

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Kegiatan	2
1.3 Luaran Kegiatan	2
BAB 2. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA	2
2.1 Kondisi Umum Lingkungan dan Potensi Sumber Daya Peluang Pasar	2
2.2 Aspek Ekonomi	3
2.3 Penerimaan dan Keuntungan	3
2.3.1 Analisis Pendapatan Usaha	3
2.3.2 Analisis Kelayakan Usaha	4
2.3.3 Revenue Cost Ratio(R/C)	4
2.3.4 Break Even Point (BEP)	4
2.3.5 Return on Investment	4
2.3.6 Pay Back Periode	4
2.3.7 <i>Cash-Flow</i> 2 Tahun Produksi	4
2.4 Keberlanjutan Usaha	5
BAB 3 METODE PELAKSANAAN	5
3.1 Alat dan Bahan	5
3.2 Tahapan Teknik Produksi (Pembuatan)	5
3.3 Pengemasan	6
3.4 Proses Pemasaran	7
3.5 Pencapaian Tujuan Program	8
BAB 4. BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN	8
4.1 Anggaran Biaya	8
4.2 Jadwal Kegiatan	9
DAFTAR PUSTAKA	10
LAMPIRAN	11
Lampiran 1. Biodata Ketua, Anggota serta Dosen Pendamping	11
Lampiran 2. Justifikasi Anggaran Kegiatan	20
Lampiran 3. Susunan Organisasi Tim Penyusun dan Pembagian Tugas	21
Lampiran 4. Surat Pernyataan Ketua Pelaksana	22
Lampiran 5. Analisis Profil Usaha dan Struktur Organisasi	23
Lampiran 6. Konsep Bisnis Ditinjau dari Analisis SWOT	24

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Cash-Flow 2 Tahun Produksi.....	4
Tabel 3. 1 Jadwal Postingan Media Sosial.....	7
Tabel 4. 1 Rekapitulasi Rencana Anggaran Biaya.....	8
Tabel 4. 2 Jadwal Kegiatan	9

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Diagram Alir Tahapan Produksi.....	6
Gambar 3. 2 Logo dan kemasan 228 gram depan dan belakang dengan tagline	6
Gambar 3. 3 Logo dan kemasan 61 gram depan dan belakang	7
Gambar 3. 4 Maskot Produk Kopit Sehat	8

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Data Departemen Pertanian Amerika Serikat tahun 2020 menyebutkan bahwa Indonesia dikenal sebagai penghasil dan pengekspor kopi terbesar kedua di kawasan ASEAN setelah Vietnam, yang menghasilkan sekitar 753,9 ribu ton kopi dan sebagian besar produksi kopi tersebut terdapat di pulau Sumatera. Data di atas juga menyebutkan bahwa kopi Sumatera memiliki kualitas yang baik dengan Kabupaten Aceh Tengah sebagai penghasil utama kopi arabika dengan luas perkebunan kopi penduduk 48.320 hektar dan produksi 29.239 ton/tahun. Kopi mengandung berbagai senyawa yaitu kafein, karbohidrat, asam amino, lemak, asam klorogenat, asam organik, perisa volatil dan mineral (Setyani *et al.*, 2018). Asam klorogenat berperan penting dalam pencegahan berbagai penyakit seperti kanker, penyakit kardiovaskular, hipertensi, dan dapat mengurangi risiko diabetes tipe 2 (Farhaty *et al.*, 2016). Bagi penikmat kopi, ada yang melakukan kombinasi seperti mencampurkan kopi dengan bahan lain. Kopi robusta dan arabika sering digunakan sebagai campuran kopi dengan kopi jenis arabika terbukti mengandung zat antibiotik dan antidiabetes (Aryadi *et al.*, 2020).

Diabetes, kanker, dan hipertensi telah meningkatkan risiko kematian di seluruh dunia. *International Diabetes Federation* menyatakan bahwa angka kematian karena diabetes pada tahun 2021 di dunia mencapai 6,7 juta kematian dan Indonesia memiliki jumlah kematian diabetes tertinggi keenam di dunia. Pada saat yang sama, diabetes dapat merangsang sel kanker untuk bertahan hidup dan berkembang biak. *World Health Organization* mencatat total populasi yang meninggal akibat kanker sebanyak 234.511 orang pada tahun 2020. Hal ini tentu menjadi kewaspadaan, untuk meminimalisir faktor-faktor yang berhubungan dengan penyakit tersebut, mengingat banyaknya tanaman obat yang ada di Indonesia, seperti kunyit yang tentunya berkhasiat.

Kunyit (*Curcuma longa* Linn.) merupakan tanaman herbal dengan rimpang yang biasa digunakan sebagai makanan, minuman dan obat. *Journal of Nutrition and Intermediary Metabolism* 2018 juga menunjukkan bahwa kunyit mengandung kurkumin yang dapat mengontrol gula darah dalam tubuh. Tingginya kasus kematian akibat diabetes, hipertensi, dan kanker menjadi urgensi kami menciptakan produk ini dimana kami tertarik untuk mencampurkan kopi dengan kunyit varietas Turina-2 (10,16 persen kurkumin) sebagai minuman tradisional. Kopi arabika Aceh kami gunakan karena kandungan kafein kopi jenis ini lebih rendah dari kopi lainnya yaitu sekitar 1,2 persen. Kami juga ingin meningkatkan nilai kearifan lokal Aceh yang merupakan daerah penghasil kopi. Dilihat dari potensi pasarnya, sebagian besar masyarakat Indonesia adalah pecinta kopi dan 70 persen konsumen berasal dari jenis kopi arabika yang merupakan peluang untuk terjualnya produk kami. Konsumen tidak perlu khawatir dengan efek buruk kopi pada lambung karena kadar kafein dalam minuman ini kurang dari 50 mg yang tidak berbahaya bagi kesehatan

(BPOM, 2021). Kami meracik dengan takaran yang tepat dan dengan perpaduan antara kopi dan kunyit yang mengandung susu sehingga aman untuk dikonsumsi. Selain itu minuman ini juga tidak menyebabkan gangguan pencernaan, karena kandungan kurkumin pada minuman ini kurang dari 6 gram.

Kami juga menambahkan gula aren pada produk ini. Pemberian gula aren sebagai pengganti gula pasir memberikan efek positif bagi penderita diabetes, karena kandungan gula aren masih alami dan diproduksi tanpa bahan kimia (Ayunin *et al.*, 2022). Hal ini menjadikan produk kami sebagai produk minuman potensial untuk bersaing di pasaran. Oleh karena itu, kami menciptakan sebuah produk yaitu **Kopit Sehat : Minuman Tradisional Kopi Arabika Aceh Dicampur Kunyit (*Curcuma longa* Linn.) Pencegah Diabetes, Hipertensi, *Cancer* dengan Strategi Digital Marketing**. Produk ini akan dikemas ke dalam kemasan yang praktis dan menarik dengan harga 5.000 rupiah. Sasaran dari produk ini ialah konsumen dengan usia di atas 15 tahun, terutama pelajar, pekerja kantoran, dan orang tua. Area pemasaran penjualan diantaranya sekolah, kampus, wilayah perkantoran, supermarket, *marketplace*, rumah sakit, dan juga dapat bekerja sama dengan pelaku UMKM. Kami lebih menekankan pada strategi pemasaran digital karena kurang efektifnya pemasaran tradisional untuk menarik pelanggan, sehingga akan melakukan inovasi dengan pemasaran secara digital. Produk ini juga diharapkan dapat menciptakan peluang usaha karena bahan baku yang mudah didapatkan.

1.2 Tujuan dan Manfaat Kegiatan

Tujuan dan manfaat kegiatan ini adalah untuk menciptakan peluang usaha berupa produk minuman bubuk sehat kombinasi kopi arabika dengan kunyit yang aman untuk pencegahan penyakit diabetes, hipertensi, dan *cancer* yang dapat meningkatkan kearifan lokal daerah Aceh, sehingga mampu mendorong potensi daerah dan masyarakat disana dan dapat mengurangi risiko berbagai penyakit.

1.3 Luaran Kegiatan

1. Laporan Kemajuan
2. Laporan Akhir
3. Produk Minuman Kopit Sehat
4. Akun Media Sosial

BAB 2. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

2.1 Kondisi Umum Lingkungan dan Potensi Sumber Daya Peluang Pasar

Kopi menjadi komoditas unggulan serta memiliki peluang pasar dengan data Ditjen Perkebunan 2018 menyatakan dua provinsi terbesar di Indonesia penghasil kopi dengan total pangsa pasar 84,91 persen atau rata-rata produksi 136,58 ribu ton yaitu Sumatera Utara dan Aceh. Kopi arabika ini pun menjadi bahan baku utama yang digunakan untuk membuat minuman Kopit Sehat, karena

harganya yang masih terjangkau dan belum pernah digunakan sebagai campuran kunyit, serta memiliki kafein yang lebih rendah dari jenis kopi lainnya (BPOM, 2021). Bahan baku kopi arabika kami dapatkan dari daerah Aceh, dimana kami sudah memiliki *supplier* sehingga memudahkan dalam proses pengambilan bahan baku. Bubuk kopi ini dipadukan dengan kunyit, dimana perpaduan kedua bahan ini masih jarang digunakan di Indonesia, meskipun minuman kopi pada awalnya memberikan efek negatif pada lambung, namun jika dikombinasikan dengan kunyit dapat menjadi produk yang memiliki nilai jual pada masyarakat umum.

Setelah mengetahui manfaat kopi dan kunyit, kami memutuskan untuk membuka peluang usaha dengan menciptakan minuman kombinasi yang berkhasiat dan enak serta mampu mengangkat nilai dari kearifan lokal daerah Aceh. Produk dikemas dengan desain yang menarik perhatian pembeli. Target pasar dari produk ini ialah konsumen dengan usia di atas 15 tahun, terutama pelajar, pekerja kantoran, dan orang tua. Area pemasaran penjualan diantaranya sekolah, kampus, wilayah perkantoran, supermarket, *marketplace*, rumah sakit, dan juga dapat bekerja sama dengan pelaku UMKM. Berdasarkan hasil survei pasar, minat konsumen serta daya beli cukup tinggi terhadap minuman ini. Kelebihan Kopit Sehat dibandingkan minuman kopi lainnya yang beredar di pasaran ialah minuman ini tidak hanya sekedar minuman kopi biasa, akan tetapi merupakan perpaduan campuran kopi dengan kunyit.

2.2 Aspek Ekonomi

- **Biaya tetap** = Biaya usaha (Biaya Promosi + Kuota Internet) + Biaya penyusutan (Peralatan)

$$= 900.000 + 1.015.000$$

$$= \mathbf{1.915.000}$$
- **Harga Pokok Produksi**
 Biaya Bahan Baku/Jumlah Produksi = $1.759.000/900 \text{ pcs} = 1.954$
 Biaya Bahan Baku + Biaya Kemasan = 2.659.000, sehingga biaya yang dikeluarkan per *pcs* yaitu $2.659.000/900 = \text{Rp}2.954,00$
- **Harga jual Kopit Sehat** = Harga pokok + (%laba x harga pokok)

$$= 2.954 + (68\% \times 2.954)$$

$$= 4.962,72 \text{ atau } \mathbf{\text{Rp } 5.000,00/\text{pcs}}$$

2.3 Penerimaan dan Keuntungan

2.3.1 Analisis Pendapatan Usaha

Jika dalam satu tahun diproduksi 10.800 *pcs*, maka diperoleh :

Total biaya produksi	$= 10.800 \times \text{Rp } 2.954,00$
	$= \mathbf{\text{Rp } 31.903.200,00}$
Total pendapatan	$= 10.800 \times \text{Rp } 5.000,00/\text{pcs}$
	$= \mathbf{\text{Rp } 54.000.000,00}$

Maka keuntungan yang diperoleh dalam 1 tahun produksi adalah:

$$\begin{aligned}
\text{Keuntungan} &= \text{Total pendapatan} - \text{Total biaya produksi} \\
&= \text{Rp } 54.000.000,00 - \text{Rp } 31.903.000,00 \\
&= \text{Rp } 22.097.000,00/\text{tahun}
\end{aligned}$$

2.3.2 Analisis Kelayakan Usaha

$$\begin{aligned}
\text{Benefit Cost Ratio} &= \text{Keuntungan} : \text{Biaya produksi} \\
&= \text{Rp } 22.097.000,00 : \text{Rp } 1.759.000,00 \\
&= 12,5
\end{aligned}$$

Maka usaha minuman Kopit Sehat menguntungkan karena $B/C > 1$. Artinya, keuntungan yang diperoleh sebesar 1,75 kali lipat dari biaya produksi.

2.3.3 Revenue Cost Ratio(R/C)

Total pendapatan : Total Biaya produksi

Rp 54.000.000,00 : Rp 31.903.000,00 = **1,69**. Maka usaha minuman Kopit Sehat dikatakan layak karena $R/C > 1$. Artinya, usaha ini akan menguntungkan dengan pendapatan total yang diperoleh sebesar 1,69 kali lipat dari biaya produksi.

2.3.4 Break Even Point (BEP)

BEP berfungsi agar kita mengetahui kapan usaha ini mencapai titik impas..

$$\begin{aligned}
\text{Break Even Point harga} &= FC/(1-VC/P) \\
&= 2.659.000/(1-2.954/5.000) \\
&= \text{6.498.044}
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
\text{Break Even Point produksi} &= FC/(P-VC) \\
&= 2.659.000/(5.000 - 2.954) \\
&= \text{1.299 pcs}
\end{aligned}$$

Artinya usaha minuman Kopit Sehat akan mengalami titik impas dengan memproduksi minimal sebanyak 1.299 *pcs* dan menghasilkan penjualan minimal sebesar Rp 6.498.044,00.

2.3.5 Return on Investment

$$\begin{aligned}
\text{ROI} &= \text{Penghasilan bersih} : \text{modal pemilik} \times 100\% \\
&= 1.841.000 : 7.000.000 \times 100\% \\
&= \text{26,3\%} = \text{Efektif diatas 10 persen}
\end{aligned}$$

2.3.6 Pay Back Periode

$$= \text{Total investasi} : \text{laba bersih} = 11.000.000 : 1.841.000 = \text{5,9 tahun}$$

2.3.7 Cash-Flow 2 Tahun Produksi

Tabel 2. 1 *Cash-Flow* 2 Tahun Produksi

Tahun ke-1	Masuk (Rp)	Keluar (Rp)	Untung (Rp)
Kopit Sehat Rp 5.000/ <i>pcs</i> ; 900 <i>pcs</i> /bulan			
Penjualan 1 bulan	4.500.000	2.659.000	1.841.000
Triwulan 1	13.500.000	7.977.000	5.523.000
Triwulan 2	13.500.000	7.977.000	5.523.000
Triwulan 3	13.500.000	7.977.000	5.523.000
Triwulan 4	13.500.000	7.977.000	5.523.000

TOTAL (Rp)			22.092.000
Tahun ke-2	Masuk (Rp)	Keluar (Rp)	Untung (Rp)
Kopit Sehat Rp 5.000/ <i>pcs</i> ; 1500 <i>pcs</i> /bulan			
Penjualan 1 bulan	7.500.000	4.431.000	3.069.000
Triwulan 1	22.500.000	13.293.000	9.207.000
Triwulan 2	22.500.000	13.293.000	9.207.000
Triwulan 3	22.500.000	13.293.000	9.207.000
Triwulan 4	22.500.000	13.293.000	9.207.000
TOTAL (Rp)			36.828.000
TOTAL TAHUN KE-1 DAN KE-2			58.920.000
(Terbilang Lima Puluh Delapan Juta Sembilan Ratus Dua Puluh Ribu Rupiah)			

2.4 Keberlanjutan Usaha

Program keberlanjutan usaha yang akan dilakukan yaitu dengan peningkatan volume produksi dan memperluas sasaran pasar. Peningkatan jumlah produksi akan dilakukan dengan membuat produk turunan berupa minuman cair yang akan dijual secara langsung, serta pendirian gerai dari produk minuman kami. Gerai nantinya akan dilengkapi dengan mascot brand dari produk kami untuk menarik minat masyarakat. Perluasan pasar dilakukan dengan melakukan strategi *Digital Marketing* melalui *website*, pengiklanan pada akun sosial media seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Whatsapp*. Kami juga akan melakukan kerjasama dengan pelaku UMKM serta mengikuti bazar yang ada di Kota Medan dalam penjualan produk ini. Tidak menutup kemungkinan di kemudian hari kami menjual Kopit Sehat dalam bentuk bubuk. Sehingga secara otomatis usaha ini akan berkembang dan berkelanjutan serta memiliki pasar luas bagi masyarakat.

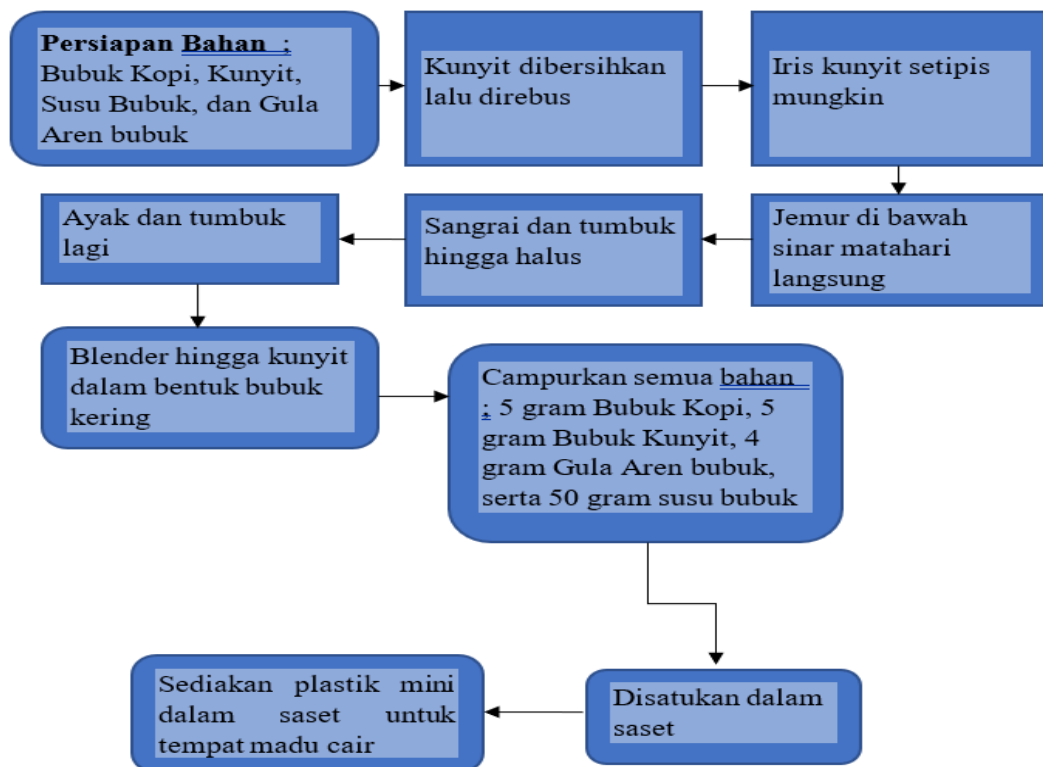
BAB 3 METODE PELAKSANAAN

3.1 Alat dan Bahan

Peralatan yang digunakan ialah kompor, panci, wadah, blender, parutan, pisau, dan tampi. Bahan-bahan untuk membuat takaran 1 saset ialah 5 gram bubuk kopi arabika, 5 gram kunyit, 50 gram susu bubuk, 4 gram gula aren, dan 15 ml madu cair.

3.2 Tahapan Teknik Produksi (Pembuatan)

Diagram alir tahapan teknik produksi terdapat pada Gambar 3.1 berikut.



Gambar 3. 1 Diagram Alir Tahapan Produksi

3.3 Pengemasan

Kemasan produk berupa *standing pouch* 20 gram yang didesain dengan tampilan menarik yang disertai logo minuman Kopit Sehat serta tagline dari produk ini yaitu **“Dalam Tubuh yang Sehat Terdapat Kopit yang Sehat”** untuk menarik konsumen sebagai strategi *Brand Awareness*. Kemasan akan diberikan label BPOM serta label *brand* di bagian depan dan belakang produk yang berisikan informasi manfaat, komposisi, dan cara penyajian. Kemasan berbahan dasar plastik karena kemasan plastik bersifat kuat, ringan, dan mudah dibawa kemana-mana, serta dapat diberi label atau cetakan dengan berbagai kreasi. Desain logo dan kemasan *standing pouch* 228 gram ukuran besar dapat dilihat pada Gambar 3.2 berikut.



Gambar 3. 2 Logo dan kemasan 228 gram depan dan belakang dengan tagline

Sedangkan untuk desain logo dan kemasan 61 gram dapat dilihat pada Gambar 3.3 berikut.



Gambar 3. 3 Logo dan kemasan 61 gram depan dan belakang

Hal ini sebagai program keberlanjutan usaha nantinya akan dijual dalam 1 bungkus yang besar diisi oleh 3-5 *sachet*.

3.4 Proses Pemasaran

Proses pemasaran produk Kopit Sehat dijabarkan sebagai berikut.

- Promosi *Online* : Penerapan strategi *Digital Marketing* seperti *Content Marketing* melalui sosial media (*Instagram, Tiktok, Facebook*) dan pemasangan iklan *Google Ads*.
- Promosi *Offline* : Menyebarkan brosur, menempelkan poster, dan mempromosikan dengan *banner* yang dipasang di beberapa tempat strategis.
- *Special Promo* : Lomba berhadiah foto minum Kopit Sehat dan diposting di media sosial yang merupakan strategi untuk mempopulerkan produk di kalangan konsumen
- *Mascot Marketing* untuk menarik perhatian konsumen

Jadwal postingan maupun pengiklanan mengenai produk Kopit Sehat dijelaskan pada Tabel 3.1 berikut.

Tabel 3. 1 Jadwal Postingan Media Sosial

Hari,Tanggal	Waktu	Konten diiklankan
Selasa, 25 April 2023	12.00 WIB	Pengenalan Program
Kamis, 25 Mei 2023	12.00 WIB	Pengenalan Produk
Minggu, 25 Juni 2023	12.00 WIB	Proses Pembuatan
Selasa, 25 Juli 2023	12.00 WIB	Pemasaran Produk
Jumat, 25 Agustus 2023	12.00WIB	Hasil Program PKM

Sedangkan untuk gambar maskot produk Kopit Sehat adalah seperti Gambar 3.4 berikut.



Gambar 3. 4 Maskot Produk Kopit Sehat

3.5 Pencapaian Tujuan Program

Tujuan dari program ini ialah akan menghasilkan produk Kopit Sehat (Kopi Kunyit Sehat) dalam bentuk bubuk saset yang berkhasiat dan praktis sebagai peluang usaha yang berkelanjutan bagi mahasiswa, yaitu minuman sehat yang berkhasiat pencegah penyakit diabetes, hipertensi, dan *cancer*. Minuman ini akan mampu memperkenalkan budaya kearifan lokal Aceh dan mengajak masyarakat untuk memulai budaya hidup sehat dan diharapkan dapat mengurangi risiko penyakit diabetes, hipertensi, serta kanker.

BAB 4. BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

4.1 Anggaran Biaya

Adapun rekapitulasi rencana anggaran biaya yang diperlukan dalam kegiatan ini ditampilkan pada Tabel 4.1 berikut.

Tabel 4. 1 Rekapitulasi Rencana Anggaran Biaya

No	Jenis Pengeluaran	Sumber Dana	Besaran Dana (Rp)
1	Bahan habis pakai (contoh: ATK, kertas, bahan, dan lain-lain) maksimum 60% dari jumlah dana yang diusulkan	Belmawa	5.600.000
		Perguruan Tinggi	250.000
		Instansi Lain (jika ada)	-
2	Sewa dan jasa (sewa/jasa alat; jasa pembuatan produk pihak ketiga, dll), maksimum 15% dari jumlah dana yang diusulkan	Belmawa	1.400.000
		Perguruan Tinggi	250.000
		Instansi Lain (jika ada)	-

DAFTAR PUSTAKA

- A'yunin, N.A.Q., Natawijaya, D., dan Suhartono. 2022. `Iptek Bagi Inovasi Daerah: Pengelolaan Gula Aren di Mandalagiri Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya`, *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*.6 (1):51-56.
- Arfi, F., Aryadi, M.I., dan Harahap, M.R. 2020. `Literature Review: Perbandingan Kadar Kafein dalam Kopi Robusta (*Coffea canephora*), Kopi Arabika (*Coffea arabica*) dan Kopi Liberika (*Coffea liberica*) Dengan Metode Spektrofotometri UV-Vis`, *AMINA*.2 (2):64-70.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. 2019. *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 34 Tahun 2019 tentang Kategori Pangan. Lembaran Negara RI Tahun 2019, No 34*. Sekretariat Negara. Jakarta
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. 2022. *Petunjuk Operasional Penggunaan Dana Alokasi Khusus Nonfisik Bidang Kesehatan Menu Kegiatan Bantuan Operasional Kesehatan Pengawasan Obat dan Makanan Tahun Anggaran 2022*.
- Chaverri., J.P., Rivera-Mancía, dan S., Trujilo, J.2018. `Utility of curcumin for the treatment of diabetes mellitus: evidence from preclinical and clinical studies`, *Journal of Nutrition & Intermediary Metabolism*. 14:29-41.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2018. *Produksi Kopi Menurut Provinsi di Indonesia, 2017-2021*. URL: <https://www.pertanian.go.id/home/index.php?show=repo&fileNum=212>. Diakses tanggal 17 Januari 2023
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2023. *Peluang Ekspor Kopi Tinggi, Kementan Dorong Tingkatkan Kapabilitas Penanganan OPT Kopi*. URL: <https://ditjenbun.pertanian.go.id/peluang-ekspor-kopi-tinggi-kementan-dorong-tingkatkan-kapabilitas-penanganan-opt-kopi/>. Diakses tanggal 17 Januari 2023.
- Farhaty, N. dan Muchtaridi, M. 2016. `Tinjauan kimia dan aspek farmakologi senyawa asam klorogenat pada biji kopi`, *Farmaka*.14 (1):214-227.
- Grace, H.A. dan Setyani, S. 2018. `Karakteristik Sensori, Kandungan Kafein, dan Asam Klorogenat Kopi Bubuk Robusta (*Coffea canephora* L.) di Tanggamus, Lampung`.
- IDF Diabetes Atlas. 2022. *Diabetes around the world in 2021*. URL: <https://diabetesatlas.org/>. Diakses tanggal 17 Januari 2023.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Ketua, Anggota serta Dosen Pendamping

Biodata Ketua

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Mery Christina Sijabat
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Program Studi	Ekonomi Pembangunan
4	NIM	200501097
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Lubuk Pakam, 7 Desember 2001
6	Alamat Email	mery.sijabat@students.usu.ac.id
7	Nomor Telepon/HP	088261453983

B. Kegiatan Kemahasiswaan yang Sedang/Pernah Diikuti

No	Jenis Kegiatan	Status dalam Kegiatan	Waktu dan Tempat
1.	Organisasi Sobat Bumi Medan	Divisi PSDM	Medan, 2020
2.	Badan Pers Otonom Mahasiswa Wacana	Staff Multimedia	Medan, 2021
3.	Forum Pelajar Mahasiswa GEM	Staff Leadership	FEB USU, 2021
4.	Himpunan Mahasiswa Departemen Ekonomi Pembangunan	Divisi Kewirausahaan	USU, 2021
5.	Ikatan Mahasiswa Departemen Ekonomi Pembangunan, SUMBAGUT	Divisi DIKLITBANG	SUMBAGUT, 2021
6.	Google Development Students Club, ITB	Anggota	ITB, 2021
7.	Summer Short Course Europe-Asian Business Model, UNDIP	Anggota	UNDIP, 2022

C. Penghargaan yang Pernah Diterima

No	Jenis Penghargaan	Pihak Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Finalis Abstrak LKTI Ekonomi, Everest	Himpunan Mahasiswa Departemen Ekonomi Pembangunan	2021
2	Digital Marketing Course	RevoU	2022

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan PKM-K.

Medan, 14-2-2023

Ketua

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mery', with a stylized flourish at the end.

Mery Christina Sijabat

Biodata Anggota Tim

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Fatya Khairani
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Program Studi	Ilmu Kesehatan Masyarakat
4	NIM	211000006
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Padang, 07 Maret 2003
6	Alamat Email	fatyakhairanii@gmail.com
7	Nomor Telepon/HP	081365396861

B. Kegiatan Kemahasiswaan yang Sedang/Pernah Diikuti

No	Jenis Kegiatan	Status dalam Kegiatan	Waktu dan Tempat
1	Kepanitiaan ESC3	Anggota PDD	2022 Universitas Sumatra Utara
2	UKM Studi Pedesaan	Sekretaris Umum	2023 – Sekarang Universitas Sumatra Utara
3	Arunika Simetrikal	Anggota HRD	2022 – Sekarang Universitas Sumatra Utara

C. Penghargaan yang Pernah Diterima

No	Jenis Penghargaan	Pihak Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Juara I Lomba Hari Toleransi Internasional (Menyampaikan Opini)	Organisasi Keagamaan Pintu Damai	2021

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan PKM-K.

Medan, 14-2-2023

Anggota Tim



Fatya Khairani

Biodata Anggota Tim**A. Identitas Diri**

1	Nama Lengkap	Agnes Federova Napitupulu
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Program Studi	S1 Fisika
4	NIM	200801003
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Sukamandi Hulu, 06 Desember 2002
6	Alamat Email	agnesnapitupulu11@gmail.com
7	Nomor Telepon/HP	081260824272

B. Kegiatan Kemahasiswaan yang Sedang/Pernah Diikuti

No	Jenis Kegiatan	Status dalam Kegiatan	Waktu dan Tempat
1	Inkubator Sains USU	Anggota HRD	2021 - sekarang di USU
2	Laboratorium Fisika Modern	Asisten	2022 – sekarang di USU
3	Inkubator Sains USU	Anggota Div. Saintek	2020 – 2021 di USU
4	KMK UP MIPA USU	Anggota	2020 – sekarang di USU
5	Pengabdian Kepada Masyarakat bersama Dosen	Anggota	2022 di Desa Hulu Pancur Batu

C. Penghargaan yang Pernah Diterima

No	Jenis Penghargaan	Pihak Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Awardee Beasiswa Karya Salemba Empat	Yayasan Karya Salemba Empat	2021- sekarang
2	Juara 3 Kompetisi Essai Lomba KWUSIK 2021	Fakultas Kesehatan Masyarakat USU	2022
3	Bronze Medal Global Competition for Life Science	Indonesian Young Scientist Association (IYSA)	2021
4	Entrepreneur Calling Pendanaan Modal Usaha Mahasiswa USU (EC PMW)	Universitas Sumatera Utara	2022
5	Finalist Grand final CeRCo Competition	Fakultas Teknik Universitas Diponegoro	2022
6	Finalist of Amazing Race Entrepreneur Academy Camp Batch 6	Give 2 Asia as donator Beasiswa Karya Salemba Empat	2022

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan PKM-K.

Medan, 14-2-2023

Anggota Tim

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, cursive letters that appear to read 'Agnes' followed by a surname.

Agnes Federova Napitupulu

Biodata Anggota Tim**A. Identitas Diri**

1	Nama Lengkap	Febriani Miranda Purba
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Program Studi	S1 Akuntansi
4	NIM	200503162
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Balige, 16 Februari 2003
6	Alamat Email	febrianipurba03@gmail.com
7	Nomor Telepon/HP	081377316023

B. Kegiatan Kemahasiswaan yang Sedang/Pernah Diikuti

No	Jenis Kegiatan	Status dalam Kegiatan	Waktu dan Tempat
1	HIPMI PT USU	Anggota	2022-sekarang

C. Penghargaan yang Pernah Diterima

No	Jenis Penghargaan	Pihak Pemberi Penghargaan	Tahun
1	-	-	-

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan PKM-K.

Medan, 14-2-2023

Anggota Tim



Febriani Miranda Purba

Biodata Anggota Tim

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Leo Ferdinand Agustinus
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Program Studi	Teknik Elektro
4	NIM	200402090
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Binjai, 06 Agustus 2002
6	Alamat Email	leofagustinus@gmail.com
7	Nomor Telepon/HP	085107043118

B. Kegiatan Kemahasiswaan yang Sedang/Pernah Diikuti

No	Jenis Kegiatan	Status dalam Kegiatan	Waktu dan Tempat
1	Keluarga Mahasiswa Buddhis – Universitas Sumatera Utara	Anggota	November 2020 – sekarang, USU

C. Penghargaan yang Pernah Diterima

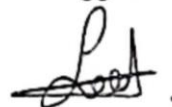
No	Jenis Penghargaan	Pihak Pemberi Penghargaan	Tahun
1	-	-	-

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan PKM-K.

Medan, 14-2-2023

Anggota Tim



Leo Ferdinand Agustinus

Biodata Dosen Pendamping

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Taufik Akbar Parluhutan, SE., M.Si
2	Jenis Kelamin	Laki – Laki
3	Program Studi	Akuntansi
4	NIDN	0011101001
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Medan, 11 Oktober 1992
6	Email	taufik.akbar@usu.ac.id
7	Nomor Telepon/HP	081326531354

B. Riwayat Pendidikan

No.	Jenjang	Bidang Ilmu	Institusi	Tahun Lulus
1	S-2	Ilmu Akuntansi	Universitas Sumatera Utara	2016
2	S-1	Akuntansi	Universitas Sumatera Utara	2013

C. Rekam Jejak Tri Dharma PT

C1. Pendidikan dan Pengajaran

No.	Nama Mata Kuliah	Wajib/Pilihan	SKS
1	Aplikasi Komputer Akuntansi	Wajib	2
2	Perpajakan	Wajib	3
3	Akuntansi Perpajakan	Wajib	3
4	Sistem Informasi Akuntansi	Wajib	3
5	Akuntansi Manajemen	Wajib	3
6	Komputerisasi Ekonomi dan Bisnis	Wajib	2
7	Akuntansi Biaya	Wajib	3
8	Auditing	Wajib	3
9	Manajemen Biaya	Wajib	3

C2. Penelitian

No.	Judul Penelitian	Penyandang Dana	Tahun
1.	Faktor – Faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan pada perusahaan di Indonesia	Universitas Sumatera Utara	2022

C3. Pengabdian Kepada Masyarakat

No.	Judul Penelitian	Penyandang Dana	Tahun
1.	Pelatihan Akuntansi Sederhana pada Masa Pandemi Covid-19 pada Pedagang Sayur Pasar Kwala Bekala Medan	Universitas Sumatera Utara	2022

Semua data yang isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudia hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan PKM-Kewirausahaan.

Medan, 14 Februari 2023

Dosen Pendamping,



(Taufik Akbar Parluhutan, S.E., M.Si)

Lampiran 2. Justifikasi Anggaran Kegiatan

No	Jenis Pengeluaran	Volume	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1.	Belanja Bahan (maks.60%)			
	Bubuk Kopi Arabika Aceh	4.500 gram	206	927.000
	Kunyit	200 gram	70	14.000
	Gula Aren	400 gram	45	18.000
	Susu bubuk	5000 gram	100	500.000
	Madu	1500 ml	200	300.000
	Kemasan	900 buah	2.000	900.000
	Serbet	5 buah	10.000	50.000
	Tampi	2 buah	30.000	60.000
	Kompor	1 set	500.000	500.000
	Panci	2 buah	50.000	100.000
	Blender	1 buah	300.000	300.000
	Mangkok	5 buah	15.000	75.000
	Sendok	3 buah	2.000	6.000
	Parutan	2 buah	20.000	40.000
	Biaya Print Logo	900 buah	2.000	1.800.000
	Cetak Brosur	100 lembar	2.600	260.000
	SUB TOTAL (Rp)			5.850.000
2.	Belanja Sewa (maks. 15%)			
	Sewa Canva	5 kali	120.000	600.000
	Sewa Mascot Promosi	5 kali	210.000	1.050.000
	SUB TOTAL (Rp)			1.650.000
3.	Perjalanan lokal (maks. 30 %)			
	Transportasi lokal penyiapan bahan baku	5 orang	300.000	1.500.000
	Kegiatan pendampingan	5 kali	200.000	1.000.000
	SUB TOTAL (Rp)			2.500.000
4.	Lain-lain (maks. 15 %)			
	Adsense akun media sosial	5 kali	100.000	500.000
	Kuota Internet	5 bulan	100.000	500.000
	SUB TOTAL			1.000.000
	GRAND TOTAL			11.000.000
	GRAND TOTAL (Terbilang “Sebelas Juta Rupiah”)			

Lampiran 3. Susunan Organisasi Tim Penyusun dan Pembagian Tugas

No	Nama/ NIM	Program Studi	Bidang Ilmu	Alokasi Waktu (jam/ minggu)	Uraian Tugas
1	Mery Christina Sijabat/ 200501097	Ekonomi Pembangunan	Ekonomi	22	Direktur Utama (Bertanggung jawab atas seluruh pelaksanaan kegiatan)
2	Fatya Khairani/ 211000006	Ilmu Kesehatan Masyarakat	Kesehatan Masyarakat	20	Manajer Produksi (Bertanggung jawab atas proses produksi dan penyediaan bahan baku)
3	Agnes Federova Napitupulu / 200801003	Fisika	Matemati- ka dan Ilmu Pengeta- huan Alam	20	Manajer Pemasaran (Bertanggung jawab atas pemasaran produk dan pengiklanan sosial media)
4	Febriani Miranda Purba/ 200503162	Akuntansi	Ekonomi dan Bisnis	20	Manajer Keuangan (Bertanggung jawab atas pelaporan keuangan)
5	Leo Ferdinand Agustinus/ 200402090	Teknik Elektro	Teknik	20	Divisi Desain (Bertanggung jawab atas keaktivitas variasi produk dan desain produk)

Lampiran 4. Surat Pernyataan Ketua Pelaksana

SURAT PERNYATAAN KETUA TIM PELAKSANA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Ketua Tim	: Mery Christina Sijabat
NIM	: 200501097
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan
Nama Dosen Pendamping	: Taufik Akbar Parluhutan SE., MSi
Perguruan Tinggi	: Universitas Sumatera Utara

Dengan ini menyatakan bahwa proposal PKM-K saya dengan judul Kopit Sehat : Minuman Tradisional Kopi Arabika Aceh Dicampur Kunyit (*Curcuma longa Linn.*) Pencegah Diabetes, Hipertensi, *Cancer* dengan Strategi *Digital Marketing* yang diusulkan untuk tahun anggaran 2023 adalah asli karya kami dan belum pernah dibiayai oleh lembaga atau sumber dana lain.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan mengembalikanseluruh biaya yang sudah diterima ke kas negara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Medan, 14-2-2023

Yang menyatakan,



Mery Christina Sijabat
200501097

Lampiran 5. Analisis Profil Usaha dan Struktur Organisasi

a. Profil Konsumen

Konsumen produk ini berusia di atas 15 tahun, baik remaja maupun dewasa, seperti mahasiswa, pelajar, orang tua, dan pekerja kantoran.

b. Potensi dan Segmentasi Pasar

Potensi dari produk ini adalah inovasi minuman tradisional yang multikhasiat berbahan dasar lokal telah diuji di laboratorium. Segmentasi pasar dari produk ini adalah masyarakat yang ingin mencegah penyakit diabetes, hipertensi, dan kanker yang dapat membantu mengontrol gula darah. Segmentasi geografis dari produk ini tersebar dari pedesaan hingga perkotaan, bahkan hingga ke luar Sumatera.

c. Pesaing dan Peluang Besar

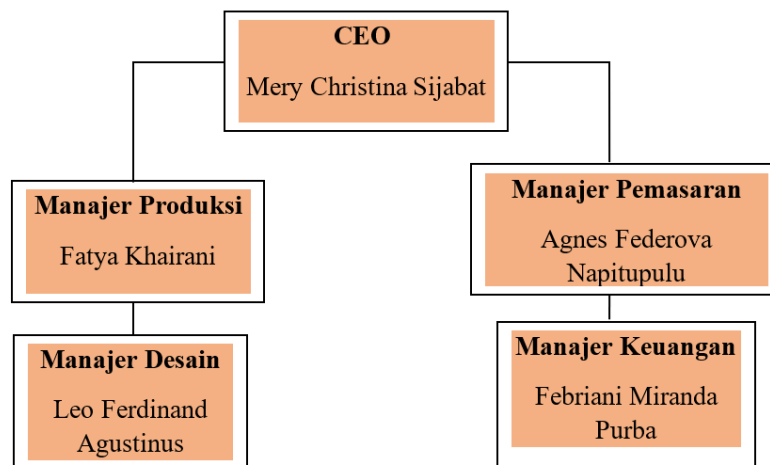
Pesaing dari produk ini adalah produk bubuk kopi herbal yang lebih dahulu meluas dipasaran, serta produk pengganti minuman kopi lainnya. Namun produk yang terbuat dari perpaduan kunyit dan kopi ini belum pernah dijual khususnya di Pulau Sumatera dan berpotensi menarik minat masyarakat untuk membelinya.

d. Media Promosi

Adapun media yang akan digunakan sebagai sarana promosi ada 2 bagian yaitu bagian pertama yaitu media *online* mengingat kami lebih fokus pada strategi *digital marketing* seperti *online shop* atau *social media* melalui *facebook*, *instagram*, *whatsapp*, dan sebagainya. Bagian kedua yaitu media *offline* seperti menggunakan brosur atau poster untuk mempromosikannya. Di samping itu kami menggunakan mascot sebagai strategi promosi dan *product branding*.

e. Kegiatan Pemasaran

Wilayah pemasaran yang akan dituju adalah wilayah sekitar Medan dan Deli Serdang seperti kampus, perkantoran, swalayan, rumah sakit, selain itu pemasaran akan dilakukan melalui akun pemasaran online dan offline. Berikut adalah struktur organisasi perusahaan Kopit Sehat.



Lampiran 6. Konsep Bisnis Ditinjau dari Analisis SWOT

<p style="text-align: center;">INTERNAL</p> <p style="text-align: center;">EKSTERNAL</p>	<p>STRENGTH (S) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Merupakan inovasi terbaru yang minim pesaing dan multikhasiat pencegah berbagai penyakit 2. Biaya produksi murah dan harga jual terjangkau 3. Bahan baku mudah didapat dengan kopi yang berkualitas menambah nilai kearifan lokal daerah Aceh pada produk minuman 4. Produk mudah dibawa kemana saja dengan desain kemasan yang menarik 5. Terbuat dari bahan alami serta diolah secara teliti dan higienis dengan citarasa yang enak 6. Tidak menimbulkan warna pada mulut saat meminumnya 7. Pemesanan dipermudah dengan memanfaatkan teknologi melalui penjualan <i>online</i> 	<p>WEAKNESS (W) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produksi masih menggunakan peralatan yang sederhana 2. Kurangnya kemampuan untuk mengolah biji kopi sehingga harus menunggu dari petani 3. Produk belum memiliki citra brand yang besar dan baik
	<p>OPPORTUNITY (O) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Maraknya kampanye hidup sehat 2. Permintaan kopi hingga saat ini masih didominasi kopi jenis arabika dengan pangsa pasar > 70 persen. 3. Dapat diterima oleh seluruh kalangan usia, ekonomi, dan gender 	<p>STRATEGI (SO) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerja sama dengan pelaku UMKM dalam penjualan minuman 2. Pemanfaatan sosial media untuk mengenalkan produk kepada masyarakat <p>STRATEGI (WO) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dukungan modal untuk pengembangan inovasi produk olahan. 2. Mengoptimalkan lebih lanjut mengenai pembuatan produksi.

4. Dapat diturunkan menjadi produk baru dalam bentuk cair		
THREAT (T) : 1. Perubahan kenaikan harga biji kopi dari petani 2. Pesaing yang menjual produk pengganti minuman kopi 3. Ketidakstabilan jumlah produksi kopi karena iklim yang tak menentu 4. Perubahan selera konsumen	STRATEGI (ST) : 1. Promosi dan pemaparan tentang keunikan dan khasiat dari produk minuman melalui pameran dan sosial media 2. Melakukan testimoni dan berinovasi varian rasa sesuai selera konsumen	STRATEGI (WT) : 1. Promosi produk dengan menggunakan strategi <i>digital marketing</i> 2. Perlu dilakukan segmentasi pasar produk berdasarkan target pasar 3. Peningkatan jumlah produksi demi ketersediaan produk untuk bersaing di pasar 4. Adanya strategi <i>mascot marketing</i> yang menambah daya tarik konsumen