



LAPORAN KEMAJUAN AKHIR
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA
“WARUNG RAMADHAN” SEBAGAI PELEPAS RINDU KULINER
BULAN RAMADHAN DAN SEBAGAI ALTERNATIVE PILIHAN
PRODUK DIVERSIFIKASI PANGAN”

BIDANG KEGIATAN:

PKM-K

Disusun oleh:

Ketua :Alyas Zulkipli	H34110003	(2011)
Anggota :Emma Amalia Sari	H34110032	(2011)
Muhammad Rifal	H34110106	(2011)
Fathur Rahman	H34110129	(2011)
Nurus Sa’adah	D24130006	(2013)

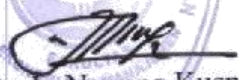
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
2014

HALAMAN PENGESAHAN
USULAN PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

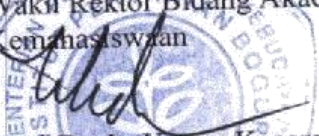
1. Judul Kegiatan : “Warung Ramadhan” sebagai pelepas rindu kuliner bulan ramadhan dan sebagai alternative pilihan produk diversifikasi pangan”.
2. Bidang Kegiatan : Program Kreativitas Mahasiswa- Kewirausahaan (PKM-K)
3. Ketua Pelaksana Kegiatan
- a. Nama Lengkap : Alyas Zulkipli
 - b. NIM : H34110003
 - c. Jurusan/Fakultas : Agribisnis/ Fakultas Ekonomi dan Manajemen
 - d. Universitas : Institut Pertanian Bogor
 - e. Alamat Rumah/No. HP : Jl. Cibanteng Proyek
 - f. Alamat Email : aliaszulkipli@yahoo.com
4. Anggota Pelaksana Kegiatan : 4 (empat) orang
5. Dosen Pendamping
- a. Nama Lengkap dan Gelar : Tintin Sarianti, SP, M.M
 - b. NIDN : 0016037507
 - c. Alamat Rumah : Komplek Villa Ciomas Indah L3 no 17 kel. Ciomas Rahayu kec. Ciomas Bogor
 - d. No Telepon./Hp : 082111315736
6. Biaya Kegiatan Total
- a. Dikti : Rp 10,065,194
 - b. Sumber Lain : -
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 5 (lima) bulan

Bogor, 09 Oktober 2013

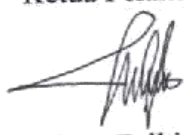
Menyetujui
Ketua Departemen
Agribisnis


Dr. Ir. Nunung Kusnadi, M.S
NIP. 19580908 198403 1002


Wakil Rektor Bidang Akademik dan
Kemahasiswaan


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

Ketua Pelaksana Kegiatan


Alyas Zulkipli
NIM.H34110003

Dosen Pendamping


Tintin Sarianti, SP, M.M
NIP. 19750316 200501 2 00

RINGKASAN

Ramadhan acap kali dikatakan sebagai bulan Berkah, terlebih bagi para pedagang dalam mengais rezeki. Hal tersebut dilihat dari banyaknya kuliner khas Ramadhan yang dijual selama bulan Ramadhan. Akan tetapi proses penjualan kuliner khas Ramadhan tersebut hanya berlangsung sebatas bulan Ramadhan saja.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka terciptalah ide kewirausahaan kami dengan judul ***“Warung Ramadhan” sebagai pelepas rindu kuliner bulan ramadhan dan sebagai alternative pilihan produk diversifikasi pangan***”.

“Warung Ramadhan” merupakan sebuah jenis wirausaha dalam bidang makanan yang menyediakan kuliner khas ramadhan, seperti *kolak pisang* dan *kolak ubi jalar*. Tujuan program ini adalah (1) Alternatif pilihan produk diversifikasi pangan yang berpotensi untuk meningkatkan ketahanan pangan di Indonesia. (2) Menjadi salah satu alternatif peluang usaha sehingga akan terciptanya lapangan pekerjaan baru. (3) Menumbuhkan kreativitas dan jiwa kewirausahaan melalui program ini.

(4) Memenuhi permintaan konsumen akan kuliner khas ramadhan yang target pemasarannya pada selain bulan ramadhan.

Melalui konsep *kuliner bulan Ramadhan* dan upaya *diversifikasi pangan*, diharapkan mampu menjadi tonggak keberhasilan tujuan program ini. Hal itu disebabkan oleh keunikan dan ciri khas suasana Ramadhan juga cita rasa kuliner khas Ramadhan yang sudah tak asing lagi bagi khalayak umum, apalagi upaya *diversifikasi pangan* yang dilakukan, sehingga memberikan nilai tambah bagi produk “Warung Ramadhan” ini.

Produk yang ditawarkan warung ramadhan diantaranya adalah Kolak Ubi Jalar, Kolak Ubi Camping, dan Sate Kurma. Produk tersebut merupakan produk jangka pendek dengan arti tidak menutup kemungkinan bahwa akan ditambah varian produk kuliner ramadhan pada warung ramadhan ini. Harga produk

“Warung Ramadhan” yang ditawarkan kepada konsumen adalah harga yang terjangkau di berbagai kalangan masyarakat. Untuk produk *kolak ubi jalar*, *kolak ubi Camping* dan *sate kurma* ini dijual seharga Rp. 6000/cup atau per kotak.

Kata kunci: *kuliner Ramadhan, diversifikasi pangan, Berkah, Konsumen, Kolak pisang, Kolak ubi jalar*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pangan merupakan kebutuhan dasar yang paling esensial bagi manusia untuk mempertahankan hidup dan kehidupan. Pangan sumber zat gizi yang menjadi landasan manusia untuk mencapai kesehatan dan kesejahteraan sepanjang siklus kehidupan. Hal ini akan sejalan dengan keberadaan pangan itu sendiri mampu mencukupi atau malah sebaliknya kurang. Karena merupakan landasan kehidupan, dalam hal ini pangan dalam bentuk beras maka sudah sepatutnya kekhawatiran akan beras itu sendiri menjadi bahan pertimbangan bagaimana kedepannya mampu terpenuhi apa sebaliknya. Oleh karena itulah akan menimbulkan masalah yang paradox dan seiring dengan peningkatan jumlah populasi Indonesia. Masalah yang akan timbul ialah kelangkaan akibat jumlah penawaran beras yang tidak seimbang dengan jumlah permintaan yang begitu besar. Oleh karena itu perlu diciptakan program yang bermanfaat salah satunya *diversifikasi pangan*.

Produk “WarungRamadhan” yang kami tawarkan adalah salah satu alternatif pilihan produk *diversifikasi pangan*. Hal itu berdasarkan jenis varian produk kami yakni *kolak kolak ubi jalar*, *kolak ubi camping (campur Pisang)* dan *Sate Kurma*. Sesuai asas ekonomi barang substitusi, produk “Warung Ramadhan” seperti *kolak ubi jalar* bisa menjadi alternatif bahan makanan pokok, karena pada dasarnya memiliki kandungan mineral yang sangat dibutuhkan oleh tubuh, sehingga program ini juga dapat membantu pemerintah dalam menggalakkan program *disversifikasi pangan*. Disamping itu, produk-produk “Warung Ramadhan” seperti *kolak ubi jalar dan kolak ubi camping* bukanlah jenis produk makanan yang asing lagi bagi masyarakat luas yang menyebabkan cita rasa makanan tersebut sudah tidak diragukan lagi. Selain itu, produk *sate kurma* merupakan produk baru dikenal di Bogor dan memiliki rasa yang enak. Oleh karena itulah kami terinspirasi untuk memasarkan kuliner khas Ramadhan yang target pemasarannya pada selain bulan Ramadhan kepada masyarakat.

Adapun produk “WarungRamadhan” yang pertama kali kami usahakan adalah *kolak kolak ubi jalar*, *kolak ubi camping (campur Pisang)* dan *Sate Kurma*.

Produk-produk ini pertama kali kami pasarkan di Babakan Tengah (samping ceria Mart). Hal itu disebabkan oleh kemampuan akses produksi dan pengawasan kami yang notabene nya adalah mahasiswa IPB dramaga.

Perumusan Masalah.

Ketergantungan terhadap konsumsi beras menuntut kita melakukan swasembada beras atau *diversifikasi pangan* guna menstabilkan keseimbangan permintaan dan penawaran beras. Dalam hal ini, perlu dibuat alternatif produk diversifikasi pangan melalui produk produk yang sudah tidak asing lagi bagi kalangan masyarakat Indonesia sehingga mudah diterima. Selain itu perlu efek tidak langsung dari penciptaan produk ini yang akan memberikan manfaat bagi social dan perekonomian bangsa.

1.1 Tujuan

1. Menjadi pilihan Alternatif diversifikasi pangan sehingga dapat meningkatkan ketahanan pangan di Indonesia.
2. Menjadi salah satu alternative peluang usaha sehingga akan terciptanya lapangan pekerjaan baru.
3. Menumbuhkan kretivitas dan jiwa kewirausahaan melalui program ini.
4. Memenuhi permintaan konsumen akan kuliner khas ramadhan yang target pemasarannya selain bulan ramadhan.

1.4 Luaran yang diharapkan

Melalui progam ini diharapkan penyediaan produk “Warung Ramadhan” dapat memenuhi permintaaan konsumen akan kuliner khas Ramadhan sebagai santapan sehari-hari dan dapat menjadi alternative diversifikasi pangan bagi masyarakat umum khususnya kalangan bawah.

1.5 Kegunaan

a. Bagi Mahasiswa

PKM ini berfungsi untuk membangun jiwa wirausaha bagi mahasiswa, sehingga dapat melihat peluang dan memanfaatkannya menjadi sesuatu yang bernilai ekonomis. Tak hanya itu, melalui PKM ini juga memberikan lapangan pekerjaan kepada pihak yang ingin bekerja sama dalam PKM ini.

b. Bagi masyarakat

PKM ini memberikan pilihan kuliner khas Ramadhan yang tidak hanya disediakan saat bulan Ramadhan saja. Selain itu produk ini juga dapat menjadi alternatif pengganti makanan pokok masyarakat, yaitu nasi karena kandungan karbohidrat pada pisang dan ubi jalar adalah cukup membantu memenuhi kandungan nutrisi masyarakat.

BAB II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Warung ramadhan juga merupakan program kreativitas mahasiswa bidang kewirausahaan dikti tahun 2013/2014 yang telah didanai yang berfokus pengembangan produk pada produk khas bulan ramadhan. Pengembangan ini dilakukan secara bertahap dan dengan orientasi mendukung program *diversifikasi pangan*. Dikatakan bertahap, karena pada permulaan bisnis ini, kami fokus pada *kolak kolak ubi jalar, kolak ubi camping (campur Pisang)* dan *Sate Kurma*. terlebih dahulu. Padahal masih banyak kuliner khas bulan ramadhan yang bisa disajikan pada kesempatan lain. Hal itu disebabkan oleh keterbatasan akses produksi kami sehingga kami hanya mampu memulai dengan dua produk tersebut. Selanjutnya berdasarkan kandungan potensial yang dimiliki oleh ubi jalar dan pisang ini, maka orientasi program ini adalah *diversifikasi pangan*. Sehingga kami berupaya membuat *bargaining position* yang tepat guna menjadik produk *warung ramadhan* kami sebagai salah satu alternatif pilihan konsumsi selain beras (*diversifikasi pangan*).

2.1 RENCANA PRODUKSI

2.1.1 Analisis Produk

1. Keunggulan Produk

kolak kolak ubi jalar, dan kolak ubi camping (campur Pisang). merupakan makanan yang sudah tidak asing lagi kelezatannya dan kenikmatannya. kemudian, produk ini dijual dengan harga yang ekonomis. Tak hanya itu, kandungan yang dimiliki oleh ubi jalar dan pisang sangatlah baik untuk kesehatan. Dimana pisang mengandung berbagai unsur nutreïn yang bagus seperti Kalium, Kalsium,

Karbohidrat, Vitamin C, Vitamin B6, Vitamin lainnya (ADK), Mineral lainnya seperti besi, magnesium, fosfor, seng, tembaga, mangan, selenium, dan fluorida juga bisa ditemukan dalam buah pisang serta 1 buah pisang memberikan sekitar 90-95 kalori¹.

Untuk ubi jalar, Nilai gizinya bahkan lebih tinggi dibanding kentang, dan memiliki indeks glikemik rendah. Serat dan kandungan vitamin A pada ubi jalar pun tinggi, termasuk juga zat besi, folat, tembaga, dan mangan. Bahkan vitamin C, B2, B6, D, E dan biotin pun ada dalam makanan sederhana ini. Manfaatnya baik bagi peningkatan sistem imunitas tubuh.²

Adapun Produk lainnya yakni adalah Sate kurma adalah produk yang unik dan bergizi. Dibilang unik karena pemasaran sate kurma di Indonesia mulai berkembang dari daerah Sumenep Madura saat bulan Ramadhan dan ternyata memiliki respon positif dari konsumen. Secara fisiologis, Kurma memiliki kandungan gizi yang baik, bahkan baginda Rasul Muhammad SAW sangat menganjurkan untuk mengkonsumsi buah ini.

2. Kelemahan Produk

Perilaku masyarakat yang terbiasa mengkonsumsi produk yang biasa dikonsumsi adalah salah satu kelemahan produk kami, selaku produk baru. Selain itu, upaya *diversifikasi pangan* yang menjadi orientasi kami akan mengalami kesulitan akibat kecenderungan lebih memilih beras sebagai makanan utama. Kelemahan lainnya adalah *kolak kolak ubi jalar, kolak ubi camping (campur Pisang)* dan *Sate Kurma*. tidak cocok bagi orang yang bermasalah dengan kadar gula tubuhnya seperti penyakit diabetes dsb.

3. Kesimpulan

Produk kami adalah produk yang enak, nikmat, lezat dan menyehatkan dengan harga yang ekonomis. Meskipun, kecenderungan masyarakat tergantung terhadap beras, kami yakin bahwasanya produk kami memiliki potensi yang bagus sebagai salah satu alternatif produk *diversifikasi pangan*.

1 <http://www.amazine.co>. Akses Tanggal 19 Oktober 2013

2 <http://jaringnews.com>. Manfaat ubi jalar ternyata luar biasa. Selasa, 28 Mei 2013. Akses 19 Oktober 2013

2.2.1 Lokasi Produksi

Lokasi produksi produk *kolak kolak ubi jalar, kolak ubi camping (campur Pisang)* dan *Sate Kurma*. dilakukan di rumah karyawan produksi kami dan di lokasi outlet pemasaran (Babakan Tengah). Lokasi tersebut dibagi menjadi dua karena adanya kegiatan menyiapkan bahan bahan (contoh memotong ubi, mengolah kurma hingga ditusuk menjadi sate, dsb) yang dilakukan di rumah karyawan produksi dan juga kegiatan memasak yang dilakukan di outlet pemasaran.

2.3.1 Kapasitas Produksi

Volume produksi *kolak ubi jalar* adalah 1250 produk selama sebulan. *Kolak ubi camping* 750 dan *Sate Kurma* sebanyak 750 box.

2.3.2 Deskripsi Produk

Penyajian kolak ubi jalar dan kolak ubi camping adalah di dalam cup/gelas plastic ukuran \pm 350 mL. Cup plastic ini juga diberikan tutup dan sendok. Selain itu penyajian kolak ini bisa dalam keadaan dingin (ditambah es batu) dan hangat. Harga yang ditawarkan adalah Rp. 5000-Rp. 6000

Penyajian Sate Kurma adalah di dalam box sterofom. Dimana satu terofoam berisikan 3 tusuk sate dan 1 tusuk sate berisi 3 buah kurma. Varian rasa sate kurma adalah coklat. Selain itu, penawaran produk ini ke dalam 2 bentuk yakni PAHE (paket hemat) dengan harga Rp. 6,000/box dan PANIK (Paket Nikmat) dengan Harga Rp. 7,000/Box. Bedanya, PAHE bersifat original saja sedangkan PANIK ditambah dengan taburan susu dan keju.



Gambar 1. Produk kolak



Gambar 2. Sate Kurma (PANIK)

2.2 STRATEGI PEMASARAN

1. STP (*Segmentation, Targetting, dan Positioning*)

Segmentasi produk kami dibagi atas 3 kelompok :

a) Pelajar.

Hal itu disebabkan mereka memiliki kecenderungan memilih konsumsi makanan yang unik dan lezat.

b) Mahasiswa

Hal itu dikarenakan mereka cenderung responsif terhadap produk inovatif apalagi mahasiswa IPB, yang sudah tahu pentingnya *diversifikasi pangan* bagi pertanian Indonesia.

c) Masyarakat Umum

Masyarakat umum yang kami maksud adalah orang-orang selain mahasiswa dan pelajar, yaitu dosen, penduduk lokal, ataupun masyarakat lainnya yang tinggal di daerah itu. Produk yang ditawarkan harus memiliki manfaat dan kualitas yang tinggi. Hal itu merupakan keunggulan produk kami.

Target utama pemasaran produk kami adalah segmen pelajar dan mahasiswa. Pola hidup kedua segmen cenderung konsumtif dan menyukai makanan cepat saji, praktis, dan memiliki harga jual yang ekonomis.

Positioning produk yang kami harapkan adalah bahwa produk kami merupakan alternatif pilihan produk *diversifikasi pangan* yang nikmat, lezat dan memiliki harga yang ekonomis

2. *Marketing Mix*

a. Harga

Kolak Ubi Jalar dijual dengan harga Rp. 5000/cup, kolak Ubi Camping seharga Rp. 6000/cup dan Sate Kurma Rp. 5000/box s.d Rp. 6000/box

b. Produk

Produk yang ditawarkan adalah produk kuliner tradisional khas bulan ramadhan yang berpotensi memiliki peranan *diversifikasi pangan* serta sudah tidak asing lagi kelezatannya dalam pandangan segmen pasar kami. Produk tersebut adalah kolak pisang dan kolak ubi jalar.

c. Tempat

lokasi pemasaran produk kami di daerah Babakan tengah sebagai daerah strategis yang berdekatan dengan kampus serta rumah masyarakat atau kosan mahasiswa IPB.

d. Promosi

Promosi dilakukan melalui beberapa media seperti fb, twitter, info iklan via poster atau pamphlet yang akan dipasang di kelas kami dan anggota PKM kami, atau dipasang di daerah kampus. Selain itu kami juga mengadakan kegiatan *launching-Promo* yakni menggratiskan produk (mix) bagi 50 pendaftar pertama.



Gambar 2. Logo Usaha

BAB 3 METODE PELAKSANAAN

3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Program ini dilaksanakan selama 5 bulan. Adapun tempat pemasaran di daerah Babakan Tengah, sedangkan lokasi produksi di daerah sekitar Babakan Tengah.

3.2 Perencanaan Produksi

3.2.1 Survey Bahan dan Produksi

Pertama, kami mencoba mencari informasi berupa data primer atau data sekunder. Data primer dilakukan ke tempat yang mampu memproduksi *kolak kolak ubi jalar, kolak ubi camping (campur Pisang)* dan *Sate Kurma*. seperti keluarga kami, atau orang terdekat yang dipercaya. Adapun data sekunder melalui media interne

3.2.2 Survei Pasar

Pasar yang kami maksud adalah pasar input dan pasar output. Adapun pasar input variabel kami harus disesuaikan dengan lokasi pemasaran kami yang terletak di daerah Babakan raya. Sehingga kami lebih memilih pasar Ciherang atau Pasar Ciampea yang relatif lebih dekat lokasi tersebut dan juga mampu menyediakan kebutuhan produksi kami.

3.2.3 Pemilihan dan Pengadaan Alat dan Bahan

Kemudian kami memulai mencari alat alat dan bahan yang akan digunakan sesuai informasi yang telah kami dapat.

3.2.4 Pembuatan

Pembuatan masing masing produk dapat dilihat di aspek produksi pada bab gambaran umum rencana usaha.

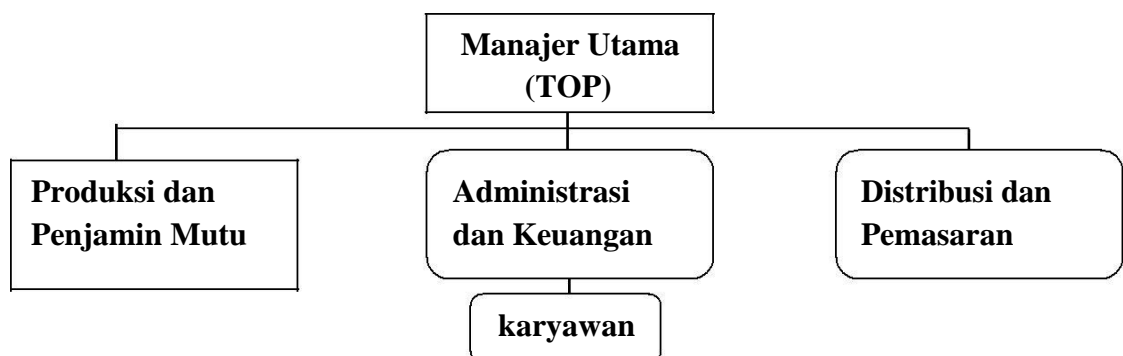
3.3 Pengemasan

Produk kami dikemas dalam sebuah *cup gelas* cantik yang diberi label produk kami serta berukuran 350 mL untuk Kolak. Dan Box sterfoam untuk sate kurma.

3.4 Pemasaran

Pemasaran di lakukan di lokasi pemasaran kami, yakni di Babakan Raya.

3.5 Manajemen Organisasi



BAB 4. RENCANA BIAYA

4.1 Biaya Investasi

Bahan investasi PKM	Harga	Jumlah	Satuan	Total Harga	Masa Pakai	Penyusutan perbulan
Kompur gas	Rp 300,000	1	Buah	Rp 300,000	36	Rp 8,333
Loyang	Rp 75,000	2	Buah	Rp 150,000	36	Rp 4,167
Panci besar	Rp 95,000	1	Buah	Rp 95,000	36	Rp 2,639
Baskom kecil	Rp 10,000	2	Buah	Rp 20,000	6	Rp 3,333
Baskom besar	Rp 15,000	2	Buah	Rp 30,000	6	Rp 5,000
Penampian	Rp 15,000	2	Buah	Rp 30,000	12	Rp 2,500
Sendok	Rp 15,000	1	Lusin	Rp 15,000	24	Rp 625
Garpu	Rp 15,000	1	Lusin	Rp 15,000	24	Rp 625
Wadah sendok garpu	Rp 10,000	1	Buah	Rp 10,000	24	Rp 417
Satu set penggorengan	Rp 45,000	1	Buah	Rp 45,000	36	Rp 1,250
Celemek	Rp 32,500	4	Buah	Rp 130,000	12	Rp 10,833
Pisau	Rp 20,000	1	Buah	Rp 20,000	36	Rp 556
Mixer	Rp 250,000	1	Buah	Rp 250,000	36	Rp 6,944
Saringan	Rp 10,000	1	Buah	Rp 10,000	6	Rp 1,667
Piring melamin	Rp 5,000	12	buah	Rp 60,000	24	Rp 2,500
Gelas melamin	Rp 5,000	12	buah	Rp 60,000	24	Rp 2,500
Kotak boks es	Rp 65,000	1	Buah	Rp 65,000	36	Rp 1,806
Teko	Rp 12,000	2	Buah	Rp 24,000	24	Rp 1,000
Gerobak	Rp 2,000,000	1	Buah	Rp 2,000,000	60	Rp 33,333
Magic Jar	Rp 350,000	1	Buah	Rp 350,000	60	Rp 5,833
Modal Promo	Rp 500,000	1		Rp 500,000		
Total investasi				Rp 4,179,000	Total biaya penyusutan	Rp 95,861

4.2 Biaya Operasional

Jenis	Harga	Jumlah	Satuan	Total
Cup Gelas	Rp 10,000	40	Pak	Rp 400,000
Tabung Gas	Rp 15,000	1	Kg	Rp 15,000
Buku kas	Rp 5,000	1	Buah	Rp 5,000
Alat tulis	Rp 20,000	1	Set	Rp 20,000
Nota	Rp 4,000	2	Buah	Rp 8,000
Karyawan Produksi	Rp 500,000	1	Orang	Rp 500,000
Karyawan Jaga	Rp 500,000	1	Orang	Rp 500,000
Transportasi	Rp 150,000	1	Paket	Rp 150,000
Sewa Tempat	Rp 300,000	1	Paket	Rp 300,000
Kemasan	Rp 500	1700	Buah	Rp 850,000

Plastik	Rp 5,000	10	Pak	Rp 50,000
Bungkus nasi	Rp 5,000	10	Pak	Rp 50,000
Sterofoam	Rp 75,000	3	Pak	Rp 225,000
Tusukan Sate	Rp 3,000	15	Pak	Rp 45,000
Total				Rp 2,703,000

Biaya Produksi

Biaya Produksi 1

VC Kolak ubi	ukuran beli	harga	U. pakai	nilai
Ubi Jalar	1 kg	Rp 4,000		Rp 4,000
Gula Merah	1/2 Kg	Rp 6,000	0.27273	Rp 1,636
Gula Pasir	1/2 Kg	Rp 6,000	0.26667	Rp 1,600
Santan Kara	100 ml	Rp 2,000	3	Rp 6,000
Garam	1/4 kg	Rp 1,000	0.06667	Rp 67
Gelas	1 pak	Rp 10,000	0.16	Rp 1,600
Sendok	1 pak	Rp 1,000	0.8	Rp 800
Fanili	2 bks	Rp 500	1	Rp 500
daun pandan	2 helai	Rp 500	1	Rp 500
Total				Rp 16,703
TVC = 1250/8 x VC				Rp 2,609,848

Biaya Produksi 2

vc Kolak ubi Camping	ukuran beli	harga	U. pakai	nilai
Ubi Jalar	1 kg	Rp 4,000		Rp 4,000
Gula Merah	1/2 Kg	Rp 6,000	0.27273	Rp 1,636
Gula Pasir	1/2 Kg	Rp 6,000	0.26667	Rp 1,600
Santan Kara	100 ml	Rp 2,000	3	Rp 6,000
Garam	1/4 kg	Rp 1,000	0.06667	Rp 67
Gelas	1 pak	Rp 10,000	0.16	Rp 1,600
sendok	1 pak	Rp 1,000	0.8	Rp 800
fanili	2 bks	Rp 500	1	Rp 500
daun pandan	2 helai	Rp 500	1	Rp 500

Pisang	1/2 tandan			Rp	7,500
Total				Rp	24,203
TVC = 750/8 x VC				Rp	2,269,034

Biaya Produksi 3.1

VC sate kurma Hemat	ukuran beli	harga	U. pakai	nilai
Kurma	1 kg	Rp 25,000		Rp 25,000
Tusukan Sate	2 pak	Rp 3,000	0.33	Rp 990
Cocho Cip	1 kotak	Rp 5,000	1	Rp 5,000
Box	1 pak	Rp 75,000	0.132	Rp 9,900
Total				Rp 40,890
TVC = 500/15 x VC				Rp 1,363,000

Biaya Produksi 3.2

VC sate kurma nikmat	ukuran beli	harga	ukuran pakai	nilai
Kurma	1 kg	Rp 25,000		Rp 25,000
Tusukan Sate	2 pak	Rp 3,000	0.33	Rp 990
Cocho Cip	1 kotak	Rp 5,000	1	Rp 5,000
Box	1 pak	Rp 75,000	0.132	Rp 9,900
Keju Prochis	250 mg	Rp 17,000	0.275	Rp 4,675
Susu	1 kaleng	Rp 8,000	0.1	Rp 800
Total				Rp 46,365
TVC = 250/15 x VC				Rp 772,750

BAB 5

LAPORAN KEMAJUAN

5.1 Umum

Secara umum, kemajuan tim warung ramadhan belum optimal, mengingat beberapa hal sebagai berikut :

1. Faktor Modal/ dana hibah yang belum turun secara optimal
2. Inefisiensi manajemen Warung ramadhan

Faktor modal adalah salah satu dasar menjadi belum optimalnya pelaksanaan PKM-K Warung Ramadhan ini. Berdasarkan laporan sebelumnya, Tim Warung ramadhan telah menyiapkan produk yang siap dipasarkan. Namun, semua terkendala di tempat pemasaran usaha berupa butuhnya biaya gerobak, sewa tempat, renovasi tempat usaha dsb. oleh karena sumber pendanaan belum turun, maka terjadi keterlambatan buka usaha.

5.2 Progress Kegiatan

Kegiatan operasional Warung Ramadhan adalah sejak dicairkannya dana talangan 1 yakni pada bulan Maret 2014 yakni sebesar Rp. 3,000,000. Sejak saat itu, kegiatan ini difokuskan pada kegiatan produksi termasuk survey pasar input, dan kegiatan launching produk.

Dari kegiatan produksi, terdapat beberapa evaluasi produk yang dilaporkan pada monev I internal IPB, bulan April 2014. Yakni :

- Produk yang dijual awalnya hanya kolak pisang, kolak ubi dan sate kurma menjadi kolak ubi, kolak ubi camping dan Sate Kurma

Adapun perkembangan produksi yang akan dilaporkan pada monev bulan Juni 2014 nanti adalah :

- Terjadi diskusi tim perihal produk kolak, yakni hanya menjual kolak ubi camping dan sate kurma. (mengingat kemudahan penyajian produk)
- Produksi dan penjualan sudah dilaksanakan namun hanya sebatas pesanan, artinya belum membuka gerai warung ramadhan.

Di dalam kegiatan pemasaran, terjadi beberapa perubahan harga yang akan disampaikan pada monev bulan juni nanti yakni perubahan harga sate kurma yang awalnya sebesar Rp. 5000/box menjadi Rp. 6,000/box.

Launching produk untuk mengetahui selera pasar sudah dilakukan sebanyak 3 kali yang ditawarkan kepada teman terdekat. Pelaksanaan launching produk dilakukan pada bulan Maret hingga April. Adapun respon yang diterima adalah

- bahwa penyajian kolak sebaiknya bisa di dalam keadaan dingin,
- harga Rp. 5000-Rp. 6000 untuk kolak sudah pas.
- untuk sate kurma sebaiknya dijual tidak satuan, melainkan per box serta harga yang ditawarkan per box sebaiknya Rp. 6,000/box

Pada awal bulan Mei, sempat memaksakan membuka pesanan produksi yakni pada pesanan awal sebanyak 20 box sate kurma. karena saat itu, keterbatasan akses produksi kami, yang menyebabkan hanya dapat menjual salah satu produk. Namun, mengingat keterbatasan ini, kami belum mampu untuk membuka pesanan baru.

Evaluasi di dalam penjualan/pemenuhan permintaan pasar adalah sebagai berikut :

- keterbatasan tempat produksi dan outlet pemasaran menyebabkan mobilitas kegiatan produksi terhambat. Salah satu tempat sementara adalah kontrakan anggota kami.
- Kami masih belum bisa mempekerjakan karyawan produksi, mengingat belum adanya kepastian dana untuk persiapan buka usaha di kawasan pemasaran produk.

Bulan juli 2014, tepatnya tanggal 9 juli 2014 tim PKM warung ramadhan mendapat dana pinjaman dari pihak institusi sebesar Rp. 4.000.000 yang digunakan untuk pembelian gerobak dan tambahan biaya produksi.

5.3 Produksi dan Penjualan

Penjualan dilakukan berdasarkan jumlah produksi yang berlangsung selama kegiatan program PKM-K Dikti. Sebagaimana yang telah dijelaskan kegiatan PKM-K Warung Ramadhan dilakukan sejak diturunkannya dana operasional talangan oleh pihak Ditmawa IPB sebesar Rp. 3,000,000 pada bulan Maret 2014. Sehingga keberlangsungan operasional kelompok PKM Warung Ramadhan baru terlihat sejak bulan Maret 2014 meskipun juga sudah dilakukan organisasi internal kelompok sejak bulan Oktober 2013 hingga februari 2014 namun masih bersifat perencanaan tanpa ada eksekusi operasional.

Pada awal bulan maret tersebut hal yang pertama dilakukan adalah testing produk dengan tahapan survey pasar bahan baku, kemudian pemastian produksi yang direncanakan. Sedikitnya terdapat 5 kali proses produksi yang dilakukan oleh

kelompok Warung ramadhan ini. Adapun penjualan berdasarkan proses produksi tersebut adalah :

- Produksi pertama menghasilkan produk sebanyak 8 buah kolak ubi jalar dan pisang
- Produksi kedua menghasilkan produk sebanyak 8 buah kolak ubi jalar dan 11 box sate kurma
- Produksi ketiga menghasilkan produk sebanyak 8 buah kolak ubi jalar dan 11 box sate kurma
- Produksi keempat menghasilkan 20 box sate kurma
- Produksi kelima menghasilkan 8 buah kolak ubi jalar dan 3 box sate kurma
- Pembukaan gerai atau warung ramadhan dilakukan tanggal 13 juli 2014, pembukaan gerai ini mempekerjakan satua orang pekerja untuk pemroduksian dan penjualan.

Kelemahan dan Kendala

Kendala utama yang dihadapi oleh kelompok kami selama melakukan proses pelaksanaan PKM sejak Maret hingga Juni 2014 adalah manajemen tim kelompok serta keterbatasan dana operasional talangan PKM.

Adapun kendala manajemen tim/kelompok yang dimaksudkan adalah :

- Dari 5 orang anggota kelompok kami, terdapat 1 anggota yang cuti sehingga personel kelompok kami hanya sebanyak 4 anggota
- Dari 4 anggota tersebut didapat 3 orang mahasiswa Tingkat 3 dalam 1 jurusan dan seorang mahasiswi tingkat 1.
- Mahasiswi tingkat 1 adalah mahasiswa asrama yang memiliki jam malam asrama, sedangkan 3 orang mahasiswa lainnya adalah mahasiswa tingkat 3 yang memiliki padatnya jam perkuliahan sekaligus aktivis kampus sehingga hanya memiliki waktu malam. Namun adanya keterbatasan waktu kami, memungkinkan adanya perkumpulan anggota hanya dilakukan pada weekend. Namun nyatanya kebanyakan waktu weekend digunakan untuk kegiatan organisasi kampus.
- Puncak permasalahan manajemen adalah terjadi pada bulan Mei, dimana padatnya aktivitas organisasi kampus sehingga terjadi miskomunikasi manajemen kelompok ini.
- Selain itu menjelang monev bulan Juni 2014, juga termasuk momen menjelang UAS sedangkan pada waktu tersebut didapat pula padatnya kegiatan perkuliahan menjelang UAS tingkat 3 dan tingkat 1, sehingga perlu adanya manajemen yang efektif.
- Kami mengoptimalkan minggu tenang menjelang UAS untuk menutupi segala hal kekurangan operasional manajemen warung ramadhan, seperti

pelengkapan inventarisasi dsb.

Adapun kendala dana operasional yang dimaksud adalah :

- Dana Rp. 3,000,000 hanya digunakan untuk kegiatan produksi dan pembelian inventaris sehingga menjelang monev dana tersisa sebesar Rp. 1,000,000.
- Selama bulan Maret-Juni, kami sejatinya memiliki keterbatasan waktu operasional manajemen warung ramadhan dan itupun sudah menjadi keputusan kami untuk mempekerjakan seorang Karyawan produksi dan seorang pemasaran. Namun, keterbatasan dana belum mampu membuat kami melakukan hal tersebut.
- Selain itu, adanya ketidakpastian dana, menghambat keputusan kami memesan gerobak, sehingga kami masih belum bisa memesan gerobak dagangan.
- Tanggal 13 juli 2014, gerai sudah dibuka dengan fasilitas gerobak baru yang didapat dari dana pinjaman ke piha kampus.

Kesimpulan kendala

Manajemen tim terkendala di aktivitas pemasaran dan penjualan akibat adanya keterbatasan dana dan kesibukan anggota untuk kegiatan kampus. Sejatinya saat perencanaan proposal pkm Warung ramadhan, kesepakatan kami adalah mempekerjakan tenaga kerja atau karyawan produksi dan pemasaran mengingat keterbatasan waktu kami selaku anggota. Namun, dengan adanya keterbatasan dana kami belum mampu mempekerjakan karyawan sehingga aktivitas penjualan dan pemasaran terhambat

Dengan mendapatnya dana pinjaman dari pihak kampus akhirnya tepat tanggal 13 juli 2014 gearai warung ramadhan di buka, pembuakaan gerai ni tepat dengan situasi yaitu sedang bulan ramadhan 1435H, ini merupakan momentum bagi warung ramadhan untuk eksis pada usaha mekanan kuliner khas bulan ramadhan. Penjualan yang dilakukan pada laporan akhir ini yaitu sampai dengan tanggal 26 juli 2014. Adapun laporan penjualan dan pemasukan terlampir.

No	Tanggal	Penggunaan	Pengeluaran (Rp)	Saldo (Rp)
----	---------	------------	------------------	------------

Lampiran

RINCIAN PENGELUARAN

Pemasukan:

- Pemasukan Termin ke-1 : Rp 3.000.000,00
Pemasukan Termin ke-2 : Rp 4.000.000,00
Total Pemasukan : Rp 7.000.000,00

Pengeluaran :

Rincian Pengeluaran

1	10/02/2014	Print proposal	17.000	6.983.000
2	10/02/2014	Fotokopi	8.000	6.975.000
3	12/02/2014	Buku Folio	9.000	6.966.000
4	28/02/2014	Panci	50.000	6.916.000
5	28/03/2014	Pisau	20.000	6.896.000
6	28/03/2014	Talenan	17.000	6.879.000
7	04/03/2014	Coklatbubuk	15.000	6.864.000
8	04/03/2014	Strawberry	12.000	6.852.000
9	04/03/2014	Sendok	20.000	6.832.000
10	04/03/2014	Ember	35.000	6.797.000
11	04/03/2014	Mangkuk	35.000	6.762.000
12	04/03/2014	Piring	35.000	6.727.000
13	05/03/2014	Santan	20.000	6.707.000
14	05/03/2014	Ubi	30.000	6.677.000
15	05/03/2014	Garam	5.000	6.672.000
16	05/03/2014	Pandan	2.000	6.670.000
17	05/03/2014	Gulajawa	34.000	6.636.000
18	05/03/2014	Pisang	32.000	6.604.000
19	05/03/2014	Gulapisir	24.000	6.580.000
20	05/03/2014	Coklatbubuk	16.000	6.564.000
21	05/03/2014	Coklatchochips	6.000	6.558.000
22	05/03/2014	Vanili	2.000	6.556.000
23	05/03/2014	Tabung gas	16.500	6.539.500
24	05/03/2014	Cups minuman	18.000	6.521.500
25	06/03/2014	Susukentalmanis	8.000	6.513.500
26	13/04/2014	Kurma	60.000	6.453.500
27	13/04/2014	Spidol	8.000	6.445.500
28	13/04/2014	Jadwal	7.000	6.438.500
29	03/06/2014	Inventaris	700.000	5.738.500
30	03/06/2014	SewaTempat	400.000	5.338.500
31	03/06/2014	PerawatanGerobak	75.000	5.263.500
32	03/06/2014	BahanProduksi	600.000	4.663.500
33	05/07/2014	Gerobak	3.500.000	1.163.500
34	05/07/2014	Banner	300.000	863.500
35	05/07/2014	Poster	100.000	763.500
36	09/07/2014	Transportasi	400.000	363.500
37	09/07/2014	Nota	5.000	358.500
38	09/07/2014	Stempel	20.000	338.500
39	09/07/ 2014	Tinta	25.000	313.500
40	09/07/2014	Print laporan	12.000	301.500
41	09/07/2014	Fotokopi	9.300	292.200
42	10/07/2014	Flyer	150.000	142.200

Total Pengeluaran	Rp	6.857.800
SisaSaldo	Rp	142.200

RINCIAN PENJUALAN

Bulan Mei

(penjualan per kotak)

Produk	Minggu ke-1	Minggu ke-2	Minggu ke-3	Minggu ke-4	Total
Kolak pisang	-	-	30	-	30
Kolak Camping	-	-	20	-	20
Sate kurma	-	-	20	-	20

Ket : Penjualan berdasarkan pesanan

Minggu ke-1 dan ke-2 melakukan tester produk

Minggu ke-4 evaluasi produk

Bulan Juni

Produk	Minggu ke-1	Minggu ke-2	Minggu ke-3	Minggu ke-4	Total
Kolak pisang	-	-	-	40	40
Kolak Camping	-	-	-	30	30
Sate kurma	50	-	-	50	100

Minggu ke-2 dan ke-3 fokus UAS

Belum mempekerjakan pegawai

Bulan Juli

Produk	Minggu ke-1	Minggu ke-2	Minggu ke-3	Minggu ke-4	Total
Kolak pisang		50	200	300	550
Kolak Camping			250	300	550
Sate kurma			300	400	700

PENDAPATAN

Analisis Pendapatan

Mei :

- Kolakubi
Penjualan 30 unit x 4.000 = 120.000

$$\text{HPP } 2.885 \times 30 \text{ unit} = 86.550$$

Keuntungan $120.000 - 86.550 = 33.450$

- Kolak Camping
Penjualan 20 unit x 5000 = 100.000
HPP $4.355 \times 20 \text{ unit} = 87.100$
Keuntungan $100.000 - 87.100 = 12.900$
 - Sate kurma
Penjualan 20 x 5000 = 100.000
HPP $4.177 \times 20 \text{ unit} = 83.540$
Keuntungan $100.000 - 83.540 = 16.460$
- TOTAL pendapatan Mei = 320.000**
TOTAL keuntungan Mei = 62.810

Juni :

- Kolakubi
Penjualan 40 unit x 5.000 = 200.000
HPP $2.885 \times 40 \text{ unit} = 115.400$
Keuntungan $200.000 - 115.400 = 84.600$
 - Kolak Camping
Penjualan 30 unit x 5000 = 150.000
HPP $4.355 \times 30 \text{ unit} = 130.650$
Keuntungan $150.000 - 130.650 = 19.350$
 - Sate kurma
Penjualan 100 unit x 6000 = 600.000
HPP $4.177 \times 100 \text{ unit} = 417.700$
Keuntungan $600.000 - 417.700 = 182.300$
- TOTAL pendapatan Juni = 950.000**
TOTAL keuntungan Juni = 286.250

Juli :

- Kolakubi

Penjualan 550 unit x 5.000 = 2.750.000

HPP 2.885 x 550 unit = 1.586.750

Keuntungan 2.750.000 - 1.586.750 = 1.163.250

- Kolak Camping

Penjualan 550 unit x 5000 = 2.750.000

HPP 4.355 x 550 unit = 2.395.250

Keuntungan 2.750.000 - 2.395.250 = 354.750

- Sate kurma

Penjualan 700b x 6000 = 4.200.000

HPP 4.177 x 700 unit = 2.923.900

Keuntungan 4.200.000 - 2.923.900 = 1.276.100

TOTAL pendapatan Juli = 9.700.000

TOTAL keuntungan Juli = 2.794.100

