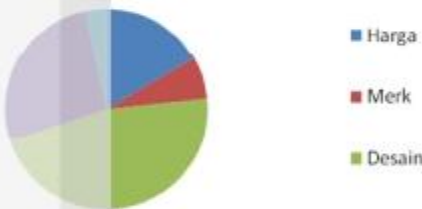
15

DESIGN NO. 3 - INDONESIA BUKAN GADOT BAKA BEHALL  
WENI ARI YUNI ARI PRINTEKSI?

0856 7058 231

## Hasil Kuisisioner

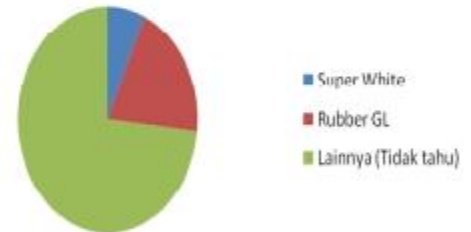
### Pertimbangan dalam Memilih Kaos



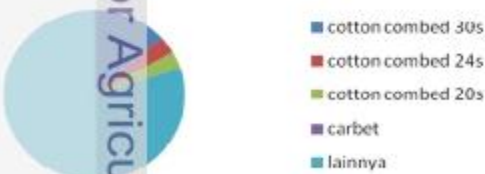
### Kisaran Harga Kaos oleh Konsumen



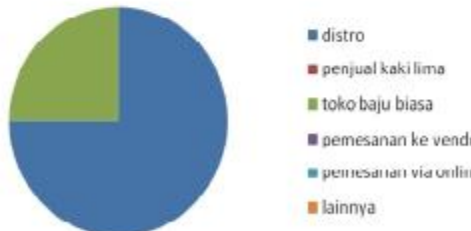
### Tipe Sablon



### Jenis Bahan yang Sering digunakan



### Tempat Pembelian Kaos



### Lama Pemesanan Kaos yang Diharapkan



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



## KONTRAK PERJANJIAN KESEDIAN BEKERJASAMA Penyablonan Kaos "EDANE" Clothing

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Dita Harakita  
Alamat Kantor : Jln. Cihideung Ilir no. 19, Cibanten Proyek, Bogor.  
Nama Konveksi : *Sugar Free!! Clothing Laboratory*

selanjutnya disebut sebagai **PIHAK PERTAMA**

Nama Lengkap : Hans Budi Findranov  
Program Studi : Teknik Pertanian  
Universitas : Institut Pertanian Bogor  
Merk Dagang : *EDANE Clothing*

selanjutnya disebut sebagai **PIHAK KEDUA**

Dengan ini kedua belah pihak menyatakan sepakat mengadakan perjanjian kerjasama usaha dan saling mengikat diri dalam suatu kesepakatan yang tercantum dalam pasal-pasal, sebagai berikut :

### Pasal 1

#### **Jangka Waktu Perjanjian**

Kontrak perjanjian kerjasama usaha ini berlaku selama 6 (enam) bulan, terhitung sejak tanggal 20 oktober 2009 dan berakhir pada tanggal 10 April 2010.

### Pasal 2

#### **Penetapan Waktu Pembayaran**

- a. Waktu pembayaran atas pengiriman barang ditetapkan yaitu paling lambat satu minggu (tujuh hari) setelah barang sampai ditujuan.

### Pasal 3

#### **Penetapan Harga Jual Pokok penawaran dan Harga Jual Final**

- a. Dalam hal penetapan harga jual pokok barang dagang disepakati sebesar :
  - i. Pemesanan dibawah 100 buah :  
Bahan katun Combat (20S/30S) : Rp 32000 (Tiga Puluh Dua Rupiah)
  - ii. Pemesanan diatas 100 buah :  
Bahan katun Combat (20S/30S) : Rp 29000 (Dua Puluh Sembilan Ribu Rupiah)



#### Pasal 4

##### **Berakhir atau Pembatalan Perjanjian**

- a. Berakhirnya kontrak perjanjian kerjasama usaha ini ditetapkan selama 6(enam) bulan terhitung dari penandatanganan kontrak.
- b. Apabila salah satu pihak terbukti dan meyakinkan tidak dapat menjalankan kewajibannya dan setelah diupayakan penyelesaiannya secara musyawarah dan mufakat tetapi tetap tidak dapat ditemukan jalan keluarnya, maka salah satu pihak maupun kedua belah pihak dapat mengajukan pembatalan kontrak perjanjian kerjasama usaha ini dengan cara keluargaan.

#### Pasal 5

##### **Perpanjangan Perjanjian**

Atas kesepakatan kedua belah pihak, perpanjangan perjanjian dapat dilakukan setelah kontrak perjanjian kerjasama usaha ini berakhir masa berlakunya dengan membuat surat perjanjian baru dapat dilakukan sewaktu-waktu tanpa ada batasan jumlah atau sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak

Bogor, 20 Oktober 2009

Pihak Pertama

*Sugar Free Clothing Laboratory*

Pihak Kedua

*EDANE Clothing*

Dita Harakita

Direktur

Hans Budi Findranov

Manajer Operasional

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.



# KONSULTASI DOSEN

Dosen Pembimbing : Dra. Yusalina, M.Si

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 mengurntumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.





# “EDANE” CLOTHING DISTRO

Tanggal	Agenda	Hasil Konsultasi	Tanda tangan dosen pembimbing
11 Januari 2010 Di ruang pbugaran Dosen : ibu yusalina	Pemaparan recana kerja pemasaran dan konsultasi bagaimana baiknya dengan Ibu Yusalina	Ibu menyarankan tuk melakukan promosi dengan cara : <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Penentuan target pasar yang jelas. Karena pasaran berkisar anak muda dan mahasiswa saja. Ibu menyarankan tuk membuka pasar lebih luas ke tingkat dewasa(orangtua) dan anak2. Mengenai designnya yaitu yang berhubungan dengan Keluarga: cara merawat anak, menggendong bayi, dan sebagainya yang berhubungan dengan Advokasi ke anak.</li> <li>➤ Tolong diiklanin di Internet</li> <li>➤ PERHATIKAN!!!!Omset kalo bisa 2 kali lipat</li> <li>➤ Kerja keras di Promosi</li> <li>➤ Jangan hanya menargetkan pasar kampus saja.</li> <li>➤ Pasar kampus, penawaran ke Ketua departemen:datang ke departemen2 menawarkan design tuk contoh acara misalnya DIES, cari tema. Acara2 olahraga dikampus, NASIONALISME nya tinggi. Agrination di depatmnt AGB yaitu menambah wawasan anak SMA untuk cinta AGB.</li> <li>➤ Tema lingkungan, tuk mencintai kebersihan.</li> <li>➤ Jangan takut tuk menawarkan.</li> <li>➤ Coba acara pasar Tani AGB-dibulan Juni: bagaimana masuknya pasar petani ke swalayan.</li> <li>➤ Design kita identik dengan, bagaimana mambangun pikiran orang untuk CINTA NEGERI!!</li> <li>➤ Next step, segera bangun distro yang bahan baku dan teknologi dari sendiri.</li> <li>➤ Market driven</li> <li>Menganalisis terlebih daguku kebutuhan dan konsumen</li> <li>Berusaha membuat produk seperti yang diharapkan oleh konsumen</li> <li>Yang paling penting adalah Iklan.</li> <li>Cari tahu apa yang ada di benak konsumen</li> <li>Pilih lokasi yang ideal untuk</li> </ul>	
18 Februari 2010 Di runag Pmbungaran Dosen: Ibu Yusalina	Pemasaran produksi kaos edane		
25 Januari 2010 Di ruang pbugaran Dosen : ibu yasalina	Pemasaran selanjutnya		
13 maret 2010 Di ruang kuliah fakultas peternakan Dosen :Bapak cahyo	Perencanaan dan pengembangan produk baru		

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 kritir 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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)  
 Bogor Agricultural University



25 April 2010  
 Di ruang  
 sidang  
 administrasi  
 pendidikan  
 IPB  
 Dosen :  
 Bapak Iin  
 Solihan dan  
 Ibu Heti.

Saran-saran untuk  
 monov Dikti

memasarkan  
 Harus totalitas.  
 Jangan lupa segmentasi pasar.

Saran :

- Segmentasi pasar harus jelas usianya
- Bentuk kerjasama dengan distro harus dicantumkan dalam laporan akhir
- Identitas distro harus jelas
- Strategi pemasaran SWOT dan 4P harus dipisahkan pejelasananya
- teknik,waktu dan materi persentasi dalam monitoring harus diperhatikan.
- Pendanaan dan semua hal-hal yang berkaitan dengan dana produksi harus dibahas dengan jelas.
- Fokus kepada nasionalisme
- Harus mempertahankan ciri khas dari edane
- Target jangka panjang harus dipertahankan
- Mengubah konotasi negatif nama "edane" menjadi sesuatu yang positif bagi konsumen

# RAPAT KERJA KELOMPOK “EDANE” CLOTHING DISTRO

Kelompok :

Dewi Askanovi	(F24070039/2007) (Ketua)
Tito Tegar	(F24062873/2006) (Anggota)
Hans Budi Findranov	(F14070009/2007) (Anggota)
Renny Permatasari	(F24070012/2007) (Anggota)
Meilly Kusumadewi	(F24070045/2007) (Anggota)





# “EDANE” CLOTHING DISTRO

Tanggal	Agenda	Hasil Rapat
Rapat tanggal 22 Januari (rapat pertama kali setelah turunnya uang)	Kanov, imel, renni Progressnya, Otri mau ketemuan hari selasa sama imel, ISEE mau mengabari secepatnya. Bina desa mau ketemu selasa juga.	Rapat Rencana Kerja, n Startegy pemasaran Transfer data dari Hans ke kanov. Karena kanov ada praktikum yang tidak bisa ditinggalkan, oleh karena itu digantikan oleh hans. Acara TM dimulai dari jam 1 sampai jam setengah 4 yang berisi: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Uang PKM tidak samapi 10 juta.</li> <li>➤ Klasifikasi PKM terpilih Pimnas Konsolidasi dengan TIM Sering menemui dosen pembimbing Time Line Kerja .Pencapaian Target visi misi serta Keuntungan Perluasan pasar Boleh gaji orang Keunggulan produk sebagai poin plus Manfaat Target pasar</li> </ul>
16 dan 17	Cari data tetntang isi dari	
Februari 2010	Tech_meet ke orang-orang kewirus juga.	
Tgl 19 Februari 2010 Koridor fateta	Brainstorming design-design  Kaos Edane. Anggota, kumpul semua Progress: Ada pesanan 13 kaos, bisa tidak dan harganya berapa?  Orderan door to door ke seluruh kosan yang ada di Darmaga.  Pembagian penyaluran distribusi ke kampus di Bogor.  Menyebarkan catalog ke seluruh kampus tgl 22-26 Februari plus ke departemen, himpro dan kampus2 serta kepanitiaan.  Ukuran baju harus diseragamkan. S,M,L dan ukuran baju panjang/pendek.	Rapat yang dibahas.  Mengenai : Catetatn ada di Imel Hans: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ bikin Rancangan Ulangan anggaran Rp 6.875.000</li> <li>➤ Kompromi mengenai jumlah cetak kaos /design. Pengennya ci boleh dibawah 20 pieces/design.</li> <li>➤ Kompromi mengenai Price tag kaos, pengennya lebih kecil dari 500 lusin. Karena, menghabiskan banyak anggaran dana.</li> <li>➤ Pengembangan link ke distro dan outlet. Bagaimana respon mereka terhadap design yang kita tawarkan?</li> <li>➤ Bikin katalog: design kaos, Pencantuman Logo, alamat distro edane, form pemesanan. Dikatalog juga bisa dicantumkan, kalo konsumen bisa mesen sendiri designnya. Mencantumkan juga kita menerima distributor yang bisa diajak kerjasama.</li> <li>➤ Masukin ke internet : Kaskus dan Facebook.</li> </ul> Imel: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Pemaparan design yang udah dicari idenya. Deskripsi design ke Tito.</li> <li>➤ Menjadi Link marketing di daerah kampus: ke Fakultas2(departemen) dan masing2 jurusan. Mencari CP masing-masing kelas.</li> <li>➤ Mencatat Rapat kerja</li> </ul>

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

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.  
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.





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.

Renni

- Pemaparan design yang udah dicari idenya. Deskripsi design ke Tito.
- Menjadi Link marketing di Luar kampus: Bazar, dll dan masing2 jurusan di Kampus IPB. Mencari CP masing-masing kelas.

Kanov:

- Menjadi Link di kampus-kampus Bogor: Bazar, dll dan masing2 jurusan di Kampus IPB. Mencari CP masing-masing kelas.
- Membagi katalog menjadi 2, yaitu Katalog distro dan katalog mahasiswa. Alesannya, menyesuaikan dengan permintaan dan karakteristik kongsi dagang distro yang ditawarkan. Sedangkan katalog mahasiswa, bisa dimasukin oleh semua design.
- Pengiklanan di majalah Emulsi.
- Masukan: mengejar tim danus di Kepanitiaan-kepanitiaan yang ada di IPB dan menjalin kerjasama dengan BEM KM serta UKM2 yang membutuhkan kerjasama di dalam pencetakan kaos kepanitiaan dan kaos Demo mahasiswa.

Ka tito:

- Memvisualisasikan ide design dari Renni, kanov, imel.
- Memaparkan 4 design yang telah di buat. Total design yang telah dibuat yaitu: 15 design.
- Next plan: menyelesaikan target desin yang telah dibuat
- Membuat design2 baju tuk kepanitian, acara2 di jurusan IPB, Departemn Pemerintah

Kanov:

Survey acara kepanitiaan BEM KM dan wawancara:

Bina Desa: CP ANDI

085711640140,yogi085659057193

I-Share: Otri 085282844155

ISEE Hendra P 085782211837

Investment : Rusdi 08561161817

IAC DIADZ 08568296636

OMI : DIADZ 08568296636

BUGS : diki08197522991 puspa08568869497(NO)

Rapat marketing :

Membagi tugas wawancara mengenai penawaran kerjasama ke 7 acara tersebut yaitu

Kanov: Bina Desa dan ISEE

Imel: Bugs dan I-Share

Nene: OMI dan IAC, Investment

Targetnya: senin depan udah dapet kepastian ttg wawancara dan penawarannya. Mengenai: program kerja mereka, inti masalah yang didapat, design yang diinginkan, ada tidaknya penyedia



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

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

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

5 maret 2010 Koridor fateta	Penghitungan jumlah pesanan	design kaos dan percetakan dalam kepanitiaan mereka, apa tema yang ingin di perlihatkan di baju mereka.  Pendataaan jumlah pesanan
15 maret 2010 Kosan imel	Pendataan biaya	Pendataan biaya Pengiriman biaya produksi ke supplier Pengiriman design ke supplier
22 Maret 2010 Kosan Kanov	Pengecekan barang	Pengecekan kaos yang datang dari supplier Foto-foto design Dan pendataan ukuran masing-masing kaos.
1 april 2010 Kantin sapta	Kaos pemesanan cetakan pertama dating	kaos pencetakan pertama datang dan dilakukan pengecekan barang ada yang rusak atau tidak. Pendataan semua ukuran dan yang tidak sesuai dengan pemesanan di kembalikan ke supplier.
17 April 2010 Kosan imel	Pendataan pengiriman barang	Pengiriman pemesanan tahap kedua sebanyak 188 kaos.