

**LAPORAN AKHIR
PROGRAM PEMBINAAN MAHASISWA WIRAUSAHA (P2MW)**



**OLEH:
UNIVERSITAS PAKUAN
NAMA-NAMA KELOMPOK DIDANAI :
BUDIDAYA PAKAN TERNAK NEW HOPE FEED (SHRIMP WASTE)
BOUQUET KAMPOS FLOWERS
BUDIDAYA MAGGOT BSF ATASI MASALAH DUNIA DAN HASILKAN OMSET
BESAR (MAGGOT SUPER BSF)
KURSI ECOFRIENDLY**

**UNIVERSITAS PAKUAN
2023**

DAFTAR ISI

BAB 1.....	2
PENDAHULUAN.....	2
1.1 LATAR BELAKANG.....	2
1.2 TUJUAN.....	4
BAB 2.....	5
PELAKSANAAN PROGRAM P2MW.....	5
2.1 PROFIL UNIVERSITAS PAKUAN	5
2.2 PELAKSANAAN PROGRAM	6
2.2.1 DESKRIPSI	6
2.2.2 KENDALA YANG DIHADAPI.....	6
2.2.3 STRATEGI MENGHADAPI KENDALA.....	7
2.2.4 CAPAIAN PROGRAM	7
2.2.5 DAMPAK PROGRAM.....	8
2.3 EVALUASI PELAKSANAAN PROGRAM	9
BAB 3.....	10
PELAKSANAAN PROGRAM KELOMPOK USAHA MAHASISWA.....	10
WELLFISH ; MAKANAN.....	Error! Bookmark not defined.
KISA COLLECTIVE STUDIO ; INDUSTRI KREATIF, SENI, BUDAYA,	
DAN PARIWISATA	Error! Bookmark not defined.
BAB 4.....	29
PENUTUP.....	42
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

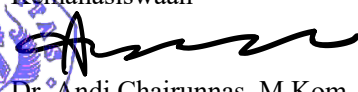
Lembar Pengesahan
Program Pembinaan Mahasiswa Kewirausahaan 2023

1. Kode Perguruan Tinggi : 041004
2. Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan
3. Alamat Perguruan Tinggi : Jalan Pakuan No. 1 Kota Bogor
4. Email Perguruan Tinggi : rektorat@unpak.ac.id
5. Nama Unit Pelaksana : Satgas P2MW
6. Nama Penanggung Jawab/Pengelola : Bayu Dwi Prasetyo, S.E., M.M.
7. Nomor HP Kontak Penanggung Jawab/Pengelola : +62 818-170-162
8. Email Penanggung Jawab/Pengelola : bayudwip@unpak.ac.id
9. Jumlah Kelompok yang Didanai : 4
10. Uraian Usaha Didanai :
 - A. Nama Usaha : Bouquet Kampos Flowers
 - Tahapan Usaha : Bertumbuh
 - Kategori : Industri Kreatif
 - Ketua : Irna Amalia Dea
 - NIM : 021121032
 - Pendamping : Hasrul S.E., M.M.
 - NIP/NIDN/NIK : 0420106903
 - Jumlah Anggota : 5 Orang
 - B. Nama Usaha : New Hope Feed
 - Tahapan Usaha : Awal
 - Kategori : Budidaya
 - Ketua : Laila Afifah Ramadhanti
 - NIM : 021121419
 - Pendamping : Hasrul S.E., M.M.
 - NIP/NIDN/NIK : 0420106903
 - Jumlah Anggota : 5 Orang
 - C. Nama Usaha : Maggot Super BSF
 - Tahapan Usaha : Awal
 - Kategori : Budidaya
 - Ketua : Teuku Harisul Qolbi
 - NIM : 021121077
 - Pendamping : Hasrul S.E., M.M.
 - NIP/NIDN/NIK : 0420106903
 - Jumlah Anggota : 3 Orang
 - D. Nama Usaha : Kursi Eco-Friendly
 - Tahapan Usaha : Bertumbuh
 - Kategori : Industri Kreatif
 - Ketua : Muhammad Rizki Saputra
 - NIM : 062120056
 - Pendamping : Usep Suhendar, M.Si.
 - NIP/NIDN/NIK : 0415079002
 - Jumlah Anggota : 3 Orang

Bogor, November 2023

Wakil Rektor Bidang Akademik dan
Kemahasiswaan

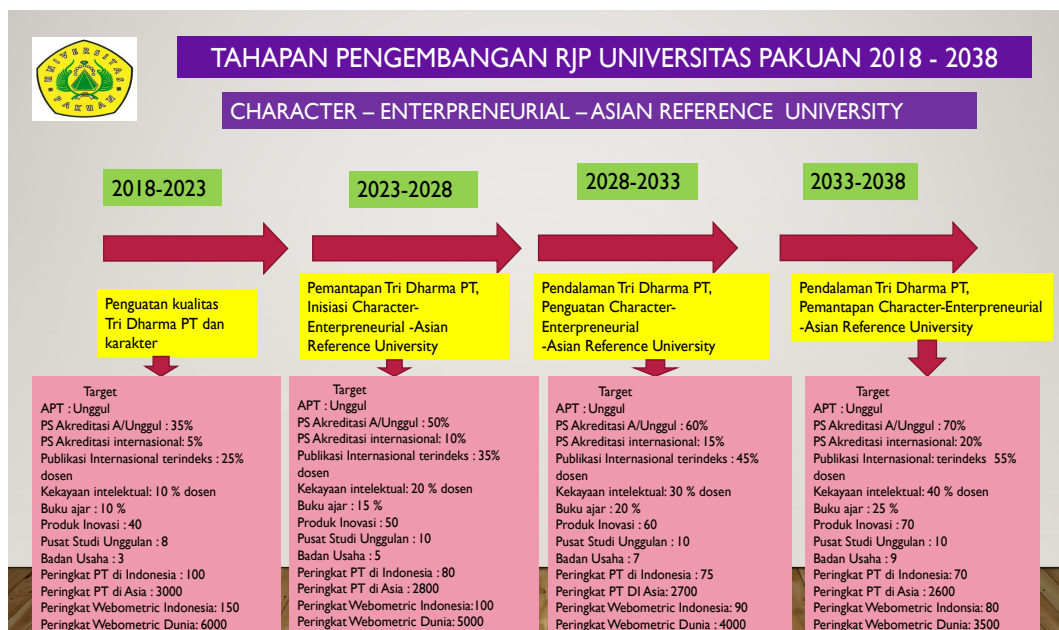



Dr. Andi Chairunnas, M.Kom., M.Pd.
NIDN. 0416127104

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Kewirausahaan menjadi bidang yang difokuskan oleh Universitas Pakuan. Dalam Rencana Strategis (Renstra) Universitas Pakuan, kewirausahaan menjadi salah satu capaian. Universitas Pakuan telah menetapkan capaian jangka panjangnya untuk menjadi perguruan tinggi yang memiliki karakter, mengarah ke pembentukan jiwa entrepreneurial bagi mahasiswa dan lulusannya serta menjadi perguruan tinggi rujukan tingkat Asia (Character-Entrepreneurial- Asian Reference University). Universitas Pakuan menargetkan 40% lulusan menjadi wirausaha. Berikut ini adalah Renstra Universitas Pakuan.



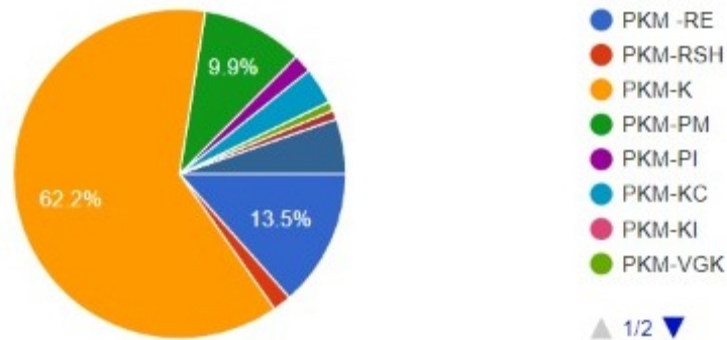
Gambar 1.1 Renstra Univeritas Pakuan

Untuk mencapai tujuan jangka panjang, dibuat dalam empat tahap pengembangan, yaitu tahap pertama (2018-2023) adalah tahap Penguatan Tri Dharma Perguruan Tinggi dan karakter. Tahap kedua (2023-2028) adalah tahap Pemantapan Tri Dharma Perguruan Tinggi dan Inisiasi Character-Entrepreneurial-Asian Reference University. Tahap ketiga (2028-2033), adalah tahap Pendalaman Tri Dharma Perguruan Tinggi dan Penguatan Character-Entrepreneurial- Asian Reference University. Tahap keempat (2033-2038) adalah tahap Pendalaman Tri Dharma Perguruan Tinggi dan Pemantapan *Character-Entrepreneurial- Asian Reference University*.

Untuk mewujudkan Renstra, khususnya di bidang wirausaha, Universitas Pakuan membangun *support system*, yakni kegiatan akademik, unit kewirausahaan dan *business incubator*, dan program kewirausahaan. *Support system* itu mampu mendorong minat mahasiswa terhadap wirausaha dan meningkatkan aktivitas kewirausahaan di Universitas Pakuan.

Mahasiswa Universitas Pakuan memiliki minat yang tinggi di bidang wirausaha. Hal ini terlihat dari usulan proposal Program Kreativitas Mahasiswa

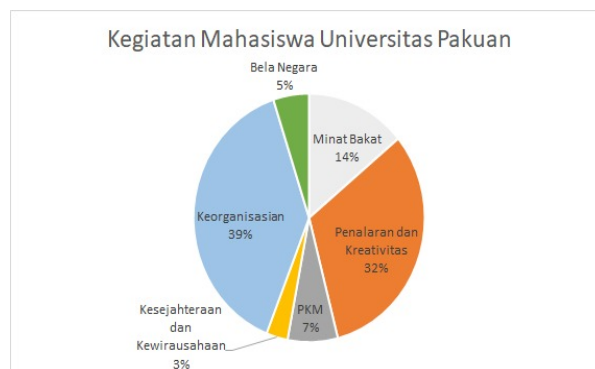
(PKM) Tahun 2022. Pada PKM Tahun 2022, banyak proposal PKM Kewirausahaan yang diusulkan oleh mahasiswa. Proposal PKM Kewirausahaan menempati posisi pertama dalam sebagai proposal terbanyak di Universitas Pakuan. Berikut ini adalah digramnya.



Gambar 1 2 Persentase Usulan Proposal PKM Tahun 2022 Universitas Pakuan

Gambar 2 memperlihatkan bahwa proposal PKM Kewirausahaan menjadi proposal yang paling banyak diusulkan, yakni sebanyak 62,2%. Sementara itu, proposal usulan PKM RE menempati urutan kedua sebagai proposal yang banyak diajukan oleh mahasiswa, yakni 13,5%. Kemudian, proposal usulan PKM Pengabdian Mahasiswa termasuk proposal yang banyak diusulkan, yakni 9,9%.

Ketertarikan mahasiswa terhadap bidang wirausaha terlihat pada keikutsertaan mahasiswa pada Program Holistik Pembinaan dan Pemberdayaan Desa (PHP2D) dan Wiradesa. Meskipun kedua program itu adalah program pengabdian kepada masyarakat, kedua program tersebut berkaitan dengan kewirausahaan karena program tersebut melibatkan badan usaha milik desa (bumdes). Berikut ini adalah table keikutsertaan mahasiswa dalam kegiatan PHP2D dan Wira Desa.



Gambar 1 3 Kegiatan Organisasi Mahasiswa Universitas Pakuan

Gambar 3 menjelaskan jenis kegiatan ormawa di Universitas Pakuan berdasarkan hasil survey yang dilakukan pada tahun 2021. Kegiatan Keorganisasian memiliki proporsi yang tinggi, yakni 39% dari seluruh kegiatan kemahasiswaan yang dilaksanakan pada tahun 2021. Sedangkan, kegiatan Kesejahteraan dan

Kewirausahaan hanya sebesar 3%. Artinya, aktivitas ormawa belum berfokus pada kegiatan kewirausahaan. Hal tersebut terjadi karena ormawa di Universitas Pakuan berwujud organisasi kader sehingga Dana Kegiatan Kemahasiswaan (DKK) terserap pada kegiatan keorganisasian dan penalaran dan kreativitas. Mereka tidak mengalokasikan DKK untuk kegiatan kewirausahaan.

Dari uraian di atas, dapat dilihat permasalahan yang terjadi di Universitas Pakuan dalam pembinaan kewirausahaan. Masalah yang terjadi adalah mahasiswa Universitas Pakuan memiliki masalah permodalan. Dengan demikian, ketika ada kegiatan yang terkait dengan pemberian modal, mahasiswa memiliki antusias yang tinggi, misalnya pada kegiatan PKM Kewirausahaan, PHP2D, Wiradesa, dan KWP. Sementara itu, aktivitas kewirausahaan mahasiswa rendah saat modal diadakan secara mandiri melalui DKK.

Oleh sebab itu, Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) menjadi program yang penting bagi mahasiswa Universitas Pakuan. Hal ini terjadi karena dua hal. Pertama, P2MW sesuai dengan Renstra Universitas Pakuan, yakni menjadi universitas rujukan kewirausahaan di Asia. Kedua, aktivitas wirausaha di Universitas Pakuan masih rendah karena mahasiswa memiliki masalah dengan permodalan, sementara itu antusiasme mahasiswa terhadap kegiatan kewirausahaan tinggi.

1.2 TUJUAN

P2MW di Universitas Pakuan bertujuan

1. meningkatkan kompetensi mahasiswa dalam kepemimpinan, yakni kemampuan kepemimpinan kolaboratif, kemampuan pemecahan masalah, dan kemampuan berinovasi;
2. meningkatkan kompetensi mahasiswa dalam kewirausahaan;
3. meningkatkan kegiatan kewirausahaan di universitas pakuan;
4. memenuhi indikator kinerja utama universitas pakuan;
5. mengembangkan jejaring kerja sama dengan dunia usaha dan dunia industri (dudi) untuk menciptakan ekosistem yang kondusif untuk pengembangan kewirausahaan berbasis pada pengalaman.

BAB 2

PELAKSANAAN PROGRAM P2MW

2.1 PROFIL UNIVERSITAS PAKUAN

Universitas Pakuan berdiri sejak tahun 1980 sebagai hasil penggabungan beberapa perguruan tinggi swasta di kota Bogor saat itu. Unpak telah berkembang pesat, dan kini memiliki 36 prodi yang bernaung dalam enam Fakultas, Sekolah Vokasi, dan Sekolah Pascasarjana. Program pendidikan yang tersedia di Unpak meliputi program akademik (S1, S2, S3), program vokasi (D3), dan program profesi. Pada tahun 2021, sebanyak 22% prodi telah Terakreditasi A, dan 69,5% prodi Terakreditasi B.

Dalam aspek pengelolaan manajemen, sebanyak tiga fakultas dan satu unit kerja (Lembaga Penjaminan Mutu Internal, LPMI) telah tersertifikasi ISO 9001:2015. Keadaan ini menjadi bukti bahwa penyelenggaraan manajemen proses belajar mengajar, maupun Tridharma secara umum di Unpak berjalan dengan baik. Prestasi ini merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap kinerja dan mutu pendidikan di Unpak, sehingga mereka mempercayakan pendidikan putra putrinya di kampus ini.

Unpak juga memfasilitasi kegiatan kemahasiswaan, baik akademik, maupun non akademik, melalui penyediaan 18 unit kegiatan mahasiswa (UKM), yang dapat mengakomodasi minat dan bakat mahasiswa. Kegiatan-kegiatan yang lebih terkait dengan keprofesian, difasilitasi dalam unit Himpunan Mahasiswa (Hima) pada setiap prodi.

Cukup banyak mahasiswa Unpak yang telah menorehkan prestasi membanggakan dalam berbagai event kejuaraan, baik tingkat lokal, regional, nasional, bahkan internasional. Pada tahun 2019-2020 tercatat diraih 12 prestasi pada tingkat LLDikti, 28 prestasi tingkat nasional (antara lain: Program Kreativitas Mahasiswa Kemdikbud tahun 2019, finalis Olimpiade Nasional MIPA 2019; Juara 1 Kejuaraan Karate Kata Beregu Putri Hexa Cup V 2019; Juara III Lomba Debat Pekan Ilmu Pemerintahan Tingkat Nasional 2019; pemenang Program Kewirausahaan Pemuda tahun 2019 dan 2020), serta 5 prestasi tingkat internasional, yaitu: Presenter Terbaik, Individu Terbaik, dan Group Terbaik pada kompetisi “International Geomapping of Gua Musang” di Kelantan Malaysia; peserta SEA Teacher 2019 di Filipina, dan Penyaji konferensi internasional di Surabaya) (sumber: Laporan Rektor 2019). Kegiatan kemahasiswaan lainnya yang meraih prestasi nasional, adalah Program Kewirausahaan Pemuda Tahun 2019 dan 2020, yang diselenggarakan oleh Kemenpora RI bersama 23 PT nasional, termasuk Unpak. Sebanyak tujuh mahasiswa memenangkan kompetisi ini di tahun 2019, dan 10 mahasiswa di tahun 2020. Mereka berhasil mendapatkan insentif modal usaha, dan pendampingan Kemenpora untuk mewujudkan/mengembangkan bisnisnya.

Universitas Pakuan memiliki Inkobator Bisnis sebagai wadah yang dapat dimanfaatkan para mahasiswa dan alumni untuk mengembangkan bisnisnya. Inkubator bisnis terbentuk pada tahun 2022 dan memiliki berbagai program, yakni podcast dan workshop.

2.2 PELAKSANAAN PROGRAM

2.2.1 DESKRIPSI

Berdasarkan surat keputusan, Universitas Pakuan memiliki empat kelompok mahasiswa yang lolos dan mendapat pendanaan dalam kegiatan P2MW. Kelompok mahasiswa tersebut bergerak dalam bidang produk makanan, budi daya, kerajinan, dan jasa. Mereka telah memulai usaha sejak tahun 2023. Pada kegiatan P2MW ini, mereka berhasil mengembangkan usahanya karena pendanaan yang diberikan pada program ini. Selain bantuan dana, mereka juga mendapatkan pembimbingan dari unit Inkubator Bisnis Universitas Pakuan dan dosen pendamping.

Kegiatan yang dilaksanakan pada P2MW ini adalah (1) pembekalan, (2) pendampingan, (3) monitoring, (4) evaluasi, (5) pelaporan. Berikut ini adalah uraian kegiatan dan capaiannya.

Join Workshop

Pembekalan dilaksanakan pada bulan Agustus—Oktober 2023. Join workshop melibatkan tiga universitas, yakni Universitas Pakuan, Universitas Juanda, dan Universitas Yarsi. Pada tahap ini, mahasiswa diberi materi yang dapat membantu mereka dalam melaksanakan kegiatan P2MW. Materi yang akan diberikan pada tahap ini adalah (1) motivasi, (2) pemanfaatan aplikasi untuk pencatatan keuangan, (3) strategi pemasaran, (4) sistematika pelaporan kegiatan. Kegiatan ini bertujuan memberi kemampuan kepada mahasiswa dalam memecahkan masalah dan merumuskan solusi atas masalah; meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam mencatat laporan keuangan; memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang sistem pelaporan kegiatan.

Pendampingan Lapangan

Pendampingan lapangan dilaksanakan sepanjang kegiatan oleh dosen pendamping. Dosen pendamping dan gugus tugas P2MW mendampingi mahasiswa di lapangan. Kegiatan ini membantu mengidentifikasi dan memberikan solusi atas persoalan yang dihadapi mahasiswa.

Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilaksanakan pada bulan September—Oktober 2023, gugus tugas melakukan monitoring terhadap mahasiswa yang melaksanakan P2MW. Gugus tugas P2MW memastikan mahasiswa melaksanakan tugas dan pelaporan, yakni mengisi *logbook* yang telah disediakan. Kegiatan ini meninjau pelaksanaan kegiatan P2MW dan mempersiapkan mahasiswa untuk monitoring tingkat nasional.

Pelaporan

Tahap ini dilaksanakan pada bulan November 2023. Mahasiswa pelaksana P2MW dan satuan gugus tugas P2MW Universitas Pakuan menuliskan laporan hasil kegiatan.

2.2.2 KENDALA YANG DIHADAPI

Secara umum, kegiatan dapat dilaksanakan dengan sukses dan lancar. Meskipun demikian, terdapat kendala yang dihadapi oleh mahasiswa dan satuan tugas P2MW Universitas Pakuan. Berikut ini adalah kendala yang dihadapi.

1. Koordinasi antara satuan tugas, mahasiswa pelaksana, dosen pendamping yang kurang berjalan dengan lancar. Hal tersebut terjadi karena terdapat kelompok yang memiliki kendala komunikasi dengan dosen pendamping, sehingga beberapa kegiatan tidak berjalan dengan baik.

2.2.3 STRATEGI MENGHADAPI KENDALA

Untuk mengatasi kendala tersebut, Satgas P2MW Universitas Pakuan mengadakan koordinasi dengan kepala unit dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan. Setelah itu, satgas P2MW Universitas Pakuan membuat *timeline* pelaksanaan kegiatan agar kegiatan dapat dimonitoring dan dievaluasi. Selanjutnya, P2MW mendorong percepatan pencairan dana pendampingan dari Universitas Pakuan.

2.2.4 CAPAIAN PROGRAM

Program ini mampu meningkatkan kompetensi mahasiswa dalam kepemimpinan, yakni kemampuan kepemimpinan kolaboratif, kemampuan pemecahan masalah, dan kemampuan berinovasi. Hal ini terlihat dari survei yang dilakukan oleh satgas P2MW Universitas Pakuan.

Berikut ini adalah hasil survei.

Kemampuan	Mean	Keterangan
Berpikir Kritis		
Saya menarik kesimpulan sendiri berdasarkan analisis angka, fakta, atau informasi yang relevan	3,85	Tinggi
Mencoba memecahkan masalah kompleks atau menjawab pertanyaan yang memiliki solusi terbuka (open ended)	3,75	Tinggi
Saya menganalisis argumen, perspektif, atau solusi yang bersaing untuk suatu masalah	4,0	Tinggi
	3,98	Tinggi
Kolaborasi		
Saya bekerja berpasangan atau kelompok kecil untuk menyelesaikan tugas Bersama	4,57	Tinggi
Saya bekerja dengan mahasiswa lain untuk menetapkan tujuan dan membuat rencana penyelesaian problem/tugas	4,06	Tinggi
Saya menghasilkan produk/karya bekerja sama dengan mahasiswa lain	4,21	Tinggi
	4,35	Tinggi
Komunikasi		
Saya mempersiapkan dan menyampaikan presentasi lisan kepada dosen dan atau mahasiswa lain.	3,69	Tinggi

Saya menjawab pertanyaan pada saat presentasi atau diskusi,	3,64	Tinggi
Saya menggunakan struktur data (misalnya, membuat bagan, tabel, atau grafik) dalam produk tertulis atau presentasi lisan.	3,94	Tinggi
	3,79	Tinggi
Inovasi		
Saya menggunakan teknik penciptaan ide seperti brainstorming atau pemetaan konsep	3,64	Tinggi
Saya menghasilkan ide-ide pada saat menghadapi masalah atau pertanyaan	3,99	Tinggi
Saya membuat produk atau pertunjukan orisinal untuk mengekspresikan ide-ide yang saya memiliki	3,58	Tinggi
	3,74	Tinggi

Berpikir Kritis	3,98
Kolaborasi	4,25
Komunikasi	3,79
Inovasi	3,74

Hasil survei menunjukkan bahwa kemampuan abad ke-21 yang dimiliki oleh mahasiswa P2MW tinggi. Kemampuan kolaborasi yang dimiliki tim P2MW menjadi poin yang sangat tinggi, yakni 4,25 poin. Kemudian, berpikir kritis mendapat nilai 3,98. Sementara itu, komunikasi dan inovasi mendapat nilai 3,79 dan 3,74. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan P2MW mampu meningkatkan kemampuan abad ke-21, yakni kemampuan berpikir kritis, komunikasi, inovasi, dan kolaborasi, mahasiswa secara signifikan.

Selain itu, dari kegiatan monitoring, terlihat bahwa mahasiswa peserta P2MW mengalami peningkatan kemampuan dalam bidang kewirausahaan. Hal ini terjadi karena satgas P2MW, dosen pendamping, dan kepala unit Inkubator Bisnis melakukan pembekalan dan pelatihan kepada mahasiswa P2MW. Pelatihan yang dilaksanakan adalah (1) pelatihan pemasaran digital dan (2) pemanfaatan teknologi dalam menjalankan usaha.

Kemudian, kegiatan P2MW ini juga mampu meningkatkan aktivitas kewirausahaan di Universitas Pakuan. Hal ini terlihat dari jumlah kegiatan kewirausahaan yang dilaksanakan di Universitas Pakuan. Pada periode kepemimpinan yang baru, Universitas Pakuan telah mengadakan kompetisi proposal inovasi kewirausahaan dan lomba artikel inovasi kewirausahaan. Terdapat 72 proposal dan artikel yang mengikuti lomba. Kegiatan ini dilaksanakan untuk menstimulasi mahasiswa untuk berkegiatan dalam bidang kewirausahaan.

2.2.5 DAMPAK PROGRAM

Program ini memiliki dampak

1. meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam berkolaborasi, berinovasi, dan berkomunikasi;
2. meningkatkan kemampuan kewirausahaan;
3. meningkatkan aktivitas kewirausahaan.

2.3 EVALUASI PELAKSANAAN PROGRAM

Berdasarkan pelaksanaan program, kendala, dan strategi yang dilakukan, evaluasi pelaksanaan program ini adalah sebagai berikut.

1. Unit Inkubator Bisnis Universitas Pakuan harus berperan aktif dalam pelaksanaan kegiatan P2MW dari penyusunan proposal, pelaksanaan program, hingga evaluasi program.
2. Sistem pendukung dalam bidang kemahasiswaan (Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kemahasiswaan, Direktur Kemahasiswaan, dan Asisten Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan) dapat bersinergi dalam pelaksanaan program.
3. Lembaga Penjamin Mutu Universitas Pakuan dapat terlibat dalam proses monitoring dan evaluasi.
4. Universitas Pakuan dapat membuat SOP untuk melaksanakan kegiatan P2MW.

BAB 3
PELAKSANAAN PROGRAM KELOMPOK USAHA MAHASISWA

- Kategori, Budidaya
- 1. New Hope Feed

A. TIM

Nama	:	Laila Afifah Ramadhanti
NIM	:	021121419
Peran	:	Ketua
Tugas	:	Manajer Personalia
Nama	:	Rayhan Akbar Arwinsyah
NIM	:	021121422
Peran	:	Anggota
Tugas	:	Manajer Usaha
Nama	:	Muhammad Rizki Maulana
NIM	:	021121423
Peran	:	Anggota
Tugas	:	Manajer Usaha
Nama	:	Alifia Nur Oktaviani
NIM	:	021121429
Peran	:	Anggota
Tugas	:	Manajer Keuangan
Nama	:	Khaerunnisya Syiftri Drajat
NIM	:	021121430
Peran	:	Anggota

Tugas	:	Manajer Produksi
Nama Dosen Pendamping	:	Hasrul, S.E., M.M.
NIP/NIDN	:	0420106903
Nama Pendamping/Mentor	:	Bayu Dwi Prasetyo, S.E., M.M
NIP/NIDN/NIK	:	0416129101

B. Ringkasan Eksekutif

VISI: Visi dari usaha Pakan Ternak New Hope Feed adalah meningkatkan produksi pakan ternak yang berprotein tinggi dari limbah udang.

MISI: pemanfaatan limbah udang yang terdiri dari kepala dan kulit udang untuk menghasilkan pakan ternak sebagai sumber protein alternative dari tepung ikan

PELAYANAN: Pakan Ternak New Hope Feed menyediakan Pakan Ternak dengan kualitas protein yang baik dengan harga yang terjangkau.

PERMASALAHAN: Pakan Ternak New Hope Feed mengalami permasalahan dalam melakukan Nomor Induk Berusaha dikarenakan merasa harus ada beberapa yang dipertimbangkan.

SOLUSI: Pakan Ternak New Hope Feed harus melakukan uji lab dulu untuk dipastikan aman dan persenan yang terkandung dalam komposisi. Untuk saat ini baru tepung udang saja yang sudah di uji lab.

KEKUATAN TIM: Kerja sama tim yang baik dan kompak dapat meningkatkan efektifitas dalam memproduksi Pakan Ternak New Hope Feed. Hal ini karena setiap anggota tim dapat saling membantu dalam produksi, keuangan, dan pemasaran.

SEGMENTASI PASAR : Pakan Ternak New Hope Feed untuk saat ini dapat digunakan untuk berbagai keperluan pakan ikan, unggas, dan hewan peliharaan.

PESAING: Pesaing Usaha budidaya pakan ternak New Hope Feed berada di wilayah Bogor juga. Pesaing ini memiliki keunggulan yang lebih dengan usaha kita, yaitu memiliki toko yang cukup besar.

C. DESKRIPSI USAHA

➤ LATAR BELAKANG

Tepung ikan merupakan salah satu bahan pakan sumber protein hewani yang biasanya digunakan dalam ransum ternak. Kebutuhan ternak akan pakan sumber protein hewani sangat penting, karena memiliki kandungan protein yang relatif tinggi (Purnamasari et al., 2006). Tepung ikan yang baik mempunyai kandungan protein kasar sebesar 58-68% (Sitompul, 2004). Ketersediaan tepung ikan yang sulit mengakibatkan harganya semakin tinggi sehingga perlunya pakan alternatif sumber protein hewani sebagai pengganti tepung ikan. Salah satu pakan yang tersedia dan belum sepenuhnya dimanfaatkan dalam ransum adalah maggot BSF(*Hermetia illucens*) Oleh sebab itu, untuk memenuhi kebutuhan peternak skala

kecil dan menengah perlu bahan pakan alternatif sebagai pengganti tepung ikan ini. Salah satu bahan pakan alternatif adalah limbah udang (*shrimp head waste*).

Menurut Susana (1993) salah satu pilihan sumber protein adalah tepung limbah udang. Tepung limbah udang merupakan limbah industri pengolahan udang yang terdiri dari kepala dan kulit udang. Proporsi kepala dan kulit udang diperkirakan antara 30% – 40% dari bobot udang segar. Bobot kepala dan kulit ini mencapai 60 - 70 % dari bobot yang utuh, sehingga volume limbah kepala dan kulit udang yang dihasilkan mencapai 203,403-325,000 tons pertahun menurut Data Pokok Kelautan dan Perikanan. Faktor positif bagi tepung limbah udang adalah produk ini merupakan limbah yang dimana kebanyakan orang membuang kepala dan kulit udang, kesinambungan penyediaannya terjamin sehingga harganya akan cukup stabil dan kandungan nutrisinya pun bersaing dengan bahan baku lainnya. Industri pengolahan udang beku Indonesia berkembang sangat pesat pada beberapa tahun terakhir ini. Indonesia termasuk negara pengekspor udang terbesar di dunia.

Table produksi udang dan pakan tak terserap

Tahun	Luas lahan (Ha)	Total produksi (Kg)	Total pakan (Kg)	Pakan tidak terserap	
				(Dalam Kg)	(Dalam Ton)
2018	103,63	2.735.872	3.283.046	547.174	547
2019	149,28	3.639.319	4.367.182	727.863	728
2020	107,29	6.032.611	7.239.132	1.206.521	1.207
Total	360,02	12.407.802	14.889.360	2.481.558	2.481

Sumber : DKP DIY, Bantul, KP dan GK.

Secara biologis hewan mengkonsumsi makanan untuk proses hidupnya. Kebutuhan energi untuk fungsi-fungsi tubuh dan memperlancar reaksi-reaksi asam amino dari tubuh. Hal ini menunjukkan ternak hewan dalam mengkonsumsi makanannya digunakan untuk kebutuhan ternak tersebut (Wahju, 1985).

Tingkat protein dan energi metabolisme yang berbeda berpengaruh terhadap konsumsi pakan. Selisih kandungan energi metabolisme pada setiap pakan perlakuannya tidak jauh berbeda, sehingga hewan pada tiap perlakuannya cenderung mengkonsumsi pakan yang sama (Wahju, 1988).

Laju pertumbuhan seekor ternak dikendalikan oleh banyaknya konsumsi ransum dan energi yang diperoleh. Energi merupakan printis pada produksi ternak dan hal tersebut terjadi secara alami. Variasi energi yang di supply pada ternak akan digambarkan pada laju pertumbuhannya (Donald *et al.*, 1995).

Pertambahan berat badan kerap kali digunakan sebagai pegangan berproduksi bagi peternak dan para ahli. Akan tetapi, perlu diketahui bahwa ada bibit hewan yang memang pertambahan berat badannya hebat, tetapi hebat juga pada makanannya. Padahal biaya untuk ransum adalah hal yang terbesar bagi suatu peternak hewan. Oleh karena itu, pertambahan berat badan haruslah pula dikaitkan dengan ransumnya (Rasyaf, 1993).

Rasyaf (1997) menjelaskan bahwa konversi pakan adalah jumlah ransum yang dikonsumsi hewan dalam waktu tertentu untuk membentuk daging atau berat badan. Faktor yang mempengaruhi tingkat konversi pakan antara lain strain, kualitas pakan, keadaan kandang dan jenis kelamin.

Semakin baik mutu ransum, semakin kecil pula konversi ransumnya. Baik tidaknya mutu ransum ditentukan oleh seimbang tidaknya zat-zat gizi dalam ransum itu diperlukan oleh tubuh hewan. Ransum yang kekurangan salah satu unsur gizi akan mengakibatkan hewan tersebut memakan ransumnya secara berlebihan untuk mencukupi kekurangan zat yang diperlukan oleh tubuhnya (Sarwono, 1996).

Kandungan nutrisi tepung limbah dengan pengolahan filtrat air abu sekam	Persen (%)
1. Protein kasar	39,02 %
2. Energi metabolisme	1646,00 %
3. Serat kasar	13,31 %
4. Lemak kasar	1,20 %

Kandungan nutrisi tepung limbah udang fermentasi EM-4	Persen (%)
1. Protein kasar	46,12 %
2. Energi metabolisme	2610 %
3. Serat kasar	9,48 %
4. Lemak kasar	2,30 %

Data diatas diambil dari sumber Loka Penelitian Kambing Potong Sei Putih, 2013.

Adapun tujuan penelitian untuk mengetahui sejauh mana pengaruh penggunaan tepung limbah udang dengan menggunakan udang, garam, bawang putih, dan air. Di dalam ransum terhadap pertambahan bobot badan, konsumsi ransum dan konversi ransum pada hewan.

C. Profil Usaha

Nama usaha : New Hope Feed (*Shrimp Head Waste*)
Kategori usaha : Budidaya (Tahapan Awal)
Alamat Usaha : Kp. Mandala Sari RT 02/03 kelurahan cimandala kecamatan Sukaraja
Logo Usaha :



➤ Dampak Dari Tujuan Mulia Yang Dirasakan Masyarakat

Dampak dari tujuan mulia budidaya New Hope Feed dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat dan lingkungan, terutama dalam hal pengolahan limbah udang yang terdiri dari kepala dan kulit udang, produksi pakan

ternak yang ramah lingkungan, tidak menimbulkan polusi udara, dan terjamin mutu pakan ternak nya.

D. Konsumen Potensial

Jumlah konsumen potensial :

1. Karakteristik calon konsumen potensial
Konsumen potensial dan target pasar dari **NEW HOPE-FEED (SHRIMP HEAD WASTE)** adalah para peternak bebek dan lele dengan penghasilan peternak bebek dan lele sekitar Rp 24.000.000 serta memiliki minat agar hewan ternak berkembang dengan baik
2. Problem atau masalah calon konsumen potensial
Permasalahan yang dihadapi oleh banyak UMKM adalah memiliki keterbatasan dalam pengolahan, karena belum tentu semua produk yang dihasilkan sempurna seperti yang diharapkan. Para pelaku UMKM ini perlu didampingi oleh mitra yang mampu mensupport materi promosi.
3. Potensi pasar
Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (UMKM) tahun 2018, jumlah pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Di wilayah Bogor sendiri, dimana didirikan memiliki potensi pelaku UMKM

Ukuran Pangsa Pasar :

Strategi yang digunakan untuk bersaing dengan kompetitor dan memperluas pangsa pasar sesudah menerima bantuan dana P2MW yaitu tetap Kerjasama dengan para peternak UMKM dari jumlah pelaku usaha di Indonesia dan dengan beriklan melalui jejaring social Facebook Ads dan Marketplace Shopee.

E. Produk

- 1) Prototipe/Produk Final
Setelah menerima pendanaan P2MW dan mulai dikembangkan saat ini produk pakan ternak yang dibuat oleh tim New Hope Feed masih dalam proses pembuatan dengan cara bekerjasama dengan mitra-mitra setempat.
- 2) Legalitas
Saat ini produk pakan ternak New Hope Feed belum ada sertifikat NIB dikarenakan ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan seperti melakukan uji lab terlebih dahulu.
- 3) Pengembangan Produk



Setelah dilakukan pembinaan produk ternak New Hope Feed dimana yang sebelumnya hanya untuk peternak hewan saja tetapi saat ini kami juga sedang mencoba mengembangkan produk dengan cara mengolah limbah udang menjadi tepung udang.

F. Pemasaran

➤ **Omset/sales**

Pakan Ternak New Hope Feed melakukan penjualan produk pakan ternak dan tepung udang kepada para peternak ikan lele dan penghobi ikan hias serta orang yang membutuhkan tepung udang dalam produknya dengan menghasilkan omset Rp 1.014.000 hasil penjualan pakan ternak dan tepung udang.

➤ **Strategi Pemasaran**

Saat ini produk pakan ternak New Hope Feed tidak hanya dipromosikan lewat media facebook saja tetapi kami juga sedang mengusung ide membuka marketplace e-commerce Shopee dan menambah media social Instagram maupun Whatsapp.

➤ **Instrumen Pemasaran**

Setelah pendampingan produk pakan ternak New Hope Feed memperluas pangsa pasar dengan beriklan melalui jejaring social promosi postingan di Instagram dan Marketplace Shopee.

G. Sumber Daya

➤ **Peningkatan Kompetensi**

Setelah dilakukan pembinaan semua tim bekerja sama untuk saling membantu mengembangkan produk pakan ternak New Hope Feed baik dalam proses peningkatan kualitas produknya, proses pemasarannya, dan pengembangan produknya.



➤ **Pengembangan Jejaring, Mitra, Strategi Tenaga Kerja**

Kini tim New Hope feed tidak hanya bermitra dengan peternak hewan tetapi, tim kami mulai mengembangkan produk dengan para reseller dan para pedagang yang membutuhkan tepung udang.

➤ **Kerja Sama Tim**

Setelah dilakukannya pembinaan tim kami mulai memahami tentang mengembangkan produk pakan ternak New Hope Feed dengan baik dan juga lebih memahami teknik promosi yang baik di media social. Dengan lolosnya P2MW ini, kami paham untuk saling membantu satu sama lain dalam tim.

H. Keuangan

➤ **CASH FLOW**

Sebelum

Untuk cash flow usaha New Hope Feed untuk biayanya antara lain terdiri dari komponen biaya terbesar seperti biaya produksi, biaya pemasaran, dan biaya riset produk. Sedangkan untuk biaya pendapatan cash inflow berasal dari instansi yang bekerjasama.

Sesudah

Setelah pendanaan cash flow untuk usaha New Hope Feed outflow untuk biaya antara lain biaya produksi, biaya pemasaran, dan biaya riset produk, selain itu ada penambahan biaya sosialisasi terhadap UMKM dan peternak itu adalah komponen terbesar untuk outflow. Sedangkan inflow berasal dari instansi yang bekerjasama.

➤ **PENDAPATAN**

Pakan Ternak New Hope Feed melakukan penjualan produk kepada para peternak ikan lele dan penghobi ikan hias, dengan omset dari kepala dan kulit udang terjual dengan harga per 150 gr Rp 12.000 dan menghasilkan penjualan sebesar Rp.444.000, dan tepung udang terjual sebanyak dengan harga satuan 6000/pcs dengan berat 250 gr, sehingga menghasilkan penjualan sebesar Rp.570.000, jadi total Pendapatan produk New Hope Feed sebesar Rp. 1014.000.

➤ **LABA BERSIH**

New Hope Feed memiliki pendapatan sebesar Rp 1.014.000 dengan mendapatkan laba bersih Rp. 937.650 kami akan terus mengupayakan agar kami mendapatkan keuntungan yang maksimal dan tidak mengalami kerugian.

Kategori Industri Kreatif
Tahapan Bertumbuh
Bouquet Kampos Flowers

A. TIM

Nama	:	Irna Amalia Dea
NIM	:	021121032
Peran	:	Ketua
Tugas	:	Manajer Keuangan dan Produksi
Nama	:	Ambar Oktalia Sari
NIM	:	021121017
Peran	:	Anggota
Tugas	:	Manajer Pemasaran
Nama	:	Rahmah Kulsum
NIM	:	021121026
Peran	:	Anggota
Tugas	:	Manajer Pemasaran
Nama	:	Davyna Daffa Deandra
NIM	:	021121001
Peran	:	Anggota
Tugas	:	Manajer Operasional
Nama	:	Devany Deffa Deandrea
NIM	:	021121002
Peran	:	Anggota

Tugas	:	Editting
Nama Dosen Pendamping	:	Hasrul S.E.,M.M.
NIP/NIDN	:	0420106903
Nama Pendamping/Pengelola PT	:	Bayu Dwi Prasetyo, S.E., M.M.
NIP/NIDN	:	0416129101

B. RINGKASAN EKSEKUTIF

VISI

: Visi dari usaha Bouquet Kampos Flowers adalah menjadi penyedia jasa rangkaian bouquet yang berkualitas dan terpercaya dengan variasi design yang mengikuti trend (up to date) sehingga mampu meningkatkan minat membeli para customer di seluruh Indonesia serta senantiasa membawa kebahagiaan dan kepuasan kepada customer kami.

MISI

:

- Memberikan pelayanan terbaik dengan selalu merespon pesan dan pertanyaan dengan cepat.
- Melayani dengan sepenuh hati dan merespon cepat permintaan customer.
- Memberikan produk yang berkualitas dengan harga yang kompetitif dengan bisnis sejenis.
- Selalu berkomitmen untuk selalu memberikan kepuasan kepada para customer dengan menjaga kualitas, harga, serta mempercepat waktu pengerjaan pesanan agar bisa datang tepat waktu kepada customer.

PELAYANAN

: Bouquet Kampos Flowers menyediakan berbagai macam bouquet yang sangat up to date mengikuti trend yang ada dengan kualitas yang baik dan pilihan harga yang beragam sehingga sangat terjangkau karena para customer bisa menyesuaikan.

PERMASALAHAN

: Bouquet Kampos Flowers mengalami permasalahan dalam ekspedisi pengiriman jika melalui pemesanan online karena jika customer membeli bouquet besar dan packaging kami memakai kardus dengan aman maka pasti akan terkena volume

SOLUSI

sehingga menjadikan adanya biaya tambahan pada ongkos kirim di aplikasi belanja online.
: Bouquet Kampos Flowers sudah berusaha semaksimal mungkin memberikan yang terbaik untuk para customer, dengan adanya permasalahan pada biaya tambahan pada ongkir karena terkena volume maka kami pihak Bouquet Kampos Flowers bergabung program Star Seller pada Shopee sehingga ketika kami selaku pembisnis atau toko berhasil bergabung pada program ini maka para customer bisa terpotong biaya ongkirnya dengan minimal pembelanjaan yang telah ditentukan oleh pihak shopee.

KEKUATAN TIM

: Kerja sama tim yang baik dapat meningkatkan kualitas pelayanan serta produksi Bouquet Kampos Flowers dengan lebih efektif dan baik. Hal ini karena setiap anggota tim dapat saling bantu sesuai dengan tugas masing-masing.

SEGMENTASI PASAR

: Bouquet dapat digunakan untuk berbagai keperluan untuk memberikan hadiah kepada seseorang pada acara tertentu, seperti sebagai hadiah pada acara graduation, perpisahan sekolah, ulangtahun, anniversary, wedding, hari guru, hari ibu, ulangtahun, dan lain-lain.

PESAING

: Pesaing usaha bouquet pada Bouquet Kampos Flowers ini berada di wilayah yang sama. Pesaing ini memiliki keunggulan yang sama dengan usaha kita, yaitu memiliki akses yang sama terhadap bahan baku, tenaga kerja, dan pasar.

C. DESKRIPSI USAHA

➤ LATAR BELAKANG

Bouquet merupakan bisnis atau usaha yang bergerak pada kategori Industri Kreatif. Pada saat ini usaha ataupun bisnis Bouquet sedang meningkat karena banyaknya peminat yang membutuhkan untuk berbagai macam kegiatan atau moment seperti ulangtahun, graduation, hadiah, dan yang lainnya. Sehingga semakin banyak orang yang mencari pengrajin atau yang menjual bouquet yang banyak pilihannya.

➤ PROFIL USAHA

Nama usaha	: Bouquet Kampos Flowers
Kategori usaha	: Industri Kreatif (Tahapan Bertumbuh)
NIB	: 2509230017741
Alamat Usaha	: Cuheuleut Pakuan, Baranangsiang, Bogor Timur, Kota Bogor, Jawa Barat

Logo Usaha :



➤ **Dampak Dari Tujuan Mulia Yang Dirasakan Masyarakat**

Dampak dari tujuan mulia dari Bouquet Campos Flowers ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat disekitar dan lingkungan, terutama dalam hal pembelian bahan produksi sehingga sedikit banyaknya perekonomian sekitar terbantu.

D. KONSUMEN POTENSIAL

Jumlah Konsumen Potensial :

Sebelum

Sebelum mendapat pembinaan dan pendanaan P2MW Bouquet Campos Flowers memiliki Pelanggan Potensial yang hanya mencakup individu atau kelompok yang menunjukkan minat atau kecenderungan untuk menjadi konsumen dari produk Bouquet Campos Flowers, yaitu mereka yang pernah melakukan pembelian sebelumnya atau dalam kategori ini termasuk teman-teman, kerabat, keluarga penjual dan lingkungan sekitar saja.

Sesudah

Pelanggan potensial setelah mendapat pembinaan dan pendanaan P2MW yaitu terjadi peningkatan dimana pelanggan individu atau kelompok yang belum pernah melakukan pembelian dari Bouquet Campos Flowers mulai menunjukan minat pada produk ini seperti mengunjungi media social atau mulai bertanya pada pihak Bouquet Campos Flowers. Pelanggan potensial ini termasuk konsumen di dalam dan luar kampus serta di luar kota Bogor.

Ukuran Pangsa Pasar :

Sebelum

Strategi yang digunakan untuk bersaing dengan kompetitor dan memperluas pangsa pasar sebelum mendapat pembinaan dan pendanaan P2MW yaitu dengan mengandalkan relasi penjual dan media social serta menetapkan harga yang terjangkau bagi mahasiswa sebagai konsumen dengan minat paling tinggi pada produk usaha ini.

Sesudah

Strategi yang digunakan untuk bersaing dengan kompetitor dan memperluas pangsa pasar sesudah mendapat pembinaan dan pendanaan P2MW yaitu meningkatkan pemasaran melalui media digital dengan mencoba beriklan online berbayar serta melakukan kerja sama dengan beberapa acara seperti yang terbaru adalah Acara pemilihan Putri Hijab Fluencer Jawa barat 2023 serta Acara Graduation Putri Hijab Academy Kota Bogor dan Kota Bandung. Terjadi

peningkatan yang cukup signifikan, bahkan usaha ini mendapatkan penghargaan owner dan penghargaan bisnis pada acara Grand Final Putri Hijab Jawa Barat 2023, serta berhasil membawa lebih dari 50 bouquet untuk memeriahkan acara tersebut.

E. PRODUK

1) Prototipe/Produk Final (Produk Yang Siap Jual)

Sebelum

Pengusulan produk yang masih berupa ide dan gambaran



Pada usaha bouquet ini memiliki target pasar yang cukup luas dan banyak diantaranya yaitu pada acara ulang tahun, kelulusan, wisuda, anniversary, pernikahan, hadiah sunatan, hadiah hari ibu, hadiah hari guru dan acara lainnya. Target konsumen dari Bouquet Kampos Flowers adalah semua kalangan, namun lebih tertuju kepada kalangan remaja hingga dewasa dan bagi mereka yang sedang mencari berbagai macam bouquet untuk segala acara mulai dari hadiah ataupun souvenir acara.

Sesudah

Beberapa gambar produk final atau produk siap jadi.



2) Legalitas Sebelum

Bouquet Campos Flowers belum mempunyai legalitas usaha

Sesudah

Saat ini Bouquet Campos Flowers sudah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai legalitas usaha.

Dengan Nomor Induk Berusaha (NIB) : 2509230017741



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2509230017741

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

1. Nama Pemilik Usaha	: IRNA AMALIA DEA
2. Alamat	: KPTEGAL, AGEM, DESA TANJUNGPASAR, KEC. TANJUNGPASAR, KAB. BOGOR, PROVINSI JAWA BARAT
3. Nomor Telepon Seluler	: +6281664175010
4. Kode Klasifikasi Risiko Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)	: 47111
5. Sifat Usaha	: Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kesehatan, pendaftaran kepemilikan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan kinerja Wajib Laporan Keterangan Usaha di Perusahaan (VKLUUP).

Pemilik Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Ditentukan di Jakarta, tanggal: 25 September 2023

**Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 25 September 2023

1. Dokumen ini diterbitkan dalam sistem OSS berdasarkan data dari Pemilik Usaha, terlampir dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pemilik Usaha.
2. Dalam hal terjadi kecurangan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini tidak dapat digunakan secara elektronik tanpa persetujuan tertulis dari instansi yang menerbitkan dokumen ini (KEMENDAGRI).
4. Data mengenai Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.

3) Pengembangan Produk

Sebelum

Awal mula bouquet kampos flowers terbuat ini karna banyak nya peminat karena adanya kegiatan seperti ulangtahun, pensi sekolah, sempro kuliah dan lain-lain nya yang membuat ide agar membuat bisnis bouquet yang sedang ramai dibutuhkan oleh para remaja pelajar sekolah hingga mahasiswa. Sehingga pada akhirnya melakukan kegiatan pemasaran menggunakan sosial media yang ada sebagai sarana utama untuk memasarkan produk sehingga konsumen dapat melihat produk bouquet kampos flowers setiap saat kapanpun mereka mau dan memilih produk yang manakah sesuai dengan keinginan mereka.

Sesudah

Setelah adanya pembinaan P2MW ini kami mendapat sangat banyak pembelajaran dalam mengembangkan usaha bouquet kampos flowers. Seperti kreasi membuat bouquet yang lebih inovatif dan kreatif. Adanya pembinaan P2MW ini juga produk bouquet kampos flowers menjadi lebih banyak dikenal oleh mahasiswa di kampus kami dan kami dapat mengembangkan pemasarannya menjadi lebih luas. Walaupun banyak pesaing, akan tetapi sudah banyak calon konsumen dan pelanggan yang mempercayai bouquet kampos flowers untuk membuat pesanan yang mereka inginkan dan butuhkan sehingga pesanan pun terus semakin meningkat.

F. PEMASARAN

1. Omset/sales

Sebelum

Sebelumnya, rata-rata omset perbulan yang didapatkan oleh Bouquet Kampos Flowers adalah Rp.1.000.000 sampai Rp.2.000.000, dengan menerapkan strategi membuat promo tertentu dan membuat pilihan harga dari variasi yang tersedia.

Sesudah

Saat ini, omset Bouquet Kampos Flowers mencapai Rp.6.000.000 dengan menerapkan strategi yang sama seperti sebelumnya

2. Strategi Pemasaran

Sebelum

1. Melakukan Promosi dengan Konsisten melalui sosial media yang ada
2. Mengetahui target pasar yang dituju pada setiap produknya
3. Membuat para customer senang dan puas dengan orderannya
4. Menyediakan pilihan harga yang berbagai macam sehingga customer dapat memilih sesuai dengan keinginannya
5. Membuat promo atau diskon pada saat tertentu

Sesudah

Setelah mendapat hibah P2MW kami mencoba iklan pra bayar di media sosial seperti TIK TOK dan bekerja sama dengan influencer dalam bentuk endorse, paid promote serta berkolaborasi untuk memperluas pemasaran dan mengikuti setiap

event yang ada. Bekerjasama dalam berbagai macam event sehingga dapat meningkatkan penjualan kami.

3. Instrumen Pemasaran (Online dan Offline)

Sebelum

1. Product (Produk)

Produk yang sudah ada harus lebih ditingkatkan kualitasnya hal ini agar para customer puas dan senang. Sebagai penjual kita juga harus mengikuti trend ataupun kebutuhan disekitar agar produk yang ada selalu update dan tidak terlewat trend yang ada.

2. Price (Harga)

Menentukan harga yang tepat pada setiap produknya dan menyediakan pilihan harga yang beragam sehingga para customer bisa memilih sendiri produk dan harga yang sesuai dengan keinginannya

3. Place (Tempat)

Dengan menyediakan pilihan offline dan online akan mempermudah para customer untuk menjangkau produk yang kita jual. Untuk para customer sekitaran wilayah kami produksi mereka boleh bertemu kami secara offline dalam pengambilan ataupun memilih produk, namun untuk para customer yang jauh dari wilayah kami produksi maka mereka bisa melakukan pemilihan produk secara online hingga pengirimannya pun bisa kami lakukan secara online dengan menggunakan jasa ekspedisi yang ada.

4. Promotion (Promosi)

Sama seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, kami mempromosikan produk kami menggunakan sosial media yang ada karena bisa lebih dijangkau banyak orang dan perlahan kami mencoba iklan berbayar di media sosial untuk lebih memperluas pasar dan jangkauan di media sosial

Sesudah

Bouquet Kampus Flowers sampai sekarang masih menggunakan Instrumen Pemasaran yang sama seperti sebelumnya yang menggunakan Instrumen Pemasaran:

1. Product (Produk)

2. Price (Harga)

3. Place (Tempat)

4. Promotion (Promosi)

G. SUMBER DAYA

1. Peningkatan Kompetensi

Peningkatan Kompetensi secara Mandiri sebelum mendapatkan pendanaan/pembinaan P2MW:

Sebelum mendapatkan pembinaan P2MW ini, Bouquet Kampus Flowers melakukan peningkatan kompetensi secara mandiri, diantaranya, yaitu

1. **Penelitian Mandiri:** Melakukan riset dan belajar mandiri melalui buku, artikel, tutorial online, dan sumber daya lainnya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang yang relevan.

2. Pelatihan Online Gratis: Memanfaatkan sumber daya pelatihan online gratis yang tersedia di platform seperti Coursera, edX, atau Khan Academy untuk mengikuti kursus-kursus yang relevan dengan keahlian yang ingin ditingkatkan.
3. Praktikum atau Proyek Pribadi: Melakukan praktikum atau proyek pribadi untuk mengasah keterampilan dan menerapkan pengetahuan dalam lingkungan praktis.

Peningkatan Kompetensi setelah mendapatkan pendanaan/pembinaan P2MW:

Setelah mendapatkan pembinaan P2MW ini, Bouquet Campos Flowers, di antaranya

1. Pelatihan Lanjutan: Dengan adanya pendanaan P2MW ini, kampus menyediakan pelatihan khusus dan seminar khusus / Workshop sehingga tim kami dapat menghadiri pelatihan lanjutan yang lebih intensif dan spesifik sesuai dengan kebutuhan tim kami. Yang terbaru, pihak kampus memfasilitasi sebanyak 2 kali Workshop atau kuliah umum internasional berkaitan dengan wirausaha untuk mahasiswanya, sehingga kami bisa mengikuti kegiatan tersebut di kampus kami. Kampus kami juga bekolaborasi mengadakan workshop dengan 2 universitas sehingga kami bisa mengikuti workshop dan juga menambah relasi serta pertemanan dengan tim P2MW lainnya untuk sharing ilmu dan juga pengetahuan dengan tim P2MW yang ada di universitas tersebut.
2. Konsultasi dengan Ahli: Dengan difasilitasinya oleh kampus pelatihan hingga seminar khusus ini membuat tim kami bisa untuk bertanya langsung kepada narasumber atau ahlinya.
3. Pengalaman Kerja Kolaboratif: Tim dapat mengadakan proyek kolaboratif dengan pihak eksternal atau acara lain yang dapat memberikan pembelajaran dan pengalaman tambahan pada kami.
4. Pengembangan Soft Skills: Fokus pada pengembangan soft skills seperti kepemimpinan, kerjasama tim, komunikasi, dan keterampilan interpersonal. Soft skills yang kuat akan meningkatkan efektivitas tim dalam berinteraksi dan bekerja sama.

2. Pengembangan Jejaring, Mitra, Strategi Tenaga Kerja
Pengembangan Jejaring/Kemitraan sebelum mendapatkan pendanaan/pembinaan:

1. Identifikasi Pemangku Kepentingan: Lakukan riset untuk mengidentifikasi pemangku kepentingan potensial dalam industri atau bidang yang relevan dengan proyek atau usaha. Pemangku kepentingan ini bisa berupa perusahaan, lembaga pemerintah, organisasi nirlaba, individu-individu tertentu, atau mitra potensial lainnya.
2. Jalin Hubungan Informal: Manfaatkan kesempatan untuk berpartisipasi dalam acara industri, seminar, konferensi, dan pertemuan lainnya. Gunakan media sosial dan platform online untuk memperluas jaringan dengan pemangku kepentingan yang relevan.

3. Tawarkan Nilai Tambahan: Saat membangun jejaring, pastikan tim menawarkan nilai tambahan bagi calon mitra. Tunjukkan bagaimana kemitraan dengan tim dapat saling menguntungkan dan mendukung tujuan masing-masing pihak.

Pengembangan Jejaring/Kemitraan setelah mendapatkan pendanaan/pembinaan P2MW:

1. Manfaatkan Pendanaan untuk Menghadiri Acara Besar: Dengan pendanaan tambahan, dapat menghadiri acara-industri besar, konferensi, dan pertemuan yang dapat membantu memperluas jejaring dengan pemangku kepentingan yang lebih luas.
2. Konsultasi dengan Ahli dan Mentor: Gunakan dana untuk berkolaborasi dengan ahli dan mentor dalam industri atau bidang yang diminati. kemudian dapat membantu memberikan panduan berharga dalam membangun jejaring yang efektif.
3. Cari Kemitraan Strategis: Dengan pendanaan tambahan, dapat mencari kemitraan strategis dengan perusahaan atau organisasi yang memiliki visi dan nilai yang sejalan dengan misi dan tujuan.

Strategi Pengelolaan Tenaga Kerja sebelum mendapatkan pendanaan/pembinaan:

1. Identifikasi Kebutuhan Tenaga Kerja: Analisis kebutuhan tenaga kerja yang jelas berdasarkan proyek atau usaha yang sedang tim kami jalankan. Pahami tugas dan tanggung jawab yang diperlukan untuk mencapai tujuan usaha.
2. Rekrutmen dan Seleksi yang Teliti: Lakukan rekrutmen dan seleksi tenaga kerja dengan cermat untuk memastikan untuk mendapatkan anggota tim yang sesuai dengan kualifikasi dan keterampilan yang dibutuhkan.
3. Komunikasi Terbuka: Jalin komunikasi yang efektif dengan tenaga kerja / tim. Sediakan forum untuk mendengarkan masukan dan masalah yang mungkin dihadapi oleh tim.

Strategi Pengelolaan Tenaga Kerja setelah mendapatkan pendanaan/pembinaan P2MW:

1. Pengembangan tenaga kerja: Manfaatkan sumber daya tambahan untuk meningkatkan program pelatihan dan pengembangan tenaga kerja. Dengan pendanaan tambahan, dapat memberikan pelatihan yang lebih intensif sesuai kebutuhan tim.
2. Kesejahteraan tenaga kerja: Perhatikan kesejahteraan tenaga kerja. Pertimbangkan memberikan fasilitas tambahan, program kesehatan, atau tunjangan yang dapat meningkatkan kepuasan dan produktivitas tenaga kerja.
3. Pengembangan Karir: Gunakan pendanaan untuk menciptakan jalur pengembangan karir yang jelas bagi tenaga kerja yang berkinerja baik. Ini dapat membantu mempertahankan tenaga kerja berbakat dalam jangka panjang.

4. Evaluasi Kinerja: Manfaatkan pendanaan untuk mengadopsi sistem evaluasi kinerja yang lebih canggih dan objektif, yang membantu mengidentifikasi potensi dan kebutuhan pengembangan tenaga kerja.
5. Tim Khusus dan Proyek Kolaboratif: Dengan pendanaan tambahan, dapat membentuk tim khusus atau proyek kolaboratif yang melibatkan tenaga kerja dari berbagai departemen untuk mengatasi tantangan atau peluang tertentu.

3. Kerja Sama Tim

Sebelum

Kerja sama Tim yang digunakan pada umumnya kami membagi jobdesk untuk masing masing anggota seperti

1. Pengembangan pasar dan saluran distribusi oleh Okta dan Rahmah
2. Proses produksi oleh Irna
3. Pengembangan produk oleh Davyna dan Devany

Kendala yang ditemui selama proses ini :

1. Kurangnya kepercayaan antar anggota tim
Hambatan ini terjadi karena anggota tim tidak mau terbuka mengenai kelemahan atau kekurangan dirinya, kesalahan-kesalahan yang dilakukan, serta tidak mau meminta bantuan kepada anggota tim yang lain jika mengalami kesulitan.
2. Kurang komitmen dalam tim
Dikarenakan anggota tim tidak suka terlibat dalam konflik, oleh karena itu banyak konflik yang tidak bisa teratasi dengan baik karena kurangnya manajemen konflik dan pengambilan keputusan.

Sesudah

Bagaimana cara menyelesaikannya kendala ini :

1. Kami lebih terbuka satu sama lain
Mengkomunikasikan setiap kritik atau opini jika ada perbedaan pendapat dan tidak ragu untuk memberikan apresiasi pada kinerja yang baik. Selain itu, kami juga menunjukan anggota dan ketua bisa membuat kesalahan, sehingga setiap anggota juga tidak akan takut untuk menunjukan kekurangan dirinya, dan mau untuk meminta bantuan pada sesama anggota.
2. Membuat skala prioritas dan target berjangka
Untuk mendorong anggota tim untuk bekerja sama, kami menetapkan tujuan yang jelas dan dapat dicapai yang bisa kami perjuangkan bersama.

H. KEUANGAN

1) CASH FLOW

Sebelum

Sebelumnya Bouquet Kampos Flowers dalam operasional usaha sangatlah terbatas untuk meningkatkan produk ataupun riset sangatlah terbatas

Sesudah

Namun setelah adanya pendanaan dari P2MW ini sangatlah berdampak baik bagi operasional yang dijalankan oleh usaha kami dan sangatlah membantu menjadi lebih baik

2) PENDAPATAN

Sebelum

Sebelumnya, rata-rata pendapatan perbulan yang didapatkan oleh Bouquet Kampos Flowers adalah Rp.1.000.000 sampai Rp.2.000.000, dengan menerapkan strategi membuat promo tertentu dan membuat pilihan harga yang tersedia

Sesudah

Saat ini, pendapatan Bouquet Kampos Flowers kurang lebih rata-rata perbulannya sebesar Rp.6.000.000 dengan menerapkan strategi sebelumnya

3) LABA BERSIH

Sebelum

Sebelumnya Bouquet Kampos Flowers memiliki pendapatan bersih rata-rata Rp.1.000.000

Sesudah

Bouquet Kampos Flowers memiliki pendapatan bersih yang lebih besar dari sebelumnya yaitu rata-rata perbulannya kurang lebih sebesar Rp.3.000.000

- Kategori, Budidaya

1. Budidaya Maggot Bsf Atasi Masalah Dunia Dan Hasilkan Omset Besaar

A. TIM

Nama	:	Teuku Harisul Qolbi
NIM	:	021121077
Peran	:	Ketua
Tugas	:	Mengatur dan mengelola budidaya maggot BSF
Nama	:	Mochamad Tri Sultan Firdausy
NIM	:	021121062
Peran	:	Anggota
Tugas	:	Membantu mengelola budidaya Maggot BSF
Nama	:	Athoola Naufal Anhar
NIM	:	021121060
Peran:	:	Anggota
Tugas	:	Membantu mengelola budidaya Maggot BSF
Nama Dosen Pendamping	:	Hasrul S.E.,M.M.
NIP/NIDN	:	0420106903
Nama Pendamping/Mentor	:	
NIP/NIDN/NIK	:	

B. Ringkasan Eksekutif

VISI : Visi dari usaha Maggot Super BSF adalah meningkatkan produksi pakan ternak yang berkualitas tinggi secara berkelanjutan.

MISI : pemanfaatan limbah organik untuk menghasilkan maggot BSF sebagai sumber protein efisien dan ramah lingkungan

PELAYANAN : Maggot Super BSF menyediakan Maggot BSF dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau.

PERMASALAHAN : Maggot Super BSF mengalami permasalahan dalam memanajemen limbah dan menimbulkan bau dan polusi bagi lingkungan sekitar.

SOLUSI : Limbah organik harus diolah terlebih dahulu sebelum diberikan kepada Maggot Super BSF. Pengolahan limbah yang dapat dilakukan antara lain fermentasi, pengomposan, atau penguraian secara alami.

KEKUATAN TIM : Kerja sama tim yang baik dapat meningkatkan efisiensi biaya budidaya maggot BSF. Hal ini karena setiap anggota tim dapat saling membantu untuk mengurangi biaya produksi.

SEGMENTASI PASAR : Maggot BSF dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti pakan ikan, unggas, reptil, hewan peliharaan, atau sebagai bahan pakan untuk insektisida organik.

PESAING : Usaha budidaya maggot BSF yang berada di wilayah yang sama. Pesaing ini memiliki keunggulan yang sama dengan usaha kita, yaitu memiliki akses yang sama terhadap bahan baku, tenaga kerja, dan pasar.

C. DESKRIPSI USAHA

➤ LATAR BELAKANG

Sampah organik merupakan jenis sampah yang berasal dari bahan-bahan yang dapat terurai oleh mikroorganisme seperti sisa makanan, dedaunan, dan ranting pohon. Magot atau larva BSF merupakan hasil metamorfosis lalat tentara hitam .fase kedua setelah fase telur dan sebelum fase pupa, yang dimana pada fase kedua tersebut mempunyai sumber protein yang paling banyak. Larva BSF dapat dijadikan sebagai bahan pakan hewan ternak dan dapat menekan harga pakan lebih murah. Menurut Anggitasari, Sjoftjan, dan Djunaidi (2016). bahan baku dalam pembuatan pakan masih bergantung pada impor, dan harga pakanpun meningkat). Sehingga, perlu ada pakan alternatif yang dapat memenuhi ketersediaan pakan. Oleh karena itu yang dapat digunakan adalah larva BSF.

C. Profil Usaha

Nama usaha : Maggot Super BSF

Kategori usaha : Budidaya (Tahapan Awal)

NIB : 2609230089303

Alamat Usaha : Duren Seribu Rt01/04 Kecamatan Bojongsari Kota Depok Provinsi Jawa Barat (16518)

Logo Usaha :



➤ Dampak Dari Tujuan Mulia Yang Dirasakan Masyarakat

Dampak dari tujuan mulia budidaya maggot BSF dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat dan lingkungan, terutama dalam hal pengolahan limbah organik, produksi pakan ternak yang ramah lingkungan, potensi ekonomi, dan konservasi sumber daya alam.

D. Konsumen Potensial

Jumlah konsumen potensial :

Konsumen potensial maggot BSF (Black Soldier Fly) adalah peternak atau perusahaan pakan ternak yang membutuhkan sumber protein alternatif untuk hewan mereka. Larva maggot BSF dapat dijadikan sebagai pakan ternak yang kaya akan protein dan nutrisi penting lainnya.



Ukuran Pangsa Pasar :

Strategi yang kami siapkan untuk bersaing dengan kompetitor yaitu dengan Pemasaran maggot BSF dimulai dengan membangun kesadaran merek di pasar target, terutama di antara peternak atau produsen pakan ternak. Ini dapat dilakukan dengan melakukan kampanye pemasaran melalui media sosial, serta berpartisipasi dalam acara atau pameran terkait industri peternakan.

E. Produk

1) Prototipe/Produk Final

Kami menyediakan produk berupa maggot hidup (fresh) dan maggot BSF kering untuk memenuhi permintaan pasar.



2) Legalitas

Pada saat ini produk maggot super BSF sudah memiliki sertifikat

NIB : 2609230089303

3) Pengembangan Produk

kami sudah mengembangkan produk maggot BSF dengan cara mengolahnya menjadi maggot kering dan menghasilkan pupuk organik (kasgot)

F. Pemasaran

➤ Omset/sales

Maggot Super BSF melakukan penawaran dan penjualan produk kepada para peternak ikan lele dan penghobi ikan hias, dengan omset Rp 575.000 hasil penjualan maggot hidup dan maggot BSF kering



➤ **Strategi Pemasaran**

Kami mengedukasikan pasar mengenai manfaat dan cara penggunaan produk maggot BSF. Ajarkan mereka mengenai nilai nutrisi, keberlanjutan, dan aplikasi praktis. Jalin kemitraan dengan perusahaan atau institusi terkait, seperti produsen pakan ternak, peternakan, atau pengelola limbah organik, untuk meningkatkan jangkauan pasar. Selain menawarkan produk maggot BSF dalam keadaan hidup kepada peternak lele, kami juga menawarkan maggot dalam keadaan kering kepada para penghobi ikan hias dan burung kicau dengan menawarkan secara langsung.

➤ **Instrumen Pemasaran**

Kami melakukan pemasaran maggot hidup dan maggot kering secara face to face dari toko ketoko dan juga melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram.

G. Sumber Daya

➤ **Peningkatan Kompetensi**

Para anggota pembudidaya maggot BSF telah mengikuti berbagai workshop kewirausahaan yang diselenggarakan oleh pihak Universitas Pakuan dan saran masukan dari dosen pembimbing atau mentor tim kami. Selain itu kami saling sharing sesama para pembudidaya maggot BSF.

➤ **Pengembangan Jejaring, Mitra, Strategi Tenaga Kerja**

Maggot super BSF melakukan mengembangkan jejaring dengan cara Bergabung dengan komunitas budidaya maggot BSF dan membangun hubungan dengan pelaku usaha lain, seperti peternak, perusahaan dan pengolahan limbah. Pengembangan jejaring, mitra, dan strategi tenaga kerja merupakan hal penting yang perlu diperhatikan dalam budidaya maggot BSF. Dengan pengembangan yang tepat, pembudidaya dapat meningkatkan peluang keberhasilan bisnis.

➤ **Kerja Sama Tim**

Maggot Super BSF meningkatkan kerja sama tim dengan membangun komunikasi yang efektif guna memastikan bahwa semua anggota tim memiliki informasi yang mereka butuhkan untuk melakukan pekerjaan mereka dengan baik dan Saling pengertian dan respek merupakan hal penting untuk menciptakan lingkungan kerja yang positif dan produktif, Selain itu Keterbukaan dan kejujuran merupakan hal penting untuk membangun kepercayaan di antara anggota tim.



H. Keuangan

➤ CASH FLOW

MAGGOT SUPER BSF LAPORAN ARUS KAS

Kas dari kegiatan Operasional		
a. Penerimaan kas dari penjualan produk	Rp 575.000	
b. Pengeluaran Kas untuk produksi (telur maggot)	Rp 750.000	
c. Pengeluaran kas untuk Operasional lainnya	Rp 0	
d. Pengeluaran Lainnya	Rp 0	
Kas Bersih dari kegiatan Operasional		Rp (- 175.000)

➤ PENDAPATAN

Maggot Super BSF melakukan penjualan produk kepada para peternak ikan lele dan penghobi ikan hias, dengan omset dari maggot hidup terjual sebanyak 30kg dengan harga perkg Rp 7.000 dan menghasilkan penjualan sebesar Rp.210.000, dan maggot kering terjual sebanyak 73 pcs dengan harga satuan 5000/pcs, perpcs memiliki berat 50 gram sehingga menghasilkan penjualan sebesar Rp.365.000, jadi total Pendapatan maggot Super BSF sebesar Rp. 575.000.

➤ LABA BERSIH

Maggot Super BSF memiliki pendapatan sebesar Rp 575.000 akan tetapi, kami belum mendapatkan laba bersih karena biaya pengeluaran kas pembelian telur sebesar Rp 750.000 sehingga kami masih mengalami kerugian sebesar Rp 175.000. kami akan terus mengupayakan agar kami mendapatkan keuntungan yang maksimal dan tidak mengalami kerugian lagi.

1. Nama Usaha : Kursi Eco-Friendly
Tahapan Usaha : Bertumbuh
Kategori : Industri Kreatif, Seni, Budaya, dan Pariwisata

A. TIM

Nama	Muhammad Rizki Saputra
NIM	062120056
Peran	Ketua
Tugas	Pengelola pada bagian produksi
Nama	Abyan Jausan Kabir
NIM	062121036
Peran	Anggota
Tugas	Pengelola pada bagian keuangan
Nama	Muhamad Abizar
NIM	062122063
Peran	Anggota
Tugas	Pengelola pada bagian promosi dan pemasaran
Nama Dosen Pendamping	Usep Suhendar, M.Si.
NIP/NIDN	0415079002
Nama Mentor/Pendamping	Bayu Dwi Prasetyo, S.E., M.M.
NIP/NIDN/NIK	0416129101

B. RINGKASAN EKSEKUTIF

Pada produk Kursi-Ecofriendly yang berbasis dari pengolahan sampah plastik ini kami ada sejumlah kendala seperti kurang bisa bersaing harga dengan produk yang ada di pasaran, karena salah satu faktornya adalah kursi ini merupakan suatu kerajinan tangan, karena itu cost produksi yang dikeluarkan bisa lebih besar dibandingkan dengan produk kursi di pasaran yang di produksi dengan menggunakan mesin di pabrik dengan skala yang besar. Tetapi walaupun harga produk kami kurang bisa bersaing, masih ada konsumen yang berminat untuk membeli dan bertanya-tanya tentang produk kami ini. Pasar dari produk Kursi-Ecofriendly ini memang cukup sempit, hanya beberapa kalangan saja yang menjadi pasar dari produk kursi ini, karena banyak pesaing di pasaran yang merupakan merk/brand ternama yang bisa menjual produknya lebih murah dari produk kami. Namun dengan demikian, kami juga tidak berputus asa untuk tetap mempromosikan dan menjual produk kerajinan Kursi-Ecofriendly ini.

C. DESKRIPSI USAHA

Latar Belakang

Kursi eco-friendly merupakan usaha dibidang mebel yang berfokus pada produksi kursi kekinian berbahan dasar sampah plastik.



Desa puraseda memiliki potensi yang luar biasa dibidang pariwisata dari sumber daya alam yang asri seperti air terjun dan area pesawahan yang terhampar luas. Namun disamping itu desa ini memiliki permasalahan tentang sampah yaitu tidak adanya tempat pembuangan sampah sementara karena jarak dan akses jalan yang sempit menyebabkan sulitnya truk DLH untuk menjangkau tempat ini, sehingga mayoritas perilaku masyarakat membakar sampah dan membuangnya ke aliran sungai yang dapat berdampak negatif bagi lingkungan. Oleh karena itu, kami himpunan mahasiswa kimia FMIPA UNPAK berinisiatif mendirikan bank sampah KI OMAN untuk mewujudkan kampung tematik pengelolaan sampah dengan metode KI OMAN (Kirangan, Kelompok, Manfaat) yang artinya dalam bahasa Indonesia Kurangi, Kelompok, Manfaatkan. Program tersebut merupakan Program Holistik Pembinaan dan Pemberdayaan Desa yang dibiayai oleh Kemendikbud pada tahun 2020. Bank sampah KI OMAN merupakan suatu NGO (Non-Governmental Organization) yang bergerak dibidang lingkungan khususnya pengelolaan sampah. Bank sampah KI OMAN berdiri tanggal 10 Desember 2020 bertempat di rumah pintar Kp. Cikoneng RT 01 RW 08 Desa Puraseda, Kecamatan Leuwiliang, Kabupaten Bogor. Pasca program mahasiswa pengabdian secara mandiri bank sampah KI OMAN masih bisa berjalan dengan menjual produk hasil olahan sampah, hingga saat ini memiliki jumlah nasabah sebanyak 50 orang yang tersebar di 2 kampung yaitu Cikoneng dan Cimenteng. Kategori usaha yang dilakukan dibidang industri kreatif yaitu proses penciptaan produk yang menggunakan bahan baku lokal dan memiliki nilai kreativitas. Bank sampah ini beroperasi setiap minggu pada hari kamis dengan menampung bahan baku sampah seperti minyak jelantah, ecobrick, dan popok bekas. Produk yang dihasilkan oleh bank sampah ini diantaranya kursi dari ecobrick, lilin aromaterapi dan pot tanaman. Produk kursi eco-friendly dari sampah plastik (ecobrick) ini memiliki nilai jual yang tinggi dan manfaat yang besar bagi masyarakat maupun lingkungan.

Deskripsi Usaha Noble Purpose

Bank Sampah KI OMAN didirikan memiliki tujuan utama yaitu hadir sebagai solusi atas permasalahan sampah di desa Puraseda yang mempunyai dampak positif kepada lingkungan. Selain itu, dapat menambah keterampilan masyarakat dalam mengolah sampah secara bijak menjadi produk yang bernilai jual tinggi sehingga masyarakat lebih produktif.

Konsumen Potensial

Karakteristik calon konsumen potensial pada produk ini yaitu kalangan ekonomi menengah ke atas, anggota komunitas pecinta lingkungan, wisatawan yang berkunjung ke Curug Cikoneng, kantor-kantor perusahaan, *caf~caf~* di ruang lingkup terbuka yang memiliki konsep alam. Identifikasi masalah calon konsumen potensial yaitu menginginkan produk kerajinan tangan berkualitas yang ramah lingkungan dengan harga terjangkau serta kokoh, kuat, dan tahan lama. Target pasar dari usaha ini yaitu warung di tempat wisata Curug Cikoneng Puraseda, kursi eco-friendly corner LPPM Universitas Pakuan, masyarakat di sekitar usaha dan media sosial serta potensi pasar didukung oleh anak-anak muda yang dapat mempromosikan dengan konten yang menarik sesuai tren masa kini. Agar calon konsumen tidak bosan tentunya disesuaikan dengan keinginan pasar, inovasi yang dilakukan kedepan berupa mempercantik kemasan agar lebih menarik. Kedepan juga akan lebih variasi dalam desain kain dan pilihan warna yang diinginkan konsumen. Rata-rata kursi sofa mahal dikarenakan bahan bakunya yang berkualitas, kami disini menciptakan kursi ramah lingkungan dengan harga terjangkau, namun kualitas tidak kalah saing sehingga produk ini memiliki potensi pasar yang besar jika produk ini bisa dikenal oleh banyak orang.

Produk

Kursi eco-friendly merupakan produk hasil kerajinan tangan yang berkualitas dan sangat ramah lingkungan karena menggunakan bahan material yang mudah didapatkan serta bermuatan bahan lokal yang tinggi yaitu ecobrick dari sampah plastik yang diolah menjadi benda yang lebih bermanfaat. Produk ini asli hasil kerajinan tangan kelompok bank sampah KI OMAN Desa Puraseda. Produk ini mampu bersaing dipasaran dengan produk lain yang serupa karena selain dari bahan material dari limbah, keunggulan produk ini yaitu sangat kokoh dan tahan lama sebab bahan utamanya adalah sampah plastik yang dipadatkan kedalam botol 600 ml dengan berat 250 gram per botol kemudian membutuhkan 19 botol untuk membuat satu produk kursi. Produk ramah lingkungan ini menjadi unik karena didasari prinsip recycle atau daur ulang sampah plastik. Produk ini juga memiliki nilai estetis dengan kombinasi corak kain yang menarik dan empuk sehingga nyaman digunakan oleh seluruh kalangan. Selain itu, produk ini memiliki harga yang lebih terjangkau dan tentunya kualitas mampu bersaing dengan produk yang sama dipasaran. Inovasi produk ini kedepannya lebih variasi dalam desain dan bahan kain, konsumen dapat custom sesuai keinginan serta kemasan lebih menarik.

D. KONSUMEN POTENSIAL

1) Jumlah Konsumen Potensial

Setelah mengikuti pembinaan dan mendapatkan pendanaan dari P2MW, kami telah berhasil melakukan berbagai perbaikan dalam upaya meningkatkan bisnis kami di lingkungan Universitas Pakuan. Awalnya, kami hanya mengandalkan jaringan kenalan secara luring untuk penjualan produk kami, yaitu sofa dan kursi Ecobrick. Namun, kami berhasil mengubah paradigma dengan membuat akun Instagram yang lebih profesional dan membuka akun e-commerce di Shopee. Akun Instagram kami telah menjadi ujung tombak dalam upaya pemasaran, dengan jumlah followers mencapai 62 orang dan beberapa

konsumen yang aktif menghubungi kami melalui chat di Shopee.

Sebelumnya, kami hanya berhasil menjual 14 produk, namun kemudian kami mengalami beberapa kendala internal dalam produksi kursi Ecobrick yang cukup fatal. Meskipun begitu, kami terus berupaya untuk menjual produk kami, dan dalam bulan Agustus kami berhasil melakukan 3 penjualan, diikuti oleh 4 penjualan pada bulan September, dan kembali 4 penjualan pada bulan Oktober. Maka dengan hal tersebut total dari penjualannya ialah 11 pcs sofa. Untuk mengatasi kendala pasokan bahan baku kami, yaitu Ecobrick, kami memutuskan untuk melakukan restorasi dan revitalisasi dari sistem atau bank sampah sendiri. Namun, kendala dalam suplai tersebut tetap signifikan, yang mempengaruhi produksi sofa kami secara serius. Selain itu, kami juga menghadapi kendala dalam menjalankan penjualan eksternal karena sebagian besar permintaan masih berasal dari lingkup internal atau personal yang belum sepenuhnya terpenuhi. Kendala lainnya adalah terkait waktu dan transportasi, mengingat rumah produksi kami cukup jauh dari Universitas Pakuan.

2) Ukuran Pangsa Pasar

Setelah mengikuti pembinaan dan mendapatkan pendanaan dari P2MW, kami telah secara cermat merancang dan mengimplementasikan sejumlah strategi yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing kami dalam industri kursi dan sofa Ecobrick serta memperluas pangsa pasar. Pada awalnya, kami menghadapi keterbatasan data mengenai pangsa pasar, tetapi kami tetap percaya pada pendekatan kami yang terfokus pada efisiensi, harga yang bersaing, dan kualitas produk yang konsisten.

Salah satu upaya utama kami adalah meningkatkan kehadiran online kami melalui platform e-commerce dan media sosial. Kami telah mengadopsi pemasaran konten yang informatif dan edukatif untuk membahas peran sofa Ecobrick dalam upaya daur ulang sampah plastik dan dampak positifnya terhadap lingkungan. Kami berkomitmen untuk memberikan edukasi kepada calon konsumen tentang pentingnya partisipasi mereka dalam upaya pelestarian lingkungan. Selain itu, kami memahami pentingnya variasi desain dalam produk kami. Oleh karena itu, kami telah memperkenalkan berbagai variasi desain yang menarik bagi konsumen. Hal yang lebih penting, kami memberikan pelanggan kami fleksibilitas untuk membuat permintaan khusus terkait desain atau modifikasi tertentu pada produk kami. Ini memberikan nilai tambah yang signifikan dan menciptakan keunikan yang belum pernah ada sebelumnya di pasar.

Kami juga telah menjaga harga produk kami tetap bersaing dengan kompetitor. Kerjasama kami dengan pihak desa dalam memasok bahan baku dari bank sampah lokal memungkinkan kami untuk menawarkan produk dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan produk serupa yang tersedia di platform e-commerce lainnya. Kita juga mencoba untuk mencari pemasok lainnya selain dari pihak desa agar produksi dari kursi atau sofa dapat lebih banyak. Peningkatan akun sosial media dan e-commerce kami telah menjadi sarana penting dalam menjangkau lebih banyak konsumen potensial dan memfasilitasi interaksi dengan mereka sehingga terdapat peningkatan pangsa pasar. Kami mengutamakan kualitas produk dengan terus memantau dan memperbaiki proses produksi kami. Kualitas yang terjaga adalah salah satu faktor utama yang menjaga kami tetap kompetitif di pasar.

Komitmen kami untuk memberikan edukasi lingkungan kepada konsumen telah menjadi inti dari strategi kami. Ini membantu kami memperluas pangsa pasar, khususnya ke komunitas lingkungan dan masyarakat umum yang semakin sadar akan pentingnya berkontribusi pada pelestarian lingkungan.

E. PRODUK

1) Prototipe/Produk Final

Kami berhasil melakukan perbaikan signifikan dalam hal ini dengan mencari kaki-kaki yang lebih bervariasi. Sekarang, kami telah menerapkan kaki-kaki sepanjang 8 cm yang masih dapat diperpanjang, dan kami juga berencana untuk mengubah desain sofa ini dengan kaki-kaki seperti *stool chair* yang lebih tinggi. Kami juga berencana untuk menciptakan variasi bentuk kursi, seperti hexagon, dan mencoba mengembangkan produk tambahan, seperti meja kreasi dari Ecobrick.

Lalu pada sisi pemasaran kami telah memperluas upaya pemasaran kami melalui media sosial dengan konten-konten yang informatif dan persuasif. Kami menerapkan strategi Sociopreneur yang telah kami rancang. Ini membantu kami mengenalkan produk kami kepada audiens yang lebih luas dan membangun brand *awareness* yang lebih kuat.

Pada aspek investor selain dana yang didapatkan dari P2MW, kami mulai berusaha menghubungi Inkubator Bisnis Pakuan untuk menjajaki peluang mendapatkan investor yang tertarik pada produk kami. Meskipun belum ada hasil pasti, kami tetap berupaya untuk menjalin hubungan dengan investor potensial.

Setelah itu pada sisi konsumen kami telah menambahkan beberapa fitur. kami telah meluncurkan beberapa media sosial dan nomor WhatsApp Business sebagai sarana untuk berinteraksi lebih baik dengan konsumen kami. Kami juga menyediakan alamat email khusus untuk umpan balik. Hal ini memungkinkan kami untuk mendapatkan umpan balik lebih banyak dan memperbaiki produk kami berdasarkan masukan dari konsumen.

2) Legalitas

Setelah mendapatkan dukungan pendanaan dari P2MW, kami dengan cepat bergerak untuk memperoleh legalitas yang diperlukan untuk bisnis kami. Kami berhasil mendapatkan NIB perorangan yang dikeluarkan oleh pihak berwenang. NIB ini merupakan tanda legalitas usaha kami dan mencakup semua izin yang diperlukan untuk menjalankan bisnis kami secara sah.

Detail NIB :
Nomor NIB : 3009230042209
Jenis NIB : Sertifikat Standar Status
NIB : Sudah Terbit

Dengan NIB ini, kami memiliki landasan hukum yang kuat untuk menjalankan bisnis kami dan melakukan transaksi secara resmi. Hal ini memberikan kepercayaan kepada konsumen, mitra, dan investor potensial tentang legitimasi bisnis kami.

3) Pengembangan Produk

Setelah mendapatkan bimbingan dari P2MW, kami telah mengalami perubahan signifikan dalam diversifikasi produk menjadi fokus utama kami, di mana kami merancang dan mengembangkan produk baru, khususnya dalam kategori sofa. Produk-produk ini dirancang dengan desain yang lebih menarik, estetik, serta memperhatikan aspek ergonomis dengan mengadopsi konsep kaki-kaki yang lebih ergonomis, mirip dengan kursi pada *stool chair*. Langkah ini bertujuan untuk memberikan pilihan yang lebih beragam kepada konsumen kami dan meningkatkan daya tarik produk kami di pasar. Selain itu, kami juga memiliki rencana untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan merancang sebuah produk baru, yaitu meja kreasi Ecobrick. Produk ini akan dirancang dengan mempertimbangkan dampak positifnya terhadap lingkungan dan tetap menjaga kualitas yang tinggi. Kami yakin bahwa dengan pengembangan produk ini, kami dapat menawarkan lebih banyak solusi kreatif untuk masalah sampah plastik yang semakin mendesak.

Di sisi lain, kami juga telah melakukan pivot dalam strategi bisnis kami. Kami mengenali pentingnya memiliki tujuan yang lebih besar selain mencari keuntungan semata. Oleh karena itu, kami berencana untuk menonjolkan aspek "*noble purpose*" dalam bisnis

kami, yang berfokus pada dampak positif terhadap lingkungan dan masyarakat. Namun, dalam perjalanan ini, kami menghadapi kendala terkait pasokan bahan baku. Hal ini memaksa kami untuk mengubah pendekatan kami yang tadinya terlalu mengandalkan aspek "*noble purpose*" berubah datau bersinergi dengan menjalin kerjasama atau outsourcing dengan perusahaan atau komunitas yang dapat menyediakan bahan baku yang kami butuhkan. Dengan demikian, kami tetap dapat mengambil langkah menuju tujuan "*noble purpose*" kami sambil memastikan profitabilitas bisnis kami.

F. PEMASARAN

1) Omset/Sales

Kami menyadari bahwa masih ada ruang untuk peningkatan dalam mencapai omset yang lebih besar. Untuk meningkatkan omset di masa mendatang, kami berencana untuk melakukan berbagai langkah strategis.

Pertama, kami sudah memperkuat kehadiran online kami dengan memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce. Kami akan membuat konten yang menarik dan informatif untuk menarik konsumen potensial. Selain itu, kami akan berfokus pada pemasaran konten yang mendidik konsumen tentang manfaat dan nilai produk kami, seperti dampak positifnya terhadap lingkungan. Kami juga akan meningkatkan kerja sama dengan toko furnitur setempat dan mencari mitra bisnis lainnya untuk memperluas jangkauan produk kami. Hal ini akan membantu kami mencapai lebih banyak konsumen dan mendiversifikasi saluran penjualan. Selain itu, kami akan melakukan penelitian pasar yang lebih mendalam untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen sehingga kami dapat mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan permintaan pasar.

2) Strategi Pemasaran

Setelah mendapatkan pembinaan dari P2MW, kami telah mengubah strategi pemasaran kami secara signifikan. Kami memahami pentingnya kehadiran online yang kuat, terutama melalui platform media sosial. Kami telah membuat akun media sosial khusus untuk produk kami, yang memungkinkan kami untuk lebih fokus dalam mempromosikan produk kami kepada audiens yang relevan. Kami telah mengembangkan konten pemasaran yang informatif, edukatif, dan menarik untuk meningkatkan kesadaran tentang manfaat produk kami, terutama dalam hal dampak positifnya terhadap lingkungan.

Selain itu, kami telah mempertimbangkan kerjasama dengan influencer atau kolaborasi dengan komunitas lingkungan untuk mengenalkan produk kami kepada audiens yang lebih luas. Kami juga sedang merencanakan kampanye pemasaran online yang lebih terstruktur dan terukur.

3) Instrumen Pemasaran

Setelah mendapatkan pembinaan dari P2MW, kami telah meningkatkan instrumen pemasaran kami secara signifikan. Kami telah membuat akun media sosial khusus untuk produk kami, seperti Instagram, di mana kami berencana secara teratur memposting foto produk, ulasan pelanggan, dan konten yang edukatif tentang manfaat kursi Ecobrick.

Kami juga berencana mulai menggunakan iklan berbayar di platform media sosial untuk mencapai audiens yang lebih luas. Selain itu, kami telah merencanakan kampanye pemasaran daring, seperti kontes online, giveaway, dan diskon khusus untuk pelanggan yang mengikuti akun media sosial kami.

G. SUMBER DAYA

1) Peningkatan Kompetensi

Setelah mendapatkan pendanaan dan pembinaan dari P2MW, kami dan tim kami mengalami peningkatan kompetensi yang signifikan. Kami telah mendapatkan

pengetahuan dan keterampilan baru terkait produksi kursi Ecobrick yang lebih berkualitas. Kami juga telah memperdalam pemahaman tentang desain produk yang menarik dan ergonomis. Selain itu, kami telah belajar strategi pemasaran yang efektif, seperti penggunaan media sosial dan konten pemasaran yang relevan. Kami juga telah mulai menggunakan analisis data untuk mengambil keputusan yang lebih baik dalam mengelola bisnis kami.

2) Pengembangan Jejaring, Mitra, dan Strategi Tenaga Kerja

Setelah mendapatkan pendanaan dan pembinaan dari P2MW, kami berhasil mengembangkan jejaring dan mitra bisnis yang lebih luas. Kami mulai berkolaborasi dengan Inkubator Bisnis Universitas Pakuan untuk mencari mitra bisnis potensial. Kami juga aktif dalam mencari komunitas lingkungan dan dinas lingkungan hidup yang tertarik dengan produk kami. Hal ini memungkinkan kami untuk memperluas jaringan kami dan menciptakan kesempatan bisnis yang lebih besar.

Dalam hal pengelolaan tenaga kerja, kami melakukan restrukturisasi tim. Kami membagi tugas-tugas menjadi dua bagian utama: pengikatan kursi mentahan dan proses finishing. Ini memungkinkan kami untuk meningkatkan efisiensi produksi dan memastikan kualitas yang lebih baik. Kami juga mulai merekrut karyawan tetap untuk peran tertentu guna meningkatkan stabilitas tenaga kerja.

Selain itu, kami lebih terstruktur dalam manajemen tenaga kerja dengan perencanaan jadwal dan pelatihan yang lebih terfokus. Dengan demikian, kami dapat meningkatkan produktivitas tim kami dan memastikan bahwa setiap langkah produksi berjalan lancar.

3) Kerjasama Tim

Dalam menjalankan usaha ini, kami sebagai tim memiliki pembagian peran yang telah ditentukan sejak awal. Namun, dalam pelaksanaannya, kami menghadapi beberapa kendala yang mempengaruhi dinamika kerjasama tim kami.

Pembagian peran di awal proyek adalah sebagai berikut :

- Muhammad Rizki Saputra (062120056) : Bertanggung jawab dalam produksi dan pengolahan sampah menjadi produk yang bermanfaat. Juga memiliki peran dalam berinovasi terhadap produk.
- Abyan Jausan Kabir (062121036) : Bertanggung jawab mengelola keuangan dan pembukuan arus kas. Berkontribusi dalam promosi produk secara kreatif baik online maupun offline.
- Muhamad Abizar (062122063) : Menangani desain konten, terutama dalam upaya pemasaran produk secara online dan berinteraksi dengan target pasar melalui media sosial.

Sayangnya, dalam praktiknya, kami menghadapi kendala dalam distribusi tugas yang telah ditentukan. Terdapat ketidaksesuaian antara peran yang direncanakan dan yang dilaksanakan. Abyan Jausan Kabir lebih banyak terlibat dalam berbagai aspek, termasuk pengelolaan keuangan dan promosi produk, sementara tugas yang semestinya menjadi tanggung jawab anggota tim lainnya kurang terlaksana sesuai rencana.

Kendala-kendala yang kami temui dalam kerjasama tim kami antara lain adalah kesulitan dalam mengatur waktu, prioritas, dan komunikasi internal. Beberapa faktor eksternal seperti perubahan dalam permintaan pasar dan persediaan bahan baku juga memberikan dampak pada distribusi peran yang telah direncanakan.

Untuk mengatasi kendala ini, kami telah melakukan langkah- langkah sebagai berikut:

- Melakukan evaluasi ulang terhadap pembagian peran dan tanggung jawab setiap anggota tim. Kami berusaha untuk memastikan bahwa setiap anggota tim berkontribusi sesuai dengan keahlian dan minat mereka.
- Meningkatkan komunikasi internal dalam tim agar informasi dapat mengalir lebih

lancar dan memberikan dukungan yang dibutuhkan satu sama lain.

- Menyusun jadwal yang lebih terstruktur untuk mengelola waktu dan prioritas dengan lebih efisien.
- Mengadakan pertemuan rutin untuk membahas perkembangan proyek, mendengarkan masukan dari setiap anggota tim, dan berkolaborasi dalam mengambil keputusan strategis.

Meskipun kami menghadapi beberapa kendala dalam kerjasama tim, kami yakin bahwa dengan upaya bersama dan komunikasi yang lebih baik, kami dapat memperbaiki distribusi peran dan mencapai tujuan bisnis kami dalam mengembangkan kursi Ecobrick. Kami tetap berkomitmen untuk terus belajar dan berkembang sebagai tim agar dapat menghadapi tantangan dan peluang bisnis dengan lebih baik di masa depan.

H. KEUANGAN

1) Cash Flow

Kami ingin memberikan penjelasan tentang bagaimana cash inflow dan cash outflow berdampak pada pertumbuhan cashflow operasional usaha kami.

Cash Inflow : Pendanaan P2MW sebesar Rp. 15.700.000 menjadi sumber utama cash inflow kami pada tahap ini. Dana ini digunakan untuk pengembangan produk, pemasaran, dan peningkatan infrastruktur produksi kami. Selain itu, kami juga memiliki cash inflow dari penjualan produk. Setelah mendapatkan pendanaan P2MW, kami dapat meningkatkan produksi kursi Ecobrick dan memperluas pasar, yang menghasilkan lebih banyak pendapatan dari penjualan produk.

Cash Outflow Operasional Usaha : Cash outflow operasional usaha mencakup berbagai biaya yang kami keluarkan untuk menjalankan bisnis kami. Ini termasuk biaya produksi, bahan baku, biaya jahit produksi, biaya pemasaran, dan biaya operasional lainnya. Kami juga harus memperhitungkan pajak dan biaya lainnya terkait bisnis. Dengan pendanaan P2MW, kami dapat mengelola Cash outflow operasional usaha ini dengan lebih baik, terutama dalam meningkatkan kapasitas produksi dan memperluas upaya pemasaran.

Dampak Pendanaan P2MW Terhadap Pertumbuhan Cashflow Operasional Usaha : Pendanaan P2MW memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pertumbuhan cashflow usaha kami. Dengan tambahan dana yang signifikan ini, kami dapat meningkatkan kapasitas produksi kami, mengurangi biaya produksi per unit, dan menginvestasikan lebih banyak dalam pemasaran dan promosi produk kami.

2) Pendapatan

Setelah adanya program P2MW ini pendapatan usaha menjadi lebih tinggi lagi, berkisar Rp2.750.000,00

3) Laba Bersih

Setelah adanya program P2MW ini pendapatan laba bersih usaha menjadi lebih tinggi lagi, berkisar Rp550.000,00

BAB 4

PENUTUP

Kesimpulan program ini adalah sebagai berikut.

1. Program ini dapat meningkatkan kemampuan berkomunikasi, berkolaborasi, dan berinovasi mahasiswa.
2. Program ini dapat meningkatkan kemampuan kewirausahaan mahasiswa.
3. Program ini dapat meningkatkan aktivitas kewirausahaan di Universitas Pakuan.

Saran untuk keberlanjutan program ini adalah sebagai berikut.

1. Unit Inkubator Bisnis Universitas Pakuan dapat melakukan pendampingan terhadap kelompok usaha mahasiswa P2MW dan menyiapkan kelompok usaha mahasiswa yang akan melaksanakan kegiatan di tahun 2024.
2. Sistem pendukung kemahasiswaan harus diperkuat agar koordinasi berjalan dengan lancar.
3. Lembaga Penjamin Mutu Universitas Pakuan dapat terlibat dalam program ini untuk memonitoring kegiatan.

LAMPIRAN
**Rekapitulasi Penggunaan Anggaran Keseluruhan (Manajemen Perguruan
Tinggi dan Kelompok Usaha Mahasiswa)**

No	Jenis Pengeluaran	Volume	Satuan	Harga Satuan	Total	Nomor Bukti Keuang an
1	Manajemen Perguruan Tinggi					
	Monitoring	28	OPJ	Rp 200.000	Rp 5.600.000	
	Pelatihan/Workshop	15	OPJ	Rp 300.000	Rp 4.500.000	
	Konsumsi Pelatihan 1	20	paket	Rp 50.000	Rp 1.000.000	
	Konsumsi Pelatihan 2	20	paket	Rp 40.000	Rp 800.000	
	Cetak Banner	1	pcs	Rp 100.000	Rp 100.000	
	Lainnya					
	Subtotal				Rp 12.000.000	
2	Kelompok Bouquet Kampus Flowers					
	Pengembangan Produk / Riset	1	paket	Rp 2.700.000	Rp 2.700.000	
	Produksi	1	paket	Rp 14.600.000	Rp 14.600.000	
	Pengembangan Pasar dan Saluran Distribusi	1	paket	Rp 2.700.000	Rp 2.700.000	
	Belanja ATK dan Penunjang	1	paket	Rp -	Rp -	
	Subtotal				Rp 20.000.000	
3	Kelompok New Hope Feed					
	Pengembangan Produk / Riset	1	paket	Rp 3.085.000	Rp 3.085.000	
	Produksi	1	paket	Rp 4.315.000	Rp 4.315.000	
	Legalitas, perizinan, sertifikasi, pengujian produk, dan standarisasi	1	paket	Rp -	Rp -	
	Belanja ATK dan Penunjang	1	paket	Rp -	Rp -	
	Subtotal				Rp 7.400.000	
4	Kelompok Magot Super BSE					
	Pengembangan Produk / Riset	1	paket	Rp 4.210.000	Rp 4.210.000	
	Produksi	1	paket	Rp 2.250.000	Rp 2.250.000	
	Legalitas, perizinan, sertifikasi, pengujian produk, dan standarisasi	1	paket	Rp -	Rp -	

Catatan :

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah."
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR

	Belanja ATK dan Penunjang	1	paket	Rp 2.100.000	Rp 2.100.000	
	Subtotal				Rp 8.560.000	
5	Kelompok Kursi Eco Friendly					
	Pengembangan Produk / Riset	1	paket	Rp 2.100.000	Rp 2.100.000	
	Produksi	1	paket	Rp 5.100.000	Rp 5.100.000	
	Legalitas, perizinan, sertifikasi, pengujian produk, dan standarisasi	1	paket	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	
	Belanja ATK dan Penunjang	1	paket	Rp 4.100.000	Rp 4.100.000	
	Pengembangan Pasar dan Saluran Distribusi	1	paket	Rp 3.400.000	Rp 3.400.000	
	Subtotal				Rp 15.700.000	
	GRAND TOTAL PENGGUNAAN DANA				Rp 63.660.000	
	PENDANAAN BELMAWA KESELURUHAN				Rp 51.660.000	
	PERSENTASE PENGGUNAAN DANA				100%	
	PERSENTASE SISA DANA				0%	

Catatan :

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah."
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR

Format Laporan Akhir Penggunaan Anggaran
Kelompok Usaha Mahasiswa
(dilaporkan melalui akun operator Perguruan Tinggi melalui SIM Kesejahteraan)

1. Tahapan Awal (NEW HOPE FEED)

Kegiatan Utama	Rencana							Capaian							Penanggung Jawab
	Kegiatan	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Target Capaian	Kegiatan	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Unit Capaian	
	A	B	C	D	E	F= C x E	F= Output A	A	B	C	D	E	F= C x E	F= Output A	
Pengembangan Produk/Riset	a. Iklan Online b. Sosialisasi terhadap UMKM dan Peternak c. Riset Produk	a. biaya facebook ads b. brosur c. pembuatan sampel produk	a. 35 b. 500 c. 50	a. 1 kali iklan b. pcs c. 1 sampel	a. 150.000 b. 2.000 c. 65.000	a. 5.250.000 b. 1.000.000 c. 3.250.000	a. meningkatkan exposure di media b. mendapatkan customer baru c. meningkatkan skill pengolahan	a. Iklan online b. Sosialisasi terhadap UMKM dan peternak c. riset produk	a. biaya promosi postingan b. brosur c. pembuatan sampel produk	a. 1 b. 310 c. 28	a. 1 kali posting b. pcs c. pcs	a. 603.000 b. 2.000 c. 65.000 1.241.000 620.000	3.085.000	Mempromosikan baik berupa brosur dan postingan di instagram serta membeli bahan baku untuk mengolah pakan ternak dan tepung udang	Rayhan Akbar dan Rizki Maulana
Produksi	a. Peningkatan kapasitas produksi b. Packaging c. Packaging	a. Biaya produksi produk b. Kemasan Ziplock c. Kemasan karung	a. 100 b. 300 c. 200	a. 1 produk b. pcs c. pcs	a. 40.000 b. 2.000 c. 2.750	a. 4.000.000 b. 600.000 c. 550.000	a. Foto produk menarik b. menggunakan packaging yang kualitas bagus agar disukai customer c. menggunakan packaging yang kualitas bagus agar	a. Peningkatan kapasitas Produksi b. Packaging c. packaging	a. Biaya Produksi b. Kemasan Ziplock c. kemasan standing pouch	a. 87 b. 100 c. 200	a. pcs b. pcs c. pcs	a. 40.000 b. 4.000 c. 2.000	4.315.000	Membeli packaging untuk produk new hope feed dan membeli vitamin untuk kandungan dalam pakan ternak	Laila Afifah, Alifia Nur dan Khaerunnisa Syafitri

							disukai customer								
Legalitas, Perijinan, Sertifikasi, Pengujian															

Belanja ATK dan Penunjang															
Lainnya															
Total						Rp 14.650.000			Total				Rp 7.400.000		

Bukti transaksi <https://drive.google.com/drive/folders/1FvFwqALHgNSRfG12O9CFdoYtReQNphJ8>

Format Laporan Akhir Penggunaan Anggaran
Kelompok Usaha Mahasiswa

(dilaporkan melalui akun operator Perguruan Tinggi melalui SIM Kesejahteraan)

Tahapan Bertumbuh
BOUQUET KAMPOS FLOWERS

Kegiatan Utama	Rencana							Capaian							Penanggung Jawab
	Kegiatan	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Target Capaian	Kegiatan	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Unit Capaian	
	A	B	C	D	E	F= C x E	F= Output A	A	B	C	D	E	F= C x E	F= Output A	
Pengembangan Produk/Riset	a. Peningkatan Kapasitas Produksi	a. Photo Produk	a. 4		a. 500.000	a. 2.000.000	a. Foto Produk yang menarik	a. Peningkatan Kapasitas Produksi	a. Photo Produk				a. 2.000.000	a. Foto Produk yang menarik	Devany
	b. Perbaikan Sarana	b. Bazar dan Stand Bazar	b. 3		b. 2.000.000	b. 6.000.000	b. untuk memperkenalkan produk dan mendapatkan customer baru	b. Perbaikan Sarana	b. Bazar dan Stand Bazar				b. 700.000	b. untuk memperkenalkan produk dan mendapatkan customer baru	Irna
Produksi	a. Bahan Produksi	a. Wrapping Produk Bouquet	a. 4		a. 1.000.000	a. 4.000.000	a. Meningkatkan kualitas produk	a. Bahan Produksi	a. Wrapping Produk Bouquet				a. 12.875.000		Irna

[illegible]

Total	Rp 20.000.000		Total	Rp 20.000.000
-------	---------------	--	-------	---------------

Bukti transaksi: <https://drive.google.com/drive/folders/1r1vNJwyYJ2XIEC-8wbp9S06oFh407dS5>

Format Laporan Akhir Penggunaan Anggaran
Kelompok Usaha Mahasiswa
(dilaporkan melalui akun operator Perguruan Tinggi melalui SIM Kesejahteraan)
KURSI ECOFRIENDLY

1. Tahapan Bertumbuh

Kegiatan Utama	Rencana							Capaian							Penanggung Jawab
	Kegiatan	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Target Capaian	Kegiatan	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Unit Capaian	
	A	B	C	D	E	F= C x E	F= <i>Output</i> A	A	B	C	D	E	F= C x E	F= <i>Output</i> A	
Pengembangan Pasar dan Saluran Distribusi	a. Bergabung dalam kelompok UMKM b. Canvassing ke Yayasan Pakuan Siliwangi c. Pemberdayaan sosial media	a. pembuatan x banner b. Pencetakan brosur c. Jasa iklan social media	a. 4 unit b. 300 lembar c. 2 kali		a. Rp.100.000 b. Rp. 4.500 c. Rp. 1.000.000	a. Rp. 400.000 b. Rp. 1.350.000 c. Rp. 2.000.000	a. Mempunyai mitra usaha b. Memiliki komunitas yang dapat menunjang pemasaran	a. Bergabung dalam kelompok UMKM b. Canvassing ke Yayasan Pakuan Siliwangi c. Pemberdayaan sosial media	a. pembuatan x banner b. Pencetakan brosur c. Jasa iklan social media	a. 4 unit b. 250 lembar c. 2 kali		a. Rp.100.000 b. Rp. 4.000 c. Rp. 1.000.000	a. Rp. 400.000 b. Rp. 1.000.000 c. Rp. 2.000.000	a. Mempunyai mitra usaha b. Memiliki komunitas yang dapat menunjang pemasaran	Muhamad Abizar (062122063)

Pengembangan Produk/Riset	a. Modifikasi produk b. Pengujian & peluncuran produk	a. Variasi bahan kain b. Jasa bordir c. stand bazar	a. 1 paket b. 1 paket c. 1 unit		a. Rp. 1.000.000 b. Rp. 1.000.000 c. Rp. 100.000	a. Rp. 1.000.000 b. Rp. 1.000.000 c. Rp. 100.000	a. Memberikan pilihan yang baru dari sofa buatan pabrik b. Semakin banyak orang yang tahu manfaat <i>ecobrick</i>	a. Modifikasi produk b. Pengujian & peluncuran produk	a. Variasi bahan kain b. Jasa bordir c. stand bazar	a. 1 paket b. 1 paket c. 1 unit		a. Rp. 1.000.000 b. Rp. 1.000.000 c. Rp. 100.000	a. Rp. 1.000.000 b. Rp. 1.000.000 c. Rp. 100.000	a. Memberikan pilihan yang baru dari sofa buatan pabrik b. Semakin banyak orang yang tahu manfaat <i>ecobrick</i>	Abyan Jausan Kabir (062121036)
---------------------------	--	---	---	--	--	--	--	--	---	---	--	--	--	--	--------------------------------

Produksi	a. Pengumpulan sampah anorganik	a. Timbangan digital	a. 1 unit		a. Rp. 250.000	a. Rp. 250.000	a. Mengurangi pencemaran sampah di lingkungan	a. Pengumpulan sampah anorganik	a. Timbangan digital	a. 1 unit		a. Rp. 250.000	a. Rp. 250.000	a. Mengurangi pencemaran sampah di lingkungan	Muhammad Rizki Saputra (062120056)
	b. Proses penjahitan kain fabrik	b. Variasi kain sofa	b. 10 meter		b. Rp. 70.000	b. Rp. 700.000	b. b. Menghasilkan produk dari olahan sampah yang memiliki nilai jual	b. Proses penjahitan kain fabrik	b. Variasi kain sofa	b. 10 meter		b. Rp. 70.000	b. Rp. 700.000	b. b. Menghasilkan produk dari olahan sampah yang memiliki nilai jual	
	c. Proses pembuatan sofa dari ecobrick	c. Jasa penjahit	c. 1 kali		c. Rp. 30.000	c. Rp. 30.000		c. Proses pembuatan sofa dari ecobrick	c. Jasa penjahit	c. 1 kali		c. Rp. 30.000	c. Rp. 30.000		
	d. Packaging	d. Busa tebal	d. 10 meter		d. Rp. 90.000	d. Rp. 900.000		d. Packaging	d. Busa tebal	d. 10 meter		d. Rp. 90.000	d. Rp. 900.000		
		e. Busa tipis	e. 10 meter						e. Busa tipis	e. 10 meter					
		f. Tali tambang	f. 1 roll		e. Rp. 70.000	e. Rp. 700.000			f. Tali tambang	f. 1 roll		e. Rp. 70.000	e. Rp. 700.000		
		g. Papan	g. 10 lembar		f. Rp. 100.000	f. Rp. 100.000			g. Papan triplek	g. 10 lembar		f. Rp. 100.000	f. Rp. 100.000		
			h. 10 pcs							h. 10 pcs					
			i. 100 pcs		g. Rp. 70.000	g. Rp. 700.000				i. 100 pcs		g. Rp. 70.000	g. Rp. 700.000		
			j. 200 botol							j. 200 botol					

		triplek	k. 10 meter		h. Rp. 20.000	h. Rp. 200.000			h. Solatip besar	k. 10 meter		h. Rp. 20.000	h. Rp. 200.000		
		h. Solatip besar	l. 20 pcs		i. Rp. 2.000	i. Rp. 200.000			i. Kaki kursi 4 cm j. Ecobrick	l. 20 pcs		i. Rp. 2.000	i. Rp. 200.000		
		i. Kaki kursi 4 cm j. Ecobrick			j. Rp. 2.500	j. Rp. 500.000			k. Plastik packaging			j. Rp. 2.500	j. Rp. 500.000		
		k. Variasi bahan kain			k. Rp. 70.000	k. Rp. 700.000						k. Rp. 70.000	k. Rp. 700.000		
		l. Plastik packaging			l. Rp. 6.000	l. Rp. 120.000						l. Rp. 6.000	l. Rp. 120.000		
Legalitas, Perijinan, Sertifikasi, Pengujian	a. Uji kelayakan produk	a. Uji kelayakan produk	a. 1 kali pengujian		a. Rp 1.000.000	a. Rp 1.000.000	a. Produk dapat mengimbangi kualitas hasil pabrik	a. Uji kelayakan produk	a. Uji kelayakan produk	a. 1 kali pengujian		a. Rp 1.000.000	a. Rp 1.000.000	a. Produk dapat mengimbangi kualitas hasil pabrik	Muh Abiz (0623)

Belanja ATK dan Penunjang	a. Kebutuhan alat penunjang	a. ATK	a. 1 paket		a. Rp. 200.000	a. Rp. 200.000	a. Kebutuhan pengelolaan keuangan	a. Kebutuhan alat penunjang	a. ATK	a. 1 paket		a. Rp. 200.000	a. Rp. 200.000	a. Kebutuhan pengelolaan keuangan	Aby
	b. Kegiatan manajemen pengelola bantuan	b. Hekter	b. 1 pcs		b. Rp. 200.000	b. Rp. 200.000	b. Alat penunjang	b. Kegiatan manajemen pengelola bantuan	b. Hekter	b. 1 pcs		b. Rp. 200.000	b. Rp. 200.000	b. Alat penunjang	Kabi
		c. Isi hektar	c. 2 pcs		c. Rp. 50.000	c. Rp. 100.000	c.Manajemen pengelolaan bantuan		c. Isi hektar	c. 2 pcs		c. Rp. 50.000	c. Rp. 100.000	c.Manajemen pengelolaan bantuan	(062
		d. Palu	d. 2 pcs		d. Rp. 20.000	d. Rp. 40.000			d. Palu	d. 2 pcs		d. Rp. 20.000	d. Rp. 40.000		6)
		e. Obeng	e. 2 pcs		e. Rp. 20.000	e. Rp. 40.000			e. Obeng	e. 2 pcs		e. Rp. 20.000	e. Rp. 40.000		
		f. Gergaji	f. 1 pcs		f. Rp. 20.000	f. Rp. 20.000			f. Gergaji	f. 1 pcs		f. Rp. 20.000	f. Rp. 20.000		
		g. Honor mentor pendamping	g. 1 orang		g. Rp. 1.500.000	g. Rp. 1.500.000			g. Honor mentor pendamping	g. 1 orang		g. Rp. 1.000.000	g. Rp. 1.000.000		
		h. Honor narasumber	h. 2 orang		h. Rp. 500.000	h. Rp. 1.000.000			h. Honor narasumber	h. 2 orang		h. Rp. 500.000	h. Rp. 1.000.000		
		i. Monitoring & Evaluasi	i. 1 paket		i. Rp. 1.500.000	i. Rp. 1.500.000			i. Monitoring & Evaluasi	i. 1 paket		i. Rp. 1.500.000	i. Rp. 1.500.000		

Lainnya															
Total						Rp. 16.550.000		Total						Rp. 15.700.000	

Bukti Transaksi: <https://drive.google.com/drive/folders/1qhFtyud2gxkwiQgm1r7ydqTYgMlCBQ9x?usp=sharing>

**Format Laporan Akhir
Penggunaan Anggaran
Kelompok Usaha Mahasiswa**

(dilaporkan melalui akun operator Perguruan Tinggi melalui SIM Kesejahteraan)

2. Tahapan Awal (MAGGOT SUPER BSF)

Kegiatan Utama	Rencana							Capaian							Penj. S
	Kegiatan	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Target Capaian	Kegiatan	Nama Barang	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Unit Capaian	
	A	B	C	D	E	F= C x E	F= Output A	A	B	C	D	E	F= C x E	F= Output A	
Pengembangan Produk/Riset	a. Pembuatan Media Kultur b. Proses Pengeringan c. Beriklan Online	a. kolam terpal b. oven c. instagram ads	a. 50 b. 5 c. 4	a. pcs b. pcs c. kali	a. 60.000 b. 153.000 c. 500.000	a. 3.000.000 b. 765.000 c. 2.000.000	a. pertumbuhan maggat yang maksimal b. ketahanan produk yang lama c. meningkatkan exposure media	a. Pembuatan kandang utama b. proses pengeringan c. Pembuatan dan perbaikan media kultur	a. Pasir,Semen, Hebel, Plastik UV, Bambu, Paragnet, Oven, Jaring lalat, Perekat b. Oven gas pasir, semen	a. 1 col, 2 sak, ½ k, 8x12m, 30 b. 3x18m,, 2x2x2m, 1 sak, 2 kg c. ½. 5	a. 1 col, 2 sak, ½ k, 8x12m, 30 b. 3x18m, 2x2x2m, 1 sak, 2 kg c. col. sak	a. 1.500.000 b. 1.860.000 c. 850.000	4.210.000	Meningkatkan Produksi yang berkualitas	Teu

Produksi	a. Menyiapkan bibit maggot bsf b. Pembuatan Kandang	a. Telur Maggot bsf b. Jaring lalat	a. 250 b. 20	a. gram b. meter	a. 7.000 b. 175.000	a. 1.750.000 b. 3.500.000	Memiliki maggot yang berkualitas	a. Membeli maggot bsf b. membuat jaring lalat	a. Telur Maggot bsf b. jaring lalat	a. 125 b. 4 = 2x2x2	a. Gram b. meter	a. 6.000 b. 375.000	a. 750.000 b. 1.500.000	Memiliki maggot yang berkualitas	Ath
Legalitas, Perijinan, Sertifikasi, Pengujian	a. Perizinan Usaha	Surat keterangan domisili usaha	1	lembar	100.000	100.000	Memiliki identitas izin usaha yang diterbitkan lembaga OSS	a. Perizinan Usaha.	Surat NIB	1	lembar	0	0	Memiliki identitas izin usaha yang diterbitkan lembaga OSS	Teu

Belanja ATK dan Penunjang	a. Peralatan penunjang budidaya b. Proses pengemasan c.	a. kawat b. plastic kemasan	a. 5 b. 750	a. roll b. pcs	a. 120.000 b. 2.000	a. 600.000 b. 1.500.000	Menunjang kegiatan operasional usaha	a. Peralatan penunjang budidaya b. Proses pengemasan c.	a. Meteran, Sendok Semen, Paku campur,, kawat jarring, selot pintu dan engsel, papan kayu b. Plastik kemasan, waring	a. 1pcs, 2 pcs, 1kg, 1 roll, 1, 2, 10 lmbr b. 400 pcs, 200 pcs	a. 1pcs, 2 pcs, 1kg, 1 roll, 1, 2, 10 lmbr b. 400 pcs, 200 pcs	a. 45.000, 60.000, 40.000, 125.000, 20.000, 40.000, 70.000 b. 2.500, 2.500	a. 1.500.000 b. 600.000	Menunjang kegiatan operasional usaha	Mochamad Tri Sultan Firdausy
---------------------------	---	--------------------------------	----------------	-------------------	------------------------	----------------------------	--------------------------------------	---	---	---	---	---	----------------------------	--------------------------------------	------------------------------

Lainnya	a. b. c.							a. b. c.								
Total							Rp 13.215.000		Total							Rp 8.560.000

Bukti Transaksi: <https://drive.google.com/drive/folders/1qhFtyud2gxkwiQgm1r7ydqTYgMlCBQ9x?usp=sharing>