



LAPORAN AKHIR PKMK

PENGEMBANGAN USAHA PRODUK MINUMAN HERBAL INSTAN DARI BUNGA ROSELA (*Hibiscus sabdariffa* L.)

Oleh :

Aris Dwi Tobe (F24104032 / 2004)
Datoe M. Igroh A (F24104052 / 2004)
M. Farid Ma'ruf (F24104011 / 2004)
Dian Kurniawati A (F24104136 / 2004)
Harry Gustara Tambudi (114054290 / 2005)

INSTITUT PERTANIAN BOGOR

Dibiayai oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi

Departemen Pendidikan Nasional

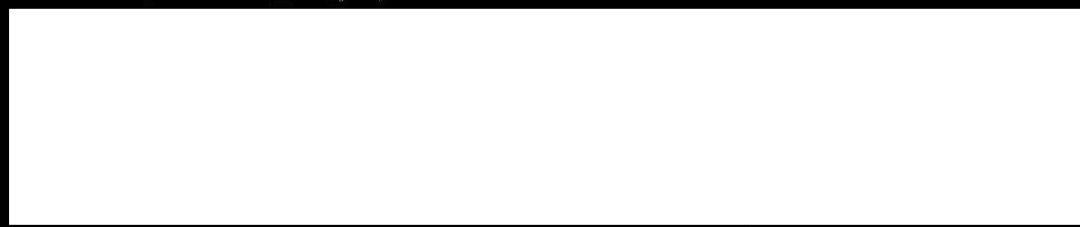
Sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Hibah

Program Kreatifitas Mahasiswa

Nomor 001/SP2H/PKM/DP2M/I/2008 tgl 26 Februari 2008

LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

1. Judul Kegiatan : Pengembangan Usaha Produk Minuman Herbal Instan Dari Bunga Rosela (*Hibiscus Sabdariffa L*)
2. Bidang Kegiatan : PKMP PKMT PKMM
3. Bidang Ilmu : Kesehatan Pertanian
 MIPA Teknologi dan Rekayasa
 Sosial Ekonomi Humaniora
 Pendidikan



5. Anggota Pelaksana Kegiatan 4 orang



7. Biaya Kegiatan Total
Dikti : Rp 3.370.000,00
Sumber Lain : -
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : 4 bulan

Bogor, 20 Mei 2008

Menyetujui
Wakil Dekan / Ketua Departemen

Dr. Dahrul Syah
NIP. 130.516.351
Aris Dwi Taha
NRP. F24104032

Dosen Pembimbing

Dr. Ir. Hj. Hesti D. Kusumaningrum
NIP. 131476603

ABSTRAK

Produk instan dapat diartikan sebagai produk yang secara cepat dapat diolah menjadi produk yang siap dikonsumsi. Penyajian nya mudah, dengan hanya menambahkan air panas. Salah satu kegiatan inovasi baru dalam industri minuman, akan dilakukan pembuatan minuman herbal instan yang berbahan dasar rosefa. Dasar pemilihan rosefa sebagai bahan dasar pembuatan minuman herbal ini karena berbagai keunggulan yang dimilikinya antara lain mengandung berbagai asam amino esensial, beta-karoten (vitamin A), vitamin B (fiamin, riboflovin, niacin), dan vitamin C. Tujuan dari kegiatan ini yaitu membuka peluang bisnis bagi masyarakat umum dan meningkatkan kemampuan mahasiswa untuk berwirausaha sebagai sarana pembelajaran model industri pangan skala kecil. Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan bahwa kegiatan kewirausahaan yang dilakukan memilki prospek yang cukup bagus dengan persentase keuntungan 92,77% dari biaya produksi.

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Produk instan dapat diartikan sebagai produk yang secara cepat dapat diubah menjadi produk yang siap dikonsumsi. Penyajiannya mudah, dengan hanya menambahkan air panas. Pada dasarnya untuk membuat produk instan dilakukan dengan menghilangkan kadar airnya sehingga mudah ditangani dan praktis dalam penyedianya. Seiring dengan perkembangan gaya hidup di zaman yang serba instan, masyarakat Indonesia dituntut untuk mengkonsumsi minuman cepat saji namun memberi efek kesehatan bagi peminumnya.

Kesadaran masyarakat akan pentingnya hidup sehat serta tingginya animo masyarakat saat ini untuk mengkonsumsi minuman yang menyehatkan, mendorong adanya variasi pembuatan minuman dari berbagai sumber pangan. Hal ini tentu saja dapat membuka peluang usaha baru bagi praktisi usaha kecil menengah untuk bergerak di industri pangan khususnya untuk memproduksi minuman yang menyehatkan. Selain itu, industri minuman harus melihat peluang ini sebagai suatu kesempatan untuk menciptakan suatu inovasi baru dengan kemampuan teknologi yang dimilikinya.

Salah satu kegiatan inovasi baru dalam industri minuman, akan dilakukan pembuatan minuman herbal instan yang berbahan dasar rosela. Dasar pemilihan rosela sebagai bahan dasar pembuatan minuman herbal ini karena berbagai keunggulan yang dimilikinya antara lain mengandung berbagai asam amino esensial, beta-karoten (vitamin A), vitamin B (niakin, riboflavin, niاسin), dan vitamin C. Selain itu, rosela dapat digunakan untuk berbagai keperluan, mulai dari pengobatan penyakit batuk, meningkat stamina, hingga pengobatan gangguan pencernaan. Jika dibandingkan dengan minuman herbal yang lain, rosela memiliki nilai fungsional yang lebih tinggi dan harga yang relatif lebih terjangkau.

2. Permasalahan Masalah

1. Belum adanya inovasi baru minuman herbal instan berbasis Dari Bunga Rosella (*Hibiscus sabdariffa L.*).
2. Bagaimanakah kualitas minuman herbal instan yang dibuat?
3. Bagaimana cara pemasaran produk yang tepat untuk minuman herbal instan?
4. Apakah hasil olahan dapat dijadikan alternatif sebagai kegiatan wirausaha komoditas industri yang mempunyai prospek cerah?

3. Tujuan

1. Membuka peluang bisnis bagi masyarakat umum.
2. Melatih kemampuan mahasiswa untuk berwirausaha sebagai sarana pembelajaran model industri pangan skala kecil.

4. Luaran yang Diharapkan

Luaran yang diharapkan adalah terciptanya suatu produk minuman herbal instan dari Bunga Rosella (*Hibiscus sabdariffa L.*) merk 'Rosella Tea' yang dapat berperan sebagai minuman herbal yang menyehatkan dengan nilai fungsional yang tinggi, serta harganya yang terjangkau.

5. Kegunaan Program

Kegiatan ini dapat memberikan kontribusi bagi upaya pengembangan kewirausahaan pemanfaatan rosela sekaligus sebagai landasan bagi pengembangan usaha minuman herbal yang menyehatkan lainnya.

Secara khusus kegiatan ini akan memberikan manfaat secara khusus bagi beberapa pihak antara lain :

1. Petani

- Memberikan kemudahan bagi petani rosela dalam penjualan hasil tanamnya

2. Masyarakat

- Tersedianya minuman herbal instant yang menyehatkan, digemari oleh masyarakat dan bernilai gizi tinggi dengan harga terjangkau
- Alternatif peluang bisnis dalam minuman kesehatan

3. Pemerintah

Kegiatan ini dapat dijadikan pilihan usaha masyarakat yang diharapkan mampu mengurangi jumlah pengangguran yang ada di Indonesia.

II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Rosela merupakan salah satu tanaman yang berkembang baik di daerah beriklim tropis dan subtropis (Maryani dan Kristiana, 2005). Budidayanya dapat dilakukan di segala macam tanah, tetapi paling cocok pada tanah yang subur dan gembur. Daerah yang dapat ditanami tumbuhan ini adalah ketinggian 0-900 m di atas permukaan laut. Curah hujan yang dibutuhkan adalah 800-1670 mm/ 5 bulan atau 180 mm/ bulan. Jika curah hujan tidak mencukupi, irigasi akan memberikan hasil yang baik sumber karbohidrat yang ada di Indonesia.

Produk yang berasal dari rosela selama ini hanya terbatas pada bunga kering, manisan, teh yang mana penyajiannya cukup lama, permasarannya masih terbatas, dan harganya cukup mahal. Masyarakat pun cukup sulit dalam mendapatkan produk-produk rosela tersebut. Jika dilihat dari struktur dan komposisinya, rosela mempunyai potensi untuk dikembangkan menjadi produk minuman herbal instan. Industri minuman herbal instan berbasis rosela di Indonesia saat ini belum banyak atau mempunyai scope yang kecil dan hanya ada di daerah tertentu. Oleh karena itu, dibuatnya minuman herbal rosela instan dengan kemasan sachet diharapkan dapat mempermudah dalam memperoleh dan pengkonsumsianya.

Lokasi produksi dengan sumber bahan baku di Cipaku (Bogor) yang berdekatan, dapat meminimalkan biaya transportasi yang kemudian akan diperhitungkan dalam total biaya produksi.

III. METODE PENDEKATAN

a. Lokasi Produksi

Lokasi yang akan digunakan untuk memproduksi Rosella Tea di Jalan Babakan Tangah RT 02 RW 08 No.30A 16680.

b. Bahan dan Alat Produksi

1. Bahan yang dibutuhkan :

- Bunga rosella

2. Alat dan mesin produksi yang digunakan :

- Timbangan
- Oven
- Blender
- Sealer

c. Formula standar

Tabel 1. Formulasi standar "Rosella Tea"

| Formula Standar | Kadar (%) |
|-----------------|-----------|
| Rosella | 100 |

d. Proses Produksi

a) Pengeringan bunga rosella

Bunga rosella segar dikeringkan menggunakan oven hingga kadar air sekitar 14%.

b) Penghaluskan bahan padat

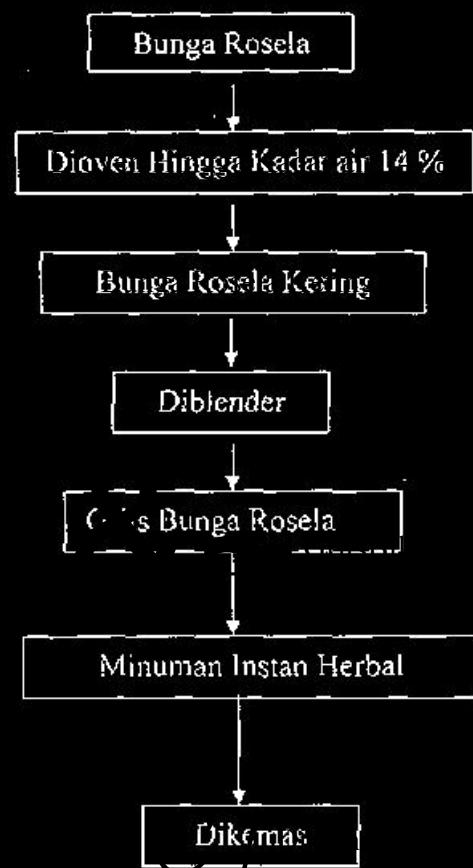
Bunga rosella kering dihaluskan dengan blender kering.

c) Pengemasan

Setelah campuran telah siap, campuran dimasukkan kedalam kemasan PP yang telah disertai label.

d) Penyimpanan

Setelah diproduksi, produk disimpan di tempat kering serta terhindar dari cahaya matahari.



Gambar 1. Diagram Alir Pembuatan Minuman Herbal Instan Dari Bunga Rosela

e. Pembuatan minuman herbal instan dari bunga rosela

Pembuatan minuman herbal instan ini dilakukan dengan mengeringkan bunga rosella hingga kadar air 14 % atau kurang, hal ini dilakukan untuk mencegah pertumbuhan kapang, khamir, dan bakteri. Kemudian rosella kering diblender atau dibancurkan membentuk grits, seperti halnya teh kering. Penambahan gula dan cincis tidak dilakukan karena hasil yang tidak bagus pada produk jadi dan karena konsumen lebih enyukai rasa original (rasa asam) sedangkan untuk rasa manis sesuai dengan selera masing-masing konsumen. Selanjutnya grits rosella tersebut dikemas dan diberi label.

f. Kapasitas Produksi

Produksi rutin dilakukan setiap dua minggu sekali dengan kapasitas produksi 20 sachet/produksi. Masing-masing sachet mempunyai kapasitas 50 gram. Produk minuman herbal instan ini dijual kepada konsumen dengan harga Rp. 8000,00 per sachet pada konsumen dengan analisis keuntungan terlampir

g. Sistem Pemasaran

Lokasi pemasaran adalah dalam lingkup kampus IPB, daerah bekasi, dan dijual ke retailer yang lain dimana dia menjual lagi ke tempat yang lain. Strategi pemasaran terbagi atas strategi produksi, strategi harga, strategi distribusi, dan strategi promosi. Strategi ini dibagi ke dalam rencana jangka pendek dan rencana jangka panjang.

Rencana jangka pendek meliputi penjualan produk secara langsung di tempat-tempat strategis antara lain ketika adanya bazar di kampus dan pencarian mitra kerja. Selain itu, dalam jangka pendek dilakukan juga strategi promosi. Promosi dilakukan dengan membagikan leaflet/ selebaran dan *mouth to mouth*. Hal ini ditujukan untuk mengenalkan produk Rosella Tea kepada calon konsumen.

Strategi produksi dilakukan dengan cara melakukan produksi awal dalam jumlah yang sedikit. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat penerimaan konsumen. Selain itu, juga dimaksudkan untuk menanamkan *image* bahwa produk ini sangat laku di pasaran sehingga menimbulkan rasa penasaran di benak konsumen. Pada tahap lanjutan, dilakukan dengan pembedaan kemasan produk. Pembedaan kemasan dilakukan dengan mengemas produk dengan dua jenis kemasan yaitu kemasan besar untuk bunga rosella kering utuh dan kemasan kecil untuk grits bunga rosella.

Rencana jangka panjang usaha ini dilakukan dengan menjaga hubungan baik dengan mitra kerja dan memperluas pasar sehingga diharapkan penjualan dilakukan secara partai kepada mitra kerja.

Strategi penjualan secara umum dilakukan dengan empat cara. Langkah awal, melakukan uji produk yang berfungsi untuk mengenalkan

sekaligus menangkap ekspektasi calon konsumen. Selanjutnya, dilakukan perbaikan produk sesuai parameter mutu yang diinginkan konsumen. Lalu, kami melakukan perawatan kerjasama dalam penjualan produk ini.

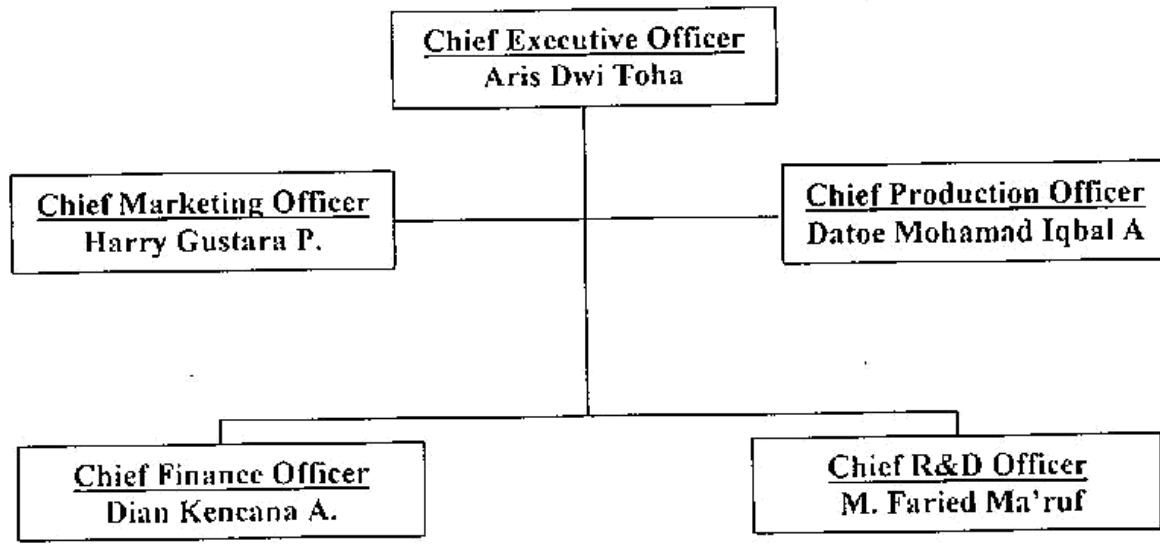
Tabel 2. Matriks Analisis SWOT Pengembangan Usaha Minuman Herbal Instan Bunga Rosela "Rosella Tea"

| | | IFAS | Strengths (S) | Weaknesses (W) |
|--|--|------|---|---|
| | | EFAS | Opportunities (O) | Threats (T) |
| | | | | |
| | | | 1. Produk minuman inovatif yang bergizi tinggi 2. Kerjasama tim yang baik 3. Harga produk yang terjangkau 4. Petani sekitar yang cukup potensial menghasilkan bahan baku | 1. Produk masih sederhana 2. Penyimpanan yang tepat untuk produk yang akan dijual sulit dilakukan. 3. Target pasar yang masih bias 4. Keterbatasan bahan baku (tergantung cuaca/musiman) |
| | | | 1. Kesadaran masyarakat akan gizi meningkat 2. Kegemaran masyarakat mengkonsumsi minuman sachet cepat saji yang tinggi 3. Alat-alat produksi yang mudah didapat | 1. Mempromosikan produk dengan menekankan aspek kesehatan. 2. Bahan baku yang tersedia menjadikan produksi bisa maksimal dan meningkatkan ekonomi rakyat |
| | | | 1. Produk serupa pesaing dari perusahaan skala besar 2. Lingkup usaha dan skala produksi masih kecil | 1. Menjaga kekonsistennan produk agar kepercayaan pelanggan tetap. |
| | | | | |
| | | | SO | OW |
| | | | 1. Mempromosikan produk dengan menekankan aspek kesehatan. 2. Bahan baku yang tersedia menjadikan produksi bisa maksimal dan meningkatkan ekonomi rakyat | 1. Peningkatan inovasi agar variasi produk tercipta 2. Penetapan skala usaha yang jelas agar memaksimalisasi penjualan dan laba yang diperolehss |
| | | | ST | WT |
| | | | 1. Menjaga kekonsistennan produk agar kepercayaan pelanggan tetap. | 1. Strategi promosi yang lebih mapan 2. Peningkatan skala usaha secara bertahap agar persaingan lebih berimbang. |

g. Organisasi Usaha

Sebagai tahap awal pembentukan tim usaha *Rosella Tea* ini dilakukan oleh lima orang yang merupakan anggota kelompok. Terdiri dari ketua pelaksana, bendahara, bagian bahan baku dan produksi, bagian *Research and Development*, dan bagian *PR* dan *Marketing*.

Struktur organisasi pada tim usaha minuman herbal instan dari bunga rosela ini dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Struktur Organisasi Usaha

IV. PELAKSANAAN PROGRAM

1. Lokasi

Lokasi kegiatan program kreativitas mahasiswa bidang kewirausahaan ini meliputi Petani Cipaku, pasar Anyar, pasar Bogor, stand bazar koridor FEMA (Fakultas Ekologi Manusia), koridor FATETA (Fakultas Teknologi Pertanian), dan di rumah kos Jalan Babakan Tengah No. 30A, Dramaga Bogor.

Sumber bahan baku diperoleh dari Petani Cipaku. Pembelian peralatan produksi seperti *sealer*, timbangan, blender. Proses produksi Rosella Tea dilakukan di Jalan Babakan Tengah No. 30A. *Launching*, promosi, dan *market test* dilakukan di koridor FEMA (Fakultas Ekologi Manusia) IPB. Penjualan produk dilakukan di ruang-ruang kuliah mahasiswa, bazar koridor FEMA IPB, dan didaerah bekasi melalui distributor. *Post Launching Evaluation*, penyusunan rencana produksi dan pemasaran, pertemuan tim usaha, serta penyusunan laporan dilakukan pada tempat kos mahasiswa di Jalan Babakan Tengah RT 02 RW 08 No.30A Darmaga Bogor dan di koridor FATETA IPB.

2. Waktu

Tabel 3. Waktu Pelaksanaan Kegiatan

| Tanggal | Kegiatan | Lokasi |
|---------------------|---|--------------------------|
| 2 Maret 2008 | Pertemuan tim usaha dan pembagian kerja | Tempat Kos Mahasiswa |
| 3 Maret 2008 | Pertemuan sosialisasi kegiatan PKM 2008 | Auditorium Rektorat |
| 4 Maret 2008 | pembuatan desain kemasan dan label | Tempat Kos Mahasiswa |
| 10 Maret 2008 | pembelanjaan bahan baku dan kemasan | Cipaku, ps Anyar |
| 11 Maret 2008 | Pembuatan produk sesuai proposal | Tempat Kos Mahasiswa |
| 10-14 Maret 2008 | <i>Launching</i> , promosi, dan penjualan awal produk kedua | Stand Bazar Koridor FEMA |
| 16 Maret 2008 | Pengubahan formulasi berdasarkan permintaan konsumen | Tempat Kos Mahasiswa |
| 17 Maret – Sekarang | Penjualan dengan sistem pemesanan lewat handphone | Tempat kos mahasiswa |

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Produk pertama

a. Proses Produksi

Produksi dilakukan di jalan Babakan Tengah RT 02 RW 08 No.30A Darmaga Bogor pada tanggal 11 Maret 2008. Produk awal direncanakan akan berupa sachet kesil dengan berat 5. Produk pertama dibuat berdasarkan formulasi pada tabel 4.

Tabel 4. Formulasi standar

| Formula Standar | Kadar (%) |
|-----------------|-----------|
| Bunga rosela | 35 |
| Gula | 50 |
| CMC | 15 |

Hasil produk pertama memiliki karakteristik yang kurang baik karena rasa manis yang diinginkan konsumen berbeda-beda bahkan banyak yang suka original tanpa penambahan apapun .

b. Pemasaran Produk

Karena produk pertama memiliki berbagai kekurangan, produk pertama tidak berhasil dijual. Neraca keuangan tidak ada karena produk tidak layak dijual.

c. Kendala yang dihadapi

Selama proses pembuatan produk pertama, kemasan sachet yang susah didapatkan sehingga menggunakan kemasan PP, bahan baku yang terbatas disebabkan masih musim hujan.

d. Solusi yang telah diupayakan

Langkah perbaikan dilakukan dengan pembuatan formulasi baru. Formulasi baru merupakan hasil kesepakatan tim produksi pada hari yang sama.

B. Produk kedua

a. Proses Produksi

Produksi dilakukan di jalan Babakan Tengah RT 02 RW 08 No.30A Darmaga Bogor pada tanggal 11 Maret 2008. Produk awal direncanakan akan berupa sachet kesil dengan berat 5. Produk pertama dibuat berdasarkan formulasi pada tabel 4.

Tabel 5. Formulasi standar

| Formula Standar | Kadar (%) |
|-----------------|-----------|
| Bunga rosela | 100 |

Pembuatan dilakukan dengan formulasi 100% bunga rosella karena berdasarkan pertimbangan bahwa hampir semua konsumen suka dengan yang original tanpa penambahan gula, hal ini dikarenakan selera masing-masing konsumen berbeda sehingga kita menyimpulkan untuk membuat 100 % bunga rosella. Sedangkan untuk cara pembuatannya dibuat pada table dengan penambahan gula sesuai selera.

b. Pemasaran Produk

Lokasi pemasaran adalah dalam lingkup kampus IPB, ruang-ruang kuliah mahasiswa, bazar koridor FEMA IPB, disebarluaskan melalui distributor (di Bekasi), dan melayani pemesanan melalui handphone (sms). Waktu pemasaran yaitu sejak 10 Maret hingga sekarang 2008.

Tabel 6. Total Biaya produksi

| Bahan | Jumlah | Harga (Rp) |
|------------------|----------|------------|
| Rosela | 7 kg | 525 000 |
| Kemasan Sekunder | 1 rim | 25 000 |
| Plastik PP | 140 buah | 26 000 |
| Label | 140 buah | 5000 |
| Total biaya = | | 581 000 |

Hasil Penjualan

$$\begin{aligned}\text{Hasil Penjualan} &= \text{Harga} \times \text{Jumlah} \\ &= \text{Rp } 8000 \times 140 \text{ bungkus} \\ &= \text{Rp } 1120 \text{ 000}\end{aligned}$$

Profit

$$\begin{aligned}\text{Profit} &= \text{Hasil Penjualan} - \text{Total Biaya} \\ &= \text{Rp } 1120 \text{ 000} - \text{Rp } 581 \text{ 000} \\ &= \text{Rp } 539 \text{ 000}\end{aligned}$$

Percentase keuntungan : $539.000 / 581000 \times 100\% = 92,77\%$
dari biaya produksi.

C. Kendala yang dihadapi

Kendala yang dihadapi adalah keterbatasan bahan baku yang ternyata ketika program ini dimulai bahan baku yang tersedia di petani sangat sedikit dan harga yang melambung tinggi. Hal ini disebabkan masa panen telah lewat dan intensitas hujan yang cukup tinggi. Selain itu kemasan sachet yang susah dicari dan jadwal produsen yang berbeda-beda.

D. Solusi yang telah diupayakan

Langkah perbaikan dilakukan dengan pencarian bahan baku ditempat lain tapi ternyata juga tidak ada sehingga menunggu dari petani cipaku, pengubahan kemasan sachet dengan PP.

E. Hal yang masih dilakukan

Hal yang masih sampai sekarang dilakukan adalah penjualan dengan sistem pemesanan dan retailer di daerah bekasi. Hal ini tetap dilakukan walaupun PKM ini telah selesai karena prospek yang cukup bagus. Selain itu nantinya juga akan dibuat dengan pengemasan yang lebih bagus dan akan merambah pada pembuatan minuman RTD jika hal ini memungkinkan.

E. Laporan Keuangan

Tabel 7. Laporan keuangan

| Tanggal | Keterangan | Debet | Kredit | Saldo |
|---------------|------------------|-----------|---------|-----------|
| 03 Maret 2008 | Pinjaman IPB | 1 000 000 | | 1 000 000 |
| 24 Maret 2008 | Transportasi | | 10 000 | 990 000 |
| | Bunga Rosela | | 525 000 | 465 000 |
| 26 Maret 2008 | Transportasi | | 10 000 | 455 000 |
| | Sealer | | 135 000 | 320 000 |
| | Timbangan 3kg/1g | | 110 000 | 210 000 |
| | Miyako Blender | | 189 000 | 21 000 |
| 27 Maret 2008 | Plastik PP | | 13 000 | 8 000 |
| | Kertas Samson | | 25 000 | -17 000 |
| | Kertas Label | | 5 000 | -22 000 |
| 10 April 2008 | Dana PKM diktı | 2 370 000 | | 2348000 |
| 15 Mei 2008 | Plastik PP | | 13 000 | 2335000 |
| | | | | |
| | | | Total = | 2335000 |

V. KESIMPULAN DAN SARAN

1. KESIMPULAN

Kegiatan pengembangan produk instan minuman herbal bunga rosella merupakan kegiatan upaya untuk memanfaatkan bunga rosella sebagai minuman yang menyehatkan. Dasar pemilihan rosella sebagai bahan dasar pembuatan minuman herbal ini karena berbagai keunggulan yang dimilikinya antara lain mengandung berbagai asam amino esensial, beta-karoten (vitamin A), vitamin B (tiamin, riboflavin, niasin), dan vitamin C. Kegiatan ini dapat membuka peluang bisnis bagi masyarakat umum dan melatih kemampuan mahasiswa untuk berwirausaha sebagai sarana pembelajaran model industri pangan skala kecil. Kendala yang dihadapi adalah keterbatasan bahan baku yang ternyata ketika program ini dimulai bahan baku yang tersedia di petani sangat sedikit dan harga yang melambung tinggi. Hal ini disebabkan masa panen telah lewat dan intensitas hujan yang cukup tinggi. Selain itu kemasan sachet yang susah dicari dan jadwal produsen yang berbeda-beda. Hal yang masih sampai sekarang ditakukan adalah penjualan dengan sistem pemesanan dan retailer didaerah bekasi. Hal ini tetap dilakukan walaupun PKM ini telah selesai karena prospek yang cukup bagus dengan persentase keuntungan 92,77% dari biaya produksi.

2. SARAN

Kegiatan kewirausahaan ini disarankan untuk mencari partner usaha yang banyak agar dapat mengembangkan usahanya dengan luas dan cepat. Selain itu disarankan juga untuk mencari alternatif petani yang lain sehingga ketika stok habis tidak tergantung dari satu petani. Penggunaan kemasan yang lebih menarik atau tahan lama juga dapat dijadikan pertimbangan untuk mengembangkan usaha ini.

LAMPIRAN

1. Dokumentasi Kegiatan

