

LAPORAN KEMAJUAN PKM-K

JUDUL KEGIATAN

"EFFERVESCENT GREEN UWUH"

**INOVASI STRATEGI PENGEMBANGAN MINUMAN SERBUK HERBAL
FUNGSIONAL DALAM PENINGKATAN SUMBER DAYA LOKAL**

Diusulkan oleh :

Erlita Nur Arifana	10023108/2010
Mary Fitriyah	09023229/2009
Dwi Kurnia Putri	11023165/2011
Heri Riawan	11023197/2011

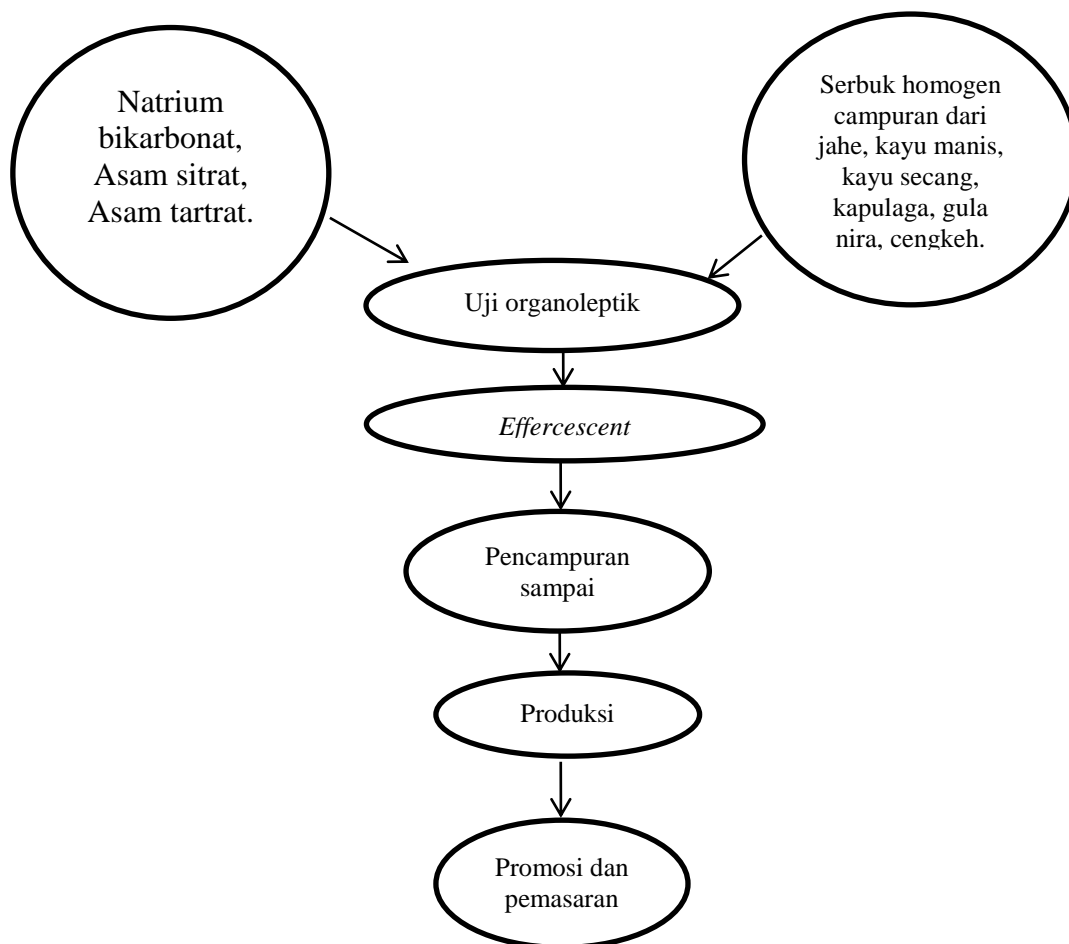
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN

YOGYAKARTA

2014

A. TARGET LUARAN

- a. Mampu mengolah wedang uwuh menjadi minuman yang kaya nutrisi yang digemari masyarakat.
- b. Tercipta inovasi baru produk minuman lokal yang praktis dan fungsional.
- c. Meningkatkan peredaran produk fungsional di pasaran Indonesia.
- d. Akses produk yang lebih mudah dengan sistem penjualan waralaba yang dapat ditemui di mana-mana.
- e. Akses produk yang lebih mudah dan tahan lama dengan inovasi pengemasan dalam lemari dengan suhu standar dan dapat diminum sewaktu-waktu ketika dibutuhkan.
- f. Menjadi sarana pembelajaran baru untuk mahasiswa agar dapat membuat usaha baru dan berwirausaha.
- g. Menambah lapangan kerja.



Gambar 1. Diagram alir "*Effervescent Green Uwuh*"

TABEL I. JADWAL KEGIATAN

	FEB		MARET				APRIL				MEI				JUNI				TOLAK UKUR	
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV		
Optimasi produk																			Produk optimal sesuai dengan karakteristik yang diharapkan	
Uji Sensoris																				
Optimasi Produk																				
Uji Pasar I																			Mengetahui maksud keinginan konsumen	
Produksi																			Produk <i>Effervercent Green Uwuh</i> dalam jumlah cukup	
Uji Pasar II dan Promosi																			Masyarakat mengetahui produk <i>Effervercent Green Uwuh</i>	
Penjualan																			Nilai usaha diketahui	
SP-IRT dan Kehalalan MUI																			Dikeluarkan nomor P.IRT dan standarisasi MUI (dalam proses)	
Rekapitulasi dan evaluasi																			Laporan kemajuan selesai	

B. METODE PELAKSANAAN

Metode yang kami lakukan untuk merealisasikan program EFFERVESCENT GREEN UWUH :

1. Survey

Sebelum memulai bisnis, EFFERVESCENT GREEN UWUH melakukan pengembangan produk terlebih dahulu melalui survey terhadap sasaran bisnis kami yakni anak-anak, remaja, dewasa. Dengan sample sebanyak 20 remaja dan dewasa kami survey mengenai minuman yang paling banyak diminati. Serta melakukan survey terhadap warung makan mengenai minuman seperti apa yang paling sering diminum untuk semua orang, salah satu antaranya adalah yang ada kandungan effervescentnya.

Hasilnya menunjukkan bahwa adanya effervescent dalam minuman rempah-rempah yang disukai remaja dan dewasa.

2. Desain

Dari hasil survey tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa dibutuhkan adanya alternative minuman lokal yang dapat “mendunia” yakni dengan tambahan effervescent. Selain melakukan perancangan desain produk, pada tahap ini juga dilakukan perencanaan produksi hingga analisis kelayakan industrinya. Sehingga desain yang dibuat tidak hanya menjawab kebutuhan pasar namun juga mudah diproduksi secara massal dengan biaya terjangkau sesuai segmentasi pasar kami.

Dari hasil survey tersebut, diambil kesimpulan bahwa dibutuhkan adanya minuman tradisional yang bisa bersaing dengan skala global yaitu dengan penambahan effervescent.

Dari sinilah kami mulai mendesain sebuah produk alternatif dengan mengusung tema EFFERVESCENT GREEN UWUH. Selain melakukan perancangan desain produk, pada tahap ini juga dilakukan perencanaan produksi hingga analisis kelayakan industrinya.

Sehingga desain yang dibuat tidak hanya menjawab kebutuhan pasar namun juga mudah diproduksi secara massal dengan biaya terjangkau sesuai segmentasi pasar kami. Berikut adalah 2 produk unggulan yang berhasil dikembangkan oleh Effervescent Green Uwuh :

No	Nama	Harga
1.	Effervescent Green Uwuh (isi 1)	Rp 2.500,00
2.	Effervescent Green Uwuh (isi 5)	Rp 10.000,00

3. Produksi



Gambar 2. Logo “*Effervescent Green Uwuh*”

Tahap yang dilakukan selanjutnya adalah produksi. Kami memilih untuk mengerjakan sendiri tetapi harapan kami kedepannya bisa bekerja sama dengan para UKM. Sehingga, harapannya jika kerjasama dengan UKM dimaksudkan untuk mempercepat waktu pengerjaan. Sehingga waktu tunggu konsumen yang melakukan pembelian secara pre-order dapat lebih cepat. Akhirnya baik dari pihak konsumen, produsen, dan EFFERVESCENT GREEN UWUH sama-sama diuntungkan.

4. Pemasaran

Pemasaran dilakukan baik secara online maupun offline dengan fokus pasar utama adalah remaja dan dewasa.

a. Pemasaran secara offline

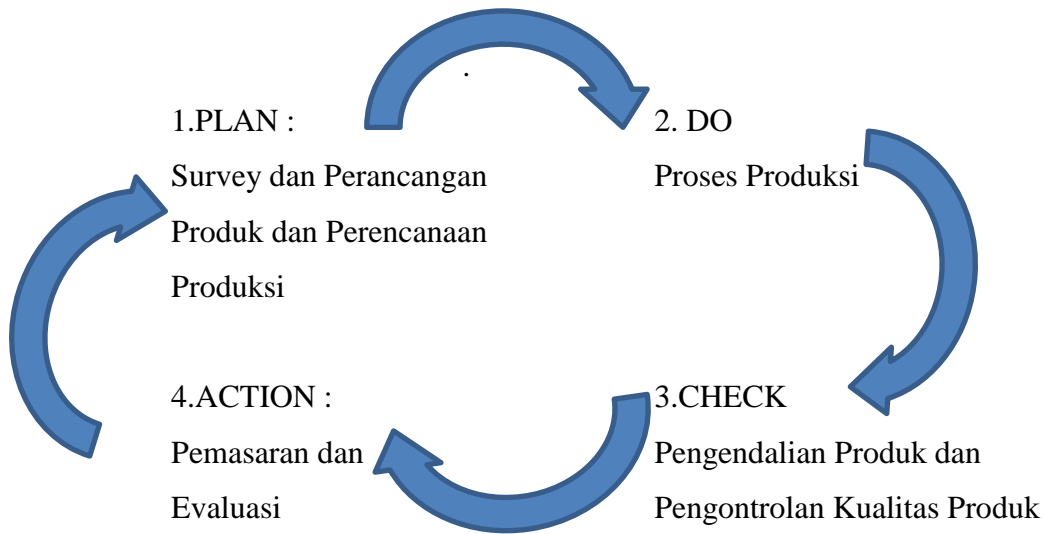
Dilakukan dengan menyebar poster, brosur, dan pamflet di berbagai sekolah dasar dan tempat-tempat rekreasi, dengan harapan jumlah peminat produk EFFERVESCENT GREEN UWUH akan semakin meluas. Sedangkan untuk menjalin kerjasama dengan tempat makan terkait, EFFERVESCENT GREEN UWUH menyebarkan produk kerjasama resmi ke berbagai tempat yakni di daerah sekitar Yogyakarta. Di dalam proposal terdapat paket-paket penawaran harga yang cukup menarik sehingga sangat memungkinkan diterima oleh pihak yang bersangkutan.

b. Pemasaran secara online

Nama dagang : EFFERVESCENT GREEN REPELLENT

EFFERVESCENT GREEN REPELLENT melakukan ekspansi pemasaran online melalui jejaring sosial seperti facebook dan twitter serta website-website resmi penjualan produk. Pemasaran secara online didasari karena dewasa ini cara tersebut dianggap sebagai sarana pemasaran dan penyebaran informasi yang efektif dan efisien. Berikut media online antara lain : facebook, twitter, dsb

Secara umum dalam pengembangan program, EFFERVESCENT GREEN UWUH selalu menggunakan alur metode pelaksanaan seperti dibawah ini :



Hingga saat ini, dalam 4 bulan terakhir EFFERVESCENT GREEN UWUH telah 5 kali melewati tahap produksi dan telah melakukan evaluasi serta pengembangan produk. Sehingga menghasilkan inovasi-inovasi baru agar produk-produk kami semakin dapat diterima oleh pasar yang lebih luas, diantaranya adalah:

- a) Terus melakukan diferensiasi produk agar lebih banyak segmen pasar yang bisa dirangkul.
- b) Menambah inovasi dengan memberikan warna wedang uwuh menjadi warna seperti kebanyakan.
- d) Melengkapi tiap produk dengan mini modul panduan yang sarat dengan nilai-nilai kesehatan.
- e) Menciptakan cara pemakaian produk yang dapat meningkatkan konsumen.

C. KEMAJUAN PEKERJAAN

1. Kemajuan dari segi produk

Produk sudah jadi dan sudah dipasarkan konsumen sesuai dengan jadwal kegiatan pada proposal awal. Selanjutnya kami akan melakukan pengembangan untuk membuat produk EFFERVESCENT GREEN UWUH dengan harga jual yang lebih rendah sehingga dapat merangkul lebih banyak segmen pasar.

2. Kemajuan dari segi pemasaran

Pemasaran lebih kami fokuskan pada pangsa pasar utama kami yang sudah jelas yakni instansi kesehatan dan masyarakat umum. Agar hasil yang dicapai lebih maksimal. Kegiatan-kegiatan pemasaran yang telah terealisasi antara lain :

- a. Pemasaran dengan media online pada website-website.
- b. Penyebaran proposal kerjasama, brosur, dan pamflet ke berbagai rumah makan di daerah Kotagede, Umbulharjo, dan sekitarnya.
- c. Mendirikan stand pada saat pameran di XT square tanggal 18 Mei 2014.
- e. Membina hubungan dengan jaringan instansi kesehatan, apotek, warung, toko.

3. Kemajuan dari segi profit :

Omzet yang didapat oleh EFFERVESCENT GREEN UWUH hingga saat ini telah mencapai Rp 1.675.000,00 dengan profit sebesar Rp 765.000. Pendapatan terbanyak didapatkan dari penjualan EFFERVESCENT GREEN UWUH (isi 1) karena memang harga jualnya lebih sesuai dengan daya beli masyarakat Yogyakarta. Sehingga secepatnya EFFERVESCENT GREEN UWUH dengan harga jual yang lebih terjangkau akan segera dipasarkan dan diharapkan lebih dapat diterima oleh sasaran bisnis kami.

D. KETERCAPAIAN TARGET LUARAN (DINILAI BERDASAR LOGBOOK DAN IKJP).

Berdasarkan keterangan dari gan-chart serta berbagai kegiatan yang telah dilakukan dan tercatat rapih di dalam logbook, maka dapat diketahui bahwa EFFERVESCENT GREEN UWUH telah melakukan kegiatan sesuai jadwal kegiatan pada proposal awal. Hanya pada realitanya, kegiatan promosi dan proses produksi dilakukan lebih sering untuk mengejar profit dan permintaan konsumen.

Dari sini target luaran EFFERVESCENT GREEN UWUH untuk menjadi unit bisnis di bidang kuliner bisa dikatakan tercapai. Hal ini terbukti dengan banyaknya permintaan dan antusiasme dari semua orang dan bersedia melakukan kerjasama untuk menggunakan produk EFFERVESCENT GREEN UWUH.

Sedangkan ketercapaian EFFERVESCENT GREEN UWUH dalam menciptakan produk inovatif dan alternatif, dapat dilihat dari pendapat para konsumen kami. Menurut pendapat para orang tua, EFFERVESCENT GREEN UWUH mampu menjadikan produk minuman lokal yang mampu bersaing dengan produk lainnya.

Disamping itu, kami juga telah berusaha menghidupkan sentra usaha kecil dan menengah di sekitar daerah tempat tinggal kami dengan cara memberikan tanggung jawab proses produksi pada mereka.

Walaupun dalam masa promosi ini EFFERVESCENT GREEN UWUH masih menggunakan harga promo dengan tujuan menarik sebanyak mungkin minat masyarakat terhadap minuman lokal yang fungsional. Namun nantinya setelah pasar mulai tertarik dengan produk EFFERVESCENT GREEN UWUH, sedikit demi sedikit harga produk akan dinaikkan sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.

E. PERMASALAHAN DAN PENYELESAIAN

1. Administratif

Hingga saat ini EFFERVESCENT GREEN UWUH belum menemukan masalah yang berarti dibidang administratif.

2. Teknis

Permasalahan dibidang teknis yang dialami oleh EFFERVESCENT GREEN UWUH:

- a. Manajemen waktu yang kurang baik serta agenda pendidikan UAD yang padat menyebabkan sering terjadi kemunduran deadline progres.
- b. Kurangnya quality control pada proses pembuatan produk saat produksi pertama, menyebabkan perlu beberapa kali perbaikan produk.
- c. Kurangnya bahan baku seperti rempah-rempah yang tersedia di Yogyakarta.

Penyelesaian yang diambil dari pemasalahan diatas adalah :

- a. Perbaikan management waktu dengan mengoptimalkan gant-chart yang telah dibuat sebelumnya.
- b. Untuk acara pameran yang bertabrakan dengan jadwal kuliah, maka lebih baik menggunakan sistem penitipan barang dagangan di stand yang sudah ada kemudian bagi hasil, sehingga tidak perlu melakukan penjagaan full time.
- c. Mencari tempat untuk diajak kerjasama dengan kampus sehingga proses quality control menjadi lebih intens dan mudah. Sehingga, proses produksi dapat berjalan dengan lancar.
- d. Melakukan pengembangan produk dengan lebih memanfaatkan bahan baku yang banyak tersedia dan cukup murah di pasaran Indonesia.

3. Organisasi pelaksana

Permasalahan :

Terbatasnya waktu pelaksanaan, sering terjadi permasalahan menentukan jadwal untuk progres EFFERVESCENT GREEN UWUH karena perbedaan kesibukan dari tiap anggota.

Penyelesaian :

Menjalin komunikasi yang intens dengan setiap anggota EFFERVESCENT GREEN UWUH, adanya pertemuan rutin untuk membahas progres kedepan. Komitmen dan prioritas masing-masing terhadap EFFERVESCENT GREEN UWUH ditingkatkan kembali.

4. Keuangan

Tidak ada masalah dalam hal keuangan EFFERVESCENT GREEN UWUH, karena sebelumnya kami pun telah memiliki kas sehingga modal yang belum turun dari DIKTI dapat lebih dulu ditutupi dengan peminjaman modal dari kas.

Walaupun dalam masa promosi ini EFFERVESCENT GREEN UWUH masih menggunakan harga promo dengan tujuan menarik sebanyak mungkin minat masyarakat terhadap minuman fungsional ini. Namun nantinya setelah pasar mulai tertarik dengan produk EFFERVESCENT GREEN UWUH, sedikit demi sedikit harga produk akan dinaikkan sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.

E. REKAPITULASI PENGGUNAAN BIAYA

Pemasukan yang didapat EFFERVESCENT GREEN UWUH adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Pemasukan Effervescent Green Uwuh

No	Tanggal	Pemasukan	Total Pemasukan
1	22 April 2014	DIKTI	Rp. 4.400.000,-
2	15 Juni 2014	Penjualan	Rp. 875.000,-
Total			Rp. 5.475.000,-

Tabel 3. Pengeluaran Effervescent Green Uwuh

No	Transaksi	Harga
1	Kesekretariatan	Rp. 198.000,-
2	Bahan promosi	Rp. 245.500,-
3	Produk <i>effervescent green uwuh</i>	Rp. 1.435.000,-
4	Inventaris	Rp. 76.500
5	Peralatan pameran	Rp. 324.000,-
6	Kemasan	Rp. 70.000,-
8	Seragam <i>effervescent green uwuh</i>	Rp. 540.000,-
9	Transportasi	Rp. 125.000,-
Total		Rp.3.014.000,-

Tabel 4 . Laporan keuangan Effervescent Green Uwuh

Keterangan	Rekapitulasi
Pemasukan	Rp. 5.475.000,-
1. Dari DIKTI	Rp. 4.400.000,-
2. Penjualan	Rp. 875.000,-
Pengeluaran	Rp. 3.014.000,-
Saldo	Rp. 2.461.000,-

Total saldo *Effervescent Green Uwuh* saat ini sebesar Rp 2.461.000,-. Dari uraian diatas, progres *Effervescent Green Uwuh* untuk mendapatkan untung memang belum bisa mencapai *pay back period* karena masih dalam tahap promosi memperkenalkan *Effervescent Green Uwuh* ke lingkup yang lebih luas. Sehingga untuk rencana kedepan kami akan melakukan pemasangan produk di Mirtota batik, Mirota kampus, dan swalayan-swalayan lainnya, menggiatkan promosi ke berbagai lini masyarakat, dan lain-lain.

E. DOKUMENTASI KEGIATAN



1. wadah green uwuh



2. Serbuk effervescent



3. Sealer untuk packaging



4. Wadah tampak depan 5. Wadah tampak belakang 6. Serbuk Jadi Wedang Uwuh



7. Pameran Wedang Uwuh