

**BUSINES PLANE**

**JUDUL**

 **GHAMDO COFFEE SOAP**

**Disusun oleh: Aulya Saverin/ 2113046056**

**PRODI PENDIDIKAN BAHASA LAMPUNG**

**FAKULTAS KKEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

**UNIVERSITAS LAMPUNG**

**2023**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR TABEL**

**DAFTAR GAMBAR**

**BAB I PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**
	2. **Rumusan Masalah**
	3. **Tujuan**
	4. **Luaran Yang Diharapkan**
	5. **Manfaat**

**BAB II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA**

**2.1 Analisis Potensi Usaha**

**2.2 Analisis Proses Produksi**

**2.3 Promosi**

**2.4 Rencana Pemasaran**

**2.5 Analisis Kelayakan Usaha**

**BAB III METODE PELAKSANAAN**

**3.1 Tahap Sosisalisasi**

**3.2 Tahap Pelatihan**

**3.3 Tahap Pendampingan**

**BAB IV BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN**

**4.1 Anggaran Biaya**

**4.2 Jadwal Kegiatan**

**Daftar Pustaka**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**Lampiran 1. Biodata Ketua, Anggota dan Dosen Pembimbing**

**Lampiran 2. Justifikasi Anggaran Kegiatan**

**Lampiran 3. Susunan Organisasi Tim Pelaksana dan PembagianTugas**

**Lampiran 4. Surat Pernyataan Ketua Pelaksana**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Rencana Biaya Produksi *Ghamdo Coffee Soap* (sabun kopi)

Tabel 2. Rencana Biaya Sumber Daya Manusia

Tabel 3. Rencana Biaya Penunjang dll

Tabel 4. Anggaran Biaya

Tabel 5. Jadwal Kegiatan

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Sabun original

Gambar 2. Kopi bubuk

Gambar 3. Sabun Kopi

**BAB I PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Kopi Lampung adalah varietas [kopi](https://id.wikipedia.org/wiki/Kopi) (utamanya robusta) yang dikembangkan di Provinsi [Lampung](https://id.wikipedia.org/wiki/Lampung), Indonesia. Robusta Lampung adalah salah satu robusta unggulan Indonesia yang dipasarkan hingga ke mancanegara. Adakalanya kopi yang ditanam di luar Lampung pun, seperti [Sumatra Selatan](https://id.wikipedia.org/wiki/Sumatra_Selatan) dan [Bengkulu](https://id.wikipedia.org/wiki/Bengkulu), dilabeli kopi Lampung untuk memasok permintaan pasar.

Budidaya kopi di Lampung dimulai pada tahun 1841 setelah dilakukan penelitian umum. Hal ini lalu diwujudkan dengan mendatangkan sejumlah ahli pertanian dan perkebunan dari Jawa untuk memberikan pengetahuan seputar budidaya padi dan kopi kepada masyarakat. Perkebunan di Lampung saat itu menanam jenis arabika dari Jawa, disebut sebagai kopi Jawa. Sebagian lainnya menanam Liberika. Namun pada 1910, ketika terjadi infeksi terhadap varietas arabika dan liberika, kopi robusta diperkenalkan di Lampung sebagai penggantinya.

Aspek pemasaran merupakan salah satu aspek penting pada sistem agribisnis. Mekanisme pemasaran akan menentukan harga di pihak petani. Tinggi rendahnya harga kopi ini berada di tangan lembaga pemasaran. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat, maka semakin panjang rantai pemasaran yang terjadi. Hal ini menyebabkan margin pemasaran yang tinggi, sehingga terjadinya perbedaan harga antara produsen (petani) dengan pedagang hingga sampai di tangan konsumen. Pemasaran yang dilakukan agroindustri sudah cukup baik, namun masih belum optimal.

Dikarenakan masih banyak yang belum banyak orang memanfaatkan kopi menjadi sebuah produk inovatif. Kebanyakan masyarakatt ,mejual kopi hanya sebagai produk minuman padahal jika kita bisa mengolahnya untuk inovasi produksi harganya akan jauh lebih tinggi, salah satunya kopi dimanfaatkan sebagai bahan campuran dalam pembuatan sabun. Berdasarkan hal ini penulis memiliki inovasi sebuah produk dari kopi yaitu “Ghamdo Coffee Soap” .Walaupun sudah banyak produk sabun dipasaran, tapi penulis menciptakan sabun dengan inovasi baru dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada yaitu berupa penambahan bubuk kopi dalam produknya. Adapun bahan dasar dalam pembuatan produk ini yaitu: tepung terigu, tepung pisang, gula, garam, vanili, pengembang. Adapun cara mengkonsumsi produk ini cukup campurkan semua bahan, tambahkan mentega dan minyak sayur, lalu dipanggang. Dengan adanya inovasi ini diharapkan harga pisang bisa tinggi sehingga petani tidak merugi.

* 1. **rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalaha dalam hal ini sebagai berikut ini:

1. Bagaimana cara memasarkan produk *Ghamdo Coffee Soap*  sehingga dapat diterima oleh masyarakat?
2. Bagaimana cara memanajemen usaha ini agar profit yang dihasilkan sesuai

dengan apa yang direncanakan, sehingga usaha ini dapat berkembang pesat?

* 1. **tujuan**

Adapun tujuan penyusunan proposal program kreativitas mahasiswa ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui cara pemasaran produk *Ghamdo Coffee Soap*  agar dapat diterima oleh masyarakat.
2. Mengetahui bagaimana manajemen usaha ini agar profit yang dihasilkan sesuai dengan apa yang direncanakan, sehingga usaha ini dapat berkembang pesat.
	1. **Luaran yang diharapkan**

Luaran yang diharapkan dari program kreativitas mahasiswa adalah sebagai berikut:

1. Terciptanya calon-calon wirausaha melalui usaha pembuatan *Ghamdo Coffee Soap*
2. Terciptanya sebuah sistem manajemen usaha yang kuat, sehingga usaha ini dapat berkembang secara berlanjut dan dapat meciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat luas.
3. Terciptanya sebuah usaha yang memiliki prospek bagus untuk kedepannya.
	1. **manfaat**

Adapun manfaat yang dihasilkan dari program kreativitas mahasiswa ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis.

Dapat menjadi wawasan dan pengalaman baru tentang bagaimana dunia wirausaha yang sesungguhnya, mendapatkan pembelajaran bagaiamana langkah-langkah yang tepat untuk mendirikan suatu usaha yang berpotensi, serta menanamkan jiwa kewirausahaan yang kuat.

2. Bagi mitra usaha

Mendapat keuntungan yang potensial dari penjualan produk ini serta dapat menarik lebih banyak konsumen.

3. Bagi Masyarakat

Dapat memberikan rasa aman kepada masyarakat ketika menggunakan produk kami karena semua bahan yang digunakan organik dan tidak mengandung bahan kimia berbahaya sehingga bila digunakan dalam jangka waktu yang panjang tidak akan menimbulkan alergi atau iritasi, serta gangguan Kesehatan lainnya.

# **BAB II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA**

* 1. **Analisis Potensi Usaha**

Sabun batang merupakan salah satu jenis sabun mandi yang paling populer. Harganya yang murah dan penyimpanannya yang mudah, membuat sabun jenis ini digemari masyarakat. Jenisnya pun beragam, mulai dari sabun batang yang mengandung antibakteri hingga sabun batang yang berfungsi sebagai pelembap kulit.



Gambar 1. Sabun original

Kopi Lampung adalah varietas [kopi](https://id.wikipedia.org/wiki/Kopi) (utamanya robusta) yang dikembangkan di Provinsi [Lampung](https://id.wikipedia.org/wiki/Lampung), Indonesia. Robusta Lampung adalah salah satu robusta unggulan Indonesia yang dipasarkan hingga ke mancanegara. Adakalanya kopi yang ditanam di luar Lampung pun, seperti [Sumatra Selatan](https://id.wikipedia.org/wiki/Sumatra_Selatan) dan [Bengkulu](https://id.wikipedia.org/wiki/Bengkulu), dilabeli kopi Lampung untuk memasok permintaan pasar. Peningkatan serapan kopi oleh industri merupakan strategi yang perlu dilakukan dalam memperluas diversifikasi produk kopi. Serapan kopi produksi Indonesia berkisar sekitar 35% dan sisanya masih diekspor. Kabupaten Lampung Barat merupakan wilayah banyak ditanami kopi. Selama ini, penjualaan kopi oleh para petani secara langsung hanya dalam kondisi segar. Oleh karena itu, perlu dilakukannya suatu usaha untuk memvariasikan produk olahan kopi setempat.



Gambar 2. Kopi bubuk

Salah satu usaha tersebut adalah memberdayakan masyarakat agar mampu secara mandiri memanfaatkan potensi daerahnya yaitu dengan pengetahuan dan keterampilan mengenai wirausaha dan teknologi tepat guna proses pembuatan sabun scrub kopi yang dapat dijadikan produk souvenir komoditas lokal. Dari hasil kegiatan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa: (1) Kegiatan PKM ini dapat meningkatkan motivasi usaha, kesadaran, pengetahuan dan ketrampilan masyarakat melalui penerapan teknologi tepat guna untuk mengolah komoditas lokal menjadi produk sabun scrub; (2) dengan adanya kegiatan pembuatan produk *Ghamdo Coffee Soap* selanjutnya perlu dikembangkan kerjasama dengan pihak terkait untuk pengembangan bisnis *coffe soap* ke depannya.

Penjualaan kopi oleh para petani secara langsung memberikan keuntungan yang relatif kecil. Oleh karena itu, perlu dilakukannya suatu usaha untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Salah satu usaha tersebut adalah dengan mengolah kopi menjadi suatu produk yang memiliki nilai jual yang lebih tinggi melalui ekonomi kreatif. Pengembangan ekonomi kreatif dapat dilakukan dengan adanya SDM yang berkualitas dengan daya inovatif dan kreativitas yang tinggi. Namun, di samping kebutuhan akan SDM yang berkualitas, pengembangan ekonomi kreatif juga membutuhkan ruang atau wadah sebagai tempat penggalian ide, berkarya, sekaligus aktualisasi diri dan ide ide kreatif.

* 1. **Analisis Proses Produksi**

Bahan dan alat yang dibutuhkan :

* 1. Sabun susu domba batangan. Kalau bisa pilihlah sabun yang tanpa aroma. Jika tak suka sabun susu domba kamu bisa pilih sabun sesuai selera saja.
	2. Cetakan yang terbuat dari silikon. Bisa menggunakan cetakan kue yang bentuk dan ukurannya sesuai selera kamu.
	3. Bubuk kopi. Kalau bisa gunakan bubuk kopi yang belum digunakan karena aromanya akan semakin kuat.
	4. *Coffee essential oil.*Bisa juga menggunakan *vanilla oil.*
	5. Microwave untuk mencairkan sabun.
	6. Wadah tahan panas.
	7. Hiasan untuk mempercantik kemasan

**Cara membuat :**

1. Potong-potong sabun berbentuk kotak kecil-kecil. Kemudian tempatkan pada wadah kaca tahan panas.
2. Masukkan ke dalam *microwave*kira-kira 20 – 30 detik hingga sabun mencair. Periksa kembali sabun dan jika belum merata aduk dan pastikan semua sabun mencair.
3. Tambahkan bubuk kopi dan aduk hingga rata. Pastikan dilakukan secepat mungkin agar sabun tidak lagi mengeras.
4. Setelah itu masukkan *coffee essential oil*dan aduk kembali.
5. Siapkan cetakan dan tuang adonan sabun dan kopi tadi.
6. Diamkan hingga mengeras kira-kira 30 – 60 menit. Kemudian keluarkan dari cetakan.
7. Untuk hiasannya siapkan kain goni yang dipotong-potong beserta talinya.
8. *Ghamdo Ghamdo Coffee Soap amdo*buatan sendiri siap untuk diberikan kepada orang-orang tersayang



Gambar 3. Sabun Kopi

## Promosi

Promosi penjualan yang bertujuan untuk merangsang atau mendorong pelanggan untuk membeli disebut sebagai *customer promotion*. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan serta meningkatkan *brand awareness* produk tersebut. Berikut ini adalah beberapa strategi promosi yang dapat digunakan:

### **2.3.1 Promosi Secara Fisik**

Bentuk promosi penjualan yang pertama adalah promosi secara fisik. Promosi ini biasanya dilakukan secara langsung kepada konsumen. Bisa mendatangi konsumen saat berpapasan di jalan, atau menyusur perumahan warga dan mendatangi setiap rumah satu persatu dan menawarkan produk secara langsung. Kendati merupakan cara lama, contoh promosi penjualan ini masih kerap dilakukan dan masih terbilang efektif.

## ****2.3.2 Promosi Melalui Media Tradisional****

 Promosi penjualan atau bentuk dari promosi sendiri yaitu promosi secara tradisional, dalam bahasa asing kita mengenalnya dengan istilah *Tradisional Marketing*. Media tradisional yang dimaksud adalah televisi, radio dan media cetak. Menggunakan cara ini dapat secara efektif menjangkau masyarakat secara luas, karena media tradisional merupakan media yang banyak dimiliki oleh masyarakat

## ****2.3.3 Promosi Melalui Media Digital****

 Promosi terakhir adalah yang paling mutakhir, yaitu melalui media digital. Bentuk promosi penjualan melalui media digital sangat beragam, bisa menggunakan teks, visual hingga audio. Saat ini juga berkembang banyak media digital yang memang digunakan sebagai media promosi. Cara ini merupakan cara efektif untuk menjaring konsumen muda yang melek terhadap dunia digital. Namun yang perlu diperhatikan adalah membuat materi promosi penjualan. Sebagai produsen kita harus membuat materi promosi sekreatif mungkin agar mampu menarik konsumen muda yang cenderung lebih variatif.

## Rencana Pemasaran

Dalam gambaran strategi pemasaran, strategi pemasaran produk usaha ini mencakup marketing mix 7P. Konsep marketing mix yang diterapkan terintegrasi melalui 7P, yakni product, price, promotion, place, participant/people, process, dan physical evidence.

1. Product. Produk yang ditawarkan sangat berguna sebagai moisturizer atau pelembab yang dapat digunakan di seluruh bagian tubuh. *Ghamdo Coffee Soap* ini terbuat dari bahan organik yang aman digunakan dalam jangka waktu panjang dan tidak menimbulkan efek samping, maupun efek lanjutan terhadap kesehatan.
2. Price. Dalam hal harga, harga sudah disesuaikan dengan biaya produksi dan biaya alat. Bila dibandingkan dengan produk sabun lain di pasaran yang harganya cukup mahal, produk kami jauh lebih terjangkau bagi masyarakat.
3. Promotion. Promosi pada usaha *Ghamdo Coffee Soap* ini dilakukan secara langsung dan juga secara online. Promosi online dilakukan dengan memanfaatkan media sosial yang ada, seperti Instagram, Facebook, dan yang lainnya. Dengan menggunakan media social yang banyak digunakan masyarakat akan mempermudah dan mempercepat masyarakat mengenal produk ini.
4. Place. Pemasaran produk ini dilakukan dengan dua cara yaitu dengan pemasaran offline dan pemasaran online. Pemasaran offline akan dilakukan dengan penitipan produk di toko cosmetik yang ada di Bandarlampung. Sedangkan pemasaran online akan dilakukan dengan memasarkan produk ke beberapa media sosial (facebook, instagram, dll) dan layanan e-commerce (shopee, lazada, dll), sehingga akan jauh memperluas jangkauan pemasaran produk.
5. Participant/People. Pelaku utama dalam usaha ini tentu saja adalah kami mahasiswa Universitas Lampung dan juga pemilik/pegawai toko yang nantinya akan menjadi tempat pemasaran produk ini. Tempat pemasaran awal dilakukan di daerah Bandarlampung, namun tidak menutup kemungkinan juga kami merima konsumen dari luar Bandarlampung karena kami juga memasarkan produk *Ghamdo Coffee Soap* ini secara online.
6. Process. Pelayanan optimal diberikan berupa garansi kerusakan/ketidaksesuaian produk yang diatur melalui kesepakatan kontrak kerja. Hal ini dilakukan guna menjamin standar dan citra produk. Penetapan standar dan quality control dilakukan melalui proses supervisi produk siap jual, sehingga produk reject tidak sampai ke pelanggan.
7. Physical Evidence. Aspek ini didukung penuh oleh harapan tim pelaksana, yakni harapan dari usaha ini adalah menciptakan produk *Ghamdo Coffee Soap*  yang aman dan tidak menimbulkan alergi serta iritasi ketika di gunakan.

## **Analisis Kelayakan Usaha**

Peningkatan serapan kopi oleh industri merupakan strategi yang perlu dilakukan dalam memperluas diversifikasi produk kopi. Serapan kopi produksi Indonesia berkisar sekitar 35% dan sisanya masih diekspor. Kabupaten Lampung Barat merupakan wilayah banyak ditanami kopi. Selama ini, penjualaan kopi oleh para petani secara langsung hanya dalam kondisi segar. Oleh karena itu, perlu dilakukannya suatu usaha untuk memvariasikan produk olahan kopi setempat. Salah satu usaha tersebut adalah memberdayakan masyarakat agar mampu secara mandiri memanfaatkan potensi daerahnya yaitu dengan pengetahuan dan keterampilan mengenai wirausaha dan teknologi tepat guna proses pembuatan sabun scrub kopi yang dapat dijadikan produk souvenir komoditas lokal. Jadi dengan adanya usaha ini dapat menaikkan perekonomian masyarakat Lampung Barat yang mayoritas merupakan petani kopi.

a. Biaya produksi (biaya habis pakai)

Tabel 1. Rencana biaya produksi

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Material** | **Kuantitas** | **Harga Satuan** | **Jumlah** |
| 1. |  Minyak Kelapa Sawit |  250 Ml |  Rp. 23.000/2L |  Rp. 450,- |
| 2. |  Minyak Kelapa |  150 Ml |  Rp. 35.000/L |  Rp. 5250,- |
| 3. |  Minyak Zaitun |  100 mL |  Rp 46.325/250mL |  Rp. 18.530,- |
| 4. |  Pewarna makanan |  5 Ml |  Rp. 4500/30mL |  Rp 750,- |
| 5. |  Pewangi |  10 Ml |  Rp. 1100/mL |  Rp. 11.000,- |
| 6. |  NaOH |  250 mL |  Rp. 28.200/kg |  Rp 6200,- |
| 7. |  Asam Stearat |  50 gr |  Rp. 58.500/500gr |  Rp. 5850,- |
| 8. |  Gliserin |  10 Ml |  Rp. 13.000/100 mL |  Rp. 1300,- |
| 9. |  Camperlan |  20 mL |  Rp. 30.000/100 mL |  Rp. 6000,- |
| 10. |  Kemasan |  25 biji |  Rp. 500/biji |  Rp. 12.50 |
| SUB TOTAL  | Rp. 67.830 |

b. Sumber Daya Manusia

tabel 2. Sumber daya manusia

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Kegiatan** | **Kuantitas** | **Harga** | **Jumlah** |
| 1. |  Pembuatan Sabun |  2 orang |  Rp. 1.500.000/30hari |  Rp. 50.000,-/hari/2 orang  |
| 2. |  Pengujian Kualitas |  2 orang |  Rp. 1.000.000/30 hari |  Rp. 33.500,-/hari/2 orang  |
| SUB TOTAL  | Rp. 83.500,-/hari/ c. |

c. Peralatan penunjang dan lain-lain

 tabel 3. Peralatan penunjang dan lain-lain

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Material** | **Kuantitas** | **Harga Satuan** | **Jumlah** |
| 1. |  Cetakan sabun |  3 |  Rp 3000/buah |  Rp. 9000.- |
| 2. |  Listrik |  - Rp. |  791/kwh |  Rp. 791,-  |
| SUB TOTAL | Rp. 9.791.- |

Biaya Total Pengeluaran = Rp 161.121,- dalam 750 gram sabun padat

Biaya Total Pengeluaran per unit sabun = Rp 16.112,- dalam 75 gram sabun padat

# **BAB III METODE PELAKSANAAN**

## 3.1 Sosialisasi

Tahap sosialisasi dilaksanakan di lokasi mitra kerja yaitu di Way Mengaku, Balik Bukit, Lampung Barat. Sosialisasi ini ditujukan kepada seluruh karyawan mitra, baik yang bertugas dibagian pendistribusian maupun yang bertugas dibagian pengemasan. Sosialisai yang dilaksanakan bertujuan untuk memberikan informasi serta pemahaman awal mengenai Ghamdo Coffe Soap yang berbahan kopi bubuk. Sosialisasi ini diawali dengan pemaparan meteri oleh tim pengusul, diskusi dan tanya jawab antara mitra kerja dengan tim pengusul.

## 3.2 Pelatihan

Tahap pelatihan merupakan tahap implementasi dari tahap sosialisasi. Tahap pelatihan ini diawali dengan tahap demonstrasi produk yang ditujukan kepada seluruh karyawan PT. Armada. Tahapan pelatihan ini akan dilakukan praktek dan diskusi mengenai produk sampai seluruh pegawai mitra kerja memahami tahapan demi tahapan dalam pembuatan Ghamdo Coffe Soap . Tahapan – tahapan pelatihan mencakup:

1) Mempersiapkan alat dan bahan

2) Teknik mencetak dari adonan yang telah dibuat.

3) Teknik proses

## 3.3 Pendampingan

Tahap pendampingan ini merupakan proses pendampingan dalam pembuatan yang dilakukan oleh para pegawai PT. Armada dan didampingi oleh tim pelaksana. Tahap pendampingan ini dilaksanakan setelah mitra usaha mengusai tahapan demi tahapan dalam pembuatan Ghamdo Coffee Soapseperti yang sudah disosialisasikan dan didemonstrasikan oleh tim pengusul. Tahap pendampingan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada mitra terkait proses yang belum dimengerti dan melatih mitra agar bisa memproduksi secara mandiri Ghamdo Coffee Soap dengan baik.

# **BAB IV BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN**

## 1 Anggaran Biaya

Adapun anggaran yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4. Anggaran Biaya

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No.** | **Jenis Pengeluaran** | **Biaya** |
| 1. |  Sumber daya manusia |  Rp. 83.500.- |
| 2. |  Bahan habis pakai |  Rp. 67.830.- |
| 3. |  Perjalanan |  Rp. 400.000,- |
| 4. |  Lain-lain |  Rp. 9.791,- |
|  | TOTAL |  Rp. 561.000,- |

## 4.2 Jadwal Kegiatan

Tabel 5. Jadwal kegiatan

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No. | Jenis Kegiatan.  | Bulan |
|  1 |  2 |  3 |  4 |  5 |
| 1 |  Persiapan |  |  |  |  |  |
| 2 |  Proses produksi |  |  |  |  |  |
| 3 |  Promosi |  |  |  |  |  |
| 4 |  Pemasaran |  |  |  |  |  |
| 5 |  Monitoring dan evaluasi |  |  |  |  |  |
| 6 |  Pembuatan laporan akhir |  |  |  |  |  |

# **Daftar Pustaka**

[*"Apa Itu Kopi Lampung? Dan Jenisnya"*](https://web.archive.org/web/20200922035236/https%3A/ahlikopilampung.com/2018/02/17/apa-itu-kopi-lampung-dan-jenisnya/). ahlikopilampung. 2018-02-17. Diarsipkan dari [*versi asli*](https://ahlikopilampung.com/2018/02/17/apa-itu-kopi-lampung-dan-jenisnya/) tanggal 2020-09-22

Montratama, Ian (2019-01-02). [*Indonesia Inc*](https://books.google.co.id/books?id=x0uHDwAAQBAJ&pg=PA230&dq=kopi+lampung&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwj6jqL88bbpAhVUXSsKHdp4BkcQ6AEIPzAD#v=onepage&q=kopi%20lampung&f=false). Elex Media komputindo. [*ISBN*](https://id.wikipedia.org/wiki/International_Standard_Book_Number) [*978-602-04-8652-9*](https://id.wikipedia.org/wiki/Istimewa%3ASumber_buku/978-602-04-8652-9).

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

# **Lampiran 1. Biodata Ketua dan Anggota**

1. Identitas Diri

1.Biodata Ketua

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.  | Nama Lengkap  | Aulya Saverin |
| 2.  | Jenis Kelamin  | Perempuan  |
| 3.  | Program Studi  | PENDIDIKAN BAHASA LAMPUNG  |
| 4.  | NPM  | 2113046056 |
| 5.  | Tempat dan Tanggal Lahir  | Way Mengaku, 14 April 2000  |
| 6.  | Alamat E-mail  | Aulyasaverin14@gmail.com |
| 7.  | Nomor Telepon/HP  | 082282906424 |

1. Kegiatan kemahasiswaan yang sedang/pernah diikuti

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| NO  | Jenis Kegiatan  | Status dalam kegiatan  | Waktu dan tempat  |
| 1.  |  Stadium General | Panitia  | 15 Oktober 2022 di GSG Unila |
| 2.  | Kongres Bahasa Lampung 1  | Panitia  | 8-9 Desember 2022 di Hotel Bukit Randu Bandar Lampung  |

1. Penghargaan Yang Pernah Diterima

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No  | Jenis penghargaan  | Pihak pemberi penghargaan  | Tahun  |
|   | -  | -  |   |

Bandar Lampung, 1 Desember 2023 Ketua Tim

Aulya Saverin

1. Identitas Diri

1.Biodata Anggota

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.  | Nama Lengkap  | Ima Permata Sari  |
| 2.  | Jenis Kelamin  | Perempuan  |
| 3.  | Program Studi  | PENDIDIKAN BAHASA LAMPUNG  |
| 4.  | NPM  | 2113046060  |
| 5.  | Tempat dan Tanggal Lahir  | Kota Napal, 14 Agustus 2002  |
| 6.  | Alamat E-mail  | imamobile2@gmail.com  |
| 7.  | Nomor Telepon/HP  | 085669799439  |

1. Kegiatan kemahasiswaan yang sedang/pernah diikuti

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| NO  | Jenis Kegiatan  | Status dalam kegiatan  | Waktu dan tempat  |
| 1.  | Tabligh Akbar Ngaji Bareng Muzammil Hasballah  | Panitia  | 14 Oktober 2022 di Islamic Center Bandar Lampung  |
| 2.  | Kongres Bahasa Lampung 1  | Panitia  | 8-9 Desember 2022 di Hotel Bukit Randu Bandar Lampung  |

1. Penghargaan Yang Pernah Diterima

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No  | Jenis penghargaan  | Pihak pemberi penghargaan  | Tahun  |
|   | -  | -  |   |

## Lampiran 2 Justifikasi Anggaran Kegiatan

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Material** | **Kuantitas** | **Harga Satuan** | **Jumlah** |
| 1. |  Minyak Kelapa Sawit |  250 mL |  Rp. 23.000/2L |  Rp. 450,- |
| 2. |  Minyak Kelapa |  150 mL |  Rp. 35.000/L |  Rp. 5250,- |
| 3. |  Minyak Zaitun |  100 mL |  Rp 46.325/250mL |  Rp. 18.530,- |
| 4. |  Pewarna makanan |  5 mL |  Rp. 4500/30mL |  Rp 750,- |
| 5. |  Pewangi |  10 mL |  Rp. 1100/mL |  Rp. 11.000,- |
| 6. |  NaOH |  250 mL |  Rp. 28.200/kg |  Rp 6200,- |
| 7. |  Asam Stearat |  50 gr |  Rp. 58.500/500gr |  Rp. 5850,- |
| 8. |  Gliserin |  10 mL |  Rp. 13.000/100 mL |  Rp. 1300,- |
| 9. |  Camperlan |  20 mL |  Rp. 30.000/100 mL |  Rp. 6000,- |
| 10. |  Kemasan |  25 biji |  Rp. 500/biji |  Rp. 12.50 |
| SUB TOTAL  | Rp. 67.830 |

b. Sumber Daya Manusia

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Kegiatan** | **Kuantitas** | **Harga** | **Jumlah** |
| 1. |  Pembuatan Sabun |  2 orang |  Rp. 1.500.000/30hari |  Rp. 50.000,-/hari/2 orang  |
| 2. |  Pengujian Kualitas |  2 orang |  Rp. 1.000.000/30 hari |  Rp. 33.500,-/hari/2 orang  |
| SUB TOTAL  | Rp. 83.500,-/hari/ c. |

c. Peralatan penunjang dan lain-lain

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Material** | **Kuantitas** | **Harga Satuan** | **Jumlah** |
| 1. |  Cetakan sabun |  3 |  Rp 3000/buah |  Rp. 9000.- |
| 2. |  Listrik |  - Rp. |  791/kwh |  Rp. 791,-  |
| SUB TOTAL | Rp. 9.791.- |

d. Anggaran Biaya

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No.** | **Jenis Pengeluaran** | **Biaya** |
| 1. |  Sumber daya manusia |  Rp. 83.500.- |
| 2. |  Bahan habis pakai |  Rp. 67.830.- |
| 3. |  Perjalanan |  Rp. 400.000,- |
| 4. |  Lain-lain |  Rp. 9.791,- |
|  | TOTAL |  Rp. 561.000,- |

## Lampiran 3 Susunan Organisasi Tim Kegiatan dan Pembagian Tugas

. Pembagian tugas tim pelaksana kegiatan

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Nama /Npm** | **Program****studi** | **Bidang ilmu** | **Alokasi waktu****( jam /minggu)** | **Uraian Tugas** |
| 1.  | Aulya Saverin  | Pendidikan bahasa lampung  | Bahasa lampung  | 12 jam/minggu  |  | Bertangggung jawab dalam produksi Ghamdo Coffee Soap, Membantu dalam promosi dan pemasaran  |
| 2.  | Ima Permata Sari  | Pendidikan Bahasa Lampung  | Bahasa Lampung  | 12 jam/minggu  |  | Bertanggung jawab terhadap laporan keuangan usaha, Membantu dalam produksi Ghamdo Coffee Soap  |

## Lampiran 4 Surat Pernyataan Ketua Pelaksana

SURAT PERNYATAAN KETUA PELAKSANA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

|  |  |
| --- | --- |
| Nama  | : Aulya Saverin |
| NIM  | : 2113046056 |
| Program Studi  | : Pendidikan Bahasa Lampung  |
| Fakultas  | : Keguruan dan Ilmu Pendidikan  |

Dengan ini menyatakan bahwa proposal PKM-K saya dengan judul “Ghamdo Coffee Soap” yang diusulkan tahun anggaran 2022 adalah asli karya kami dan belum pernah dibiayai oleh Lembaga atau sumber dana lain.

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

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

|  |  |
| --- | --- |
|  | Bandarlampung, 1 Desember 2023Yang menyatakan,(Aulya Saverin)NPM. 2113046056 |