



LAPORAN AKHIR
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA KEWIRAUSAHAAN

**ES BUGAR (*ICE BLENDED* BUAH-SUSU SEGAR) MINUMAN SEHAT
BERNUTRISI TINGGI DALAM RANGKA MENINGKATKAN
KONSUMSI SUSU DAN BUAH PADA MASYARAKAT**

Oleh :

Marlina Desideria	H44100121	(2010)
Dwi Widya Saputra	H44100080	(2010)
Muhammad Wildan	H44110069	(2011)

INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2013

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN AKHIR

1. Judul Kegiatan : Es Bugar (*Ice Blended* Buah-Susu Segar) Minuman Sehat Bernutrisi Tinggi dalam Rangka Meningkatkan Konsumsi Susu dan Buah pada Masyarakat
2. Bidang Kegiatan : () PKMP () PKMM () PKMKC (√) PKMK () PKMT
3. Ketua Pelaksana Kegiatan
 - a. Nama Lengkap : Marlina Desideria
 - b. NIM : H44100121
 - c. Departemen : Ekonomi Sumberdaya Lingkungan
 - d. Institut : Institut Pertanian Bogor
 - e. Alamat Rumah dan No.Telp/HP : Bogor dan 085669736736
 - f. Alamat email : marlina.desideria@gmail.com
4. Anggota Pelaksana Kegiatan/Penulis : 2 (dua) orang
5. Dosen Pendamping
 - a. Nama Lengkap dan Gelar : Dr. Ir. Ahyar Ismail, M.Agr
 - b. NIDN : 0004066206
 - c. Alamat Rumah dan No Telp : Komplek Laladon Indah, Bogor dan 08128285194
6. Biaya Kegiatan Total
 - a. Dikti : Rp. 6,000,000
 - b. Sumber Lain : -
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 4 (empat) bulan

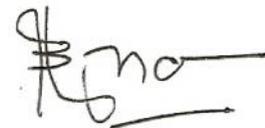
Bogor, 22 Juli 2013

Menyetujui,
a.n. Ketua Departemen
Sekretaris Departemen

Ketua Pelaksana Kegiatan



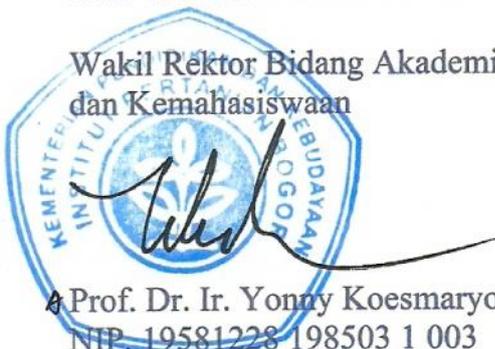
Dr. Ir. Ahyar Ismail, M.Agr
NIP. 19620604 199002 1 001



Marlina Desideria
NIM. H44100121

Wakil Rektor Bidang Akademik
dan Kemahasiswaan

Dosen Pendamping



Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmaryono, MS
NIP. 19581228 198503 1 003



Dr. Ir. Ahyar Ismail, M.Agr
NIDN. 0004066206

ABSTRAK

Konsumsi masyarakat akan susu dan buah di Indonesia masih berada pada tingkat yang rendah. Pada tahun 2011 tingkat konsumsi susu pada masyarakat hanya 12.85 liter per kapita per tahun, sedangkan tingkat konsumsi buah di Indonesia hanya 32 kg per kapita per tahun dan masih berada jauh di bawah standar internasional *Food and Agriculture Organization* (FAO) yang memberi batas minimal 65.75 kg per kapita per tahun. Tingkat konsumsi susu dan buah yang rendah dikarenakan harga susu dan buah yang cukup mahal. Selain itu, hal ini juga dikarenakan minimnya kepedulian masyarakat dalam mengonsumsi susu dan buah akibat kurangnya pemahaman akan pentingnya susu dan buah di dalam menjaga kesehatan sehingga kebiasaan minum susu dan konsumsi buah di kalangan masyarakat belum dapat membudaya.

Pentingnya susu dan buah dalam pemenuhan gizi masyarakat menimbulkan perlu adanya inovasi kreatif dalam pemenuhan kebutuhan susu dan buah. Untuk menjawab permasalahan itu, melalui Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan kami menciptakan Es Bugar (*Ice Blended* Buah Susu Segar) minuman sehat bernutrisi tinggi dalam rangka meningkatkan konsumsi susu dan buah pada masyarakat. Pemenuhan kebutuhan susu dan buah dalam bentuk minuman ringan merupakan salah satu alternatif yang baik. Kebutuhan akan minum yang besar pada masyarakat menyebabkan terbukanya peluang Es Bugar diterima di masyarakat.

Keunggulan dari produk Es Bugar adalah susu yang diperoleh langsung dari Peternakan Fakultas Peternakan IPB sehingga didapatkan susu yang murni dan terjaga kualitasnya, dan juga buah yang digunakan merupakan buah komoditas lokal. Selain itu, Es Bugar merupakan inovasi dari *ice blended* yang dikenal masyarakat yang biasanya berupa kopi tetapi kali ini berupa susu dan buah sehingga dapat memenuhi kebutuhan gizi pada masyarakat.

Key words : susu, buah, ice blended

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Hidayah-Nya kami dapat menyelesaikan kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa bidang Kewirausahaan (PKMK) ini dengan baik. Program kreativitas yang dilaksanakan, yaitu **Es Bugar (*Ice Blended Buah Susu Segar*) Minuman Sehat Bernutrisi Tinggi dalam Rangka Meningkatkan Konsumsi Susu dan Buah pada Masyarakat** Salah satu tujuan dari laporan akhir ini adalah memberikan inovasi kreatif dalam meningkatkan konsumsi susu dan buah pada masyarakat. Karena dewasa ini di Indonesia tingkat konsumsi susu dan buah masih rendah. Dalam pelaksanaan PKMK ini, kami mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dosen Pendamping, Bapak Dr. Ir. Ahyar Ismail, M.Agr yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama program PKMK ini berjalan.
2. Direktur Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Institut Pertanian Bogor, Bapak Dr. Ir. Rimbawan yang telah memberikan banyak informasi tentang Program Kreativitas Mahasiswa.
3. Semua pihak yang telah membantu kesuksesan PKM ini, seperti : teman-teman, rekan kerja, pegawai, pemilik kios, dan masih banyak lagi.

Semoga laporan akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Bogor, Juli 2013

Tim Penulis

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, konsumsi masyarakat akan susu dan buah masih berada pada tingkat yang rendah. Hal ini dikarenakan harga susu dan buah yang cukup mahal. Selain itu, hal ini juga dikarenakan minimnya kepedulian masyarakat dalam mengonsumsi susu dan buah akibat kurangnya pemahaman akan pentingnya susu dan buah di dalam menjaga kesehatan sehingga kebiasaan minum susu dan konsumsi buah di kalangan masyarakat belum dapat membudaya.

Data menunjukkan konsumsi susu di Indonesia memang mengalami peningkatan. Seperti pada tahun 2010, konsumsi susu sebanyak 11.95 liter per kapita per tahun meningkat pada tahun 2011 menjadi 12.85 liter per kapita per tahun. Namun kondisi ini masih lebih rendah dibanding dengan negara-negara lain di Asia Tenggara (Bararah, 2012). Bahkan, tingkat konsumsi per kapita masyarakat Amerika tercatat 100 liter per kapita per tahun. Berikut ini urutan negara di Asia Tenggara dengan konsumsi susu tertinggi pada tahun 2011 yaitu (Kompas, 2008) :

1. Malaysia sebanyak 50.9 liter per kapita per tahun.
2. Singapura sebanyak 44.5 liter per kapita per tahun.
3. Thailand sebanyak 33.7 liter per kapita per tahun.
4. Vietnam sebanyak 14.3 liter per kapita per tahun.
5. Filipina sebanyak 13.7 liter per kapita per tahun.
6. Indonesia sebanyak 12.85 liter per kapita per tahun.

Asupan protein, kalsium, dan vitamin B2 yang didapat melalui susu merupakan nutrisi yang sangat penting untuk status asupan gizi dan kesehatan yang secara langsung mempengaruhi taraf kehidupan manusia. Dengan asupan nutrisi yang akurat maka kecerdasan akan menjadi optimal. Kandungan asam omega 3, vitamin B kompleks, zat besi, dan gula menjadi bahan baku utama untuk meningkatkan fungsi saraf (Bachrudin, 2012).

Sedangkan untuk konsumsi buah, Indonesia masih berada jauh di bawah standar internasional. Data tahun 2010 menunjukkan bahwa konsumsi buah masyarakat Indonesia hanya 32 kg per kapita per tahun, sementara *Food and Agriculture Organization* (FAO) memberi batas minimal 65.75 kg per kapita per tahun (Kurnia, 2012). Indonesia pun masih kalah dengan negara seperti Malaysia, Thailand, dan Filipina. Jumlah konsumsi buah di Indonesia termasuk paling rendah. Malaysia sudah mengonsumsi buah 52 kg per kapita per tahun, Filipina 67 kg per kapita per tahun, sedang Thailand sudah mencapai 92 kg per kapita per tahun (Kompas, 2008). Padahal konsumsi buah sangatlah penting bagi tubuh kita. Buah memiliki kandungan vitamin, mineral, dan gizi yang tinggi yang sangat dibutuhkan oleh tubuh kita.

Berawal dari masalah inilah kami memiliki inovasi untuk mengembangkan Es Bugar (*Ice Blended* Buah-Susu Segar). Melihat kondisi yang terjadi, tentu diperlukan suatu inovasi yang banyak mengandung susu dan buah serta mudah bagi masyarakat untuk mengonsumsinya. Es Bugar (*Ice Blended* Buah-Susu Segar) merupakan solusi permasalahan ini karena *Ice Blended* juga telah dikenal hampir di seluruh wilayah dan menjadi minuman yang cukup diminati. Selain itu, Es Bugar (*Ice Blended* Buah-Susu Segar) ini merupakan minuman kaya nutrisi

yang unik sehingga dapat menjadi bisnis modern yang memiliki prospek yang baik ke depannya.

1.2 Perumusan Masalah

Masalah yang melatarbelakangi pelaksanaan kegiatan ini adalah :

1. Rendahnya konsumsi susu dan buah pada masyarakat, khususnya mahasiswa dan siswa sekolah menengah.
2. Diperlukan upaya kreativitas dalam meningkatkan konsumsi susu dan buah pada masyarakat.
3. Dapatkah Es Bugar (*Ice Blended* Buah-Susu Segar) menjadi solusi terbaik dalam memenuhi kebutuhan nutrisi susu dan buah pada masyarakat, khususnya mahasiswa dan siswa sekolah menengah?
4. Bagaimana diversifikasi rasa pada Es Bugar (*Ice Blended* Buah-Susu Segar) dapat menjadi solusi bagi kebutuhan nutrisi susu dan buah pada masyarakat?

1.3 Tujuan Program

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah :

1. Meningkatkan konsumsi susu dan buah pada masyarakat, khususnya mahasiswa dan siswa sekolah menengah.
2. Menciptakan solusi kreatif dalam meningkatkan konsumsi susu dan buah pada masyarakat.
3. Menjadikan Es Bugar (*Ice Blended* Buah-Susu Segar) sebagai solusi terbaik dalam memenuhi kebutuhan nutrisi susu dan buah pada masyarakat, khususnya mahasiswa dan siswa sekolah menengah.
4. Menjadikan diversifikasi rasa yang ditawarkan Es Bugar (*Ice Blended* Buah-Susu Segar) sebagai rasa yang paling disukai oleh masyarakat.
5. Kebutuhan nutrisi susu dan buah pada masyarakat, khususnya mahasiswa dan siswa sekolah menengah, dapat terpenuhi.

1.4 Luaran yang Diharapkan

1. Menghasilkan produk buah dan susu segar dengan label “Es Bugar (*Ice Blended* Buah-Susu Segar)” dalam bentuk minuman ringan dengan kualitas yang tinggi, desain yang menarik, dan harga ekonomis yang dapat dijangkau oleh masyarakat umum, terutama mahasiswa dan siswa sekolah menengah.
2. Dapat mengembangkan pemasaran produk kami ke berbagai kalangan masyarakat sehingga tercipta loyalitas konsumen.
3. Memberikan pilihan jenis baru dari sebuah minuman ringan terhadap konsumen.
4. Membuat kontinuitas usaha ke berbagai UKM dan *club* di sekitar IPB.
5. Terciptanya peluang bisnis di kalangan mahasiswa dan masyarakat dalam upaya pemenuhan nutrisi susu dan buah.

1.5 Kegunaan Program

A. Untuk Diri Sendiri

Menjadikan program ini sebagai tempat atau wadah untuk menyalurkan kreativitas dan jiwa kewirausahaan mahasiswa serta membentuk suatu kelompok bisnis untuk mendapatkan profit dan juga pengalaman.

B. Untuk Kelompok

Dapat belajar membangun *team work*. Setiap anggota kelompok bekerja sama dalam membangun usaha mereka di dalam program ini, juga untuk menciptakan *link* bisnis.

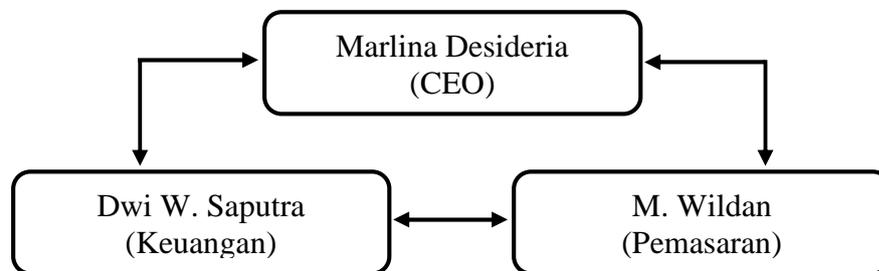
C. Untuk Masyarakat

Masyarakat dapat menikmati produk kami karena desain yang inovatif dan kreatif, kualitas tinggi, dengan harga yang terjangkau. Kebutuhan nutrisi susu dan buah pada masyarakat, terutama mahasiswa dan siswa sekolah menengah, juga akan terpenuhi.

II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

2.1 Struktur Organisasi

Nama Kelompok / Perusahaan : “Es Bugar”
Pimpinan : Marlina Desideria



Gambar 1. Struktur organisasi perusahaan “Es Bugar”

2.2 Analisis Usaha

Analisis usaha yang diperoleh Es Bugar selama masa tiga bulan ini dapat dilihat dari berbagai aspek antara lain :

a. Aspek Produksi

Es Bugar telah membuka *stand* pemasaran dan juga telah menjalin mitra dengan penyedia susu cair segar Fakultas Peternakan IPB dan pedagang buah komoditas lokal. Teknik produksi yang kami terapkan adalah produksi langsung di lokasi pemasaran guna menjaga kesegaran dan tingkat higienitas produk.

b. Aspek Keuangan

Kriteria investasi Es Bugar telah memenuhi syarat kelayakan suatu bisnis dijalankan antara lain NPV Rp 1.699.819 (manfaat bersih yang diterima selama tiga bulan), IRR 27% (tingkat pengembalian lebih besar dari *discount factor* sebesar 5%), Net B/C 1,37 (setiap Rp 1 yang dikeluarkan akan menghasilkan Rp 1,37).

c. Aspek Sumberdaya Manusia

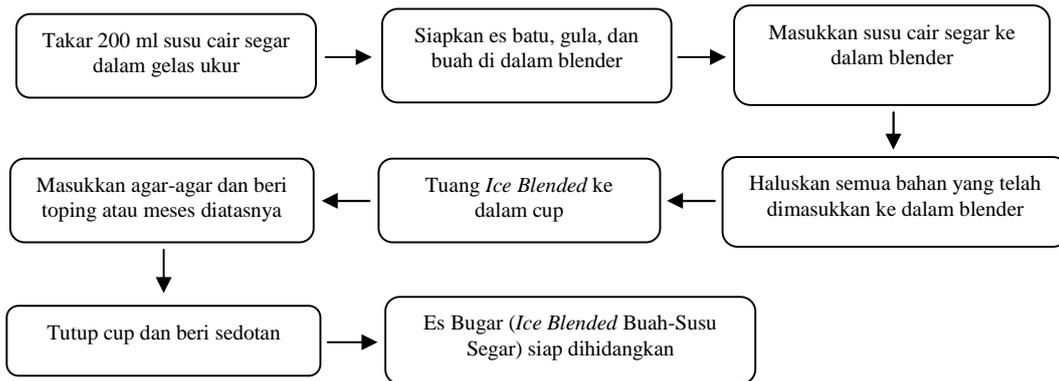
Tim pelaksana Es Bugar adalah anggota kelompok PKM dengan memperkerjakan karyawan sebanyak satu orang. Karyawan tersebut dapat bertambah apabila terjadi peningkatan penjualan dalam jumlah besar ataupun pembukaan cabang baru, hanya saja untuk saat ini dengan satu karyawan sudah cukup.

d. Pengembangan Usaha

Usaha ini memiliki potensi dan prospek bisnis yang sangat baik dalam jangka panjang. Target pasar usaha ini adalah masyarakat menengah kebawah dengan konsumsi susu dan buah yang kurang. Adapun langkah strategis ke depan untuk mencapai target pasar adalah membuka cabang pemasaran yang baru.

III. METODE PENDEKATAN

3.1 Proses Produksi



Gambar 2. Alur proses produksi

3.2 Pemasaran

a. STP (*Segmenting, Targetting, Positioning*)

Segmenting : Pasar dari produk Es Bugar adalah mahasiswa IPB dan siswa sekolah menengah di lingkungan sekitar kampus IPB. Namun selama perkembangannya tidak menutup kemungkinan akan meluas ke tingkat pemasaran yang lebih umum.

Targetting : Kampus IPB dan SMA / SMP di sekitar daerah kampus IPB Darmaga yang kemudian akan berkembang ke daerah Bogor dan sekitarnya.

Positioning : Dengan rasa yang unik serta kemasan dan tempat yang menarik sehingga konsumen akan lebih tertarik karena melihat tampilan yang ditawarkan.

b. Bauran Pemasaran

Product Diversification : Berupa *Ice Blended* yang berbahan dasar susu cair segar dan beberapa jenis buah agar mempunyai nilai tambah, yang disesuaikan dengan selera masyarakat berdasarkan karakter segmen.

Kemasannya yaitu dengan menggunakan sebuah cup ukuran 600 ml yang telah diberi logo produk yang menarik.

Promotion : Dilakukan dengan penggunaan media yang dapat dilakukan dengan memasang spanduk dan mading-mading di sekitar kampus dan sekolah yang menjadi pasar. Serta melalui media terutama jejaring sosial facebook, twitter, maupun blog.

Setelah itu akan dilakukan pemasaran *direct selling* pada mahasiswa IPB dan siswa sekolah menengah di sekitar kampus IPB. Membuat poster, leaflet, kartu nama, dan juga mengikuti pameran- pameran atau bazar yang diadakan di dalam dan luar kampus. Dengan adanya promosi yang

	sasarannya komunitas di IPB (UKM-UKM) dapat diharapkan terjadi efek <i>Word of mouth</i> (pemasaran dari mulut ke mulut) yang lebih cepat, lebih efektif, dan berbiaya murah.
<p>Place : Produk-produk ini akan dipasarkan di dalam kampus IPB dan sekolah – sekolah menengah di daerah Darmaga khususnya sekitar Kampus IPB.</p>	<p>Price : Harga produk ini relatif terjangkau dan berdaya saing. Dilakukan dengan memberikan harga yang relatif murah, yaitu hanya Rp 6,000 / cup. Hal ini dilakukan agar produk kami bisa langsung diterima pasar yang luas.</p>

c. Startegi Pemasaran

• **Pemasaran secara Langsung**

Kami memasarkan produk kami di stand tetap di daerah dekat Kampus IPB Dramaga dan juga stand – stand bazar. Selain itu, kami akan memenuhi permintaan produk “Es Bugar” yang dipesan oleh seseorang atau sebuah instansi dari media – media iklan yang telah disebar sebelumnya oleh kami.

• **Mitra Bisnis**

Mitra bisnis yang telah terjalin dengan kami adalah Fakultas Peternakan IPB dan pedagang buah komoditas lokal sebagai pemasok bahan baku.

IV. PELAKSANAAN PROGRAM

4.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Waktu Pelaksanaan

Kegiatan PKMK Es Bugar ini dimulai pada minggu ketiga bulan Februari 2013 hingga Juli 2013.

Lokasi Produksi

Kios Pempek MM, Jalan Babakan Raya Kampus IPB Dramaga, Bogor

4.2 Instrumen Pelaksanaan

Bahan : Susu cair segar, buah – buahan, gula pasir, es batu, agar – agar, meses, sedotan, cup 16 oz

Operasional : Brosur, internet, transportasi, pemasaran, karyawan, tempat produksi

Investasi : *Blender, cooler box*, pisau, lap tangan, teko, wadah bahan dan buah, tempat sampah, ember, kabel gulung, pemecah es batu, centong, gayung, kursi, galon, stand pemasaran

4.3 Tahapan Pelaksanaan / Jadwal Faktual Pelaksanaan

Rencana	Bulan I				Bulan II				Bulan III				Bulan IV			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengadaan alat dan bahan	■	■														
Pembuatan publikasi dan promosi			■													
Mencari mitra kerja	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Produksi				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Promosi				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Penjualan Produk				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Evaluasi Bulanan				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Laporan Akhir PKMK													■	■	■	■

4.4 Rekapitulasi Rancangan dan Realisasi Biaya

Uraian	Bulan ke -			
	0	1	2	3
Inflow				
Dana Usaha	0,00	0,00	3.000.000,00	2.700.000,00
Penjualan	0,00	252.000,00	597.000,00	504.000,00
Total Inflow	0,00	252.000,00	3.597.000,00	3.204.000,00
Outflow				
A. Total Investasi	2.480.400,00	0,00	0,00	0,00
B. Biaya Promosi	14.000,00	0,00	0,00	0,00
C. Biaya Administrasi	0,00	170.000,00	400.000,00	500.000,00
D. Biaya Operasional	443.500,00	96.000,00	293.500,00	368.500,00
Total Outflow	2.937.900,00	266.000,00	693.500,00	868.500,00
Net Benefit	-2.937.900,00	-14.000,00	2.903.500,00	2.335.500,00
Discount Factor (5%)	1,00	0,95	0,91	0,86
PV per Bulan	-2.937.900,00	-13.333,33	2.633.560,09	2.017.492,71

NPV	1.699.819,47
IRR	27%
PV Positif	4.651.052,80
PV Negatif	-2.951.233,33
Gross B/C	1,58
Net B/C	1,37

Keterangan tabel :

1. IRR yang didapatkan sebesar 27% lebih besar dari *discount factor* yang diasumsikan yaitu sebesar 5%.
2. Net B/C, setiap biaya yang kami keluarkan Rp 1 akan kembali sebesar Rp 1,37.
3. NPV yang kami dapatkan bernilai positif maka usaha ini dapat diterima. Kriteria investasi Es Bugar telah memenuhi syarat kelayakan suatu bisnis dijalankan antara lain NPV Rp 1.699.819,47 (manfaat bersih yang diterima selama tiga bulan).

Laporan Laba Rugi :

Penjualan	Rp 1.350.000
HPP	Rp 1.037.343
Beban Operasional	Rp 0 -
Laba / Rugi	Rp 312.657

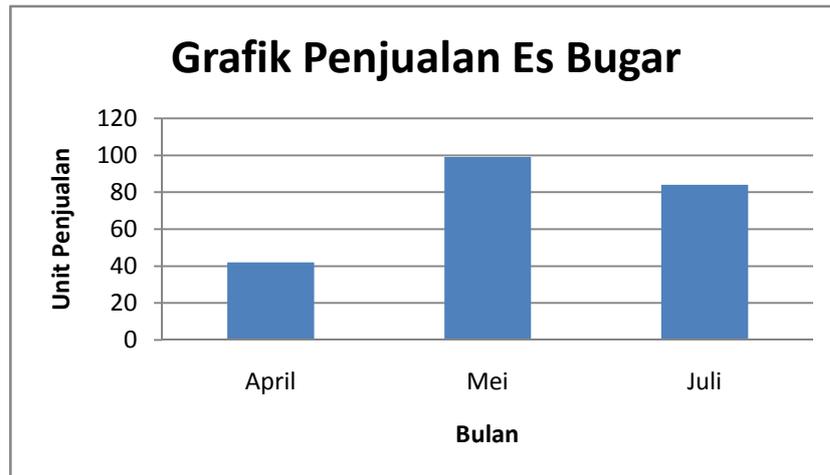
V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Evaluasi Kegiatan

Lokasi pemasaran awal adalah di Ruko Taman Yasmin sektor VI. Namun pada bulan kedua pemasaran segera dipindah karena terdapat kendala berupa : tempat yang sepi konsumen, akses yang sulit dijangkau, dan sulitnya mencari pegawai dengan biaya transportasi yang rendah. Pada bulan pertama pemasaran telah terjadi dua kali pergantian pegawai disebabkan lokasi pemasaran yang kurang strategis dan mahal biaya transportasi pegawai. Pemindahan lokasi pemasaran menjadi bertempat di Kios Pempek MM, Jalan Babakan Raya Kampus IPB Dramaga, Bogor. Pemindahan lokasi ini memudahkan pelaksanaan pemasaran produk Es Bugar, pencarian pegawai, dan kontrol pelaksanaan kegiatan.

5.2 Hasil Penjualan

Produk Es Bugar telah terjual sebanyak 225 cup. Hal ini menjadikan target ketercapaian titik impas sebesar 22,5%. Sementara ketercapaian penyelenggaraannya secara kuantitas sebesar 79,4%. Hal ini dikarenakan telah tersedianya investasi. Berikut proyeksi penjualan per bulan :



5.3 Pembahasan

Selama proses pelaksanaan usaha produk ini, terdapat beberapa permasalahan yang terjadi. Kami selaku tim pelaksana usaha berusaha untuk mengatasi kendala – kendala yang ada agar bisnis dapat berjalan dengan baik dan mendapatkan hasil yang optimal.

Pengembangan produk kami yang tidak seperti *ice blended* lainnya menyebabkan produk kami mengalami kesulitan dalam pemasaran di jangka pendek. Akan tetapi berdasarkan penilaian konsumen, produk kami cukup unik dan memiliki banyak manfaat sehingga banyak konsumen yang antusias ingin mengetahui produk kami. Pengenalan produk kami kepada konsumen mendapat tanggapan yang cukup baik hanya saja kami masih kesulitan jika penjualan dalam skala besar.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Pelaksanaan program PKM ini menuntut setiap anggota untuk mampu membagi waktu antara penyelenggaraan program ini dan waktu kuliah. Kemampuan membagi waktu tersebut menjadi indikator keberhasilan penyelenggaraan. Pembagian waktu karena pada saat anggota menjalankan kegiatan ini bersamaan dengan jadwal akademik anggota. Pelaksanaan kegiatan secara kualitas telah mencukupi target dan secara kuantitas baru 79% dari target.

6.2 Saran

Butuh kerja ekstra dari anggota karena produk baru sehingga harus mampu meyakinkan konsumen bahwa produk ini memiliki manfaat. Komitmen dalam melaksanakan kegiatan dari setiap anggota yang harus dijaga dan dibangun sejak menyampaikan usulan kegiatan hingga masa kegiatan berakhir. Potensi dari keberlanjutan usaha ini masih sangat besar untuk dikembangkan hingga skala yang lebih luas dari kegiatan PKMK ini.

LAMPIRAN



Pembuatan booth



Pemasangan stiker



Uji coba penjualan



Hari pertama penjualan



Pembeli es bugar



Pembeli es bugar

