PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

SOSIALISASI DAN KOMERSIALISASI SARABBA SEBAGAI MINUMAN KESEHATAN KHAS SULAWESI SELATAN

BIDANG KEGIATAN :

PKM Kewirausahaan

Diusulkan Oleh :

Mardiana Rusman	(I24054404/2005)	Ketua
Nurfajrianti	(A24054419/2005)	Anggota
Asmita Y. Halim	(H34054398/2005)	Anggota
Suci Nurani D. Palupi	(H34054416/2005)	Anggota

INSTITUT PERTANIAN BOGOR

BOGOR

2008

HALAMAN PENGESAHAN USUL PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

1. Judul Kegiatan :
   SOSIALISASI DAN KOMERSIALISASI SARABBA SEBAGAI MINUMAN KESEHATAN KHAS SULAWESI SELATAN

2. Bidang Kegiatan : ( ) PKMP (√) PKMK
   ( ) PKMT ( ) PKMM

3. Bidang Ilmu : ( ) Kesehatan ( ) Pertanian
   ( ) MIPA ( ) Teknologi dan Rekayasa
   (√) Sosial Ekonomi ( ) Humaniora
   ( ) Pendidikan

4. Ketua Pelaksana kegiatan
   a. Nama Lengkap : Mardiana Rusman
   b. NIM : I24054404
   c. Jurusan : Ilmu Keluarga dan Konsumen
   d. Universitas/Institut/Politeknik : Institut Pertanian Bogor
   e. Alamat Rumah dan No.Telp/HP : Wisma Al-Farabi
      Babakan Lio-Dramaga
      Bogor 16680/ 081342572466
   f. Alamat Email : anaxikk@yahoo.com
5. Anggota pelaksana Kegiatan : 3 Orang
6. Dosen Pendamping
   a. Nama Lengkap dan Gelar : Dra. Yusalina, MSi
   b. NIP : 131 914 523
   c. Alamat rumah dan No. Telp : KPP IPB Alam Sinarsari A 85
      Cibereum, Darmaga-Bogor
      0251 620043
7. Biaya Kegiatan Total : Rp. 6.000.000,00
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : Enam Bulan

Bogor, 8 Oktober 2008

Menyetujui,
Ketua Departemen Agribisnis

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

Ketua Pelaksana Kegiatan

(Mardiana Rusman)
NIM. I24054404

Wakil Rektor Bidang Akademik
dan Kemahasiswaan

(Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmaryono, MS)
NIP. 130 687 459

Dosen Pendamping

(Dra. Yusalina, MSi)
NIP. 131 914 523

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga tim penulis mampu menyelesaikan karya ilmiah ini dalam bentuk usulan kegiatan kepada institusi DIKTI. Terima kasih Kami ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan karya ilmiah ini.

Karya ilmiah ini berisi tentang sosialisasi dan komersialisasi sarabba sebagai muniman kesehatan khas Sulawesi Selatan. Dengan jahe sebagai bahan baku utama dan ditambah dengan bahan-bahan alami lainnya diharapkan dapat menjadi pilihan baru minuman kesehatan. Kegiatan sosialisasi dan komersialisasi ini juga merupakan sarana untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas mengenai minuman khas Sulawesi Selatan yang dapat bersaing dengan minuman penyegar lainnya.

Tim penulis berharap semoga program kegiatan kewirausahaan ini dapat terlaksana dengan mendapatkan dukungan materil dari DIKTI dan apresiasi dari masyarakat sebagai produk lokal yang mencerminkan kekayaan budaya Indonesia. Kegiatan ini diharapkan dapat berlanjut secara terus menerus dan dapat berkembang seiring dengan perkembangan zaman.

Bogor, 8 Oktober 2008

Tim Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR TABEL

A. JUDUL

SOSIALISASI DAN KOMERSIALISASI SARABBA SEBAGAI MINUMAN KESEHATAN KHAS SULAWESI SELATAN

B. LATAR BELAKANG MASALAH

Maraknya minuman-minuman instan yang mengandung bahan-bahan yang kurang bermanfaat bagi kesehatan membuat banyak minuman tradisional Indonesia yang diketahui sangat besar manfaatnya bagi kesehatan kalah bersaing di pasaran. Hal ini dikarenakan belum optimalnya upaya untuk komersialisasi secara terstruktur dengan mempertimbangkan aspek-aspek pemasaran, produksi misalnya pengawasan mutu dan kemasan serta aspek finansial.

Sarabba adalah salah satu minuman khas provinsi Sulawesi Selatan terutama suku Bugis Makassar yang biasa dipakai sebagai obat saat seseorang terserang flu atau meriang atau dapat pula digunakan sebagai minuman penambah tenaga. Sarabba berbahan dasar tanam-tanaman herba yang telah diketahui khasiatnya untuk kesehatan seperti jahe (*Zingiber officinale*) sebagai ramuan dan aroma utamanya. Adapun manfaat jahe secara farmakologi antara lain adalah sebagai karminatif (peluruh kentut), anti muntah, pereda kejang, anti pengerasan pembuluh darah, peluruh keringat, anti inflamasi, anti mikroba dan parasit, anti piretik, anti rematik, serta merangsang pengeluaran getah lambung dan getah empedu. Minuman sejenis sarabba sebenarnya dapat juga ditemui di daerah Jawa Tengah yang dikenal dengan wedang jahe. Namun adanya penambahan merica, gula aren/gula merah dan santan yang membuat sarabba lebih kental dan lebih gurih dibandingkan wedang jahe.

Produksi tanaman jahe yang merupakan bahan utama pembuatan sarabba dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan, ini berarti permintaan konsumen terhadap jahe terus bertambah. Berdasarkan tabel 1 (BPS 2006), produksi jahe Indonesia mencapai 177.137.949 kg/tahun. Hal ini merupakan peningkatan produksi yang sangat signifikan. Tanaman jahe adalah salah satu tanaman obat yang hampir tersebar di seluruh Indonesia. Berdasarkan tabel 1(BPS tahun 2006), diketahui bahwa produksi jahe paling tinggi terdapat di daerah Jawa Barat yaitu 83.569.815 kg, lebih tinggi dibandingkan daerah asal sarabba itu sendiri yang hanya 557.851 kg. Berdasarkan data tersebut, terbuka suatu kesempatan dan peluang yang sangat besar untuk memperkenalkan sekaligus sebagai upaya komersialisasi Sarabba sebagai minuman kesehatan di daerah jawa barat khususnya Kabupaten Bogor dimana berdomisilinya pelaksana dari program ini. Di bawah ini adalah data produksi jahe di seluruh wilayah Indonesia pada tahun 2006.

Tabel 1. Produksi Jahe di Indonesia Tahun 2006

Provinsi	Produksi (kg)	Provinsi	Produksi (kg)
Nangroe Aceh Darusalam	185.321	Nusa Tenggara Barat	230.38
Sumatera Utara	3.685.982	Nusa Tenggara Timur	1.788.985
Sumatera Barat	5.297.696	Kalimantan Barat	1.256.002
R i a u	1.215.905	Kalimantan Tengah	332.283
J a m b i	879.089	Kalimantan Selatan	4.283.397
Sumatera Selatan	3.975.124	Kalimantan Timur	717:097
Bengkulu	3.191.153	Sulawesi Utara	964.467
Lampung	9.067.807	Sulawesi Tengah	289.419
Bangka Belitung	123.732	**Sulawesi Selatan**	**557.851**
		Sulawesi Tenggara	964.872
Kep. Riau	18.42	Gorontalo	331.463
DKI Jakarta	4.729	Sulawesi Barat	17.465
Jawa Barat	**83.569.815**	Maluku	
Jawa Tengah	33.506.317	Maluku Utara	
DI Yogyakarta	906.541	Papua Barat	13.815
Jawa Timur	17.365.069	Papua	84.181
Banten	1.426.190		
B a l i	887.382		
Indonesia			**177.137.949**

Sumber: http//:www.statisticsindonesia/horticulturestatistis.co.id

Sarabba adalah sebuah minuman yang awalnya hanya digunakan sebagai obat dan dibuat hanya jika ada yang membutuhkan. Namun karena penggemar dari minuman ini semakin bertambah, maka muncul pemikiran untuk membuatnya menjadi barang komersial khususnya di daerah Sulawesi Selatan. Ternyata perkembangan penjualan dan respon masyarakat sangat tinggi terhadap minuman ini, namun bentuk penjualan hanya di warung-warung kecil layaknya warung kopi. Hingga saat ini belum ada yang mengusahakan penjualan dengan bentuk penyajian yang lebih praktis tanpa mengurangi khasiat dari rempah-rempah atau bahan-bahan yang dipakai dalam pembuatan sarabba tersebut. Selain itu, selama ini minuman tersebut hanya disajikan dalam keadaan panas, belum ada yang mengusahakan dalam keadaan dingin dan dengan kemasan yang lebih menarik. Dengan demikian, diharapkan sarabba dapat menjadi minuman penyegar dan penambah tenaga terutama pada cuaca yang panas karena khasiat dari jahe dan merica yang terkandung di dalam sarabba tersebut.

C. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan usaha untuk mensosialisasikan sarabba sebagai minuman kesehatan khas Sulawesi Selatan. Minuman ini merupakan suatu bentuk kekayaan nasional yang harus dilestarikan. Untuk dapat bersaing dengan minuman lain yang beredar di pasaran, minuman ini harus dikembangkan dengan bentuk yang lebih menarik. Pengembangan tersebut berupa bentuk *cup* yang siap minum sehingga lebih praktis, bersifat tahan lama, dan disajikan dalam keadaan dingin sehingga dapat menjadi minuman penyegar pada saat musim kemarau atau cuaca panas.

D. TUJUAN

1. Sosialisasi Sarabba sebagai minuman kesehatan budaya Indonesia
2. Menganalisis strategi pasar Sarabba
3. Upaya komersialisasi sarabba
4. Menganalisis aspek keuangan dan kelayakan usaha
5. Mengidentifikasi struktur dan desain organisasi usaha

E. LUARAN YANG DIHARAPKAN

Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini adalah produk Sarabba *cup* yang dapat meningkatkan jiwa kreativitas dan kewirausahaan mahasiswa. Produk yang dihasilkan dibuat dalam kemasan yang menarik, awet serta harga yang terjangkau untuk semua kalangan masyarakat sehingga di masa yang akan datang mampu menjadi usaha bisnis produksi Sarabba yang mandiri, kompetitif dan berdaya saing. Selain itu, luaran yang diharapkan adalah menjadi unit usaha yang mampu membuka peluang kerja sekaligus mengangkat perekonomian masyarakat.

F. KEGUNAAN PROGRAM

1. Bagi Perguruan Tinggi

   Tersosialisasinya Sarabba sebagai minuman kesehatan memicu jiwa kreatif mahasiswa dalam mengolah produk pangan olahan turunan nenek moyang yang bermanfaat bagi tubuh, sehat dan praktis. Kondisi seperti ini dapat menimbulkan iklim kompetitif dikalangan mahasiswa untuk bersaing melalui pengembangan intelektualitas dan kreativitas, sehingga secara tidak langsung dapat meningkatkan kualitas perguruan tinggi. Program ini merupakan perwujudan dari Tridharma Perguruan Tinggi yang diharapkan dapat meningkatkan khasanah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang kewirausahaan.

2. Bagi Mahasiswa

   Pelaksanaan program ini akan merangsang mahasiswa berfikir kreatif, inovatif dan dinamis. Pelaksanaan program ini menuntut mahasiswa untuk dapat bekerja dalam tim. Dengan dilaksanakannya program ini akan menambah wawasan dan pengalaman mahasiswa dalam berkarya dan menerapkan teknologi sederhana yang berhasil guna. Selain itu, juga dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada mahasiswa, dan peka terhadap tuntutan konsumen khususnya dalam bidang pangan.

3. Bagi Masyarakat

   Adanya produk ini akan membantu komersialisasi sarabba dan sosialisasinya kepada masyarakat Indonesia serta bermanfaat bagi kesehatan. Produk ini juga dapat membantu masyarakat untuk memberi alternatif minuman dalam mempertahankan kesehatan. Selain itu, program ini diharapkan dapat membuka lapangan kerja bagi masyarakat, yang berarti secara sosial ekonomi telah membantu meningkatkan taraf hidup.

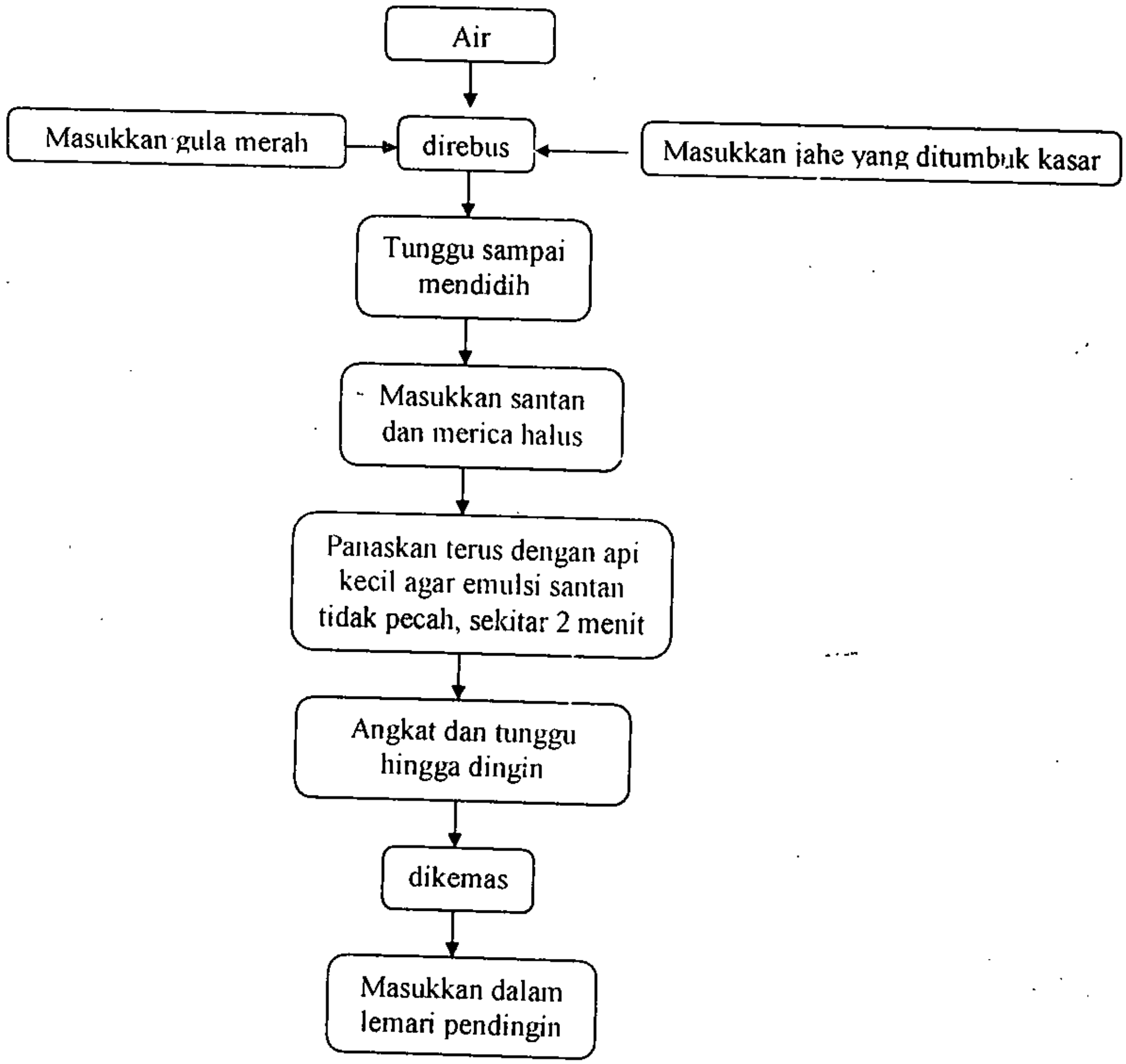
G. GAMBARAN UMUM DAN RENCANA USAHA

a. Analisis Produksi

1. Proses Produksi

   Air sebanyak 5 gelas ke dalam panci, rebus dengan jahe 300 gram yang telah dibersihkan dan ditumbuk kasar agar kandungannya bisa melarut. Tambahkan lagi gula merah 300 g hingga mendidih.

Masukkan santan 150 ml (3/4 gelas) dan setengah sendok teh merica halus, panaskan terus dengan api kecil agar santan tidak pecah emulsinya kira-kira 2 menit.



Gambar 1. Proses pembuatan Sarabba

2. Lokasi Produksi

Lokasi yang kami jadikan sebagai tempat produksi adalah laboratorium pangan Departemen Gizi Masyarakat Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor. Proses selanjutnya akan dilakukan di Wisma Al Farabi yang merupakan tempat tinggal pelaksana kegiatan.

3. Kapasitas Produksi

Produksi akan dilaksanakan selama dua tahap setiap bulannya. Setiap tahap ditargetkan menghasilkan 100 *cup*. Produk akan ditawarkan kepada konsumen dengan harga Rp 2500,00 per *cup* dengan analisis keuntungan tercantum dalam analisis biaya.

b. Strategi Pemasaran

1.STP (*Segmentation, targetting & Positioning*)

- Segmentasi, yakni cara memilah-milah kelompok konsumen berdasarkan potensial penawaran produk yang berbeda-beda. Pangsa pasar dibagi menjadi tiga segmen yaitu :

  1. Kelompok Mahasiswa

     Segmen ini (mahasiswa IPB) karena merupakan pangsa pasar yang besar dengan jumlah kurang lebih 25.000 orang. Selain itu, faktor lokasi produksi yang berada di area kampus sehingga menjadi kelebihan tersendiri dalam kegiatan survei, promosi dan pemasaran produk.

  2. Kelompok Pelajar

     Segmen lain adalah pelajar yang ada di sekitar lingkar kampus IPB baik SD, SLTP, maupun SLTA. Segmen ini memiliki pangsa pasar yang tak kalah besar, terlebih lagi jika dilihat dari sisi psikologis mereka yang cenderung konsumtif dan menyukai hal yang baru.

  3. Kelompok Umum

     Segmen ini terdiri dari para dosen, warga lingkar kampus dan masyarakat umum.

- *Targetting*

  Target utama pemasaran produk ini adalah segmen pertama dan kedua yaitu kelompok mahasiswa dan pelajar. Hal ini didasarkan pada fakta bahwa kelompok pertama dan kedua memilki ukuran pasar yang besar, dan perkiraan bahwa segmen ini memiliki kebutuhan atas manfaat dari produk tersebut. Sedangkan segmen yang ketiga, yaitu masyarakat umum, merupakan target jangka panjang sehingga produk ini dapat beredar dan diterima oleh masyarakat secara luas.

- *Positioning*

Pelanggan melihat produk ini sebagai produk minuman penyegar yang enak, murah dan *trendy*. Trend pemasaran produk diarahkan pada kepedulian kesehatan dan slogan *back to nature*. Selain itu dibuat citra produk yang mewah melalui kemasan yang menarik sesuai segmentasi pasar.

2. *Marketing Mix*
   - Produk

     Produk berupa minuman penyegar dan penambah tenaga dengan rasa yang unik dan dikemas menarik dan mewah sesuai segmentasi pasarnya. Keunggulan produk adalah kandungan jahe dan bahan-bahan lainnya yang berfungsi membantu menjaga kesehatan.
   - Harga

     Produk ini dijual dengan harga Rp. 2500,00 per *cup*.
   - Tempat

     Dalam memasarkan produk, maka dipilih beberapa tempat di daerah lingkar kampus IPB. Penentuan lokasi pemasaran didasarkan pada kriteria sebagai berikut : strategis, akses masuk mudah, dan pengeluaran *cost* sekecil mungkin. Berdasarkan kriteria tersebut kami menetapkan beberapa lokasi pemasaran produk kami, yaitu :

     1. Kantin Asrama Putra dan Asrama Putri TPB
        Kantin Asrama TPB merupakan tempat yang sangat strategis, karena di sini berkumpul tidak kurang dari 3000 mahasiswa. Dengan pangsa pasar sebanyak itu, maka kantin asrama merupakan tempat yang sangat potensial untuk pemasaran produk ini
     2. Kantin Tiap-tiap Fakultas
        Setiap Fakultas tentunya memiliki kantin yang biasanya selalu ramai dengan aktifitas mahasiswa, baik yang makan atau hanya sekedar duduk-duduk. Tempat ini merupakan tempat yang sangat strategis bagi pemasaran produk kami.

3. Kantin Sekolah

   Kantin sekolah yang kami maksud adalah kantin sekolah yang ada di sekitar lingkar kampus IPB Dramaga. Dilihat dari jumlah para siswanya yang cukup besar, maka kantin sekolah merupakan salah satu pilihan tempat pemasaran yang baik.

4. Rumah Makan

   Banyak sekali rumah makan yang ada disekitar kampus IPB yang selalu ramai dikunjungi mahasiswa dan masyarakat umum.

5. Swalayan

   Swalayan merupakan gerbang untuk memasuki pasar umum secara luas. Sehingga kelompok kami berencana untuk memasarkan produk kami di swalayan-swalayan yang ada di sekitar kampus.

- Promosi

Promosi merupakan senjata utama dalam pemasaran produk. Hal ini disebabkan perlunya pengenalan awal pada produk yang tergolong baru ini kepada masyarakat. Walaupun di pasaran telah terdapat produk yang hampir serupa tetapi pada hakekatnya masyarakat belum mengenal produk yang kita tawarkan. Hal-hal yang akan kami lakukan untuk dalam rangka mempromosikan produk kami adalah :

1. Pemberian informasi secara langsung (*direct promotion)*

   Pemberian informasi secara langsung dilakukan oleh para personil tim ketika melakukan *dirrect selling*

2. Pemberian informasi secara tidak langsung (*undirect promotion)*. Pemberian informasi secara tidak langsung dilakukan dalam beberapa bentuk kegiatan diantaranya yaitu, beriklan di radio kampus (Agri FM), pemasangan spanduk, penyebaran poster, dan penyebaran pamflet serta leaflet

Promosi secara langsung dianggap cukup efektif karena adanya interaksi langsung antara konsumen dan produsen. Usaha promosi tidak langsung juga ditambah dengan terjadinya promosi mulut ke mulut yang akan dilakukan oleh konsumen yang merasa puas akan produk ini.

c. Analisis Finansial

Tabel 2. Biaya Investasi

Uraian	Satuan	Jumlah	Harga satuan (Rp)	Nilai Beli (Rp)	Umur Pemanfaatan (Tahun)	Nilai Sisa (15%)	Penyusutan/ Tahun (Rp)
Baskom	Buah	2	15,000	30,000	3	4,500	8,500
Ember	Buah	1	15,000	15,000	3	2,250	4,250
Timbangan	Unit	1	200,000	200,000	5	30,000	34,000
Pisau	Buah	5	5,000	25,000	3	3,750	7,083
Sendok besar	Buah	5	3,000	15,000	3	2,250	4,250
Panci besar	Buah	2	100,000	200,000	5	30,000	34,000
Sealer	Unit	1	200,000	200,000	5	30,000	34,000
Kompor gas	Unit	1	250,000	250,000	5	37,500	42,500
Tabung gas	Unit	1	150,000	150,000	5	22,500	25,500
Blender	Unit	1	200,000	200,000	5	30,000	34,000
Saringan	Buah	1	5,000	5,000	3	750	1,417
Total				**1,290,000**		**193,500**	**229,500**

Keterangan :

- Nilai sisa = Nilai Beli × 15%
- Penyusutan per tahun = (nilai investasi – nilai sisa)/umur pemanfaatan

Tabel 3. Biaya Tetap per Tahun

No	Uraian	Biaya/bulan	Biaya/tahun
1	Transportasi	50,000	600,000
2	Promosi	20,000	240,000
3	Komunikasi	20,000	240,000
4	Listrik	5,000	60,000
5	Air	5,000	60,000
Total		**100,000**	**1,200,000**

Tabel 4. Biaya Variabel untuk Satu Kali Produksi (100 Cup)

Uraian	Jumlah	Harga satuan (Rp)	Biaya
Bahan Baku :			
Jahe	2.5 kg	8,000	20,000
Gula Merah	5 kg	10,000	50,000
Kelapa	5 butir	2,000	10,000
Kayu manis	5 batang (@±10 cm)	1,000	5,000
Merica	5 sdm	1,000	5,000
Cengkeh	5 gram	1,000	5,000
Telur	5 butir	1,000	5,000
Kemasan	100 buah	1,000	100,000
Total			**200,000**
Biaya Variabel/unit			**2000**

Berdasarkan biaya-biaya tersebut, dapat ditentukan harga jual yang tepat untuk produk sara'ba ini. Adapun harga mark-up untuk produk ini ditetapkan sebesar 8.8 % dari biaya total/unit. Jumlah produksi dalam tahun pertama adalah sebanyak 4,800 cup.

Harga Jual = Total biaya/unit + harga mark-up

Total biaya/unit = $\dfrac{\text{(Rp 229,500 + Rp 1,200,000)}}{\text{4,800 unit}}$ + Rp 2000

= Rp 2,297.813

Harga mark-up = 8.8 % × Rp 2,297.813 = Rp 202.188

Harga Jual = Rp 2,297.813 + Rp 202.188

= Rp 2,500

Tabel 5. Proyeksi Laba Rugi

Uraian	Tahun						
	1	2	3	4	5	6	7
Produksi (unit)	4,800	7,200	9,600	14,400	24,000	38,400	48,000
Harga jual/unit (Rp)	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
Penerimaan :							
☐ Nilai Penjualan (Rp)	12,000,000	18,000,000	24,000,000	36,000,000	60,000,000	96,000,000	120,000,000
Pengeluaran :							
☐ Biaya Tetap (Rp)	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
☐ Biaya Variabel (Rp)	9,600,000	14,400,000	19,200,000	28,800,000	48,000,000	76,800,000	96,000,000
☐ Penyusutan (Rp)	229,500	229,500	229,500	229,500	229,500	229,500	229,500
Sub total (Rp)	11,029,500	15,829,500	20,629,500	30,229,500	49,429,500	78,229,500	97,429,500
Laba (Rp)	**970,500**	**2,170,500**	**3,370,500**	**5,770,500**	**10,570,500**	**17,770,500**	**22,570,500**

Tabel 6. Proyeksi Arus Kas

Uraian	Tahun							
	0	1	2	3	4	5	6	7
Cash In Flow								
Penerimaan Penjualan	0	12,000,000	18,000,000	24,000,000	36,000,000	60,000,000	96,000,000	120,000,000
Total In Flow	0	12,000,000	18,000,000	24,000,000	36,000,000	60,000,000	96,000,000	120,000,000
Cash Out Flow								
Investasi	1,290,000							
Biaya Tetap	0	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
Biaya Variabel	0	9,600,000	14,400,000	19,200,000	28,800,000	48,000,000	76,800,000	96,000,000
Total Out Flow	1,290,000	10,800,000	15,600,000	20,400,000	30,000,000	49,200,000	78,000,000	97,200,000
Net Benefit	**-1,290,000**	**1,200,000**	**2,400,000**	**3,600,000**	**6,000,000**	**10,800,000**	**18,000,000**	**22,800,000**
Discount Factor 15 %	**1.000**	**0.870**	**0.756**	**0.658**	**0.572**	**0.497**	**0.432**	**0.376**
Present Value	**-1,290,000**	**1,043,478**	**1,814,745**	**2,367,058**	**3,430,519**	**5,369,509**	**7,781,897**	**8,571,365**
NPV	**11,968,336.62**							

Karena NPV > 0, maka usaha ini layak dijalankan.

Perhitungan Break Event Point

$$BEP = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga jual/unit - Biaya variabel/unit}}$$

$$BEP = \frac{\text{Rp } 1{,}200{,}000}{\text{Rp } 2{,}500 - \text{Rp } 2{,}00} = 2{,}400 \text{ unit}$$

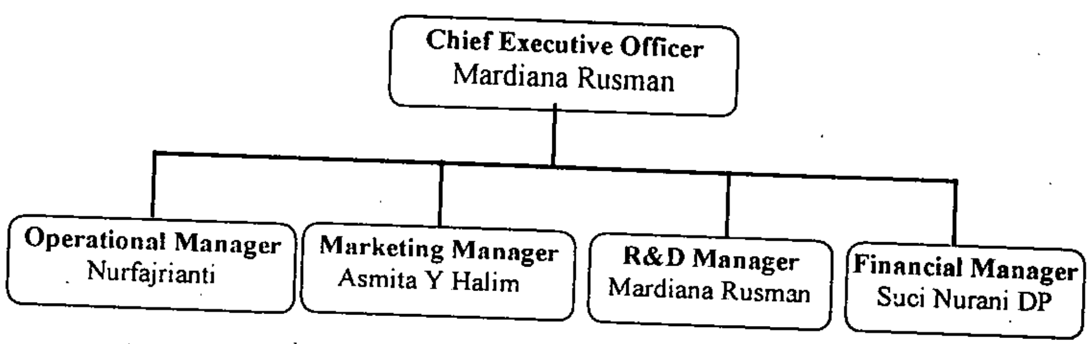
d. **Desain Organisasi**

Pengerjaan suatu proyek kewirausahaan yang profesional layaknya suatu perusahaan memerlukan rancangan organisasi yang efektif, efisien, dan tersusun rapi. Tujuannya adalah agar pencapaian tujuan perusahaan tersebut dapat dilakukan dengan lebih baik, lebih cepat dan lebih mudah.

Beberapa unsur yang dirasa sangat penting dan mutlak untuk diatur dalam organisasi pelaksana program kewirausahaan ini antara lain: bagian keuangan, bagian operasi dan produksi, bagian pemasaran, dan bagian riset dan pengembangan. Untuk itu diperlukan penanggung jawab manajemen pada tiap-tiap bidang tersebut yang berada di bawah koordinasi pimpinan utama.

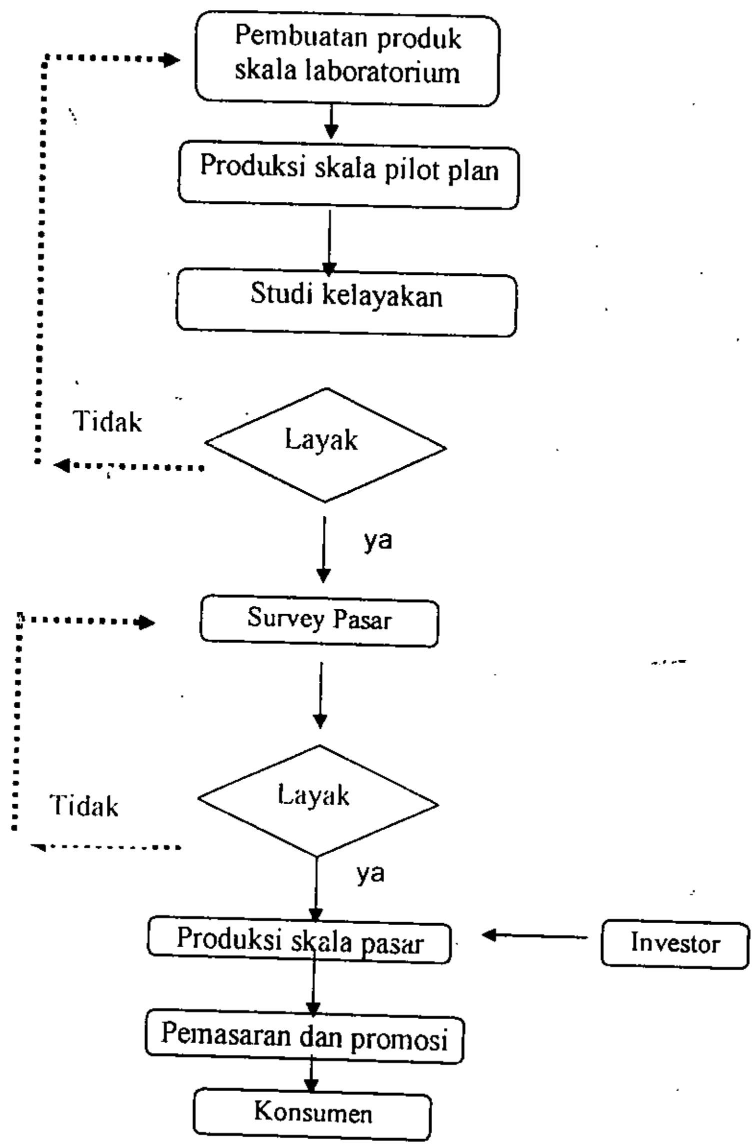
Manajer keuangan bertugas mengatur arus masuk dan keluarnya kas perusahaan. Manajer operasional dan produksi adalah penanggung jawab operasional produksi sehingga produk yang dihasilkan memiliki mutu yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Manajer pemasaran (*marketing*) berwenang dalam pendistribusian produk hingga sampai ke tangan konsumen. Ia juga bertanggung jawab dalam memberikan citra produk yang baik di mata konsumen. Sedangkan manajer R&D adalah pihak yang bertanggung jawab dalam riset dan pengembangan produk. Ia harus peka dan memahami kebutuhan konsumen dan mendesain produk yang sesuai dengan kebutuhan tersebut.

Diagram 2. Bagan Struktur Organisasi Perusahaan



H. METODE PELAKSANAAN PROGRAM

Diagram 3. Bagan Tahapan Pelaksanaan Program



Pelaksanaan program ini diawali dengan pembuatan produk pada skala laboratorium. Tujuan tahap ini adalah menentukan formulasi Sarabba *cup*. Setelah itu, dilakukan produksi dalam skala *pilot plan* untuk memberi gambaran umum produksi skala industri. Produk yang dibuat pada skala *pilot plan* dikaji kelayakannya dalam studi kelayakan. Apabila produk ini dinilai layak uji sebagai produk yang memenuhi standar industri, maka produk akan dikaji lebih lanjut dalam survey pasar. Namun jika dinilai tidak layak, maka perlu adanya evaluasi produk pada skala laboratorium.

Survey pasar ini adalah penentu apakah produk akan diterjunkan ke pasaran atau tidak. Maka jika menurut kajian, produk dinilai belum memenuhi kriteria pasar tersebut, produk akan dikaji ulang dalam studi kelayakan dan seterusnya sehingga produk memiliki segmentasi yang baik, target yang jelas serta *positioning* yang strategis.

I. JADWAL KEGIATAN PROGRAM

Kegiatan PKM ini direncanakan berkangsung selama enam bulan, rencana pelaksanaan ini tertera pada tabel 7 dibawah ini.

Tabel 7. Jadwal Kegiatan Program

No	Uraian	Bulan I	Bulan II	Bulan III	Bulan IV	Bulan V	Bulan VI
1	Persiapan kegiatan						
2.	Penyediaan alat dan bahan produksi serta sarana penunjang						
3.	Proses produksi dan penjualan						
4.	Evaluasi						
5.	Pelaporan						

J. NAMA DAN BIODATA KETUA SERTA ANGGOTA KELOMPOK

Ketua Pelaksana Kegiatan

Nama	:	Mardiana Rusman
NRP	:	I24054404
Program studi	:	Ilmu Keluarga dan Konsumen
Fakultas	:	Ekologi Manusia
Perguruan Tinggi	:	Institut Pertanian Bogor
Waktu untuk PKM	:	4 jam/ Minggu

Anggota Pelaksana :

1.	Nama	:	Nurfajrianti
	NRP	:	A24054419
	Program studi	:	Agronomi dan Hortikultura
	Fakultas	:	Pertanian
	Perguruan Tinggi	:	Institut Pertanian Bogor
	Waktu untuk PKM	:	4 jam/ minggu
2.	Nama	:	Suci Nurani Dyah Palupi
	NRP	:	H34054416
	Program studi	:	Agribisnis
	Fakultas	:	Ekonomi dan Manajemen
	Perguruan Tinggi	:	Institut Pertanian Bogor
	Waktu untuk PKM	:	4 jam/minggu
3.	Nama	:	Asmita Yulianingsih Halim
	NRP	:	H34054398
	Program studi	:	Agribisnis
	Fakultas	:	Ekonomi dan Manajemen
	Perguruan Tinggi	:	Institut Pertanian Bogor
	Waktu untuk PKM	:	4 Jam/ Minggu

K. NAMA DAN BIODATA DOSEN PENDAMPING

Nama Lengkap dan Gelar	: Dra. Yusalina, MSi
Golongan Pangkat dan NIP	:Lektor III C/ 131 914 523
Jabatan Fungsional	: Staf Pengajar
Jabatan Struktural	: -
Fakultas/ Departemen	: Ekonomi dan Manajemen / Agribisnis
Perguruan Tinggi	: Institut Pertanian Bogor
Bidang Keahlian	: Komunikasi/ Bisnis
Waktu dan kegiatan PKM	: 4 jam/ minggu

L. BIAYA

Tabel 8. Pembiayaan Operasi

1. Investasi	
Harta tetap berwujud	
Peralatan	Rp 1,290,000
Administrasi	Rp 200,000
Harta tetap tidak berwujud	
Biaya Pendahuluan	Rp 200,000
Total investasi	**Rp 1,690,000**
2. Modal Kerja	
I. Biaya pokok produksi	
Biaya Tetap	Rp 400,000
Biaya Variabel	Rp 3,200,000
Total biaya pokok produksi	**Rp 3,600,000**
II. Biaya Usaha	
Biaya promosi awal	Rp 310,000
Sewa tempat	Rp 400,000
Total biaya usaha	**Rp 710,000**
Total modal kerja (I+II)	**Rp 4,310,000**
Total biaya uoperasi (1+2)	**Rp 6,000,000**

M. LAMPIRAN

Daftar Riwayat Hidup Ketua dan Anggota Pelaksana :

Ketua Pelaksana

Nama	: Mardiana Rusman	
Tempat, Tanggal Lahir	: Sorong, 27 Maret 1988	
Jenis Kelamin	: Perempuan	
Agama	: Islam	
Pendidikan	: SD INP Kassi-Kassi	(1992-1996)
	SD INP Toddopuli	(1996-1999)
	SLTPN 13 Makassar	(1999-2002)
	SMAN 1 Makassar	(2002-2005)
	Institut Pertanian Bogor	(2005-selesai)

Organisasi :

a. FUM Makassar	(2002-2003)
b. IRMADAM	(2002-2005)
c. OSIS	(2003-2004)
d. KOPMA IPB	(2005-2006)
e. Sekertaris *English Club* HIMAIKO	(2006-2007)
f. Anggota Klub Tumbuh Kembang Anak HIMAIKO	(2006-sekarang)

Anggota Pelaksana

1. Nama	: Nurfajrianti	
Tempat, Tanggal Lahir	: Sungguminasa, 18 Juni 1987	
Jenis Kelamin	: Perempuan	
Agama	: Islam	
Pendidikan	: TK Kartika Malino	(1992-1993)
	SDN Centre Malino	(1993-1997)
	SDN 7 Batangkaluku	(1997-1999)
	SLTP Pondok Pesantren Putri Ummul Mukminin	(1999-2002)
	SMAN 02 Tinggimoncong Malino	(2002-2005)

Institut Pertanian Bogor (2005-selesai)

Organisasi :

a. Anggota Pramuka SMAN 02 Tinggimoncong (2002-2005)
b. Anggota Karate do Lemkari Ranting SMAN 02 Tinggimoncong (2002-2005)
c. Pengurus Asrama Putri SMAN 02 Tinggimoncong (2003-2004)
d. Pengurus OSIS SMAN 02 Tinggimoncong (2004-2005)
e. Remaja Masjid SMAN 02 Tinggimoncong (2004-2005)
f. Ketua Putri UKM Pramuka IPB (2006-2007)
g. Pengurus IKAMI Sul-sel cab. Bogor (2006-sekarang)
h. Anggota komunitas sepeda IPB (2006-sekarang)
i. Anggota Komunitas Sukses Mulia KUBIK Leadership (2006-sekarang)

2. Nama : Suci Nurani Dyah Palupi

Tempat, Tanggal Lahir : Palopo, 24 September 1987

Jenis Kelamin : Perempuan

Pendidikan : SDN No. 228 Suli (1992-1999)

SLTPN 1 Suli (1999-2002)

SMAN 17 Makassar (2002-2005)

Institut Pertanian Bogor (2005-selesai)

Organisasi :

a. PMR SMUN 17 Makssar (2002-2005)
b. FUM Makassar (2003-2005)
c. KOPMA IPB (2005-sekarang)
d. PRAMUKA IPB (2006-sekarang)
e. IKAMI SULSEL (2005-sekarang)

3. Nama : Asmita Yulianingsih Halim

Tempat, Tanggal Lahir : Ujung Pandang, 26 Juli 1987

Jenis Kelamin : Perempuan

Pendidikan : SDN 3 Sinjai (1993-1999)

SLTPN 13 Makassar (1999-2002)

SMAN 17 Makassar (2002-2005)

Institut Pertanian Bogor (2005-selesai)

Organisasi :

a. PMR (2002-2004)
b. KOPMA (2005-2006)
c. IKAMI SULSEL (2005-sekarang)