

PROPOSAL KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA

(Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Ujian Akhir Semester Mata Kuliah Bisnis Digital)



**INOVASI DESAIN BUNGKUS KOPI SEBAGAI UPAYA MEMPERKENALKAN
PRODUK DAN BUDAYA LAMPUNG DI MANCANEGARA.**

Dosen Pengampu :
Wartariyus, S.Kom., M.T.I.

Diusulkan Oleh:

Ketua

Elsa Astari Dwi : 2113046028

Anggota

M. Aziz Rifqian :2211231048

**PENDIDIKAN BAHASA LAMPUNG
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan	3
1.4 Luaran yang diharapkan.....	3
1.5 Manfaat	3
BAB 2 GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA.....	4
2.1 Gambaran Produk	4
2.2 Analisis Pasar.....	5
2.3 Analisis kelayakan usaha	5
2.3 Promosi	5
2.4 Rencana Pemasaran	6
2.5 Analisis Kelayakan Usaha Asumsi	6
BAB 3 METODE PELAKSANA	8
3.1 Tahap Awal.....	8
3.2 Tahap inti	8
3.3 Tahap akhir	9
BAB 4 BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN	10
4.1 Anggaran biaya	10

4.2	Jadwal Kegiatan	10
LAMPIRAN	11
Lampiran 1.	Biodata ketua, anggota	11
Lampiran 2.	Justifikasi Anggaran Kegiatan	13

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Biaya Produksi.....	
Table 2. Rencana biaya alat.....	
Table 3. Biaya Kegiatan.....	
Table 4. Total biaya yang diperlukan.....	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kemasan yang akan di beri inovasi desain celugam.....

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Provinsi Lampung merupakan provinsi penghasil kopi terbesar kedua di Pulau Sumatera dilihat dari persentase hasil produksi kopi Lampung yaitu 16% dari total produksi kopi di Indonesia (Kementrian Kominfo,2018). Meskipun Provinsi Lampung berada di peringkat kedua dibawah Provinsi Sumatera Selatan dalam jumlah produksi kopi, menurut Syafrudin (Ketua *Specialty coffe association of Indonesia*) kopi dari Provinsi Sumatera Selatan belum di kelola dengan optimal juga banyak hasil produksi kopi yang dijual dan dikelola di Provinsi Lampung sehingga Kopi Sumatera Selatan kurang dikenal dibandingkan dengan Kopi Lampung. Kabupaten Lampung Barat merupakan wilayah dengan angka produksi terbesar di Provinsi Lampung, yaitu mencapai 52.543 ton/tahun (BPS Provinsi Lampung, 2018). Kota Liwa yang menjadi ibukota Kabupaten Lampung Barat ditetapkan sebagai Pusat Kegiatan Wilayah (PKW), dan dua pusat permukiman lainnya yaitu Krui dan Fajar Bulan ditetapkan sebagai Pusat Kegiatan Lokal (PKL).

Kabupaten Lampung Barat (Lambar) merupakan daerah penghasil kopi robusta terbesar dengan lahan terluas di Provinsi Lampung (BPS Provinsi Lampung, 2018). Kopi (Robusta) adalah primadona dan komoditas unggulan di Kabupaten Lampung Barat dengan luas tanam 60.483,7 Ha dengan produksi lebih dari 38.419,2 ton setiap tahunnya. Kopi robusta juga memiliki rasa yang khas dan disukai oleh banyak kalangan masyarakat. Dengan demikian, banyak industry mikro yang memasarkan produk kopi robusta sampai ke mancanegara. Namun dalam tahap pemasaran produk kopi tersebut, kemasan yang digunakan cenderung kurang menarik.

Peran kemasan sangat penting dalam menyampaikan pesan yang terkandung di dalam kemasan sehingga diharapkan dapat memikat (*eyecatching*) calon konsumen. Hess (2014) menyebutkan bahwa kualitas pengemasan memiliki peran penting dalam membangun hubungan yang menguntungkan antara merek dengan

konsumen. Bagaimanapun produk yang baik harus dikemas dengan kemasan yang baik agar dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai dan kualitas suatu produk.

Kemasan merupakan tantangan bagi perkembangan dan kemajuan industri mikro. Banyak persoalan yang dihadapi ketika ingin memiliki kemasan yang tepat. Persoalan-persoalan tersebut adalah struktur kemasan, desain grafis, sampai pada pembuatan kemasan. Struktur kemasan biasanya terkait dengan bahan, ukuran, dan bentuk kemasan. Desain grafis biasanya terkait dengan apa yang ingin dikomunikasikan kepada konsumen. Baik sisi desain struktur maupun desain grafis kemasan harus tepat agar kualitas kopi yang baik selalu terjaga dan persepsi kualitas kopi yang baik juga selalu melekat. Struktur kemasan berpengaruh dalam menjaga kualitas aroma dan rasa kopi dari paparan sinar matahari dan oksigen. Sementara desain grafis kemasan sangat penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen terkait keputusan membeli.

Terdapat banyak desain kemasan kopi robusta yang beredar di pasaran, namun masih banyak juga usaha mikro memiliki kemasan yang kurang menarik. Untuk itu pada proposal ini penulis akan menginovasikan kemasan kopi tersebut dengan menambahkan motif ciri khas dari Lampung Barat yaitu motif Cilugam. Hal tersebut bertujuan agar kemasan lebih menarik sehingga dapat meningkatkan minat konsumen. Selain itu, desain kemasan bermotif Cilugam ini juga bertujuan untuk mengenalkan kekayaan budaya Lampung. Keunggulan dari kemasan ini ialah ia memiliki tampilan yang lebih menarik dan dapat memberikan ketertarikan tersebut kepada masyarakat luas agar lebih menggali lagi kebudayaan yang ada di Lampung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat disimpulkan rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana peluang usaha “Inovasi Desain Bungkus Kopi Sebagai Upaya Memperkenalkan Produk dan Budaya Lampung di Mancanegara”?
2. Bagaimana cara pembuatannya

1.3 Tujuan

Tujuan program kreativitas mahasiswa kewirausahaan pembuatan usaha “Inovasi Desain Bungkus Kopi Sebagai Upaya Memperkenalkan Produk dan Budaya Lampung di Mancanegara” sebagai sebuah upaya memperkenalkan budaya Lampung kepada masyarakat luas dengan memasukkan desain unsur celugam ke bungkus kopi khas Lampung Barat juga sebagai upaya pelestarian kebudayaan Lampung agar tetap eksistensi di era milenial.

1.4 Luaran yang diharapkan

Luaran yang di harapkan untuk PKM-K ini yaitu :

1. Dengan adanya usaha “Inovasi Desain Bungkus Kopi Sebagai Upaya Memperkenalkan Produk dan Budaya Lampung di Mancanegara” dapat menjadikan celugam sebagai warisan kebudayaan Lampung yang harus dijaga dan dilestarikan.
2. Diharapkan dapat meningkatkan kreativitas mahasiswa dalam melihat peluang usaha sehingga dapat memperoleh nilai jual.

1.5 Manfaat

1. Bagi tim pelaksana
Sebagai suatu wadah penyaluran kreativitas dalam melihat peluang usaha guna meningkatkan pengetahuan, pengalaman dan menumbuhkan jiwa berwirausaha bagi para mahasiswa.
2. Bagi masyarakat
Diharapkan dapat mengenal lebih dalam kebudayaan yang ada di Lampung.

BAB 2 GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

2.1 Gambaran Produk

Inovasi Desain Bungkus Kopi Sebagai Upaya Memperkenalkan Produk dan Budaya Lampung di Mancanegara ini memiliki karakteristik yang khas dan berbeda dari pada kemasan produk yang sebelumnya dimana pada kemasan ini ditambahkan gambar unsur cilugam sebagai sebuah ikon masyarakat Lampung Barat yang bertujuan untuk memperkenalkan motif khas tersebut kepada masyarakat luas.

Keunggulan produk dibandingkan produk lain di pasaran. Keunggulan desain produk ini yaitu memiliki motif cilugam sebagai daya tarik bagi para konsumen, karena belum ada produk kopi robusta yang menggunakan motif cilugam sebagai sebuah inovasi yang menarik. Sehingga diharapkan dapat memenuhi pasar agar lebih diminati.



Gambar 1. Kemasan yang akan di beri inovasi desain celugam

2.2 Analisis Pasar

Proses produksi produk ini dilakukan dengan persiapan yang baik, desain produk akan terus dilakukan pembaharuan supaya tidak monoton dan menarik konsumen yang lebih luas. Ada beberapa strategi pemasaran yang digunakan yaitu :

- a. Di dalam melakukan segmentasi dapat dilakukan di wilayah Lampung Barat dan sekitarnya. Kondisi pasar belum banyak yang menggunakan motif cilugam untuk desain bungkus kopi menjadi nilai sendiri. Motif yang menarik diharapkan agar banyak yang tertarik pada desain ini dan banyak juga yang tertarik untuk menikmati kopi Robusta Lampung Barat.
- b. Yang menjadi target pasar ialah pasar mancanegara, karena potensi desain ini bukan hanya untuk pemenuhan pasar di Lampung tetapi untuk luar Provinsi dan ekspor mancanegara.
- c. *Positioning* adalah penanaman citra pada pihak konsumen. Produk yang ditawarkan, berbeda dengan produk lainnya karena produk ini memiliki ciri khas tersendiri serta mempunyai keunggulan dari produk yang lainnya.

2.3 Analisis kelayakan usaha

Pada saat akan memulai usaha baru, hal yang perlu diperhatikan adalah biaya. Disini biaya dibagi menjadi dua jenis yaitu biaya investasi dan biaya variabel. Biaya investasi yaitu biaya pertama yang harus dikeluarkan hingga usaha siap untuk dijalankan. Sedangkan biaya variabel merupakan biaya yang harus dikeluarkan secara rutin setiap periode selama usaha tersebut memiliki nilai ekonomis. Maka dari itu diperlukan pemasaran yang memiliki peluang agar biaya yang di harapkan dapat tercapai.

2.3 Promosi

Proses promosi pada usaha produk desain bungkus kopi ini dilakukan secara offline dan online. Secara offline dilakukan dengan penyampaian secara langsung ke konsumen. Secara online atau melalui media social seperti Facebook, Twitter, Instagram dan lainnya dilakukan dengan mengunggah foto produk ataupun video

dokumentasi tentang produk desain bungkus kopi ini sehingga akan menarik minat konsumen. Dengan hal tersebut produk ini akan cepat dikenal oleh masyarakat sehingga proses promosi ini akan menjadi kunci keberhasilan dalam pemasaran produk.

2.4 Rencana Pemasaran

Proses pemasaran produk ini dilakukan secara offline dan online. Secara offline dilakukan dengan penyampaian secara langsung ke target pasar yang telah ditentukan sebelumnya selain itu dilakukan dengan menitipkan di toko-toko atau kafe-kafe. Selain itu, juga dapat dilakukan dengan mendirikan stan pada acara-acara yang dibuat oleh pemerintah ataupun lainnya, seperti pasar malam atau lainnya. Secara online dilakukan melalui Facebook, Twiter, Instagram, dan lainnya. Dengan media sosila maka akan mempermudah konsumen dalam pemesanan barang, selain melalui media social kami akan memasarkan produk kami melalui toko online, karena pada zaman sekarang masyarakat cenderung lebih banyak melakukan transaksi jual beli melalui took online seperti bukalapak, shopee, lazada, tokopedia,dll.

2.5 Analisis Kelayakan Usaha Asumsi

Dalam perencanaan program ini, di asumsikan bahwa dalam waktu sebulan akan mampu memproduksi 500 buah bungkus kopi desain cilugam. Sehingga dapat diperhitungkan biaya produksi yang dibutuhkan untuk 500 buah bungkus kopi motif cilugam adalah seperti berikut.

a. Biaya produksi (biaya habis pakai)

Table 1. rencana biaya tetap

No.	Uraian	Volume	Satuan	Harga satuan	Jumlah (Rp)
1.	Plastik kemasan	500	Pcs	Rp. 1.000,	Rp. 500.000,
2.	Laptop	1	Buah	Rp. 6.000.000	Rp. 6.000.000
3.	Mesin cetak	1	Buah	Rp. 685.000,	Rp. 685.000,

4.	Kabel penghubung	3	Buah	Rp. 50.000,	Rp. 150.000,
5.	Pemeliharaan peralatan produksi				Rp. 150.000,
Total Modal Operasional					Rp. 7.485.000,

Tabel 2. Rencana biaya alat

No.	Uraian	Volume	Satuan	Harga Satuan	Jumlah
1.	Mesin cetak	1	Buah	Rp. 685.000,	Rp. 685.000,
2.	Kabel penghubung	3	Buah	Rp. 50.000,	Rp. 150.000,
Total Modal Operasional					Rp. 835.000,

Total biaya produksi + biaya alat = hasil

$$\text{Rp.7.485.000} + \text{Rp.835.000} = \text{Rp.8.320.000,}$$

b. Hasil Usaha

HU = jumlah produksi x harga jual

$$\text{HU} = 500 \times \text{Rp.25.000} = \text{Rp. 12.500.000,}$$

c. Laporan Laba atau rugi

L/R = HU – BP, karena HU > BP, maka

$$\text{L/R} = \text{Rp.12.500.000,} - \text{Rp. 7.485.000,} = \text{Rp. 4.655.000,}$$

d. Break Event Point (BEP)

BEP = BP : total produksi

$$\text{BEP} : \text{Rp. 7.485.000} : 500 = \text{Rp.14,970}$$

Jadi, titik balik modal produk desain bungkus kopi ini akan di dapatkan apabila harga jual persatuan adalah Rp. 14,970

e. Benefit Cost (B/C) Ratio

B/C Rasio = HU : BP

$$\text{B/C} = \text{Rp.12.500.000} : \text{Rp.7.845.000} = 1,59$$

Jadi dari sebanyak Rp. 7.845.000 Biaya yang dikeluarkan akan diperoleh hasil usaha 1,59 kali lipat, sehingga sangat layak untuk di usahakan.

f. Return of investment (ROI)

$$\text{ROI} = (\text{Laba} : \text{BP}) \times 100\%$$

$$\text{ROI} = (\text{Rp. 4.655.000} : \text{Rp. 7.845.000}) \times 100\% = 0,59$$

Jadi dari biaya produksi sebesar Rp. 7.845.000 Yang dikeluarkan akan diperoleh keuntungan sebesar 0,59% untuk penggunaan modal usaha yang sangat efektif.

g. Jangka Waktu Modal Kembali (JWP)

$$\text{JWP} = (\text{Investasi} + \text{BP}) : (\text{L} \times \text{lama produksi})$$

$$\text{JWP (G)} = (\text{Rp.835.000} + \text{Rp. 7.845.000}) : (\text{Rp.4.655.000} \times 1 \text{ bulan}) = 1,9 \text{ bulan}$$

Artinya, modal akan kembali setelah lama produksi 1,9 bulan.

BAB 3 METODE PELAKSANA

Secara umum, kegiatan produksi desain bungkus kopi ini dilakukan beberapa tahap yaitu

3.1 Tahap Awal

Pada tahap awal, akan dilakukan beberapa perencanaan sebelum melakukan tahap produksi, promosi dan pemasaran :

- a. Pertama-tama akan dilakukan perencanaan tentang bagaimana desain yang akan dibuat dalam proses produksi, selain itu akan dilakukan perencanaan proses promosi dan pemasaran desain bungkus kopi ini supaya dapat menarik minat masyarakat terhadap produk ini.
- b. Melaksanakan diskusi mengenai kegiatan survei ke mitra usaha, serta persiapan alat dan bahan yang di butuhkan dalam proses produksi.
- c. Merencanakan dan mempersiapkan perencanaan video dokumentasi untuk kegiatan promosi.

3.2 Tahap inti

Pada tahap inti ini, akan dilakukan tiga proses, yaitu

- a. Proses produksi. Pada tahapan ini dilakukan oleh penyusun dengan mengikuti perencanaan yang sudah disepakati pada diskusi. Proses produksi dilakukan setiap tiga kali dalam seminggu sesuai dengan jangka waktu pelaksanaan kegiatan.
- b. Proses promosi. Tahap promosi akan dilakukan secara offline dan online. Secara offline dilakukan dengan penyampaian secara langsung ke konsumen. Secara online atau melalui media social seperti Facebook, Twitter, Instagram dan lainnya dilakukan dengan mengunggah foto produk ataupun video dokumentasi tentang produk desain bungkus kopi ini sehingga akan menarik minat konsumen.
- c. Pemasaran. Tahap pemasaran dilakukan secara offline dan online. Secara offline dilakukan dengan penyampaian secara langsung ke target pasar yang telah ditentukan sebelumnya selain itu dilakukan dengan menitipkan di toko-toko atau kafe-kafe. Selain itu, juga dapat dilakukan dengan mendirikan stan pada acara-acara yang dibuat oleh pemerintah ataupun lainnya, seperti pasar malam atau lainnya. Secara online dilakukan melalui Facebook, Twiter, Instagram, dan lainnya. Dengan media sosila maka akan mempermudah konsumen dalam pemesanan barang.

3.3 Tahap akhir

Tahap akhir akan dilakukan evaluasi. Evaluasi kegiatan akan dilakukan secara bertahap dari awal sampai akhir kegiatan, yang meliputi

- a. Evaluasi terhadap kapasitas produksi
- b. Kualitas produksi
- c. Ketercapaian target pemasaran
- d. Kendala-kendala atau hambatan yang dialami selama pelaksanaan kegiatan
- e. Pemecahan masalah untuk mengembangkan usaha ini jika ada kekurangan baik dalam kapasitas produksi, kualitas produk dan lainnya. Evaluasi ini dilakukan melalui kesepakatan dalam tim pelaksana

BAB 4 BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

4.1 Anggaran biaya

Tabel 3. Justifikasi Anggaran Kegiatan

No.	Jenis pengeluaran	Biaya (Rp)
1.	Peralatan Penunjang	Rp. 835.000,-
2.	Bahan Habis Pakai	Rp. 7.845.000,-
3.	Perjalanan	Rp. 745.000,-
4.	Lain-lain	Rp.310.000,-
Jumlah		Rp. 9.735.000,-

4.2 Jadwal Kegiatan

Adapun program kegiatan kreativitas ini dilaksanakan berdasarkan jadwal kegiatan sebagai berikut:

Table 4. jadwal kegiatan

No.	Kegiatan	Bulan				
		1	2	3	4	5
1.	Pengumuman diterima DIKTI					
2.	Persiapan alat dan bahan produksi					
3.	Produksi, promosi, dan pemasaran					
4.	Evaluasi kegiatan dan pembuatan laporan sementara					
5.	Monev internal					
6.	Penyusunan dan pengumpulan revisi laporan akhir					
7.	Monev DIKTI					
8.	Pengumpulan tugas akhir					
9.	Pimnas					

LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata ketua, anggota Biodata ketua dan anggota

A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap	Elsa Astari Dwi
2.	Jenis Kelamin	Perempuan
3.	Program Studi	Pendidikan Bahasa Lampung
4.	NPM	2113046028
5.	Tempat dan Tanggal Lahir	Padang Cahya, 05 januari 2003
6.	Alamat E-mail	Elsaadwi2003@gmail.com
7.	Nomor telepon/Hp	085840760313

B. Kegiatan mahasiswa yang sedang/pernah di ikuti

No.	Jenis Kegiatan	Status dalam kegiatan	Waktu dan tempat
1.	Hmjpbs	Anggota bidang social	2021/unila
2.	Panitia Semarak Bahasa dan Seni	Pj lomba duet song	2022/unila
3.	Forkom sekubal	Sekretaris bidang dana dan usaha	2021/unila

C. Penghargaan Yang Pernah di terima

No.	Jenis Penghargaan	Pihak pemberi penghargaan	Tahun
1.	-	-	-

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat di pertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari di jumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dana pengajuan PKM-K.

Bandar Lampung, 11 desember 2022
Ketua tim



Elsa Astari Dwi

Anggota 1**D. Identitas Diri**

1.	Nama Lengkap	M. Aziz Rifqian
2.	Jenis Kelamin	Laki-laki
3.	Program Studi	Tadris Bahasa Indonesia
4.	NPM	2211231048
5.	Tempat dan Tanggal Lahir	Lampung, 29 november 2002
6.	Alamat E-mail	mazirifqian@gmail.com
7.	Nomor telepon/Hp	081379279863

E. Kegiatan mahasiswa yang sedang/pernah di ikuti

No.	Jenis Kegiatan	Status dalam kegiatan	Waktu dan tempat
1.	PERSMA mahapena	Anggota	2022/IAI Darussalam
2.			

F. Penghargaan Yang Pernah di terima

No.	Jenis Penghargaan	Pihak pemberi penghargaan	Tahun
2.	-	-	-

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat di pertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari di jumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dana pengajuan PKM-K.

Bandar Lampung, 11 desember 2022
Ketua tim



M. Aziz Rifqian

Lampiran 2. Justifikasi Anggaran Kegiatan

1. Jenis perlengkapan	Volume	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
Mesin cetak	1	Rp. 685.000,	Rp. 685.000,
Kabel penghubung	3	Rp. 50.000,	Rp. 150.000,
SUBTOTAL (RP)			Rp. 835.000,
2. Bahan Habis	Volume	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
- Plastik kemasan	500	Rp. 1.000,	Rp. 500.000,
- Laptop	1	Rp. 6.000.000	Rp. 6.000.000
- Mesin cetak	1	Rp. 685.000,	Rp. 685.000,
- Kabel penghubung	3	Rp. 50.000,	Rp. 150.000,
- Pemeliharaan peralatan produksi			Rp. 150.000,
SUBTOTAL (RP)			Rp. 7.485.000,
3. Perjalanan	Volume	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
- Pembelian Bahan	5	Rp. 75.000,	Rp. 375.000,
- Pemasaran	4	Rp. 25.000	Rp. 100.000
SUBTOTAL (RP)			Rp. 475.000,-
4. Lain-lain	Volume	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
- Pulsa listrik	2	Rp. 50.000,	Rp. 100.000,
- Pembuatan Laporan	3	Rp. 30.000	Rp. 90.000
- Pulsa Internet	2	Rp. 60.000,-	Rp. 120.000,-
SUBTOTAL (RP)			Rp. 310.000,-
TOTAL 1+2+3+4 (RP)			Rp. 9.735.000,-