

Pendampingan Kewirausahaan Produk Aroma Terapi “Himanodekh Potpouuri”

Iman Supriadi^{1*}, Leonard Adrie Manafe¹, Burhan Stafrezar¹, Kusuma Adi Rahardjo¹,
Teguh Herdijanto¹, Mesya Aulia Nurjami¹, Devi Meilina¹, Novita Eka Sulistyia Rini¹

¹Fakultas Ekonomi, STIE Mahardhika, Surabaya, Indonesia

Email: ^{1*}iman@stiemahardhika.ac.id, ²leonard.adrie@stiemahardhika.ac.id,
³burhan.stafrezar@stiemahardhika.ac.id

Abstrak - Seiring dengan perkembangan zaman dan perekonomian yang semakin berkembang, semakin banyak mahasiswa yang tertarik untuk memulai usaha mereka sendiri. Program kewirausahaan mahasiswa hadir sebagai wadah untuk mengembangkan kemampuan kewirausahaan dan membantu mengasah potensi diri, sehingga mahasiswa dapat menjadi agen perubahan yang memberikan dampak positif bagi masyarakat. Melalui program ini diharapkan dapat menciptakan lebih banyak lapangan kerja dan meningkatkan kemandirian mahasiswa dalam berwirausaha. Program ini diadakan pada semester 5 dimana mulai diimplementasikan pada bulan September hingga Desember 2022. Adapun produk yang dihasilkan adalah aroma terapi. Kegiatan meliputi tahap perencanaan, implementasi, evaluasi dan analisa hasil kegiatan yang meliputi factor keuangan, pemasaran dan factor produksi.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Bisnis, Aroma Terapi, Akuntansi, Management

Abstract - Along with the times and the growing economy, more and more students are interested in starting their own business. The student entrepreneurship program exists as a forum for developing entrepreneurial skills and helping to hone their potential, so that students can become agents of change that have a positive impact on society. This program is expected to create more jobs and increase student independence in entrepreneurship. This program is held in semester 5 where it will be implemented from September to December 2022. The product produced is aromatherapy. Activities include the stages of planning, implementing, evaluating and analyzing the results of activities which include financial, marketing and production factors.

Keywords: Entrepreneurship, Business, Aromatherapy, Accounting, Management

1. PENDAHULUAN

Pesatnya kemajuan dunia usaha sekarang dibarengi juga dengan ketatnya persaingan antar perusahaan. Persaingan di lingkungan perusahaan menuntut penyelesaian beban kerja oleh karyawan yang semakin lama semakin banyak dan berat. Hal tersebut mengakibatkan efek samping bagi karyawan yaitu stres. Kegagalan karyawan dalam mengelola stress tersebut berakibat pada kondisi mental dan emosional dari karyawan, yang akhirnya berpengaruh pada kinerjanya yang sering membuat kesalahan sehingga kelancaran operasional perusahaan juga ikut terganggu. Pimpinan perusahaan tentu harus mengambil langkah yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut. Salah satu solusinya adalah menggunakan aroma terapi yang dalam hal ini adalah diffuser. Manfaat dari diffuser antara lain aroma segar memiliki efek menenangkan sehingga bisa membantu ciptakan suasana lebih nyaman saat malam hari, bisa membantu tubuh jadi lebih bersemangat saat merasa lesu, bisa mengusir nyamuk dan serangga, bisa membantu mengurangi peradangan dan penyumbatan di saluran pernapasan, bisa meredakan nyeri sendi serta otot, bisa menciptakan ruangan bebas kuman dan bakteri, bisa membantu meningkatkan daya tahan tubuh dan bisa bantu meningkatkan mood agar tetap produktif ketika bekerja.

Usaha wewangian therapy masuk ke kelompok usaha yang masalahnya sedikit. Bahan yang dipakai untuk membuat gampang untuk ditemukan di Indonesia. Indonesia sendiri memang dikenali sebagai negara pemroduksi rempah yang demikian berlimpah (Melviani, 2021) dan (Marjanah, 2019). Bila awalnya wewangianterapi ditemukan di salon atau spa saja, sekarang tidak lagi. Karena beberapa kelompok mulai mengenali wewangian therapy yang menentramkan ini. Maknanya tidak kesusahan untuk memperoleh pelanggan baru. Modal yang diperlukan untuk usaha ini condong lebih banyak. Tetapi hal ini bukanlah jadi rintangan untuk mengawali usaha wewangian therapy ini. Dalam survey Pasar Permintaan of Essential Oils Worldwide from 2010 to 2020, memperlihatkan jika keinginan essential oil bertambah cukup berarti setiap tahun. Pada 2015,

Amerika Serikat menjadi satu diantara pasar paling besar essential oil dengan nilai capai 3,36 miliar dolar US. Kekuatan itu juga pada akhirnya melahirkan trend usaha yang ikut mengunjungi tanah air, khususnya pada satu tahun belakangan.

Wewangian therapy dipakai nyaris setiap kelompok umur. Khususnya mereka yang berumur di antara 18 - 26 tahun sejenis kelaminwanita. Bila disangkutkan dengan psikis, memang pada umur itu, ialah batasan di mana manusia bekerja dengan aktif dan produktif, hal itu bermakna terkait pada tingkat stress seorang, yang dapat punya pengaruh pada suasana hati dan efisien kerja seorang (Ali, 2015). Mereka memakai ketika suasana hati sedang bahkan juga tidakbaik atau kurang. Dan kita kenali jika suasana hati bisa dikuasai dari kondisi fisik yang tidak bagus, atau tingkat stress pada batasan yang melewati kondisi badan yang normal. Beberapa warga ketahui peranan wewangian therapy cuma hanya pada peranan untuk mengharumkan ruang dan untuk faedah relaksasi (Murdani, R. 2014). Walau sebenarnya pada realitanya peranan khusus wewangian therapy bias sebagai kesehatan dan therapy psikis dan fisik. Warga tetap tidak mempunyai perhatian pada sesuatu merek dagang atau merek khususnya pada produk wewangianterapi Raina. (2011). Mereka condong beli berdasar wewangian yang mereka cium secara langsung. Bermakna pengalaman dan emosional lebih punya pengaruh pada pembelian, khusus untuk produk wewangian terapi. Penampilan visual sesuatu produk berikan dampak pada daya membeli warga.

Dengan adanya peluang bisnis yang besar dan ketersediaan bahan baku yang melimpah itulah perencanaan produksi aroma terapi dari bahan yang sudah dikeringkan dapat segera terlaksana dan diharapkan dapat diterima masyarakat dengan baik. Aroma terapi telah menjadi metode yang populer dalam meningkatkan kesejahteraan kesehatan dan emosional seseorang melalui pemanfaatan minyak esensial yang diekstrak dari tumbuhan, bunga, dan rempah rempah (La Sakka, 2018) dan (Michalak, M. 2018). Seiring dengan pertumbuhan tren gaya hidup sehat dan kesadaran akan kualitas hidup, permintaan akan produk aroma terapi semakin meningkat. Namun, para pengusaha di bidang ini seringkali menghadapi tantangan dalam mengembangkan usaha mereka karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan bisnis (Nitisusatro & Mulyadi, 2012). Oleh karena itu, pendampingan kewirausahaan menjadi elemen penting dalam membantu pengusaha muda dan calon pengusaha untuk memasuki pasar aroma terapi yang kompetitif (Rohaeti, 2018). Makalah serupa yang membahas terkait bisnis aroma terapi yaitu Sarkic, A., & Stappen, I. (2018), Putra, I. G. C., Wiryawan, I. W. G., Gunadi, I. G. B. N., & Lestari, I. G. A. A. I. (2019), Minah, F. N., Poespowati, T., Astuti, S., Muyassaroh, M., Kartika, R., Elvianto, E., Hudha, I., & Rastini, E. K. (2017). Makalah ini akan membahas peran pendampingan kewirausahaan dalam memfasilitasi pengembangan produk aroma terapi yang berkualitas dan inovatif, serta strategi untuk mengatasi hambatan dalam menjalankan bisnis di sektor ini.

2. METODE PELAKSANAAN

Himanodekh Potpourii adalah usaha pada bidang pengharum ruangan yang berbasis tanaman dan buah yang sudah dikeringkan. Himanodekh Potpourii sendiri terinspirasi dari pengharum ruangan yang berbagai bentuk dan variasi di pasaran. Awal terbentuknya Himanodekh Potpourii adalah usaha yang dirintis oleh sekelompok mahasiswa untuk menyelesaikan program studi mata kuliah pada semester 5. Dengan kesepakatan bersama terciptalah salah satu usaha pengharum ruangan ini.

2.1 Ringkasan Kegiatan

Sebelum memulai kegiatan kewirausahaan ini, team PKM berusaha mencari ide untuk produk apa yang nantinya berbeda dari teman teman lainnya. Mencari produk yang berbeda dengan harga yang terjangkau agar tetap banyak peminatnya. Dengan melihat kelompok lain banyak yang menjual produk makanan dan minuman, akhirnya team PKM memutuskan untuk hampers berisikan pengharum ruangan. Akan tetapi pengharum ruangan team PKM dalam objek ini berbeda dengan yang lain, karena terbuat dari bahan bahan asli tanpa bahan kimia. Rencana team PKM akan menjual produk ini secara offline, kami juga memutuskan untuk menjual produk pengharum ruangan ini juga melalui online. Dengan berbagai inovasi yang ada dipasar, akhirnya kami memutuskan untuk pengharum ruangan potpourii dengan berbagai varian essential. Seperti varian essential lemon, mawar, cherry blossom, dan sereh. Kegiatan selanjutnya setelah team PKM menentukan produk

yang akandi jual adalah kami survey harga bahan baku untuk menentukan harga jual dan keuntungan. Kegiatan terakhir team PKM memulai memasarkan produk pengharum ruangan tersebut. Team PKM melakukan proses produksi secara mandiri dimana sebelum team tersebut memasarkan produk ini mereka sudah melakukan uji coba untuk mendapatkan aroma yang pas untuk dipasarkan. Uji coba produk adalah suatu tahap penting dalam proses pengembangan produk sebelum produk tersebut dapat dipasarkan. Terdapat beberapa alasan mengapa penting untuk melakukan uji coba produk sebelum dipasarkan yaitu memastikan kualitas produk, menentukan apakah produk memenuhi kebutuhan pelanggan, menghindari biaya besar dan meningkatkan reputasi merek. Menjalani uji coba produk dapat membantu meningkatkan kualitas produk, meningkatkan peluang sukses di pasaran, menghindari biaya besar, dan meningkatkan reputasi merek (Hempy Suyatno, 2015).

2.2 Pelaksanaan Kegiatan

a. Lokasi Usaha

Sistem penjualan yang team PKM lakukan adalah dengan sistem offline dan online. Sementara waktu lokasi usaha mereka berada di salah satu rumah anggota team yaitu di Perumahan Griya Kartika Sedati. Untuk meningkatkan penjualan, team PKM juga melakukan promosi secara offline dan online. Secara offline mereka menawarkan produk langsung kepada konsumen di tempat kerja masing-masing anggota tim, agar menarik minat calon pembeli. Sedangkan secara online team PKM gunakan promosi di media social seperti WhatsApp dan Instagram.

b. Proses Produksi

Alat Pembuatan Pengharum Himanodekh Potpourri meliputi Pisau, Oven, Telenan kayu, Nampan, Gunting, Pita, Lem tembak, Toples/Gelas kaca 300 ml, Kartu ucapan, Sendok dan Stiker Toples. Adapun bahan pembuatan pengharum Himanodekh Potpourri meliputi buah lemon, buah jeruk sunkist, sereh, kayu manis, bunga pekak, kuncup bunga mawar dan essential oil. Cara Pembuatan pengharum ruangan Himanodekh Potpourri yaitu pilihlah bahan-bahan yang bagus dan segar, Iris buah lemon dan jeruk melintang tipis, Potong potong sereh ambil bagian daun sekitar 2 cm, Letakkan di nampan, susun irisan lemon dan jeruk agar kering merata, Keringkan kulit buah lemon, jeruk, dan sereh sampai kering di bawah terik matahari, kira kira kulit dan buah dalamnya tidak basah, Bisa juga menggunakan oven dengan panas 100 derajat, kemudian siapkan toples kaca yang akan digunakan. Siapkan sereh, kayu manis, bunga pekak, dan kuncup mawar. Setelah lemon dan jeruk kering merata, susun di dalam toples kaca dengan rapi beserta campuran sereh, kayu manis, bunga pekak, dan kuncup bunga mawar. Teteskan 6 tetes essential oil agar aroma semakin harum. Masukkan toples kaca yang telah berisi potpourri dan essential oil kedalam box hampers, beri kartu ucapan, pita box hampers. Pengharum ruangan Himanodekh Potpourri siap untuk di produksi. Adapun cara penyajian pengharum ruangan Himanodekh Potpourri yaitu buka tutup toples kaca, teteskan 6 tetes essential oil dimana pengharum ruangan himanodekh potpourri dapat dinikmati keharumannya dalam ruangan.

c. Distribusi

Sistem penyampaian produk yang team PKM lakukan adalah secara offline dan online. Untuk cara offline dengan membuka stand yang berlokasi di jalan delta sari. team PKM juga memasarkan produk dengan cara mulut kemulut kepada teman dekat, teman kampus dan keluarga. Selain itu mereka juga melakukan penjualan secara online melalui whatsapp dan instagram. Mengingat kegiatan berlangsung pada saat hari efektif bekerja, team PKM membagi tugas produksi dan pengemasan, sehingga kurang maksimal dalam penjualan. Selain itu omset yang didapatkan juga belum bias maksimal.

d. Aset dan Perkembangan Omset

Aset yang dimiliki oleh team PKM dibagi menjadi 2 yaitu aset lancar dan aset tetap. Aset lancar meliputi kas persediaan bahan baku dan perlengkapan sedangkan aset tetap yaitu Oven. Penjualan produk mereka meningkat ketika diposting foto produk mereka di awal pembukaan usaha kami melalui media whatsapp, instagram dan secara mulut ke mulut. Sehingga banyak teman dan keluarga penasaran dan pesanan berdatangan di awal pembukaan usaha mereka. Meskipun penjualan

online mereka tidak terlalu ramai tetapi penjualan offline sudah sangat menguntungkan, dikarenakan konsumen sangat antusias terhadap produk mereka. Konsumen sangat antusias dengan produk mereka karena aroma dan kemasan menarik dari produk yang cocok untuk dibuat hadiah atau buah tangan kepada kerabat terdekat. Disamping itu produk dari team PKM juga mempunyai aroma dari essential yang beragam, seperti lemon, mawar, cherry blossom dan sereh.

e. Pemenuhan Target Bulan Sebelumnya

Penjualan adalah kegiatan yang bertujuan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberikan petunjuk agar pembeli bias menyesuaikan kebutuhannya dan menguntungkan untuk kedua belah pihak Shinta, A.(2011). Penjualan pengharum ruangan Himanodekh Potpourii selama 3 bulan ini bisa di bilang sangat menguntungkan, walau terkendala dengan waktu yang bersamaan hari efektif bekerja. Namun penjualan kita sangat stabil, bias dilihat dari tingkat pembelian konsumen yang sangat tinggi. Dan team PKM sebagai produsen berusaha semaksimal mungkin agar tetap mampu membuat penjualan ini stabil, agar omsetnya dapat sesuai dengan target yang diharapkan

f. Inovasi Yang Membedakan Dari Produk Lain

Dalam dunia bisnis persaingan adalah hal yang perlu di perhatikan Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Karena itu sangat mereka perhatikan untuk selalu membuat inovasi agar produk yang kami jual memiliki ciri khas tersendiri. Banyak sekali yang kita jumpai banyak produk yang serupa namun dengan tingkat minat yang berbeda. Maka dari itu pengharum ruangan himanodekh potpourii sendiri membuat inovasi yang menjadi cirri khas bisnis kita yaitu Produk yang mereka buat inovasi yang membedakan produk lainnya yaitu, dengan menggunakan bahan alami dan sering menawarkan kepada pelanggan sebelum membeli produknya agar bias memilih aroma produk best seller namun tergantung dari keinginan pelanggan sendiri. Selain itu juga kami melakukan inovasi dalam promosi untuk menarik para pelanggan agar selalu berkunjung ke stand mereka.

2.3 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran memiliki peranan penting dalam berhasil atau tidaknya menjual sebuah produk Rusdi, M. (2019). Team PKM menciptakan inovasi pengharum ruang yang belum banyak sekali kita temui ini mempunyai tujuan untuk buka kesempatan usaha yang hendak jadi usaha berkembang karenanya menyaksikan minimal beberapa kompetitor. Tim PKM anggota pengembangan nama yang unik supaya gampang untuk dikenali dan memancing ketertarikan konsumen untuk menyaksikan usaha mereka. Disamping itu mereka lakukan promo yang terus-menerus pada beragam sosial media dengan harganya yang murah dan dapat dijangkau dan membuat paket produk.

Promosi

Adapun strategi yang dilakukan dalam upaya promosi yaitu :

a. Selalu menerepkan keramahan dan kepuasan pada konsumen.

Team PKM akan selalu membuat konsumen menjadi ratu/raja pada usaha yang akan kami geluti ini. Sebab dengan membuat konsumen puas dan selalu ramah akan menjalin hubungan lebih dekat dengan para konsumen, yang akan menjadi hubungan berkelanjutan untuk mejadi suatu target pada penjualan kami.

b. Media Publikasi / Internet

Media Ini menjadi salah satu kunci pada usaha team PKM agar cepat berkembang. Selain mereka menjualkan secara offline. Team PKM berharap akan lebih banyak lagi dikenal oleh para warganet yang akan menjadi konsumen dari berbagai daerah untuk membeli produk dari usaha tersebut. Dengan mempromosikan di berbagai media sosial dan aplikasi penjualan online lainnya. Hal ini akan mendukung usaha tersebut untuk berkembang secara pesat dengan pengenalan lewat media sosial.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisa Keuangan

Kegiatan kewirausahaan ini dilakukan yaitu sebagai bentuk dari implementasi mata kuliah yang telah ditetapkan oleh pihak kampus dimana mahasiswa dilatih untuk menjadi seorang entrepreneur agar dapat mengelola usaha yang telah mereka rintis. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada bulan September sampai dengan Desember 2022. Berikut adalah rekap Penjualan Selama 3 Bulan

Tabel 1. Rekap Penjualan Selama Tiga Bulan

Rekap Penjualan	Bulan ke-1	Bulan ke-2	Bulan ke-3	Bulan ke-4
Essential Lemon	3	18	9	7
Essential Mawar	2	15	9	8
Essential Cherry blossom	3	17	8	6
Essential Sereh	2	16	10	7
Total Rekap	10	66	36	28

Adapun biaya produksi yang dikeluarkan untuk kegiatan kewirausahaan produk Himanodekh Potpourri adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Biaya Produksi

Spesifikasi	Biaya (Rp)
Peralatan penunjang PKM	Rp 596.000,-
Bahan habis pakai	Rp 420.000,-
Perjalanan	Rp 500.000,-
Lain-lain	Rp 984.000,-
Total	Rp 2.500.000,-

Berikut Analisa Keuangan untuk proses bisnis yang dijalankan :

Fixed Cost (FC)

Fixed Cost atau biaya tetap bersifat konstan terlepas perusahaan melakukan produksi atau tidak. Terdapat biaya tetap pada usaha ini yaitu biaya operasional dan biaya produksi masing-masing sebesar Rp. 600.200

a. Biaya Variabel (VC)

Biaya variable sifatnya dinamis sesuai volume produksi. Artinya, ketika proses produksi meningkat, maka biaya variabel ikut bertambah. Contohnya adalah biaya bahan baku langsung, biaya bahan baku pendukung.

b. Perhitungan Break Event Point

BEP Per Unit

$$\text{BEP} = \text{FC}/\text{PxVC} = 600.200/35.000 - 26.400$$

$$= 69,79 = 70 \text{ unit}$$

c. BEP Rupiah

$$\text{BEP} = \text{FC}/ 1-\text{VC}/ \text{s} = 600.200/ ((35.000- 26.400) /35.000))$$

$$= 600.200/0,25$$

$$= 2.400.800$$

Karena fixed cost kami Rp.600.200, maka dalam penjualan dalam rupiahnya akan langsung balik modal, dan langsung mendapatkan profit. Dan BEP dalam Rupiah Usaha aroma terapi “Himanodekh Potpourri” adalah Rp. 2.400.800.

3.2 Rencana Keberlanjutan Usaha

a. Operasional Usaha

Hal pertama yang harus dibuat ketika merencanakan system operasional usaha adalah menyusun system operasional bidang keuangan. Sistem operasional keuangan ini meliputi pengaturan arus keluar masuk uang, cara pencatatan dan pelaporan dan perhitungan lainnya. Hal yg dilakukan adalah membuat transaksi yg simple, pengawasan berlapis, terkomputerasi, terpadu dengan pengadaan barang, dan transaksi penjualan. Juga tersedianya modal usaha untuk melakukan pengembangan usaha. Team PKM mulai memasarkan produk dari essential oil, bunga kering, untuk di jadikan hampers maupun terjual terpisah. Anggota team mulai mendiskusikan dan mulai mempersiapkan semua bahan juga perlengkapannya. Jika semua bahan dan perlengkapan sudah ada kami mulai melakukan sebuah produksi untuk di kelola terlebih dahulu dan siap dipasarkan.

Dalam pemasaran produk pengharum ruangan ini, kami memasarkan melalui media social dan face to face secara langsung kepada customer, teman kerja dan keluarga. Dalam proses penjualan ini kami menggunakan 2 sistem yaitu system penjualan online dan sistem penjualan offline. Pada system penjualan online, kami menggunakan social media whatsapp dan instagram. kami menggunakan dua social media tersebut karena kami juga harus mengatur waktu dengan pekerjaan rutin kami. Pada system penjualan offline atau face to face kami membawa contoh produk di tempat kami bekerja. Bagan di bawah ini adalah struktur manajemen yang sudah kami jalankan mulai berdirinya usaha ini hingga sampai saat ini.

b. Perkembangan Pasar

Dalam perkembangan pasar selama 3 bulan sangat memuaskan dan antusias para konsumen. Karena tidak ada yang menjual produk tersebut disekitar lokasi, itu bisa menjadi kesempatan yang bagus buat tim kami. Evaluasi dari dosen pembimbing juga membuat peningkatan penjualan semakin membuat stabil. kami juga melakukan berbagai macam inovasi. Kami akan membuat analisa pesaing yang kami gunakan agar mengetahui analisa swot kami dan pesaing dalam satu produk yang sama di pasarkanya. Setelah kami mengetahui analisa swot dari pesaing kami akan mengatur strategi lagi dengan membuat inovasi-inovasi terbaru agar produk kami masih bisa berkembang.

3.3 Implementasi Pelaksanaan PKM dalam Tiap Mata Kuliah

1. Sistem Pengendalian Management

Mata kuliah satu ini sangat penting untuk PKM kami. Karena didalam nya terdapat unsur berpikir analitis yang akan berguna untuk mengamati dan meneliti sebuah masalah atau topik untuk mengembangkan gagasan yang lebih kompleks tentangnya. Pemikiran analisis dapat menghasilkan tambahan pengetahuan, solusi juga ide yang berakitan dengan pkm kali ini. Di dalam pemikiran analitis ini kami bisa mengidentifikasi beberapa masalah yang terdapat pada usaha kami, diharapkan kami juga bisa mengevaluasi sudut pandang dan opini pembeli, agar kami bisa menggambarkan dan menguji kesimpulannya.

Adapula manfaat yang dapat kami ambil dari pengendalian manajemen, salah satunya strategi korporasi yang direncanakan serta dieksekusi pada tingkat korporasi atau perusahaan untuk menentukan segala bisnis yang sedang dijalankan oleh perusahaan dan apa yang ditargetnya perusahaan dari bisnis-bisnis. Dengan jenis strategi sebagai berikut :

- a. Strategi pertumbuhan (growth strategy) dengan menggunakan empat cara salah satunya dengan cara konsentrasi yakni berfokus kepada bisnis utama yang sudah ada serta meningkatkan jumlah produk yang ditawarkan dan cakupan pasar yang ditargetkan dari bisnis utama ini.
- b. Strategi stabilitas (stability strategy) dimana perusahaan tetap terus menjalankan memberikan pelayanan atau yang sama, mempertahankan market share yang sudah ada, ataupun menjaga

dan mempertahankan operasi bisnis yang sedang dijalankan. Artinya, pada strategi ini, perusahaan tidaklah tumbuh dan tidak pula surut.

- c. Strategi pembaruan (renewal strategy) strategi yang umumnya diterapkan ketika suatu perusahaan sudah berada dalam masalah misalnya permasalahan finansial dan perlu untuk bangkit atau memutar balikkan situasi. Terdapat dua jenis yaitu rentrenchment strategy (strategi penghematan) dan turnaround strategy (strategi putar balik).

2. Metode Pembuatan Model Bisnis

Langkah awal kami menjalani bisnis startup adalah kami membuat proposal rencana bisnis. Proposal bisnis yang sudah kami buat sejak kami mulai merancang bisnis ini. Kami juga membuat metode analisa swot dari startup yang akan kami jalankan dibawah ini merupakan analisis SWOT. Munculnya ide usaha ini tak terlepas juga dari kerja sama team yang sangat mendukung dan juga tempat lokasi outlet yang strategis dan jarang adanya penjualan steak daging dan sandwich plate di daerah setempat dan pada akhirnya membuat kelompok kami tertantang dan menjalankan ide bisnis. Dalam pelaksanaanya kelompok kami melakukan inovasi produk pada outlet kami untuk menarik minat pelanggan yang meliputi Inovasi Dan Kreatifitas. Selama berjalannya kegiatan pkm ini banyak mengeluarkan inovasi baru dengan menjual produk dengan kemasan yg berbeda yg juga tak kalah peminatnya. Karena variasi kemasan baru ini tidak menggunakan kotak hampers melainkan kain tile berisi esensial oil dan juga bunga kering dengan ukuran yg lebih minimalis elegan harga pun sangat terjangkau. Kami banyak meluncurkan inovasi baru agar semua tidak bosan, maka dari itu kami luncurkanlah variasi aroma baru. Dengan didukung promosi kepada pelanggan untuk menarik minat para pembeli. Itulah inovasi yang kami lakukan selama ini.

3. Studi Kelayakan Bisnis

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

Produk yang dihasilkan merupakan segala sesuatu yang dapat kami tawarkan ke produsen untuk di beli. Pada bagian ini kami menjelaskan keseluruhan produk yang kami hasilkan. Perencanaan homanodekh potpourri yaitu sebagai berikut :

- 1) Dimensi produk, Dimensi produk kami merupakan ciri-ciri dari produk kami, mulai dari aroma wangi produk bisa menjadi ciri khas kami. Produk yang menjadi best seller dalam penjualan kami yaitu essensial oil aroma lemon dan bunga mawar kering
- 2) Nilai/manfaat produk, Produk pengharum potpourri ini memiliki banyak manfaat yang bagus bagi kesehatan. Karena produk yang kami pasarkan mengandung kasiat bagi tubuh. Kami sangat memperhatikan kandungan dari produk yang kami pasarkan. Kandungan dari kulit buah lemon sangat tinggi vit c dan asam askorbat sekaligus antioksidan yg membantu proses detoksifikasi pada tubuh dan bagi menjadi salah satu kebutuhan yang kami tunjang. Kegunaan dan fungsi produk.
- 3) Produk konsumsi, adalah produk yang dibeli untuk dinikmati oleh konsumn. Produk himanodekh potpourri merupakan produk yang bisa dinikmati aroma wanginya yang berbagai macam pilihan dengan harga yang terjangkau. Keunggulan produk meliputi: Aroma wanginya yang mempunyai ciri khas tersendiri, kemasan yang ramah lingkungan, harga murah dan pas dikantong para konsumen dan memberikan kenyamanan

b. Gambaran Pasar

Target pasar dari produk kami adalah dari semua kalangan baik anak muda, anak- anak sampai orang tua. Karena bisa dibilang produk kami sangat sehat dari kandungannya dan rasanya juga memiliki ciri khas tersendiri, dengan harga yang relevan murah dan tidak banyak menguras kantong para konsumen. Outlet yang kami dirikan ini sudah banyak memiliki pelanggan setia. Dan untuk bahan produksinya juga sangat mudah untuk di dapatkan jadi kami tidak akan takut untuk kekurangan bahan pokok produksinya.

c. Analisis Pesaing

Strategi pemasaran yang kami gunakan selama pkm ini berlangsung yaitu 4p yang kami jelaskan sebagai berikut :

- 1) Product (produk), Produk yang kami pasarkan sudah menjadi pertimbangan kelompok kami. Dan kami juga banyak membuat percobaan sebelum kami dagangkan. Kami selalu menjaga kebersihan dan kandungan gizi produk yang kami pasarkan
- 2) Price (harga), Untuk strategi harga juga selalu kami pertimbangkan karena kami selalu melihat target pasar dan segmen pasar yang dituju. Kami selalu meninjau dari segi tersebut agar produk yang kami pasarkan tidak terlalu tinggi dan bisa dinikmati semua kalangan
- 3) Promotion (promosi), Strategi promosi yang akan kami tawarkan kepada konsumen yaitu dengan banyak cara terutama face to face merupakan promosi penjualan yang berhubungan langsung dengan konsumen dan masih banyak lagi promosi yang kami tawarkan.
- 4) Place (tempat), Tempat yang kami gunakan dalam penyaluran distribusi sangat memadai walaupun dengan interior yang seadanya. Namun kenyamanan tempat sangat kami perhatikan dan juga kebersihan tempat. Lokasi yang strategis sangat mendukung kami untuk memasarkan produk yang kami pasarkan. Berikut adalah visualisasi produk dari pengharum ruangan Himanodekh Potpouuri sebagai implementasi mata kuliah semester 5 dalam bidang enterpreunership



Gambar 1. Visualisasi Produk

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan dalam deskripsi diatas, dapat disimpulkan dari laporan kegiatan ini bahwa kegiatan PKM ini sangat menguntungkan bagi para mahasiswa untuk bisa melakukan usaha dengan didukung pihak kampus dan mendapatkan peminjaman modal. Disini mahasiswa juga bisa menemukan ide kreatif, minat, bakat yang bisa dikembangkan. Dengan adanya kegiatan ini semakin banyak bisnis yang tercipta sehingga akan menjadikan sedikit pengangguran dikalangan anak muda dan juga bisa mendongkrak perekonomian negara. Usaha yang dilakukan ini bisa dibilang berhasil dan bisa jadi bisnis yang sangat menjanjikan. Bisa dilihat dari segi keuangan atau segi marketing dalam mengembangkan bisnis makanan dan minuman ini. Usaha ini bisa bersaing dengan UMKM lainnya karena bisa diterima dari kalangan anak-anak, kaum muda maupun tua untuk menikmati produk tersebut. Bisa juga dilihat dari segi harga bisa dibilang sangat ekonomis dan pas dikantong. Rasanya pun mempunyai ciri khas tersendiri yang tidak bisa di temukan dilain tempat. Selain aroma

rasa dan harga yang diberikan juga selalu memperhatikan kesehatan yang dipasarkan karena aroma terapi ini sangat bermanfaat sekali bagi tubuh.

Didalam kegiatan PKM ini selain mengajarkan penjualan mahasiswa juga sangat mendapatkan pelajaran untuk kerja sama team yang harus bisa selaras, pengaturan waktu agar tidak berantakan. Banyak yang mereka bisa pelajari hal baru dalam dunia bisnis. Dan mereka juga banyak mendapatkan keuntungan dari profit bisnis yang mereka jalankan. Disini kami menyarankan agar mahasiswa untuk selalu meningkatkan dan juga mempertahankan kualitas baik dari segi kualitas setiap individunya untuk selalu menungkatkan kreatifitasnya, selain itu juga kualitas dari produk yg dijual. Karena kepuasan konsumen merupakan hal utama dalam kelangsungan usaha dimasa yang akan datang. Kami percaya setiap usaha akan melalui berbagai proses dan rintangan yang akan terjadi di masa depan dan menjadikan usaha team PKM semakin besar asalkan mereka terus konsisten dan berkomitmen dalam mengembangkan usaha ini

REFERENCES

- Ali, B., Al-Wabel, N. A., Shams, S., Ahamad, A., Khan, S. A., & Anwar, F. (2015). Essential oils used in aromatherapy: A systemic review. *Asian Pacific Journal of Tropical Biomedicine*, 5(8), 601–611. <https://doi.org/10.1016/j.apjtb.2015.05.007>
- Hempry Suyatno dan Puji Astuti. (2015). *Pengembangan UMKM antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- La Sakka. (2018). Identifikasi senyawa Alkaloid, Flavonoid, Saponin dan Tanin pada Jeruk Nipis (*Citrus aurantifolia*) di Kabupaten Bone Kecamatan Lamuru Menggunakan Metode Infusa. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Diagnosis*, 6 (12), p. 2302-2531
- Marjanah, Indriaty, & Setyoko. (2019). Wirausaha Kreatif Pembuatan Sabun Cair Aroma Terapi Bagi Masyarakat Di Birem Rayeuk Aceh Timur. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 3(2), 97–103. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v3i2.1387>
- Melviani, M., Nastiti, K., & Noval, N. (2021). Pembuatan Lilin Aromaterapi Untuk Meningkatkan Kreativitas Komunitas Pecinta Alam Di Kabupaten Batola. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 300–306. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i2.1112>
- Michalak, M. (2018). Aromatherapy and methods of applying essential oils. *Arch Physiother Glob Res*, 22(2), 25–31. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15442/apgr.22.2.3>
- Minah, F. N., Poespowati, T., Astuti, S., Muyassaroh, M., Kartika, R., Elvianto, E., Hudha, I., & Rastini, E. K. (2017). Pembuatan Lilin Aroma Terapi Berbasis Bahan Alami. *Industri Inovatif: Jurnal Teknik Industri*, 7(1), 29–34. <https://ejournal.itn.ac.id/index.php/industri/article/view/877>
- Murdani, R. (2014). Keefektivan Daya Bunuh Ekstrak Daun Jeruk Nipis (*Citrus Aurantifolia*) Terhadap Kematian Larva Nyamuk *Aedes Aegypti* Instar III. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Nitisusatro, Mulyadi. (2012). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Cetakan kedua. November. Bandung: Alfabeta.
- Putra, I. G. C., Wiryawan, I. W. G., Gunadi, I. G. B. N., & Lestari, I. G. A. A. I. (2019). Strategi Pengelolaan Usaha Lilin Aromaterapi dalam Meningkatkan Penjualan di Kabupaten Gianyar Bali. *Paradharma (Jurnal Aplikasi IPTEK)*, 3(2), 112–119. http://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/para_dharma/article/view/1046
- Raina. (2011). *Ensiklopedi Tanaman Obat Untuk Kesehatan*. Absolut.
- Rohaeti, E., Sulistyani, S., & Lestari, D. Y. (2018). Pengasuhan Manajemen Kewirausahaan melalui Pelatihan Pembuatan Sabun Aroma Terapi dari Limbah Kulit Jeruk. *Jurnal Pengabdian Masyarakat MIPA Dan Pendidikan MIPA*, 2(2), 87–94. <https://doi.org/10.21831/jpmmp.v2i2.21915>
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>
- Sarkic, A., & Stappen, I. (2018). Essential Oils and Their Single Compounds in Cosmetics—A Critical Review. *Cosmetics*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.3390/cosmetics5010011>
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran (Pertama)*. UB Press.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajang Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59–66. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1172>