



**LAPORAN AKHIR PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA
BUKAN KALENDER BIASA: LANGKAH SEDERHANA MAJUKAN
PERTANIAN INDONESIA MELALUI MEDIA KALENDER**

**BIDANG KEGIATAN :
PKM KEWIRAUSAHAAN**

Oleh:


Dian Nur Hapitasari	G34120078	2012
Rosy Saputri Widianingsih	G34120034	2012
Elis sopariah	H24120007	2012
Bayu Mukti Anggara	C34130071	2013
Hafizh Abdul Aziz	C34130058	2013

**INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2014**

PENGESAHAN USULAN PKM-KEWIRAUSAHAAN

1. Judul kegiatan : Bukan Kalender Biasa: Langkah Sederhana Majukan Pertanian Indonesia Melalui Media Kalender
2. Bidang Kegiatan : PKM-K
3. Ketua Pelaksana Kegiatan
 - a. Nama lengkap : Dian Nur Hapitasari
 - b. NIM : G34120078
 - c. Departemen : Biologi
 - d. Institut : Institut Pertanian Bogor
 - e. Alamat Rumah dan No. Telp/ No.Hp : Jalan Ama Sandi RT 005/009- Cikaret/08568230009
 - f. Alamat Email : dianibrahim.21@gmail.com
4. Anggota Pelaksana kegiatan : 4 orang
5. Dosen Pendamping
 - a. Nama Lengkap dan gelar : Dr. Achmad Farajallah
 - b. NIDN : 0027046503
 - c. Alamat Rumah dan No. Telp/Hp : Bogor/ 08176512274
6. Biaya Kegiatan Total
 - a. Dikti : Rp 5.595.000
 - b. Sumber lain : -
7. Jangka waktu pelaksanaan : 4 bulan

Bogor, 11 April 2014
Menyetujui,
Ketua Departemen
Biologi


(Dr. Iman Rusmana)
NIP.196507201991031002

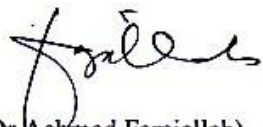
Ketua Kegiatan Pelaksanaan


(Dian Nur Hapitasari)
NIM.G34120078

Wakil Rektor Bidang
Akademik dan Kemahasiswaan


(Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmaryono, MS)
NIP.195812281985031003

Dosen Pendamping


(Dr. Achmad Farajallah)
NIP.196504271990021002

ABSTRAK

Kalender merupakan hal biasa yang ada pada masyarakat. Namun kalender ini menjadi tidak biasa ketika desain dan informasi yang diberikan lebih menarik dibanding kalender lainnya. Hal yang menarik adalah desain kalender yang berupa gambar-gambar Institut Pertanian Bogor serta informasi berupa tulisan mengenai IPB maupun pertanian. Tanggal yang tercantum pada kalender juga disertai dengan penandaan tanggal-tanggal penting pertanian baik di Indonesia maupun di luar negeri. Kalender ini diharapkan dapat terbit dengan edisi-edisi yang berbeda setiap tahunnya.

Target dari pemasaran kalender ini adalah mahasiswa IPB yang pada dasarnya adalah mahasiswa pertanian, sehingga informasi yang ada pada kalender ini dapat bermanfaat bukan hanya untuk mahasiswa saja, melainkan juga para civitas akademik IPB, orang tua, serta masyarakat luas dapat membeli kalender ini. Informasi yang ada diharapkan dapat menimbulkan rasa ingin tahu seseorang, sehingga dapat mencari tahu tentang pertanian sekaligus mengaplikasikannya. Sehingga langkah sederhana dari hanya membaca dapat menjadi langkah yang biarpun sedikit tapi berakibat baik pada pertanian.

Pemasaran yang dilakukan untuk kalender ini adalah dengan memasarkan ditempat yang strategis dan harga yang berkualitas. Kualitas harga ini juga diiringi dengan kualitas kalender yang baik, yaitu meliputi bahan kertasnya, desain kalender yang menarik, serta pengemasannya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya, sehingga laporan akhir ini berhasil diselesaikan. Laporan akhir ini berisi mengenai kegiatan awal hingga akhir dari PKM-K dengan judul Bukan Kalender Biasa: Langkah Sederhana Majukan Pertanian Indonesia Melalui Media Kalender.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Dr.Achmad Farajallah selaku pembimbing. Penghargaan penulis sampaikan kepada manajemen dan karyawan yang telah membantu dalam melakukan pencetakan kalender serta sebagai mitra usaha. Ungkapan terimakasih juga disampaikan kepada keluarga dan teman-teman atas segala doa dan bantuannya.

Bogor, 23 Juli 2014

Penulis

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pertanian sangat erat kaitannya dengan kegiatan mencocok tanam di sawah, mencangkul, membibit dan memanen. Oleh karenanya banyak orang yang melihat pertanian sebelah mata. Padahal pertanian secara luas tidak hanya mengenai hal yang selama ini terbayang, pertanian juga dapat berupa kegiatan perikanan, kegiatan kehutanan, bahkan pertanian juga meliputi aspek kegiatan peternakan. Salah satu upaya dalam memajukan usaha pertanian adalah dengan media yang sederhana yaitu kalender. Kalender yang setiap tahunnya pasti terbit menjadi salah satu peluang yang bisa dimanfaatkan. Dengan memberikan informasi kepada mahasiswa melalui tulisan yang ada di kalender diharapkan mahasiswa dapat lebih tertarik pada bidang pertanian. Kalender juga bisa menjadi media informasi yang terus berlanjut karena setiap tahunnya terbit.

Ketika sudah ada ketertarikan dengan informasi pertanian yang ada, mahasiswa akan mencoba mencari tahu lebih dan dapat membagi informasi ini kepada orang lain termasuk masyarakat luas. Saat informasi yang didapatkan cukup, diharapkan dapat diaplikasikan ke kehidupan sehari-hari yang dapat berpengaruh pada pertanian Indonesia.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Kalender merupakan hal yang biasa dikalangan masyarakat dan banyak diperjual belikan dari harga termurah hingga yang mahal sekalipun. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang efektif dan efisien dalam promosi dan pemasaran secara luas. Serta cara agar informasi yang disampaikan melalui kalender dapat berkembang secara luas dan dapat berpengaruh terhadap pertanian Indonesia.

1.3 TUJUAN

Tujuan dari program ini adalah sebagai sarana latihan mahasiswa menjadi seorang wirausaha. Serta meningkatkan kreativitas mahasiswa dalam bidang wirausaha guna menjadi seorang wirausaha kelak yang bisa membuka lapangan pekerjaan.

1.4 LUARAN YANG DIHARAPKAN

Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini adalah produk berupa kalender berbentuk unik dan menarik disertai informasi yang menarik mengenai pertanian. Jika kalender ini sukses diterbitkan maka diharapkan akan dapat terus berlanjut terbit setiap tahunnya dengan edisi yang berbeda-beda.

1.5 KEGUNAAN

1.5.1 Kegunaan bagi mahasiswa

Program ini dapat memberi manfaat kepada mahasiswa untuk dapat memiliki rasa kecintaan kepada Indonesia dengan mengembangkan sumber daya alam yang ada melalui pertanian madani, melatih mahasiswa untuk memiliki jiwa berwirausaha, melatih mahasiswa untuk merencanakan dan mengembangkan usaha dengan baik serta diharapkan mahasiswa dapat melihat peluang wirausaha.

1.5.2 Kegunaan bagi siswa/i khususnya siswa SMA

Kegunaan program ini bagi para siswa khususnya siswa SMA yaitu mengenalkan konsep pertanian modern dengan konsep yang sederhana namun berkesan kepada siswa sehingga dapat menumbuhkan rasa ingin tahu untuk mempelajari pertanian secara luas.

1.5.3 Kegunaan bagi masyarakat

Program ini juga sangat bermanfaat untuk menarik perhatian masyarakat dalam membuka wawasannya tentang definisi pertanian modern. Sehingga timbul rasa ingin tahu dan diharapkan masyarakat dapat mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

BAB 2. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Kalender merupakan benda yang umum di masyarakat. Setiap tahun dapat dipastikan akan terbit kalender baru sebelum masuk tahun baru. Dengan berbagai desain dan bahan kalender yang ada para pengusaha percetakan bersaing memonopoli pasar. Maka dari itu diperlukan kalender yang tidak hanya memberikan informasi

berupa tanggal saja melainkan informasi yang dapat memberikan pengetahuan terutama di bidang pertanian.

Kalender ini memiliki nilai lebih dibandingkan dengan kalender yang beredar dipasaran. Kelebihannya antara lain memberikan informasi mengenai Institut Pertanian Bogor. Pemberian informasi yang akan dituangkan dalam kalender tidak hanya menyangkut IPB saja melainkan pertanian secara luas seperti penemuan baru mengenai teknologi pertanian yang dilakukan oleh para peneliti, pengenalan berbagai bibit unggul pertanian, perbandingan sistem pertanian Indonesia dengan sistem pertanian di luar negeri yang lebih mapan.

Setiap tahun edisi kalender akan berubah. Edisi kalender pertama yang akan diterbitkan mulai dari pengenalan Institut Pertanian Bogor sebagai Universitas dengan basic pertanian yang modern. Ruang kosong yang ada dibagian bawah kalender juga dapat digunakan untuk mencatat kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh pemilik kalender sehingga bisa menjadi pengingat jadwal. Serta setiap tanggal penting mengenai pertanian akan di cantumkan pada tanggal kalender.

Strategi pemasaran produk yang dilakukan ada berbagai macam, baik pemasaran secara langsung maupun tidak langsung. Pemasaran secara langsung dapat dilakukan dengan cara menjual langsung kepada mahasiswa dalam ruang lingkup IPB maupun luar IPB, para civitas akademika, sekolah-sekolah terutama Sekolah Menengah Atas, serta masyarakat secara luas. Sedangkan pemasaran secara tidak langsung dapat dilakukan melalui media sosial seperti facebook, twitter, instagram, dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan agar produk yang dipasarkan dapat tersebar luas

BAB 3. METODE PENDEKATAN

3.1 Waktu dan Tempat

Program ini dilaksanakan selama empat bulan. Aspek produksi dilakukan di kampus IPB Darmaga dan Percetakan Panorama Printing. Kemudian pusat penjualan produk bertempat di kampus IPB Darmaga.

3.2 Alat dan Bahan

Alat yang digunakan dalam program ini adalah seperangkat PC atau laptop, kamera, mesin cetak, besi pembatas kertas kalender. Sedangkan bahan yang digunakan adalah kertas *art paper*, tinta warna, dan pita.

3.3 Survey Bahan Baku

Tim kami melakukan survey bahan baku untuk kualitas dan harga bahan yang akan digunakan dengan datang langsung ke tempat percetakan maupun lewat media online.

3.4 Pemilihan Bahan Baku

Kertas yang akan digunakan sebagai bahan baku kalender dipilih berdasarkan kualitas dan ukuran kertas tersebut agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli.

3.5 Pembuatan Souvenir Kalender

Pembuatan kalender pertama kali dilakukan dengan proses pengambilan gambar keliling kampus. Selanjutnya membuat design kalender dan kemudian mencetaknya. Proses pengemasan kalender merupakan proses akhir dari produksi. Kalender dikemas secara menarik dengan mengikatnya dengan pita.

3.6 Aspek Manajemen

Struktur organisasi usaha kalender terdiri atas ketua usaha sebagai pimpinan dalam melaksanakan kinerja usaha, bendahara sebagai pemegang uang dalam proses pemasukan dan pengeluaran usaha, sekretaris sebagai pembantu pimpinan perusahaan dalam mendata segala sesuatu yang dibutuhkan dalam usaha ini dan penanggung jawab sebagai pengawas kinerja pelaksana.

3.7 Strategi Pemasaran

Menerapkan pasar sasaran, terdapat tiga langkah pokok yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Segmentasi Pasar

Segmentasi Pasar adalah kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk kedalam satuan-satuan pasar (segmen pasar) yang bersifat homogen.

2. *Penempatan Produk*

Penempatan produk mencakup kegiatan merumuskan penempatan produk dalam persaingan dan menetapkan bauran pemasaran yang terperinci. Pada hakekatnya Penempatan produk adalah: Tindakan merancang produk dan bauran pemasaran agar tercipta kesan tertentu diingatan konsumen.

Empat unsur atau variabel bauran pemasaran (Marketing mix) disebut **four p's** adalah sebagai berikut:

1. **Produk (Jasa)**

Kebijaksanaan mengenai produk atau jasa meliputi jumlah barang/jasa yang akan ditawarkan perusahaan, pelayanan khusus yang ditawarkan perusahaan guna mendukung penjualan barang dan jasa, dan bentuk barang ataupun jasa yang ditawarkan.

2. **Harga (Price)**

Setiap perusahaan selalu mengejar keuntungan guna kesinambungan produksi. Keuntungan yang diperoleh ditentukan pada penetapan harga yang ditawarkan. Harga suatu produk atau jasa ditentukan pula dari besarnya pengorbanan yang dilakukan untuk menghasilkan jasa tersebut dan laba atau keuntungan yang diharapkan.

3. **Saluran Distribusi (Place)**

Setelah perusahaan berhasil menciptakan barang atau jasa yang dibutuhkan dan menetapkan harga yang layak, tahap berikutnya menentukan metode penyampaian produk/jasa ke pasar melalui rute-rute yang efektif hingga tiba pada tempat yang tepat. Dalam memilih saluran distribusi ini ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu sebagai berikut:

- a. Sifat pasar dan lokasi pembeli
- b. Lembaga-lembaga pemasaran terutama pedagang-pedagang perantara
- c. Pengendalian persediaan, yaitu menetapkan tingkat persediaan yang ekonomis.
- d. Jaringan pengangkutan.

4. Promosi (Promotion)

Aspek ini berhubungan dengan berbagai usaha untuk memberikan informasi pada pasar tentang produk/jasa yang dijual, tempat dan saatnya. Ada beberapa cara menyebarkan informasi ini, antara lain periklanan (advertising), penjualan pribadi (Personal Selling), Promosi penjualan (Sales Promotion) dan Publisitas (Publicity).

3.8 Evaluasi Perkembangan Usaha

Evaluasi perkembangan usaha dilakukan pada pertengahan bulan. Hal ini dilakukan agar program usaha ini dapat berjalan dengan lancar dan diharapkan program ini akan berkembang.

BAB 4. PELAKSANAAN PROGRAM

4.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

No	Tanggal	Tempat
1	18 Oktober 2013	Kampus IPB Dramaga
2	20 Oktober 2013	Kampus IPB Dramaga
3	21 Oktober 2013	Bogor dan Jakarta
4	26 Oktober 2013	Kampus IPB Dramaga
5	20 November- 30 Desember 2013	Kampus IPB Dramaga
6	20-30 Desember 2013	Panorama Printing, Bogor
7	1-30 Januari 2013	Kampus IPB Dramaga
8	21 Maret 2014	Kampus IPB Dramaga
9	18 April 2014	Kampus IPB Dramaga
10	19 April 2014	Kampus IPB Dramaga
11	20 April 2014	Kampus IPB Dramaga
12	21 April 2014	Kampus IPB Dramaga
13	23 April 2014	Parung, Bogor
14	24 April 2014	Kampus IPB Dramaga
15	27 April 2014	Panorama Printing, Bogor
16	3 Mei 2014	Kampus IPB Dramaga
17	7 Mei 2014	Koridor Tanah Faperta IPB
18	8 Mei 2014	Panorama Printing, Bogor
19	12 s.d 31 Mei 2014	Kampus IPB Dramaga
20	6 Juni 2014	Kampus IPB Dramaga
21	7 Juni 2014	Kampus IPB Dramaga

4.2 Tahapan Pelaksanaan/Jadwal Faktual Pelaksanaan

No	Tanggal	Tempat
1	18 Oktober 2013	Koridor Pinus IPB
2	20 Oktober 2013	Koridor Pinus IPB
3	21 Oktober 2013	Kawasan kampus IPB Dramaga
4	26 Oktober 2013	Percetakan kawasan Bogor dan Jakarta
5	20 November- 30 Desember 2013	Kampus IPB Dramaga
6	20-30 Desember 2013	Panorama Printing, Bogor
7	1-30 Januari 2013	Kampus IPB Dramaga

8	21 Maret 2014	Koridor GKA Fakultas Pertanian IPB
9	18 April 2014	Koridor GKA Fakultas Pertanian IPB
10	19 April 2014	Gedung CCR
11	20 April 2014	Gedung CCR
12	21 April 2014	Kampus IPB Dramaga
13	23 April 2014	Parung, Bogor
14	24 April 2014	Koridor Departemen GFM FMIPA
15	27 April 2014	Percetakan Panorama Printing, Bogor
16	3 Mei 2014	Audit FPIK IPB
17	7 Mei 2014	Koridor Tanah Faperta
18	8 Mei 2014	Panorama Printing, Bogor
19	12 s.d 31 Mei 2014	Kampus IPB Dramaga, Jakarta, Karawang
20	6 Juni 2014	Koridor Media Center, Faperta
21	7 Juni 2014	Auditorium Toyib, Fakultas pertanian

4.3 Instrumen Pelaksanaan

Instrument yang digunakan untuk melakukan pelaksanaan kegiatan mulai dari pembuatan, promosi, pemesanan, hingga penjualan antara lain adalah, motor, pamphlet, media sosial, kamera. Peralatan pendukung lainnya adalah alat tulis, alat komunikasi (Hp), Proposal kegiatan dan poster.

4.4 Rekapitulasi Rancangan dan Realisasi Biaya

1. Rancangan Biaya

2. Peralatan penunjang

Material	Justifikasi pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Keterangan
Printer	pencekajan	1 buah	400000	400000
Kamera	Sewa kamera	3 hari	100000	300000
Jasa percetakan	Percetakan	lembar	428.57	1500000
SUB TOTAL (Rp)				2200000

3. Bahan Pakai Habis

Material	Justifikasi pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Keterangan
Kertas kalender	Percetakan	3500 lembar	Rp 628.57	2200000
Film	Percetakan	3500 lembar	Rp 271.43	950000
Plat	Percetakan	3500 lembar	Rp 288.57	800000
Layout		3500 lembar	Rp 114.28	400000

pulpen	Administrasi	5 buah	Rp 2000	10000
Jepitan kaleng	Percetakan	500 buah	Rp 85.71	300000
Ongkos potong	Percetakan	500 eksemplar	Rp 57.14	200000
Penjilidan	Percetakan	500 eksemplar	Rp 214.28	750000
SUB TOTAL (Rp)				5610000

4. Perjalanan

Material	Justifikasi pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Keterangan
Kampus IPB Dramaga-percetakan	Survey harga percetakan	3 kali	50000	150000
Keliling kampus IPB Dramaga	Pengambilan gambar	5 kali	10000	50000
Bogor-Jakarta	Survey Bahan baku	2 kali	100000	200000
Bogor-Jakarta	Beli bahan baku	1 kali	150.000	150000
SUB TOTAL (Rp)				550000

5. Lain-lain

Material	Justifikasi pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Keterangan
Pencetakan proposal	Proposal	4 kali	70000	28000
Perbanyak proposal	Proposal	4 kali	70000	28000
Pulsa	Komunikasi	5 orang	50000	250000
Materai	Proposal	2 buah	7000	14000
Pamflet	Promosi	100 lembar	100	10000
SUB TOTAL (Rp)				330000
TOTAL (KESELURUHAN)				8690000

2. Realisasi Biaya

Pengeluaran :

Material	Justifikasi pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Keterangan
Jasa percetakan kalender 1	Pencetakan	250	17500	4375000
Pencetakan proposal dan jilid	Proposal	2 kali	14500	29000
Perbanyak proposal	Proposal	2 kali	4000	8000
Materai	Proposal	4 buah	7000	28000
Pamflet	Promosi	20 lembar	1000	20000
Pamflet daftar pemesan	promosi	20 lembar	100	2000
Trasportasi : Parung farm-IPB Dramag Survey percetakan	Pengambilan gambar dan informasi	1 kali 2 kali	100000	100000
SUB TOTAL				4562000

Pemasukan dari hasil penjualan produk :

Material	Justifikasi pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Keterangan
Penjualan kalender I	pemasaran	250	20000	5000000
Sub Total pemasukan kotor				5000000
Sub Total pemasukan bersih				438000

Biaya tambahan menghadapi Monev IPB dan Dikti

Material	Justifikasi pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Keterangan (Rp)
kalender II	Bukti produk	5 eksemplar	47000	235000
kalender II	Bukti produk	1 eksemplar	48000	48000
Kalender duduk	Bukti produk	2 eksemplar	4500	9000
Print logbook	Administrasi	2 eksemplar	2000	2000
Poster	Promosi	1 lembar	65000	65000
Laporan kemajuan	Administrasi	1 eksemplar	8000	8000
Fotocopy laporan	Administrasi	2 eksemplar	2650	5300

kemajuan				
Fotocopy logbook	Administrasi	2 eksemplar	450	900
Pulsa	komunikasi	4 orang	6000	24000
Sub Total				397000

BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini adalah produk berupa kalender berbentuk unik dan menarik disertai informasi yang menarik mengenai pertanian. Pembuatan kalender ini dapat menjadi salah satu cara mmemajukan pertanian Indonesia. Desain dan informasi tentang pertanian yang menarik diharapkan dapat menarik konsumen serta informasi yang ada dapat tersampaikan dengan baik. Program Kewirausahaan ini melatih mahasiswa utuk menjadi wirausahawan dan menjadi lebih kreatif dan memiliki inovasi.

Selama 8 bulan melaksanakan kegitation kewirausahaan Bukan Kalender Biasa, keuntungan yang kami dapatkan tidak terlalu besar. Hal ini disebabkan oleh jumlah kalender yang kami cetak hanya berjumlah 250 eksemplar. Semakin banyak jumlah kalender yang dicetak maka akan semakin murah biaya produksi yang dikeluarkan, namun sebaliknya jika kalender yang dicetak sedikit. Namun hal ini tidak membuat kami putus asa, kami berencana untuk tetap memproduksi kalender untuk tahun 2015 dengan desain yang menarik dan harga yang murah. Harga yang murah akan kami dapatkan dengan jumlah kalender yang kami cetak besar, sehingga kami berencana akan mencetak kalender dengan jumlah banyak ± 1000 eksemplar. Kami juga akan menghubungi pihak IPB agar dapat bekerjasama untu mencetak kalender. Kami akan menghubungi pada bulan Agustus 2014. Hal ini kami lakukan dengan memberikan proposal deskripsi produk Bukan Kalender Biasa.

BAB 6. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

PKM Kewirausahaan yang kami ikuti berhasil kami jalankan mulai dari persiapan hingga penjualan produk. Modal yang digunakan cukup besar dengan

keuntungan yang tidak besar. Potensi keberlanjutan usaha dapat terus dilakukan dengan masih didapatkannya keuntungan. Seta peluang yang masih terbuka dengan cara bekerjasama dengan instansi terkait seperti IPB terus diusahakan.

Saran

Desain kalender yang menarik akan lebih banyak menarik pembeli, sehingga kreativitas harus terus dikembangkan.

LAMPIRAN

GUNDALING 24
LAYANAN CETAK SATU ATAP

BOGOR 7-6-14
NAMA: Dian
NO. 4167

KWITANSI

BANYAKNYA	NAMA BARANG / PEKERJAAN	HARGA	JUMLAH
12	lembar ap 150t cut	1000	18.000
2	lembar a2 260t cut	4500	9000

Dijual Rp. 57.000

HORMAT KAMI
Jl.

DIGITAL PRINT - POSTER, WEDDING BANNER, SPANDUK, BAKERSHOP, BACKNALL, UMREH UMRAH
DIGITAL PRINT ANI COVER, BLOK, BROCHUR, BASTU, KAMAR, PHOTOBOOK, BUKU, MASTER
LASER COLOR PRINT - SLIDER WALLPA, PETA, ART PAPER, ALBUM PETA ANI SPANDUK COVER
REKORDING - LOGO, PIR, KARTU DIGITAL
MEDIA DISPLAY - BANNER INDOOR, CUP PALE BANNER, EVENT DESK
CUTTING EPICKER, SCAM COLOR ANI LAMINATING ANI

TUNAS MUDA
COPY CENTRE

BOGOR, 20

PHOTOCOPY - PENJILIDAN - JILD - HARD COVER - SOFT COVER -
LAMINATING - RING BUKAN - RING PLASTIK - ALAT TULIS - DLL.

- Jl. Babakan Tengah No. 81 Dermaga Bogor, Telp. (0251) 822225 HP. 08132849099
- Jl. Cibelesat Depan UNPAK No. 85, Telp. (0251) 8253349 Bogor.

NOTA

BANYAKNYA	NAMA BARANG	HARGA	JUMLAH
	Print / Jilid		Rp 14.000

TANDA TERIMA

HORMAT KAMI

Jumlah Uang Muka
Rp. 14.000

TUNAS MUDA
COPY CENTRE

BOGOR, 20

PHOTOCOPY - PENJILIDAN - JILD - HARD COVER - SOFT COVER -
LAMINATING - RING BUKAN - RING PLASTIK - ALAT TULIS - DLL.

- Jl. Babakan Tengah No. 81 Dermaga Bogor, Telp. (0251) 822225 HP. 08132849099
- Jl. Cibelesat Depan UNPAK No. 85, Telp. (0251) 8253349 Bogor.

NOTA

BANYAKNYA	NAMA BARANG	HARGA	JUMLAH
	Print / Jilid		Rp 14.000

TANDA TERIMA

HORMAT KAMI

Jumlah Uang Muka
Rp. 14.000

TUNAS MUDA
COPY CENTRE

BOGOR, 20

PHOTOCOPY - PENJILIDAN - JILD - HARD COVER - SOFT COVER -
LAMINATING - RING BUKAN - RING PLASTIK - ALAT TULIS - DLL.

- Jl. Babakan Tengah No. 81 Dermaga Bogor, Telp. (0251) 822225 HP. 08132849099
- Jl. Cibelesat Depan UNPAK No. 85, Telp. (0251) 8253349 Bogor.

NOTA

BANYAKNYA	NAMA BARANG	HARGA	JUMLAH
	Print / Jilid		Rp 14.000

TANDA TERIMA

HORMAT KAMI

Jumlah Uang Muka
Rp. 14.000

No. 315

Telah terima dari Dian Nur Hapsolan

Uang sejumlah Delapan Ribu Tiga Ratus Lima Ribu Rupiah

Untuk pembayaran Pembayaran 50 stempel kalender

Bogor, 25 April 2014

Panorama Printing
E. Yochim

Rp. 975.000,00

No. 287

Telah terima dari Dian Nur Hapsolan

Uang sejumlah Tiga Ribu Lima Ratus Dua Ribu Rupiah

Untuk pembayaran Pembayaran 200 stempel kalender

Bogor, 30 Desember 2013

Panorama Printing
E. Yochim

Rp. 3.500.000,00