



LAPORAN AKHIR
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA BIDANG KEWIRAUSAHAAN

***ID_3Q* : INOVASI DESAIN KAOS KREATIF SEBAGAI MEDIA
SOSIALISASI DAN PROMOSI KEKAYAAN BUDAYA DAN PARIWISATA
INDONESIA YANG “PUNAH” DENGAN BASIS EDUKASI NASIONALISME
SOSIAL BUDAYA**

Diusulkan Oleh :

Rowidah	H24070058 / 2007
Noviasari Andriyani	A24060101 / 2006
Nugraha Adi Pratama	F14070037 / 2007
Andini Widya Astuti	F34070010 / 2007
Alisia Rahmaisni	F34070034 / 2007

INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2010



LEMBAR PENGESAHAN PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

1. Judul Kegiatan : Inovasi Desain Kaos Kreatif sebagai Media Sosialisasi dan Promosi Budaya dan Pariwisata Indonesia yang “punah” Berbasis Edukasi Nasionalisme Sosial Budaya.
2. Bidang Kegiatan : PKM Kewirausahaan
3. Bidang Ilmu : Sosial dan Ekonomi
4. Ketua Pelaksanaan Kegiatan
5. Anggota Pelaksana Kegiatan : 4 orang
6. Dosen Pendamping
7. Biaya Kegiatan Total : Rp. 7.000.000
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : 5 bulan

Menyetujui,
Ketua Departemen Manajemen

Bogor, 3 Juni 2010
Ketua Pelaksana Kegiatan

(Dr. Ir. Jono M. Munandar, M.Sc)
NIP. 1 9610123 198601 1 002

(Rowidah)
NIM. H24070058

Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan

Dosen Pendamping

(Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmaryono, MS)
NIP. 1 9581228 198503 1 003

(Ir. Burhanuddin, MM)
NIP. 1 9680215 199903 1 001



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.

ABSTRAK

ID_3Q merupakan suatu usaha bisnis yang bergerak di bidang fashion yang memberikan inovasi dan kreatifitas pada desain kaos yang menggambarkan kekayaan budaya dan pariwisata yang dimiliki Indonesia agar dapat menjadi suatu media untuk sosialisasi kepada masyarakat Indonesia serta promosi mengajak masyarakat untuk mencintai dan memelihara budaya dan pariwisata Indonesia sehingga dapat diwariskan ke generasi selanjutnya. Selain itu, untuk mempublikasikan budaya dan pariwisata Indonesia yang kurang terpelihara dengan baik agar timbul kesadaran masyarakat dan pemerintah.

Dari segi produksi ID_3Q bekerjasama dengan PT. Pronesia, sedangkan untuk penjualan dengan *direct marketing* (secara langsung) dan *online marketing*, media promosinya meliputi leaflet, katalog, dan facebook.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKMK) ini dengan baik. Program kreatifitas yang dilaksanakan, berjudul “ID_3Q : Inovasi Desain Kaos Kreatif sebagai Media Sosialisasi dan Promosi Budaya dan Pariwisata Indonesia yang “punah” Berbasis Edukasi Nasionalisme Sosial Budaya.

Program ini merupakan suatu wadah yang sangat bermanfaat bagi kami dalam mengembangkan kreatifitas yang tertuang dalam ide-ide atau pemikiran yang inovatif serta pengembangan kemampuan kelompok. Dengan adanya program kewirausahaan ini kami harap dapat memberikan suatu kontribusi dalam upaya pengembangan budaya dan pariwisata Indonesia.

Semoga laporan akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta kemajuan ilmu pengetahuan dan nasionalisme Indonesia.

Bogor, 3 Juni 2010

Tim Penulis

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu Negara yang memiliki kekayaan budaya daerah dengan keanekaragaman yang luar biasa. Dari sabang sampai merauke, Indonesia memiliki kekayaan di berbagai bidang. Kebudayaan merupakan kekayaan bangsa yang perlu dipertahankan dan dilestarikan agar tetap menjadi milik kita seutuhnya karena telah diwariskan secara turun-temurun oleh nenek moyang kita sehingga menjadi amanah yang harus kita jaga.

Bangsa Indonesia kini dihadapkan pada masalah krisis kebudayaan nasional dimana banyak kekayaan bangsa Indonesia yang diklaim oleh Negara lain. Menurut data lebih dari 40 kekayaan bangsa Indonesia yang telah diklaim oleh pihak asing meliputi naskah kuno, lagu daerah, tari-tarian, musik tradisional, hasil pertanian, dan artefak. Selain itu, di sektor pariwisata Indonesia memiliki pantai sepanjang 5,7 kilometer yang menawarkan berbagai keragaman flora dan fauna sebagai *added value* dari budaya pariwisata Indonesia serta banyak lagi sektor-sektor pariwisata yang mungkin belum tersentuh.

Banyak kekayaan budaya dan pariwisata Indonesia yang hampir “punah”, terkubur dan bahkan ada yang tidak mengenal dan mengetahuinya. Dengan adanya kondisi yang memperhatikan tersebut perlu adanya penelusuran dan pencarian mengenai kondisi budaya dan pariwisata Indonesia dan mengamati bagaimana pelestariannya sehingga bisa dipublikasikan ke seluruh lapisan masyarakat Indonesia agar tertanam rasa kepedulian untuk turut menjaga dan melestarikan budaya bangsa. Melihat krisis kebudayaan yang dialami Indonesia, banyak generasi muda yang semakin sadar akan kekayaan budaya Indonesia namun tidak mengetahui apa saja yang menjadi kekayaan budaya Indonesia.

Melihat fakta tersebut semakin memperkuat keinginan kami untuk menciptakan suatu media yang bisa digunakan untuk mempromosikan kebudayaan dan memperkenalkan kekayaan bangsa Indonesia. Selain itu, media tersebut bisa menjadi wujud rasa bangga kita akan kekayaan Indonesia yang berlimpah serta untuk menambah wawasan mengenai khasanah budaya Indonesia.

1.2 Perumusan Masalah

1. Banyaknya kebudayaan dan pariwisata Indonesia yang terabaikan.
2. Promosi kekayaan kebudayaan dan pariwisata Indonesia yang masih kurang.
3. Adanya klaim pihak asing terhadap khasanah kebudayaan dan pariwisata Indonesia.
4. Tingginya jumlah permintaan terhadap produk-produk fashion terutama kaum muda yang merupakan sasaran utama kami.

1.3 Tujuan Program

1. Meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia khususnya generasi muda akan kekayaan budaya Indonesia.
2. Sebagai media untuk promosi dan sosialisasi kebudayaan dan pariwisata Indonesia.
3. Menumbuhkan dan mengembangkan jiwa kewirausahaan, tanggung jawab, kemandirian, dan kerjasama tim.
4. Meningkatkan rasa nasionalisme generasi muda Indonesia.

1.4 Luaran yang Diharapkan

Luaran dari program ini adalah suatu usaha yang kompetitif, yang dapat mendayagunakan kekayaan budaya Indonesia dan menjadi inspirasi ataupun media bagi generasi muda Indonesia untuk mengenal serta mencintai warisan budaya Indonesia. Edukasi nasionalisme sosial dan kebudayaan Indonesia juga menjadi salah satu inovasi kami dalam menumbuhkan kesadaran akan pentingnya khasanah budaya yang kita miliki. Wujud nyata dari berjalannya program ini yaitu dengan pemakaian produk ini maka promosi budaya dan pariwisata Indonesia baik secara langsung dan tidak langsung akan menyebar ke seluruh negeri bahkan sampai ke dunia.

1.5 Kegunaan Program

Manfaat dari program ini antara lain :

1. Dapat menumbuhkan seni kreatifitas dan jiwa kewirausahaan di dalam diri mahasiswa pelaksana.
2. Mengembangkan semangat kemandirian finansial, kemampuan kerja dalam tim, dan keahlian manajemen secara professional.
3. Budaya dan pariwisata Indonesia dapat tergali sebanyak-banyaknya sehingga dapat terpublikasi secara maksimal.
4. Meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia akan kekayaan budaya Indonesia yang beragam.
5. Solusi bagi permasalahan krisis kebudayaan nasional yang terjadi di Indonesia.
6. Mempromosikan potensi budaya dan pariwisata Indonesia yang selama ini belum teroptimalkan dengan baik.
7. Meningkatkan rasa bangga dan cinta akan kekayaan budaya dan pariwisata Indonesia.

II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

2.1 Profil Singkat

Program kewirausahaan ini merupakan salah satu kegiatan yang bergerak dalam usaha desain kreatif yang menampilkan budaya dan pariwisata Indonesia yang belum tergalikan dan terpublikasikan secara optimal. Desain kreatif tersebut dituangkan ke dalam produk fashion yaitu kaos yang *simple* dan mudah digunakan. Usaha ini akan berpusat di Bogor, Jawa Barat. Keunggulan dari program kewirausahaan yang kami tawarkan ini adalah :

- ✚ Produk yang berkualitas.
- ✚ Memiliki keunikan dan nilai kreatifitas seni yang tinggi.
- ✚ Sebagian besar sumber ide desain diperoleh dari pencarian secara langsung ke lokasi budaya dan pariwisata yang dijadikan sebagai obyek.
- ✚ Mampu mempromosikan kekayaan budaya dan pariwisata Indonesia.
- ✚ Manajemen secara professional.
- ✚ Sosialisasi dan edukasi tentang kebudayaan dan pariwisata Indonesia lebih efektif.

2.2 Rencana Pemasaran

2.2.1. Segmentasi, Targeting, dan Positioning.

Rencana bisnis yang akan dijalankan memiliki tujuan untuk meningkatkan rasa cinta dan bangga akan budaya dan pariwisata Indonesia. Bisnis ini mampu membidik semua kalangan konsumen. Target konsumen untuk bisnis ini adalah masyarakat Indonesia yang kami bedakan menjadi dua yaitu :

1. Konsumen Akhir

Kami memfokuskan pada kalangan muda yang merupakan generasi penerus bangsa sebagai konsumen akhir dari produk kami meskipun tidak menutup kemungkinan untuk kalangan lainnya.

2. Produsen Kaos atau Produk Fashion Lainnya.

Kami memberikan peluang bagi Produsen kaos atau produk fashion lainnya untuk menampilkan *trend* baru dengan menggunakan desain-desain kreatif kami.

2.2.2. Bentuk Strategi Pemasaran

1. Direct Marketing

Kami menjual produk-produk kami secara langsung agar konsumen dapat mengetahui dengan lebih jelas kualitas dan desain produk. Untuk desain tertentu dapat melalui pesanan. Strategi yang digunakan diantaranya :

- *Word of mouth*
- Penyebaran katalog
- Mengikuti bazaar

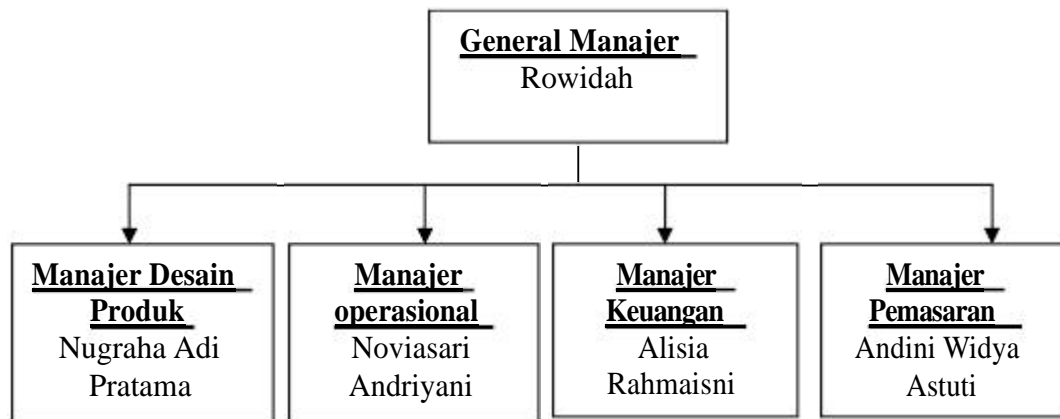
2. On Line Marketing

Kami menggunakan internet sebagai media promosi produk-produk kami. Kami menggunakan internet karena dapat menjangkau seluruh konsumen baik kalangan atas maupun kalangan bawah, kalangan muda maupun kalangan dewasa dan informasi dapat diakses kapan saja. Sosial networking yang digunakan adalah :

- Website
- Blog
- Facebook

2.3 Rencana Organisasi

Sebagai sebuah perusahaan yang bergerak di bidang desain kreatif maka diperlukan struktur manajerial yang baik sehingga tercipta kesesuaian visi dan misi organisasi yang diinginkan.



Gambar 1 : Struktur Manajerial ID_3Q

General Manajer bertanggung jawab penuh terhadap segala kegiatan yang ada di perusahaan yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian, pengawasan, dan evaluasi kegiatan.

Manajer Desain produk bertanggung jawab dalam desain produk yang dibuat sesuai dengan tema yaitu kekayaan budaya dan pariwisata Indonesia.

Manajer Operasional bertanggung jawab dalam mengatur persiapan selama proses *hunting* dan mekanisme proses pengiriman barang.

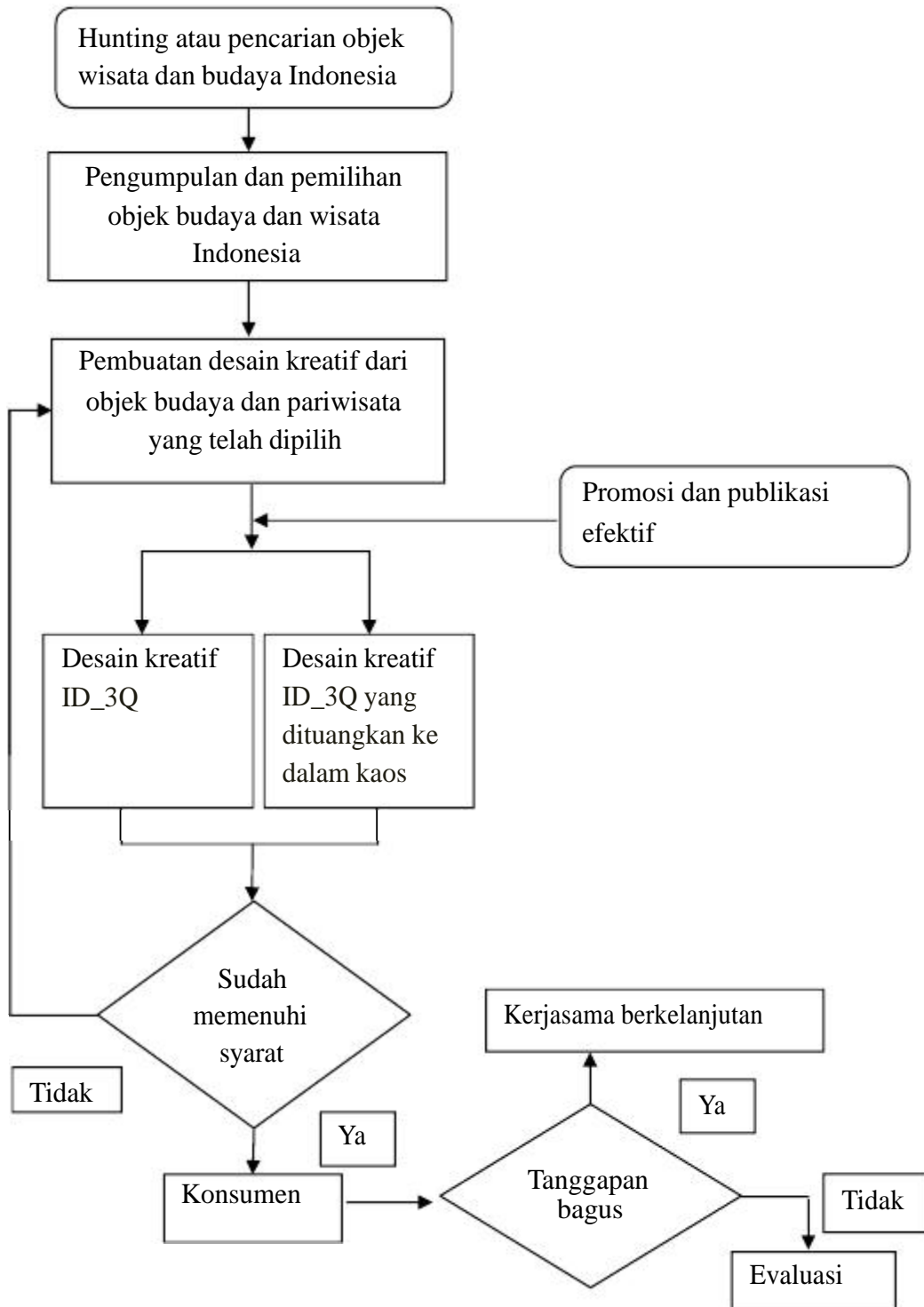
Manajer Keuangan bertanggung jawab mengatur sistem keuangan dan pembukuan.

Manajer Pemasaran bertanggung jawab menjalin kerjasama dengan pihak luar untuk memperlancar proses pemasaran, menciptakan sistem pemasaran yang baik, melakukan promosi produk, dan memasarkan produk ke tempat-tempat strategis.

III. METODE PENDEKATAN

3.1 Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dibagi dalam empat tahap. Tahap pertama adalah tahap persiapan, tahap kedua adalah tahap produksi, yang ketiga adalah tahap pemasaran produk, dan yang terakhir adalah tahap evaluasi dan pelaporan kegiatan.



IV. PELAKSANAAN PROGRAM

4.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

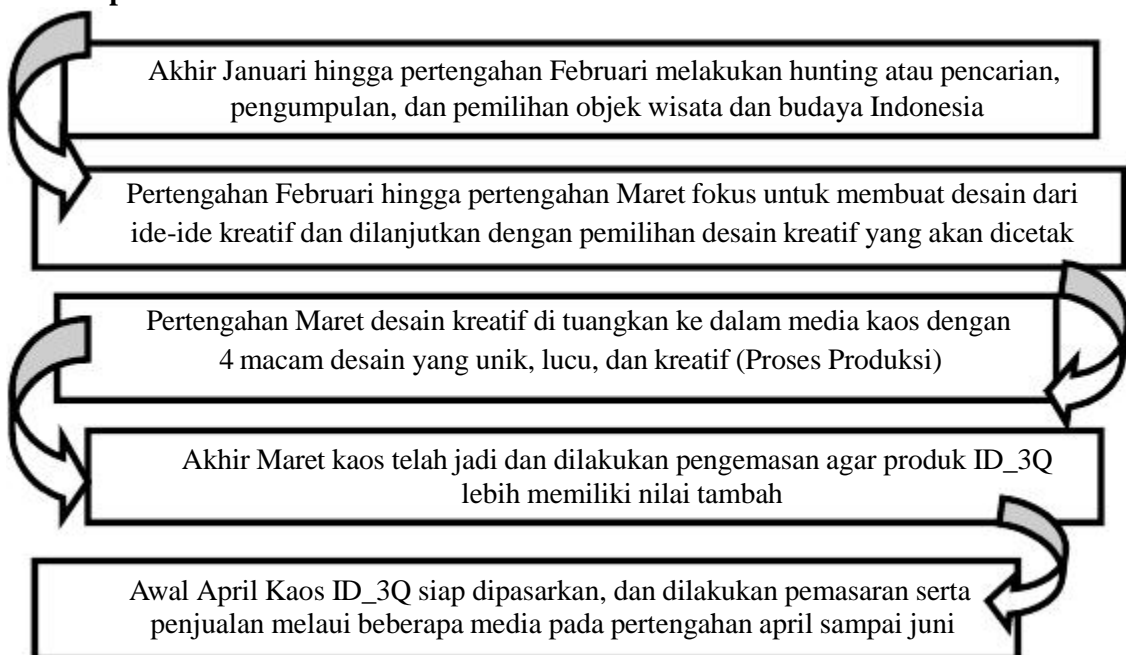
a. Lokasi Produksi

Lokasi produksi pembuatan kaos dan penyetakan sablon terletak di Bandung. Sedangkan, pada proses pengemasan produk dilakukan di Kosan Rumah Warna, Leuwikopo Dramaga Bogor.

b. Waktu Pelaksanaan

	Uraian Kegiatan	Bulan ke-														
		1			2			3			4			5		
1	Hunting atau pencarian, pengumpulan, dan pemilihan objek wisata dan budaya Indonesia															
2	Pencarian mitra kerja dan mitra usaha															
3	Proses pembuatan Desain Kreatif dan pemesanan produk															
4	Promosi dan Publikasi Efektif															
5	Penjualan produk															
6	Evaluasi															
7	Pembuatan Laporan															

4.2 Tahapan Pelaksanaan/Jadwal Faktual Pelaksanaan



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.

4.3 Instrumen Pelaksanaan

- a. Kamera
- b. Price Labeler
- c. Plastik Yasica
- d. Tali
- e. Kertas coklat
- f. Pita

4.4 Rancangan dan Realisasi Biaya

Rancangan biaya total pada awal program ini adalah sebesar Rp 9.540.000. Namun, pada kenyataannya total dana yang didapatkan adalah sebesar Rp 7.000.000. Sehingga dilakukan pengpressan biaya produksi dan lain-lain, sampai akhirnya realisasi biayanya sampai pada bulan Juni adalah sebesar Rp 6.511.500. kemudian, untuk table rincian rancangan awal dan realisasi biaya terdapat pada lampiran.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penjualan

Program ini dilaksanakan pada awal Maret 2010 sampai dengan Juni 2010, produk yang telah dihasilkan oleh kelompok PKMK ID_3Q ini adalah 100 buah kaos dengan rincian pendapatan :

Type Kaos	Harga Jual	Jumlah	Total
Type A	Rp. 56.000		
Prambanan		11	Rp. 616.000
INA Vs USA		22	Rp. 1.232.000
Type B	Rp. 52.000		
Borobudur		8	Rp. 416.000
Si Kancil		16	Rp. 832.000
Total Omset			Rp 3.096.000

Perhitungan Laba Bersih:

= Penjualan- HPPproduksi

= Rp 3.096.000-(33x Rp 43.932) Kaos Tipe A+(24x Rp 39.765) Kaos Tipe B]

= Rp 691.884

5.2 Pembahasan

Kaos ID_3Q merupakan suatu produk fashion yang memberikan nilai-nilai budaya dan pariwisata Indonesia, berfungsi sebagai media sosialisasi dan promosi kekayaan Indonesia untuk meningkatkan nasionalisme masyarakat Indonesia khususnya para kaum muda. Proses produksi ID_3Q bekerjasama dengan PT. Pronesia yang berlokasi di Bandung. Kami telah memproduksi 100 kaos.

Permasalahan Yang Dihadapi :

A) Administrasi

Permasalahan terjadi pada saat proses penawaran dengan mitra produksi dan pembuatan kerjasama, adanya kesalahpahaman dalam urusan administrasi.

B) Teknis

Selama proses produksi dilaksanakan terdapat beberapa permasalahan diantaranya adalah :

1. Pemilihan mitra percetakan untuk produksi yang sesuai dengan desain yang dibuat. Hal ini dikarenakan tidak semua percetakan dapat memproduksi kaos sesuai desain, bahan, dan harga yang telah direncanakan. Penyelesaiannya adalah dengan pembuatan kerjasama yang menguntungkan kedua belah pihak antara pelaksana PKM dengan percetakan.
2. Waktu penyelesaian yang lama dalam proses pencarian/*hunting* dan pembuatan desain kaos kreatif sehingga jadwal mundur dari yang direncanakan. Penyelesaiannya adalah dengan pembuatan *deadline* yang harus dipatuhi oleh seluruh anggota kelompok serta kontrol dari ketua 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.

3. Biaya produksi yang lebih mahal dari yang direncanakan untuk produksi kaos karena kompleksitas desain yang dibuat serta tempat produksi yang jauh. Hal ini mengakibatkan anggaran dana yang telah dibuat harus diubah. Penyelesaiannya yang dilakukan untuk menekan biaya adalah dengan meningkatkan jumlah produksi.
4. Strategi pemasaran sedikit bergeser karena perubahan biaya produksi yang cukup signifikan. Hal ini mendorong untuk kreatif dalam membuat strategi pemasaran yang efektif terutama untuk membidik konsumen menengah ke atas karena harga produk yang kami tawarkan cukup tinggi.

C) Organisasi Pelaksana

1. Permasalahan dalam organisasi manajemen pelaksana terletak pada manajer operasional. Awalnya posisi Manajer Operasional diemban oleh Noviasari Andryani, namun karena beliau harus menjalankan tanggung jawab akademik yaitu melaksanakan praktek kerja lapang untuk pembuatan skripsi maka tugas Manajer Operasional yang bertanggung jawab dalam mengatur persiapan selama proses *hunting* dan mekanisme proses pengiriman barang diambil alih oleh general manager atau ketua pelaksana. Sedangkan Noviasari Andryani membantu dalam bidang pemasaran dan penjualan.
2. Sulitnya mencari waktu untuk proses produksi dikarenakan kesibukan masing-masing anggota tim. Jadwal kuliah dan praktikum yang padat serta ketidakcocokan waktu kosong, serta kegiatan ekstrakurikuler masing-masing anggota membuat proses produksi hanya dilaksanakan 1 kali seminggu dengan proporsi waktu yang sedikit.

D) Keuangan

Dana awal yang diberikan tidak memenuhi seluruh kebutuhan pokok yang dibutuhkan apalagi biaya produksi yang ternyata lebih tinggi dari yang direncanakan sehingga ada beberapa pengeluaran yang ditunda untuk dapat memenuhi kebutuhan pokok bisnis yang dijalankan.

E) Hak Paten

Belum adanya hak paten untuk melindungi desain-desain kreatif yang dimiliki karena terkendala pada biaya dan waktu.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dengan adanya pelaksanaan dari PKMK ID_3Q sejak bulan Maret 2010 hingga bulan Juni 2010 dapat dikatakan bahwa sebagian dari masyarakat Indonesia mengetahui dan sadar bahwa Indonesia memiliki beragam kekayaan budaya dan pariwisata. Hal ini dikarenakan adanya inovasi desain kaos kreatif ID_3Q yang menyosialisasikan dan mempromosikan kekayaan budaya dan pariwisata Indonesia.

Selain itu, PKMK ID_3Q secara tidak langsung mengajak masyarakat Indonesia untuk mencintai dan memelihara budaya dan pariwisata Indonesia serta dapat meningkatkan rasa nasionalisme generasi muda Indonesia sehingga dapat diwariskan ke generasi selanjutnya.

Pelaksanaan PKMK ID_3Q telah menumbuhkan dan mengembangkan jiwa kewirausahaan, tanggung jawab, kemandirian, dan kerjasama di antara tim ID_3Q. Selain itu, program ini banyak memberikan manfaat kepada tim ID_3Q seperti memfasilitasi dalam mengembangkan kreatifitas.

6.2 Saran

Produk dari ID_3Q memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi suatu usaha besar yang berkelanjutan di bidang clothing. Namun, hal ini harus didukung dengan adanya bantuan dan pengarahan sehubungan dengan pemasaran dan ijin dari pemerintah setempat, sehingga mampu mengakses pasar secara luas. Sehingga, produk ID_3Q ini kami harap dapat memberikan suatu kontribusi dalam upaya pengembangan budaya dan pariwisata Indonesia



LAMPIRAN 1

Rencana awal

No.	Uraian	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Total Biaya
BIAYA VARIABEL					
1.	Biaya Bahan Baku (untuk persediaan awal)				
	Kaos Tipe A	10	unit	32.000	320.000
	Kaos Tipe B	10	unit	28.000	280.000
	Kaos Tipe C	10	unit	23.000	230.000
2.	Biaya Promosi dan penjualan				
	iklan media cetak	2	periode	40.000	80.000
	pembuatan katalog	50	unit	10.000	500.000
	web	1	paket	400.000	400.000
	Dokumentasi	5	bulan	50.000	250.000
3.	Biaya Pembuatan Label	1	paket	100.000	100.000
BIAYA OPERASIONAL					
1.	Biaya Komunikasi	1	paket	300.000	300.000
2.	Biaya Kesekretariatan				
	Proposal Kerjasama	1	paket	200.000	200.000
	Pembuatan Laporan Keuangan	1	paket	40.000	40.000
	Pembuatan Laporan Akhir	1	paket	40.000	40.000
3.	survey atau penelusuran obyek	5	bulan	800.000	4.000.000
4.	pembuatan desain kreatif	20	tema	10.000	200.000
BIAYA INVESTASI					
1.	kamera	1	paket	2.500.000	2.500.000
2.	price labeler	1	paket		

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

				100.000	100.000
	Total Biaya				9.540.000

Realisasi biaya

No.	Uraian	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Total Biaya
BIAYA VARIABEL					
1.	Biaya pembuatan Kaos Tipe A	60	unit	40.000	2.400.000
2.	Biaya pembuatan Kaos Tipe B	40	unit	35.000	1.400.000
3.	Biaya Ongkos kirim baju	100	unit	2.000	200.000
4.	Pembuatan katalog	6	buah	8.500	51.000
5.	Pembuatan flier	40	lembar	850	34.000
6.	Pembelian bahan kemasan	1	paket	64.500	64.500
7.	Bahan kemasan (kertas, tali)	1	paket	40.000	40.000
8.	Stryroform	3	buah	3.500	10.500
9.	Plastik Yesica	1	paket	26.500	26.500
BIAYA OPERASIONAL					
1.	Pembuatan proposal			50.000	50.000
2.	Pembuatan laporan kemajuan			35.000	35.000
BIAYA INVESTASI					
1.	price labeler	1	paket	100.000	100.000
2.	Gantungan baju dan manekin	1	paket	300.000	300.000
3.	Kamera	1	buah	1.800.000	1.800.000
	Total biaya				6.511.500

Tabel arus pemasukan dan pengeluaran

Tanggal	Kegiatan	Pemasukan	Pengeluaran	Saldo	Quantity
22 jan	Dana Dikti Awal	1,000,000		1,000,000	
30 jan	Dana Dikti Kedua	3,900,000		4,900,000	
30 jan	Pembuatan proposal		50,000	4,850,000	7 buah
01 feb	Bahan kemasan (kertas, tali)		40,000	4,810,000	
02 feb	Pembelian price labeler		100,000	4,710,000	1 buah
12 maret	Pembuatan kaos		3,800,000	910,000	100 buah
25 maret	Transportasi (Ongkos kirim pengiriman Kaos)		200,000	710,000	
25 mar	Penjualan I	220,000		930,000	4 kaos
04 apr	Pembelian Stryrofoam		10,500	919,500	3 buah
04 apr	Pembelian plastik yasica		26,500	893,000	50 lembar
18 apr	Penjualan II	108,000		1,001,000	2 kaos
23 apr	Pembuatan katalog		51,000	950,000	8 katalog
25 apr	Pembuatan flier		34,000	916,000	40 lembar
01 mei	Pembelian bahan kemasan		64,500	851,500	13 lembar
09 mei	Penjualan III dan Penjualan IV	1,848,000		2,699,500	34 kaos
12 mei	Dana Dikti ketiga	1,800,000		4,499,500	
12 mei	Pembuatan proposal		35,000	4,464,500	
17 mei	Penjualan V	268,000		4,732,500	5 kaos
18 mei	Pembelian bahan kemasan		58,500	4,674,000	
18 mei	Pembuatan leaflet		34,000	4,640,000	40 lembar
18 mei	Pembuatan katalog		102,000	4,520,000	16 buah
18 mei	Pembelian gantungan baju dan manekin baju		300,000	4,220,000	1 buah
18 mei	Pembelian kamera		1,800,000	2,420,000	



24 mei	Penjualan VI	440,000		2,860,000	8 kaos
31 mei	Penjualan VII	212,000		3,072,000	4 kaos
Total kas				3,072,000	

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.



LAMPIRAN 2

Jadwal Konsultasi dengan Dosen Pembimbing

Judul PKM :

ID_3Q : inovasi desain kaos kreatif sebagai media sosialisasi dan promosi kekayaan budaya dan pariwisata Indonesia yang “punah” dengan basis edukasi nasionalisme sosial budaya.

Ketua Pelaksana : Rowidah

Anggota : 1. Noviasari Andriyani
2. Nugraha Adi Pratama
3. Andini Widya Astuti
4. Alisia Rahmaisni

No	Tanggal	Agenda
1	21 Januari 2010	Konsultasi pembuatan desain ide-ide kreatif
2	13 Febuari 2010	Sharing desain ide kreatif yang telah jadi
3	18 Februari 2010	Pemantapan dan konsultasi mengenai desain mana saja yang akan digunakan
4	6 Maret 2010	Sharing mengenai bagaimana pemasaran produk yang baik, dan strategi pemasaran (target pasar)

LAMPIRAN 3

Desain Kaos ID_3Q yang telah dicetak



Desain 1. Candi Borobudur



Desain 2. Si Kancil



Desain 3. Candi Pramabanan



Desain 4. INA Vs USA

LAMPIRAN 4

Dokumentasi Kegiatan



Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)



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.

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.



Kaos Kuda 3D

T-Shirt BOROBUDUR WORLD HERITAGE
 RP 45.000
 RP 50.000

T-Shirt SI KANCIL
 RP 45.000
 RP 52.000

T-Shirt PRAMBANAN
 RP 45.000
 RP 50.000

T-Shirt INA VS USA
 RP 45.000
 RP 50.000

Detail Item:

1. Bahan katun berkualitas tinggi 100% cotton
2. Desain 3D yang realistis dan menarik
3. Tidak merusak kulit saat dipakai
4. Tidak menimbulkan bau apek
5. Tidak menimbulkan gatal-gatal
6. Tidak menimbulkan alergi
7. Tidak menimbulkan iritasi
8. Tidak menimbulkan gatal-gatal
9. Tidak menimbulkan alergi
10. Tidak menimbulkan iritasi

Contact Person:
 Andini (0856 2416 1116) & Wida (0852 2608 0010) (whatsapp only)
 Email: ProdiKaryaMakmur@ipb.ac.id





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.