

IPTEKS BAGI KEWIRAUSAHAAN MELALUI USAHA SMART BAG PLUS: TAS EDUKATIF SEBAGAI MEDIA INTERAKTIF BELAJAR MATEMATIKA YANG EKONOMIS DAN RAMAH LINGKUNGAN

Aji Pranoto¹, Widya Andi Karmila Saputri²

¹Fakultas Teknologi Industri, ² Fakultas Sains Terapan

Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta

Jl. Kalisahak 28 Kompleks Balapan Yogyakarta

Email : aji_pranoto@akprind.ac.id

Abstract

Bags have become complete, both in terms of fashion and the need to store goods during the trip. Bags can also be used as a means of education, especially for mathematics subjects. In addition, the number of schools and colleges adds more and more appropriate if the business of making this smart bag established. Smart bag business is named Smart Bag Plus

Smart Bag Plus is designed specifically for children that is PAUD, Kindergarten and Elementary School level as an interactive media of learning mathematics with the concept of playing while learning environmentally friendly. The packaging is as neat as possible, unique, and interesting to further upload people to buy it. With a variety of reasons are expected by the establishment of smart bag business can meet the market share of innovative bags and can be as a means of education. Therefore, it can be concluded that the turnover to be generated from this activity will be appropriate and appropriate estimates so that this business can exist and be able to help the community in learning and fashion.

Keywords: *Smart Bags, Mathematics, Education, Environment Friendly.*

Pendahuluan

Seiring berkembang pesatnya dunia usaha di era globalisasi, berbagai usaha baru mulai bermunculan, baik skala kecil maupun besar. Fenomena ini mengakibatkan tingkat persaingan menjadi semakin ketat dan menuntut pelaku usaha untuk melakukan perubahan antara lain orientasi terhadap cara mereka melayani konsumen, menangani pesaing, serta menghasilkan produk. Persaingan yang ketat juga menuntut pelaku usaha untuk semakin inovatif dalam menciptakan produk yang menarik minat konsumen. Tanpa melakukan inovasi dan adanya kelebihan khusus, produk bisa saja tidak laku karena banyaknya produk serupa yang dijual di pasaran.

Usaha konveksi merupakan salah satu jenis usaha yang memiliki potensi keuntungan tinggi, misalnya tas, handycraf. Tas sudah menjadi kelengkapan, baik dari segi *fashion* maupun kebutuhan untuk menyimpan barang selama berpergian. Karena fungsinya tersebut, rata-rata penduduk di dunia ini, menghabiskan sebagian dari uangnya untuk membelanjakan tas. Tas juga bisa dijadikan sebagai sarana edukasi

khususnya untuk mata pelajaran matematika yang menjadi momok bagi sebagian Siswa Sekolah Dasar hingga Sekolah Menengah Atas .

Sebagai upaya untuk merubah pandangan masyarakat bahwa matematika sebenarnya bukan merupakan hal yang menakutkan, maka pengusul tertarik untuk membuka usaha pembuatan tas pintar (*Smart Bag*) yang semula didesain dengan motif rumus-rumus matematika dan menggunakan bahan ramah lingkungan dengan pangsa pasar Siswa Sekolah Menengah Atas hingga pegawai kantoran. Melihat banyaknya sekolah di Yogyakarta dan sebagai bentuk inovasi maka pengusul tertarik untuk membuat tas sebagai media interaktif belajar matematika bagi siswa Taman Kanak-Kanak hingga siswa Sekolah Dasar. Proses belajar anak memerlukan metode khusus agar hasilnya optimal. Dengan adanya tas interaktif sebagai alat peraga matematika diharapkan dapat menarik minat anak untuk belajar matematika dan wawasan lainnya sehingga dapat mengoptimalkan proses belajar matematika pada anak. Dengan berbagai alasan tersebut maka munculah pemikiran untuk mendirikan usaha *Smart Bag Plus*. Sesuai dengan namanya tas ini merupakan tas multifungsi yang dapat digunakan sebagai *fashion*, tempat menyimpan barang maupun media interaktif belajar matematika dengan konsep bermain sambil belajar.

Bagi mahasiswa, kewirausahaan menjadi salah satu materi yang ditempuh selama perkuliahan, Penciptaan lulusan perguruan tinggi yang menjadi seorang wirausahawan tidak serta merta mudah untuk dilaksanakan. Berdasarkan bukti empiris di lapangan, terdapat kecenderungan bahwa lulusan perguruan tinggi lebih senang memilih bekerja dengan tingkat kenyamanan/keamanan serta kemapanan dalam waktu yang singkat. Hal tersebut terbukti dengan membludaknya jumlah pendaftar pegawai negeri sipil (PNS) yang berasal dari PT setiap tahunnya. Satu-satunya peluang yang masih sangat besar adalah bekerja dengan memulai usaha mandiri. Hanya saja, jarang ditemukan seseorang sarjana yang ingin mengawali kehidupannya setelah lulus dari perguruan tinggi dengan memulai mendirikan usaha. Kecenderungan yang demikian, berakibat pada tingginya residu angkatan kerja berupa pengangguran terdidik. Jumlah lulusan perguruan tinggi dalam setiap tahun semakin meningkat. Kondisi ini tidak sebanding dengan peningkatan ketersediaan kesempatan kerja yang akan menampung mereka. (Anonim, 2013)

Beberapa penelitian dan usaha menumbuhkan jiwa kewirausahaan dilakukan di beberapa perguruan tinggi. Hasil penelusuran pustaka yang terkait dengan usaha rintisan di bidang kewirausahaan diantaranya: (Jonnius, 2013), dalam tulisan di jurnal Menara volume 12 edisi 1 memaparkan bidang kewirausahaan masih belum menjadi pilihan utama sebagai profesi di masyarakat Indonesia, sehingga masih belum berkembang dibandingkan dengan negara maju. Budaya kewirausahaan harus ditumbuhkembangkan di tengah masyarakat sedini mungkin dimulai dari lingkungan keluarga dan lingkungan terdekat hingga ke lembaga pendidikan formal mulai dari pendidikan dasar sampai ke perguruan tinggi. Aktifitas kewirausahaan harus diaktifkan di lingkungan masyarakat sehingga dapat diamati secara langsung. Aktifitas ini akan menjadi kebiasaan dari masyarakat sehingga menjadi proses pembelajaran yang akan membentuk kebiasaan/ budaya. Agar dapat dijadikan sebagai budaya kewirausahaan, maka kebiasaan ini harus dimiliki secara bersama dengan cara melibatkan seluruh komponen yang ada dalam masyarakat.

Kewirausahaan adalah suatu hal dalam tindakan membuat sebuah usaha atau sistem perdagangan untuk menghasilkan sesuatu seperti materi. Pada era globalisasi kini

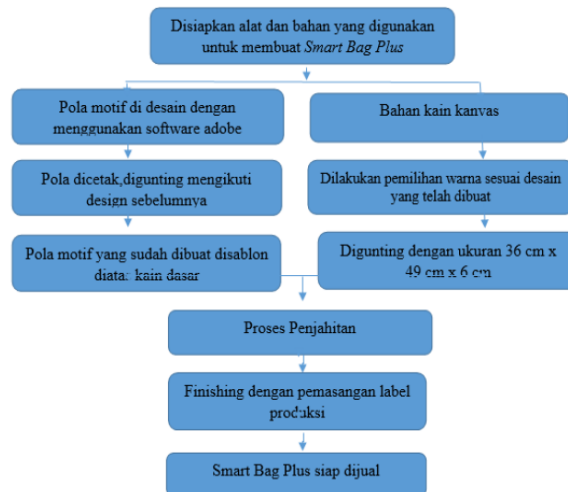
telah banyak kaum muda yang merambah pada wirausaha, terutama mahasiswa. Kewirausahaan dimaknai mahasiswa sebagai gerbang kesuksesan jika dimulai sejak dini mungkin. Akan tetapi mahasiswa yang juga pelaku wirausaha memerlukan perjuangan dalam permasalahan yang dihadapi, misalnya dalam pembagian waktu. Semua itu telah menjadi pertimbangan cukup matang bagi mahasiswa pelaku wirausaha sehingga mengambil tindakan berdasarkan makna itu. Sesuai dengan teori yang dikemukakan Blumer pada self Indication, bahwa mahasiswa telah mengetahui tentang wirausaha, lalu memberikan nilai bagi wirausaha serta pelaku, dan memberi makna wirausaha yang dihubungkan pada individu, sehingga dari semua pertimbangan mahasiswa mengambil tindakan berdasarkan makna tersebut. Selain itu pula teori Berger dalam mengkonstruksikan makna tersebut dan dalam melihat obyektivasi, internalisasi dan eksternalisasi digunakan untuk mendapatkan maksimal dalam meneliti mahasiswa wirausaha. (ISKARINDAH, 2015)

(Santosa, 2013) dalam tulisannya di jurnal Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan volume 3 No. 3, September 2014, pengembangan jiwa, semangat dan perilaku kewirausahaan pada mahasiswa merupakan salah satu kebutuhan mendasar dan syarat penting bagi Bangsa Indonesia sehubungan dengan tujuan peningkatan kualitas sumberdaya manusia yang produktif, kreatif dan inovatif. Berbagai permasalahan yang merintang pengembangkan kewirausahaan mahasiswa perlu diantisipasi secara bijak dalam rangka menemukan solusi yang tepat. Difusi semangat kewirausahaan pada mahasiswa membutuhkan komitmen dan kerjasama yang integratif antar berbagai pihak terkait. Proses pengembangan kewirausahaan pada mahasiswa perlu dilaksanakan secara berkelanjutan sebagai proses sejak dini memasuki pendidikan di perguruan tinggi, *on going* sampai mencapai kelulusan sebagai sarjana. Jadikan kewirausahaan sebagai jiwa, semangat dan perilaku mahasiswa pada khususnya dan mentalitas masyarakat Indonesia pada umumnya. Momen ini mestinya jangan sampai terputus dari mulai proses pembentukan *mind set* dan *awareness* kewirausahaan, rencana aksi dan praktek kewirausahaan sampai pada tingkat realisasi aksi dan sekaligus evaluasi secara terpadu.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan wirasuuhaa pembuatan *smart bag plus* ini merupakan salah satu kegiatan Ipteks bagi Kewirausahaan di Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta dengan pendanaan dari DIKTI tahun anggaran 2017. Agar pelaksanaan IbK ini dapat berjalan sesuai target, hal utama yang menjadi pekerjaan pertama adalah proses pencarian tenant atau mahasiswa yang berminat untuk melakukan wirausaha. Pola rekrutmen akan dilakukan secara terbuka dengan membuat pengumuman yang ditujukan kepada semua mahasiswa untuk bersedia dilatih menjadi wirausahawan, memberikan prioritas kepada mahasiswa yang sudah mempunyai pengalaman berwirausaha seperti mahasiswa yang aktif koperasi mahasiswa, mahasiswa yang bekerja paruh waktu di warnet IST AKPRIND, pemenang PKMK.

Proses Produksi Produk



Gambar 1. Proses Produksi Produk

Kegiatan dan Pelaksanaan

Pelaksanaan program pengembangan wirausaha mahasiswa melalui Program Iptek bagi Kewirausahaan (IbK) di IST AKPRIND dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu sosialisasi program, seleksi peserta program IbK, pelaksanaan program dan keberlanjutan program.

Tabel 1 Tahapan proses kegiatan

Rencana Agenda Kegiatan	Bulan ke-1				Bulan ke-2				Bulan ke-3				Bulan ke-4				Bulan ke-5			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengadaan Alat dan Bahan																				
Merancang Strategi Promosi Penjualan, dan Survei Lokasi																				
Melengkapi Administrasi dan Manajemen Usaha																				
Proses Produksi																				
Mengadakan Kerjasama																				
Penjualan Produk																				
Evaluasi Program																				
Penyempurnaan Program																				
Menyusun Laporan Hasil Kegiatan																				

Untuk mencapai tujuan seperti yang diuraikan di atas perlu dilakukan rekrutmen pada kelompok usaha mahasiswa yang terpilih menjadi binaan tim IbK IST AKPRIND (*tenant*). Salah satu tenant yang mendapatkan bantuan pendanaan adalah usaha smart bag plus. Tahapan proses kegiatan ada dalam tabel 1.

Kelayakan Perguruan Tinggi

Upaya awal agar mahasiswa IST AKPRIND mempunyai minat di bidang kewirausahaan adalah adanya mata kuliah kewirausahaan. Mata kuliah ini merupakan mata wajib di semua program studi. (Anonim, <http://www.pakgurufisika.com/2016/01/prinsip-kerja-roket-air.html>, 2015). Materi mata kuliah kewirausahaan yang menjadi mata kuliah wajib, masih kurang optimal, banyaknya persoalan dan luasnya bidang kewirausahaan tidak cukup hanya dibahas dalam waktu 1 semester, sehingga diperlukan terobosan-terobosan agar minat berwirausaha tumbuh di kalangan mahasiswa. Tugas mata kuliah kewirausahaan selama ini tidak hanya bersifat teoritis tapi sudah bersifat praktik langsung pada oleh mahasiswa. Mahasiswa ditingkatkan rasa percaya dirinya dan diajarkan praktik langsung ke masyarakat dengan cara menjual jasa bengkel sepeda motor, kuliner, kerajinan, peternakan dan lain-lain.

Hal lain yang ditempuh agar mahasiswa tumbuh minat berwirausaha adalah dengan mendorong kegiatan mahasiswa baik melalui unit kegiatan mahasiswa (UKM) maupun himpunan mahasiswa jurusan (HMJ) untuk melakukan kegiatan yang mengarah kewirausahaan. Beberapa contoh kegiatan UKM maupun HMJ yang berkaitan dengan wirausaha diantaranya : (Tim Borang AIPT, 2014)

Koperasi mahasiswa, dalam UKM Koperasi mahasiswa (Kopma) ini, anggota UKM Kopma dilatih untuk mengelola warung / toko yang menjual ATK dan snack ringan yang ada di kampus IST AKPRIND

Warung internet, di kampus IST AKPRIND terdapat warung internet dan pengelolaan warnet diserahkan pada mahasiswa yang pekerja secara paruh waktu

Kegiatan service murah yang diselenggarakan HMJ Teknik Mesin. Pada kegiatan service murah ini, mahasiswa yang tergabung dalam divisi HARD Himpunan Mahasiswa Mesin menyelenggarakan service pada masyarakat dengan biaya service murah dan penjualan olie dan spare part ringan. Dalam service ini mahasiswa yang sudah teruji melakukan service ringan pada kendaraan roda dua dan menawarkan spare part pada masyarakat.

Pelatihan/ memberikan tutorial tentang robotika bagi masyarakat. Mahasiswa Teknik Elektro yang tergabung dalam himpunan mahasiswa Elektro dan UKM Robotika sering memberikan pelatihan robotika. Kegiatan ini disamping membimbing mahasiswa dalam penyampaian materi ke masyarakat khususnya siswa SMP dan SMA juga menanamkan jiwa kewirausahaan terutama dalam penjualan jasa. Beberapa kerja sama antara IST AKPRIND dengan pihak luar sudah banyak dilakukan, khususnya dalam memberikan bekal teknologi robot. Semua kegiatan pelatihan melibatkan mahasiswa. Kerja sama di bidang robotika diantara SMK Warga Surakarta, SMP Al Azhar 26 Yogyakarta, PT Harapan Anak Yogyakarta serta Pemerintah Kota Magelang

Pelatihan tentang pengelasan/ pembuatan pot bunga di masyarakat. Kegiatan pengelasan/pembuatan pot bunga di masyarakat masih sebatas kegiatan pelatihan/ pembinaan yang diberikan mahasiswa Teknik Mesin pada remaja karang taruna.

Kegiatan yang dilakukan merupakan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilakukan dosen dan melibatkan mahasiswa.

Pelatihan kewirausahaan pemanfaatan sampah bagi ibu-ibu rumah tangga di perkampungan Notoyudan Yogyakarta yang bisa langsung bisa dijual oleh masyarakat.

Biaya Pekerjaan

Anggaran yang diperlukan untuk kegiatan wirausahaan ini ada pada tabel 2.

Tabel 2 Ringkasan Anggaran Biaya

No	Jumlah Pengeluaran	Biaya
1	Peralatan Penunjang	Rp 11.999.600,00
2	Bahan Habis Pakai	Rp 19.999.500,00
3	Perjalanan	Rp 3.998.500,00
4	Lain-lain	Rp 3.998.500,00
TOTAL		Rp 39.996.100,00

Analisis Ekonomi

- a. Jumlah produksi per bulan

Jumlah produksi tetap per bulan adalah 120 buah

Biaya produksi = Biaya Bahan Baku = Rp. 18.999.500,00

- b. Harga pokok produksi (HPP)

HPP = biaya produksi/jumlah Produksi

= Rp. 19.999.500,00/120

= Rp 166.662,50

- c. Penentuan harga jual

Keuntungan yang diinginkan adalah 50%

Harga Jual = HPP + (% Keuntungan x HPP)

= Rp 166.662,50 + (50% x Rp 166.662,50) = Rp 249.993,75

= Rp 250.000,00

- d. Total pendapatan

Pendapatan bulan pertama = Harga Jual x Jumlah Produksi

= Rp 250.000,00 x 120 = Rp 30.000.000,00

- e. Keuntungan per Bulan

Keuntungan = Pendapatan – Biaya Produksi

= Rp 30.000.000,00 - Rp 10.000.500,-

- f. Analisis Periode Pengembalian (Payback Periode/PBP)

$$\begin{aligned} \text{PBP} &= \frac{\text{Biaya Peralatan}}{\text{Keuntungan}} \times 1 \text{ bulan} \\ &= \frac{\text{Rp } 11.999.600,00}{\text{Rp } 10.000.500,00} \times 1 \text{ bulan} = 1,1999 \text{ bulan} = 36 \text{ hari} \end{aligned}$$

- g. BEP (Break Event Point)

$$\begin{aligned} \text{BEP}_{\text{Volume Produksi}} &= \frac{\text{Biaya Produksi}}{\text{Harga per Satuan}} \\ &= \frac{\text{Rp } 11.999.600,00}{\text{Rp } 250.000,00} = 47,9984 \text{ buah} = 48 \text{ buah} \end{aligned}$$

Modal akan kembali setelah diproduksi sebanyak 48 buah tas. Jadi, apabila dalam satu kali produksi menghasilkan 120 buah tas maka akan diperoleh keuntungan sebanyak 72 buah.

$$\begin{aligned} \text{BEP}_{\text{Harga Produksi}} &= \frac{\text{Biaya Produksi}}{\text{Jumlah Produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 19.999.500,00}{120} = \text{Rp } 166.662,50 \end{aligned}$$

Harga untuk satu buah tas adalah Rp 166.662,50 merupakan harga dimana biaya produksi kembali, sehingga untuk mendapatkan keuntungan harga per satuan harus di atas Rp 166.662,50. Dengan harga jual tas Rp 250.000,00 maka diperoleh keuntungan per buah sebesar Rp 83.337,50

h. B/C Ratio

Keuntungan (B) yang diperoleh adalah Rp. 10.000.500,00 dan biaya produksi per bulan (C) adalah sehingga diperoleh :

$$\text{B/C Ratio} = \frac{\text{Rp } 10.000.500,00}{\text{Rp } 19.999.500,00} = 0,5$$

Dengan B/C Ratio 0,5 atau lebih besar dari 0 (>0) maka usaha ini dinyatakan layak dan keuntungan yang diperoleh adalah $\pm 50\%$ dari biaya produksi.

i. R/C Ratio

Seluruh pendapatan per bulan (R) adalah Rp 30.000.000,00 dan biaya produksi per bulan (C) sehingga diperoleh

$$\text{R/C Ratio} = \frac{\text{Rp } 30.000.000,00}{\text{Rp } 19.999.500,00} = 1,5$$

Dengan R/C Ratio 1,5 atau lebih dari 1,00 (>1,00), maka usaha ini dinyatakan layak untuk didirikan.

Gambaran Umum Studi

Deskripsi Produk

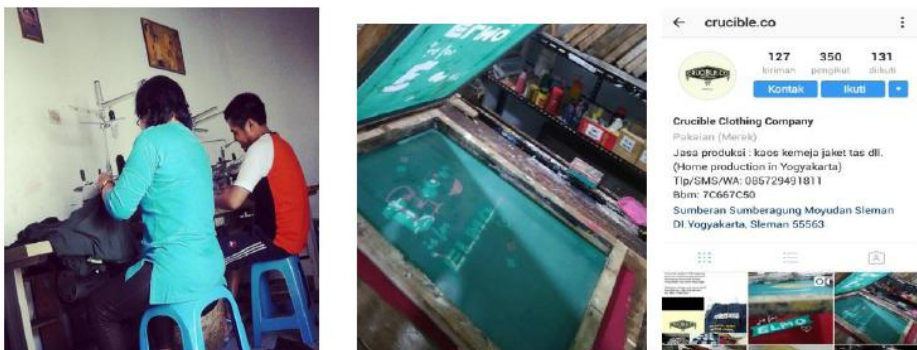
1. Produk. Produk yang diproduksi adalah tas edukatif berbahan kain kanvas dengan nama unit usaha adalah *Smart Bag Plus*. *Smart Bag Plus* memiliki fitur tambahan sebagai media interaktif pembelajaran matematika dengan model ransel. Produk dikemas menggunakan *paper bag* (tas kertas) yang telah di sablon dan tertera logo dari *Smart Bag Plus*.
2. Bahan Baku/Sumber. Bahan baku utama dan bahan-bahan lain yang dibutuhkan dalam produksi *Smart Bag Plus* ini adalah sebagai berikut: Kain, Benang, Resleting, Kancing, Tinta, Plastik Kemasan, Kayu
3. Keunggulan Produk/Jasa. *Smart Bag Plus* sebagai media interaktif belajar matematika memiliki keunggulan lebih dari produk-produk lain. *Smart Bag Plus* memiliki fitur sebagai alat peraga matematika yang bertujuan agar proses pendidikan lebih efektif dengan jalan meningkatkan semangat belajar siswa
4. Inovasi/Teknologi yang digunakan. Melihat banyaknya sekolah di Yogyakarta dan sebagai bentuk inovasi maka kami tertarik untuk membuat tas sebagai media interaktif belajar matematika bagi siswa Taman Kanak-Kanak hingga siswa Sekolah Dasar. Proses belajar anak memerlukan metode khusus agar hasilnya optimal. Dengan adanya tas interaktif sebagai alat peraga matematika diharapkan dapat

menarik minat anak untuk belajar matematika dan wawasan lainnya sehingga dapat mengoptimalkan proses belajar matematika pada anak.

Hasil Dan Pembahasan

1 . Mitra

Mitra Usaha Kompetisi Bisnis Mahasiswa Indonesia yaitu Crucible Cloting Company memulai usaha berawal dari hobby dan melihat peluang pasar sekarang berdiri pada tahun 2010, dan sejak saat itu mereka selalu mempunyai komitmen untuk selalu menghasilkan produk dengan kualitas yang tinggi untuk anda konsumen. Kualitas produksi selalu ditingkatkan dan juga peningkatan sumber daya manusianya agar selalu menghadirkan produk tas berkualitas tinggi. Mitra juga memiliki organisasi yang teratur serta telah terkoordinasi dengan baik untuk memberikan kepercayaan bagi anda sebagai konsumen. Gambar 1 merupakan proses kegiatan dan promosi yang dilakukan oleh mitra



Gambar 2 Kegiatan di Mitra

2 . Pangsa Pasar

Pembuatan Smart Bag Plus sebagai kreasi tas edukatif yang interaktif berbahan kain kanvas dengan memiliki desain khusus memiliki motif rumus matematika dan fitur tambahan sebagai media interaktif pembelajaran matematika sehingga dapat digunakan sebagai media peraga pembelajaran matematika. Si pembeli akan lebih optimal dalam belajar matematika. Kapasitas produksi per bulan adalah 120 buah. Berikut rencana jumlah produksi yang dijual selama lima tahun mendatang (dengan target pertumbuhan produksi 10% per tahun) :

Tabel 3 Rencana Produksi *Smart Bag Plus* selama 5 Tahun

Tahun	Rencana Produksi
2017	1440 Buah
2018	1584 Buah
2019	1742 Buah
2020	1916 Buah
2021	2107 Buah

3 . Target dan Jangkauan Pasar

Pengembangan inovasi produk tas ditujukan pada kalangan pelajar terutama kalangan pelajar TK (Taman Kanak-Kanak) dan SD (Sekolah Dasar) karena banyak dari kalangan pelajar yang masih menganggap bahwa mata pelajaran matematika itu

menyusahkan dan sulit dihafalkan. Selain itu dari kalangan pelajar juga tas merupakan barang wajib dari segi fungsinya untuk dibawa ke sekolah.

4. Analisis Pasar

Tabel 4 Analisis Pasar Riil

No.	Pasar Riil	Implikasi dalam Pemasaran
1.	Konsumen memilih produk tas yang unik dan kreatif.	Menciptakan <i>Smart Bag Plus</i> yang unik dan kreatif dengan menggabungkan unsur edukasi yang bersifat interaktif
2.	Pembelian lewat <i>online</i> semakin meningkat.	<i>Smart bag Plus</i> memberikan kemudahan pembelian tas melalui media massa (<i>facebook, twitter, website, dll</i>).
3.	Pelanggan memperhatikan produk yang ramah lingkungan dengan adanya isu <i>global warming</i> .	<i>Smart Bag Plus</i> menggunakan bahan baku kain kanvas serta proses produksi yang meminimalkan limbah.
4.	Konsumen menyukai produk yang apik dan multifungsi.	<i>Smart Bag Plus</i> menyediakan produk yang tidak hanya sekedar tas, tetapi tas yang bernilai seni, apik, dan multi-fungsi sehingga dapat diaplikasikan pada target pasar

5. Strategi Pemasaran

a. Produk

Produk yang diproduksi adalah tas edukatif yang interaktif berbahan kain kanvas dengan nama unit usaha adalah *Smart Bag Plus*. *Smart Bag Plus* memiliki desain khusus memiliki motif rumus matematika dan fitur tambahan sebagai media interaktif pembelajaran matematika sehingga dapat digunakan sebagai media peraga pembelajaran matematika. Gambar 2-5 merupakan hasil produk yang dikembangkan.



Gambar 3. Desain Produk SMARTBAG WiseBag



Gambar 4. Desain Produk SMARTBAG 2 in 1 Bag



Gambar 5. Desain Produk SMARTBAG PLUS untuk Anak SD



Gambar 6. Desain Produk SMARTBAG Custom Bag

b. Harga

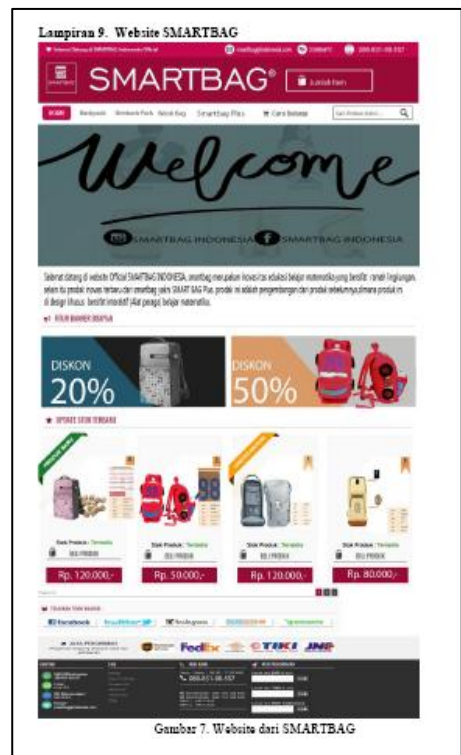
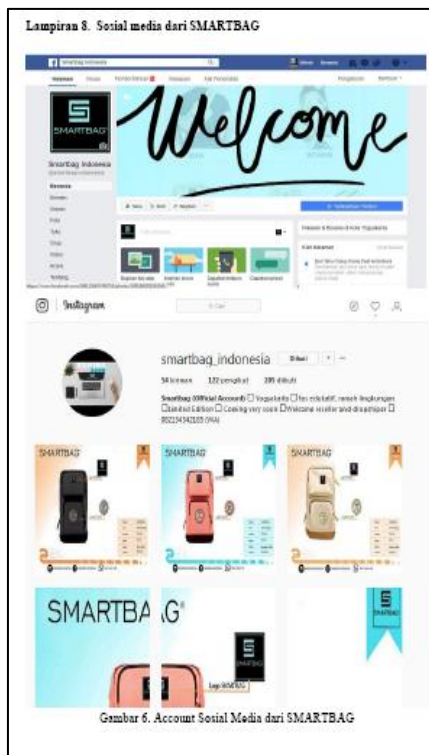
Produk ini didesain model persegi panjang dengan ukuran 45 x 35 x 10 cm dan dipasarkan dengan harga Rp 250.000,00 per buah. *Smart Bag Plus* juga memberikan harga khusus untuk setiap pembelian grosir. Selain itu juga melayani sistem *pre-order* untuk pemesanan desain sesuai permintaan pelanggan dengan harga menyesuaikan ukuran dan bentuk tas yang diminta.

c. Jalur Pemasaran

Penjualan dilakukan dengan sistem langsung kepada konsumen dan juga secara tidak langsung dengan cara menitipkan hasil kreasi ke beberapa swalayan dan toko-toko. Strategi pemasaran menggunakan sistem konsinyasi (titip jual) dan atau sistem jual putus kepada *partner* bisnis. Para mahasiswa pendatang di Yogya juga menjadi bidikkan sebagai tenaga pemasaran paruh waktu (*reseller*) untuk memasarkan produk ke daerah asalnya, berkolaborasi dengan keluarga atau teman di daerahnya. Selain itu juga melalui sosialisasi ke sekolah-sekolah maupun desa/RT tentang pentingnya memperkenalkan belajar matematika sejak dini kepada anak-anak.

d. Promosi/Penjualan

Promosi utama dijalankan melalui jaringan internet (*online*). Pemasaran *online* dilakukan dengan cara memasarkan produk melalui media sosial (*facebook*, *twitter*, *website*, *instagram* dan lain-lain). Pembeli dapat memesan melalui *e-mail* atau menghubungi nomor telepon yang dicantumkan pada akun. Sedangkan promosi pendukung dilakukan melalui penyebaran kartu nama, *leaflet*, poster atau mengajukan proposal penawaran ke berbagai toko. Cara lainnya yaitu dengan memperluas pasar mengikuti berbagai kegiatan pameran maupun bazar produk UKM (Unit Kegiatan Masyarakat) yang diadakan oleh pihak pemerintah maupun swasta.



Gambar 7. Account Sosial Media dari SMARTBAG

Simpulan

1. Pelaksanaan Ipteks bagi Kewirasusahaan (IbK) mampu membuat inovasi produk berupa tas edukatif berbahan kain kanvas dengan nama unit usaha adalah *Smart Bag Plus*. Fitur *Smart Bag Plus* memiliki desain tambahan sebagai media interaktif pembelajaran matematika dengan model ransel yang sangat cocok digunakan pada pelajar untuk Usia Sekolah Dasar dan Sekolah Menengah Pertama.
2. Guna menstabilkan kekontinuitasan pemasaran produk *smart bag plus* ini media yang digunakan adalah on line dan off line. Media on line menggunakan (facebook, twitter, website, instagram dan lain-lain). Pembeli dapat memesan melalui e-mail atau menghubungi nomor telepon yang dicantumkan pada akun. Sedangkan pemasaran off line dan pendukung dilakukan melalui penyebaran kartu nama, leaflet, poster atau mengajukan proposal penawaran ke berbagai toko. Cara lainnya yaitu dengan memperluas pasar mengikuti berbagai kegiatan pameran maupun bazar produk UKM (Unit Kegiatan Masyarakat) yang diadakan oleh pihak pemerintah maupun swasta.
3. Jumlah produksi smart bag plus per bulan adalah 120 buah, dengan pendapatan sebesar Rp 30.000.000,00 dan keuntungan bersih Rp 10.000.500,- perbulan dengan Payback Periode/PBP 36 hari, Break Event Point 48 buah.

Daftar Pustaka

- Anonim. (2013). *Modul Pembelajaran Kewirausahaan* . Jakarta: Direktorat Jenderal Pembelajaran Dan Kemahasiswaan Ditjen Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan.
- Anonim. (2015). *Buku Akademik IST AKPRIND*. Yogyakarta: IST AKPRIND.
- ISKARINDAH, A. (2015, April 10). *Pemaknaan Mahasiswa Wirausaha Terhadap Kewirausahaan Di Universitas Airlangga Surabaya*. Retrieved from <http://journal.unair.ac.id/kmnts4a0a0a2aa2full.pdf>
- Jonnius. (2013). Menumbuhkembangkan Budaya Kewirausahaan dalam Masyarakat. *Menara Vol 12, No 1 (2013)*, 48-55.
- Santosa, I. (2013). Masalah Dan Tantangan Pengembangan Kewirausahaan Pada Kalangan Mahasiswa Di Indonesia. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 203-207.
- Tim Borang AIPT. (2014). *Borang Evaluasi Diri IST AKPRIND Yogyakarta*. Yogyakarta: IST AKPRIND .