

## PUPUK BUBUK KOPI (PUBUK) IDE BISNIS SOSIAL DAUR ULANG AMPAS KOPI

Edy Yulianto Putra <sup>a</sup>, Inda Meyllya Putri <sup>b</sup>, Michael Iken Bonar Anju Sibagariang <sup>c</sup>, Nabila Arinov Mey <sup>d</sup>, Pradino Kusumo <sup>e</sup>, Rince Monica Hutagalung <sup>f</sup>, Rizky Adi Mahendra <sup>g</sup>

<sup>a</sup> Fakultas Bisnis dan Manajemen/ Prodi Manajemen, [yulianto@uib.ac.id](mailto:yulianto@uib.ac.id), Universitas Internasional Batam

<sup>b</sup> Fakultas Bisnis dan Manajemen/ Prodi Manajemen, [2141143.indam@uib.edu](mailto:2141143.indam@uib.edu), Universitas Internasional Batam

<sup>c</sup> Fakultas Bisnis dan Manajemen/ Prodi Manajemen, [2141020.michael@uib.edu](mailto:2141020.michael@uib.edu), Universitas Internasional Batam

<sup>d</sup> Fakultas Bisnis dan Manajemen/ Prodi Manajemen, [2141015.nabila@uib.edu](mailto:2141015.nabila@uib.edu), Universitas Internasional Batam

<sup>e</sup> Fakultas Bisnis dan Manajemen/ Prodi Manajemen, [2141100.pradino@uib.edu](mailto:2141100.pradino@uib.edu), Universitas Internasional Batam

<sup>f</sup> Fakultas Bisnis dan Manajemen/ Prodi Manajemen, [2141045.rince@uib.edu](mailto:2141045.rince@uib.edu), Universitas Internasional Batam

<sup>g</sup> Fakultas Bisnis dan Manajemen/ Prodi Manajemen, [2141134.rizky@uib.edu](mailto:2141134.rizky@uib.edu), Universitas Internasional Batam

### ABSTRACT

*This activity is carried out to design a business that has social results. The trend of increasing consumption of coffee drinks in various circles encourages coffee shop business opportunities. The rise of the coffeeshop business makes high competition between competitors. The waste generated by the coffee shop is coffee grounds from the brewing process. This coffee grounds will generally be disposed of after the product extraction process. Coffee grounds are known to have benefits as plant fertilizer. This became a business idea for using coffee grounds as fertilizer. This business aims to utilize coffee shop processed waste into organic fertilizer. The result of this business idea design is a product called PUBUK (Pupuk Powder Kopi). Fertilizer Powder Coffee (PUBUK) is a business idea designed to be socially based. This business idea arose because of the increasing trend of coffee drinks in Batam City which targets people from young to mature ages which creates a great opportunity for business people to open a coffee shop in Batam City.*

**Keywords:** Business Plan, Organic Fertilizers, Coffee Dregs

### ABSTRAK

Kegiatan ini dilaksanakan untuk merancang bisnis yang berhasil sosial. Tren konsumsi minuman kopi yang semakin meningkat diberbagai kalangan mendorong peluang bisnis usaha *coffee shop*. Maraknya bisnis *coffee shop* membuat persaingan yang tinggi antar kompetitor. Limbah yang dihasilkan oleh *coffee shop* adalah ampas kopi dari hasil penyeduhan. Ampas kopi ini pada umumnya akan dibuang setelah proses ekstraksi produk. Ampas kopi diketahui memiliki manfaat sebagai penyubur tanaman. Hal ini menjadi ide bisnis pemanfaatan ampas kopi sebagai pupuk. Bisnis ini bertujuan untuk memanfaatkan limbah hasil olahan *coffee shop* menjadi sebuah pupuk organik. Hasil rancangan ide bisnis ini adalah produk yang dinamai PUBUK (Pupuk Bubuk Kopi). Pupuk Bubuk Kopi (PUBUK) merupakan ide bisnis yang dirancang berbasis sosial. Ide bisnis ini muncul karena tren minuman kopi di Kota Batam yang meningkat yang menargetkan kalangan dari usia muda sampai usia dewasa yang membuat peluang yang besar bagi pebisnis untuk membuka *coffee shop* di Kota Batam.

**Kata Kunci:** Ide Bisnis, Pupuk Organik, Ampas Kopi

## 1. PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu jenis minuman yang dihasilkan dari ekstrasi biji kopi yang diubah menjadi bentuk bubuk. Banyak sekali jenis kopi yang tersebar di pasaran, variasi besarnya dibagi menjadi dua yaitu kopi arabika dan kopi robusta. Menjadi jenis minuman yang disukai orang dari berbagai kalangan, membuat eksistensi kopi semakin meningkat setiap waktunya. Indonesia

menjadi negara produsen kopi robusta terbesar ketiga di dunia. Banyak sekali usaha yang dibangun dengan menggunakan kopi sebagai produknya, salah satunya *coffee shop*. Tren kopi yang semakin meningkat dan menargetkan kalangan dari usia muda sampai usia dewasa membuat peluang yang besar bagi para pebisnis untuk membuka *coffee shop* sebagai bisnisnya. Di Kota Batam sendiri, maraknya pembukaan *coffee shop* membuat persaingan yang tinggi akan kompetitor.

Kopi yang telah digunakan akan menghasilkan limbah yang dihasilkan setelah proses penyeduhan, yang disebut dengan ampas kopi. Ampas kopi yang dihasilkan umumnya dibuang oleh para pemilik *coffee shop* karena tidak dapat dipergunakan kembali. Banyaknya *coffee shop* yang menggunakan kopi sebagai bahan baku utama produk mereka dan tentunya banyak menghasilkan limbah berupa ampas kopi, menjadi alasan untuk pemanfaatan limbah tersebut menjadi sesuatu yang bermanfaat. Pemanfaatan dilakukan pada ampas kopi tersebut menjadi sebuah pupuk organik. Ampas kopi mengandung fosfor, potasium, magnesium yang tinggi dapat memberikan nutrisi yang baik untuk tanah. Pupuk ampas kopi juga dapat meningkatkan drainase, retensi air dan aerasi didalam tanah. Limbah ampas kopi yang dibuang para pemilik *coffee shop*, kemudian dilakukan pengolahan menjadi produk pupuk. Dengan pemanfaatan ini, limbah *coffee shop* diharapkan dapat berkurang dan dapat menurunkan sampah/limbah yang berasal dari hasil produksi para pebisnis (Rochmah et al., 2021).

Produk akan dirancang untuk dapat bersaing dengan produk serupa lainnya di pasaran. Produk diinovasikan dari segi bentuk, kemasan hingga cara penggunaan produk untuk meningkatkan nilai produk hasil pengolahan limbah ampas kopi tersebut. Rancangan yang dilakukan adalah produk akan dibentuk seperti lembaran kertas yang memudahkan pengguna dalam aplikasi produk kepada tanaman. Lembaran kertas yang digunakan adalah kertas yang larut dalam air sehingga tidak akan menimbulkan limbah atau sampah lainnya. PUBUK diharapkan dapat menjadi pilihan bagi orang yang berminat untuk menanam tanaman namun kesulitan saat perawatannya. Didalam produk akan disertakan juga petunjuk cara penggunaan dari produk.

Selanjutnya dilakukan rancangan terhadap aksi sosial yang dapat dilakukan. Aksi sosial yang dapat dilakukan adalah melakukan campaign menanam tanaman dengan menggunakan produk PUBUK. *Campaign* dilakukan bertujuan untuk mendorong minat menanam tanaman serta memperkenalkan produk kepada khalayak. Dengan *campaign* ini diharapkan dapat meningkatkan *exposure* produk PUBUK serta menciptakan *positioning* pada konsumen untuk mengingat produk PUBUK jika ingin menggunakan pupuk.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Kandungan Ampas Kopi**

Tingginya kandungan fosfor, potasium, magnesium dan tembaga memberikan nutrisi yang sangat baik untuk tanah. Sebabnya ampas bubuk kopi ini sangat membantu dijadikan pupuk tanaman yang dicampur dengan tanah yang baik. Menurut Linda Chalker Scott, Ph.D mengemukakan bahwa, menurutnya ampas bubuk kopi dapat mencegah pertumbuhan jamur yang merugikan tanaman jamur baik yang berkembang dari ampas bubuk kopi dapat menekan pertumbuhan jamur jahat yang merugikan pertumbuhan tanaman (R. A. Putra et al., 2021).

Ampas kopi mengandung 2,28% nitrogen, fosfor 0,06%, dan 0,6% kalium. pH ampas kopi sedikit asam, berkisar 6,2 pada skala pH. Selain itu, ampas kopi mengandung magnesium, sulfur dan kalsium yang berguna bagi pertumbuhan tanaman (Santosa, 2019). Ampas kopi punya kandungan kafein yang cocok untuk tanaman dengan kadar asam tinggi. Selain itu, pada tanaman hias lain, seperti azalea dan bunga bakung, ampas kopi bisa mencerahkan warna bunga karena memiliki kadar asam netral.

## 2.2. *SDG (Sustainable Development Goals)*

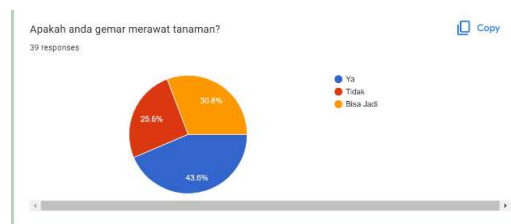
*Sustainable development goals* merupakan suatu tujuan untuk melakukan pembangunan dengan aspek yang berkelanjutan. Komponen SDG ini mencakup upaya pembangunan ekonomi dan sosial, berprinsip inklusif universal, dan integrasi. Aksi ini bertujuan untuk meningkatkan dan mengupayakan kesejahteraan hidup manusia secara berkelanjutan serta menjamin pola produksi dan konsumsi yang bertanggung jawab (Pangestu et al., 2021). SDG memiliki 17 komponen, salah satu komponen yang relevan pada produk serta tujuan kami dalam ide bisnis ini ialah pada komponen no 12 yakni produksi dan konsumsi yang bertanggung jawab dengan menjamin pola yang dapat berkelanjutan. Sebagai konsumen yang baik kita perlu mengurangi jejak limbah dan lebih bijaksana dalam menggunakan berbagai sumber daya. Pada komponen 12, berbagai target diupayakan agar dapat tercapai diantaranya yang relevan dengan ide bisnis kami yakni: 12.5 Secara berkelanjutan mengurangi timbulan sampah (limbah) melalui pencegahan, pengurangan, daur ulang, penggunaan kembali. 12.8. Memastikan bahwa orang dimana pun memiliki informasi dan kesadaran yang relevan untuk pembangunan berkelanjutan dan gaya hidup yang selaras dengan alam (Gasper et al., 2019).

## 2.3. *Triple Bottom Line*

*Triple Bottom Line* mempunyai rancangan pembangunan *Profit, People*, serta *Planet*. *Profit* merupakan laba yang didapatkan oleh sebuah perusahaan, *People* merupakan tanggungjawab dengan sosial, serta *Planet* yaitu tanggungjawab terhadap lingkungan, maka dari itu dengan terbentuknya tanggungjawab terhadap sosial serta lingkungan akan mempermudah tergapainya pengembangan yang berkesinambungan (Michael et al., 2019). *Profit* dalam *triple bottom line* berarti menambah kapasitas serta menerapkan biaya yang efisien dengan begitu perusahaan dapat berkompetisi secara kompetitif. *People* dalam *triple bottom line* berarti harus melibatkan masyarakat sehingga akan memberikan manfaat bagi masyarakat. *Planet* dalam *triple bottom line* berarti perlu memperhatikan lingkungan sekitar dengan upaya melestarikannya serta merawatnya (Ardhiansyah & Pramelani, 2021).

## 3. METODOLOGI PENELITIAN

Penyusunan artikel ini dilakukan oleh tim peneliti dengan menggunakan metode penelitian berupa melakukan survei dan wawancara yang dilakukan dengan cara membagikan kuesioner serta melakukan wawancara langsung dengan masyarakat dalam penyusunan artikel ini. Untuk mendapatkan penilaian terhadap produk yang telah dibuat, tim telah menyusun kuesioner yang dibagikan serta rangkaian penjelasan mengenai produk yang akan diterima apabila membeli produk PUBUK. Penjelasan terkait produk diberikan kepada pengisi kuesioner agar dapat memberikan penilaian terhadap produk. Berikut tim peneliti tampilkan hasil kuesioner yang telah dibagikan.



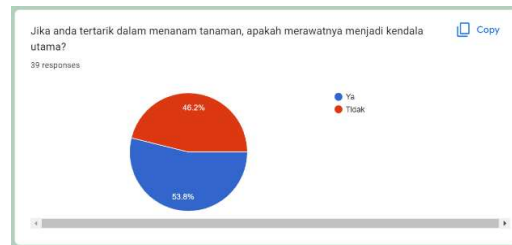
Gambar 1. Penilaian Responden Terkait Kegemaran Merawat Tanaman  
Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi

Dari kuesioner yang diisi oleh sekitar 39 responden diatas, pertanyaan terkait kegemaran merawat tanaman didapati hasil sekitar 43.6% menjawab ya, 30.8% menjawab bisa jadi, dan 25.6% menjawab tidak.



Gambar 2. Penilaian Responden Terkait Keseringan Merawat Tanaman  
Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi

Dari kuesioner yang diisi oleh sekitar 39 responden diatas, pertanyaan terkait keseringan merawat tanaman didapati hasil sekitar 41% menjawab kurang dari sekali dalam seminggu, 33.3% menjawab lebih dari sekali dalam seminggu, dan 25.6% menjawab seminggu sekali.



Gambar 3. Penilaian Responden Terkait Merawat Tanaman Menjadi Kendala Utama  
Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi

Dari kuesioner yang diisi oleh sekitar 39 responden diatas, pertanyaan terkait merawat tanaman menjadi kendala utama, didapati hasil sekitar 53.8% menjawab ya dan sekitar 46.2% menjawab tidak yang dimana didapati kesimpulan bahwa merawat tanaman masih menjadi sebuah kendala bagi sebagian orang dalam merawat tanaman.



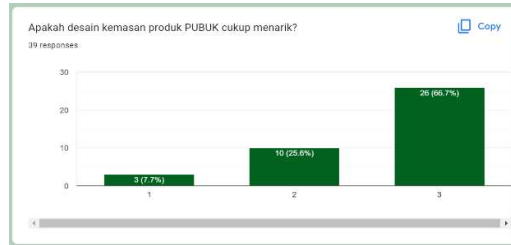
Gambar 4. Penilaian Responden Terkait Produk PUBUK Sesuai dengan Kebutuhan  
Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi

Dari kuesioner yang diisi oleh sekitar 39 responden diatas, pertanyaan terkait produk PUBUK sesuai dengan kebutuhan, didapati hasil sekitar 79.5% menjawab ya dan sekitar 20.5% menjawab tidak, dan dapat disimpulkan bahwa produk PUBUK sesuai dengan kebutuhan merawat tanaman kebanyakan responden.



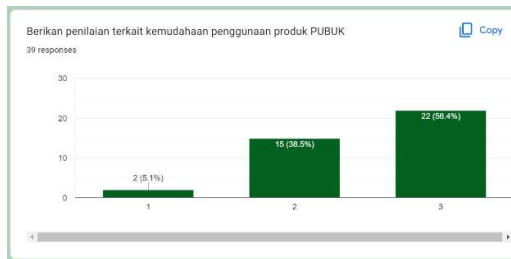
Gambar 5. Penilaian Responden Terkait Produk PUBUK Mengefisiensikan Merawat Tanaman  
Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi

Dari kuesioner yang diisi oleh sekitar 39 responden diatas, pertanyaan terkait produk PUBUK mengefisiensikan merawat tanaman, didapati hasil sekitar 94.9% menjawab ya dan sekitar 5.1% menjawab tidak, yang dimana dapat disimpulkan bahwa produk PUBUK mengefisiensikan aktivitas dalam merawat tanaman.



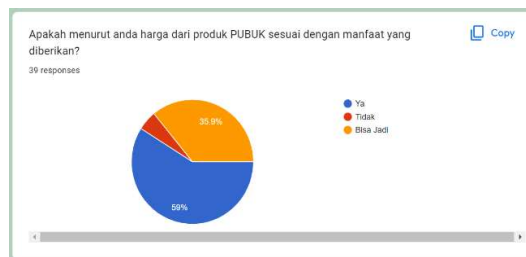
Gambar 6. Penilaian Responden Terkait Desain Kemasan Produk PUBUK  
Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi

Dari kuesioner yang diisi oleh sekitar 39 responden diatas, pertanyaan terkait desain kemasan produk PUBUK, yang dalam menjawabnya dengan cara memberikan nilai dari 1-3 dimana nilai 1 berarti kurang menarik dan 3 berarti menarik, didapati hasil sekitar 66.7% memberikan nilai 3, 25.6% memberikan nilai 2, dan 7.7% memberikan nilai 1, dan dapat disimpulkan bahwa desain kemasan dari produk PUBUK sudah cukup menarik.



Gambar 7. Penilaian Responden Terkait Kemudahan Penggunaan Produk PUBUK  
Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi

Dari kuesioner yang diisi oleh sekitar 39 responden diatas, pertanyaan terkait kemudahan penggunaan produk PUBUK, dengan penilaian 1-3 dimana nilai 1 berarti kurang menarik dan 3 berarti menarik, didapati hasil sekitar 56.4% memberikan nilai 3, 38.5% memberikan nilai 2, dan 5.1% memberikan nilai 1, yang dapat disimpulkan bahwa produk PUBUK cukup memberikan kemudahan dalam penggunaannya.



Gambar 8. Penilaian Responden Terkait Harga dari Produk PUBUK  
Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi

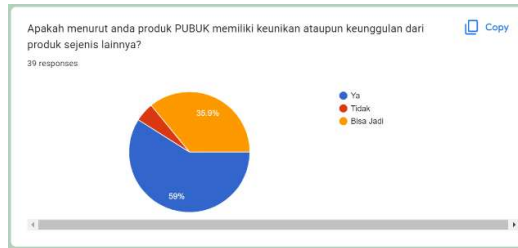
Dari kuesioner yang diisi oleh sekitar 39 responden diatas, pertanyaan terkait harga dari produk PUBUK, didapati hasil sekitar 59% menjawab ya, 35.9% menjawab bisa jadi, dan 5.1% menjawab tidak, yang dapat disimpulkan bahwa harga dari produk PUBUK sudah cukup sesuai dengan manfaat yang diberikan.



Gambar 9. Penilaian Responden Terkait Memilih Produk PUBUK Dibandingkan Produk Sejenisnya

Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi

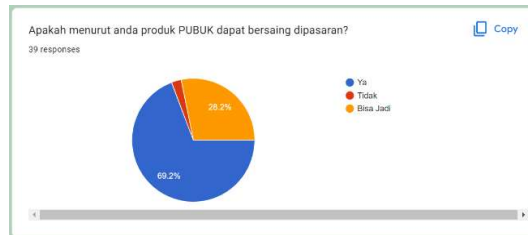
Dari kuesioner yang diisi oleh sekitar 39 responden diatas, pertanyaan terkait memilih produk PUBUK dibandingkan dengan produk pupuk sejenisnya, didapati hasil sekitar 53.8% menjawab ya, 43.6% menjawab bisa jadi, dan 2.6% menjawab tidak, yang dapat disimpulkan bahwa ada kemungkinan responden akan memilih produk PUBUK dibandingkan dengan produk yang sejenis.



Gambar 10. Penilaian Responden Terkait Keunikan/Keunggulan Produk PUBUK dari Produk Sejenisnya

Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi

Dari kuesioner yang diisi oleh sekitar 39 responden diatas, pertanyaan terkait keunikan/keunggulan produk PUBUK dari produk sejenis lainnya, didapati hasil sekitar 59% menjawab ya, 35.9% menjawab bisa jadi, dan 5.1% menjawab tidak, yang dapat disimpulkan bahwa produk PUBUK memiliki keunikan ataupun keunggulan dari produk sejenis lainnya.



Gambar 11. Penilaian Responden Terkait Produk PUBUK dapat Bersaing Dipasaran

Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi

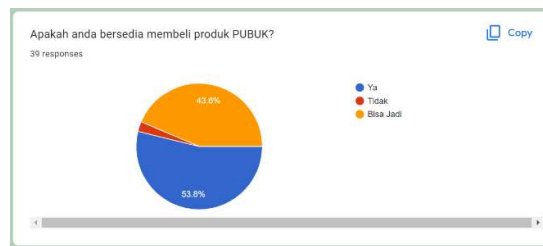
Dari kuesioner yang diisi oleh sekitar 39 responden diatas, pertanyaan terkait produk PUBUK dapat bersaing dipasaran, didapati hasil sekitar 69.2% menjawab ya, 28.2% menjawab bisa jadi, dan 2.6% menjawab tidak, yang dapat disimpulkan bahwa produk PUBUK dapat bersaing dipasaran.



Gambar 12. Penilaian Responden Terkait Produk PUBUK Mendorong Minat untuk Merawat Tanaman

Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi

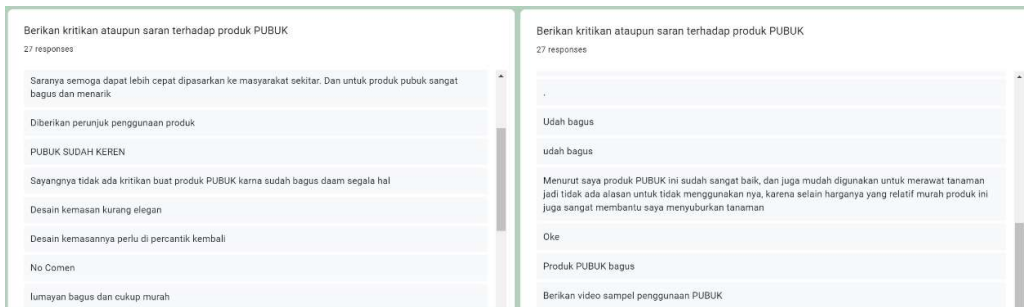
Dari kuesioner yang diisi oleh sekitar 39 responden diatas, pertanyaan terkait produk PUBUK dapat mendorong konsumen untuk merawat tanaman karena kemudahan penggunaannya, didapati hasil sekitar 66.7% menjawab ya, 30.8% menjawab bisa jadi, dan 2.6% menjawab tidak, yang dapat disimpulkan bahwa produk PUBUK dapat mendorong minat konsumen untuk merawat tanaman karena kemudahan dalam penggunaannya.



Gambar 13. Penilaian Responden Terkait Ketersediaan untuk Membeli Produk PUBUK

Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi

Dari kuesioner yang diisi oleh sekitar 39 responden diatas, pertanyaan terkait ketersediaan responden untuk membeli produk PUBUK, didapati hasil sekitar 53.8% menjawab ya, 43.6% menjawab bisa jadi, dan 2.6% menjawab tidak, yang dapat disimpulkan bahwa sebagian responden bersedia membeli produk PUBUK atau produk PUBUK dapat dikatakan ada kemungkinan untuk terjual.



Gambar 14 & 15. Kritik dan Saran Terhadap Produk PUBUK

Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi

Pada bagian kritik dan saran dari para responden terhadap produk PUBUK terdapat beberapa yang mengatakan bahwa produk PUBUK sudah cukup bagus, juga terdapat beberapa yang memberikan masukan terhadap produk PUBUK yang tentunya akan dijadikan masukan dan akan menjadi pertimbangan bagi tim peneliti untuk lebih meningkatkan lagi produk PUBUK dari segala aspek.

Kegiatan pengolahan ulang limbah yang berasal dari ampas kopi menjadi sebuah pupuk organik ini dilaksanakan di Kota Batam. Adapun alat dan bahan yang digunakan dalam melakukan pengolahan pupuk organik yang berasal dari ampas kopi ini, yaitu:

1. Limbah yang berasal dari ampas kopi
2. Wadah
3. Cetakan

Tata cara dalam pengolahan ulang limbah ampas kopi menjadi sebuah produk PUBUK, yaitu:

1. Kumpulkan ampas kopi
2. Keringkan ampas kopi apabila dalam keadaan basah
3. Bentuk ampas kopi menjadi lembaran berbentuk persegi



Gambar 16. Ampas Kopi yang dibentuk Menjadi Lembaran Berbentuk Persegi

Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi

4. Jika ingin mengoptimalkan penggunaan ampas kopi, dapat ditambahkan sedikit pupuk cair sebelum ampas kopi dicairkan.
5. Kemudian dilakukan pengemasan produk secara mandiri dan mampu memasarkan produk secara mandiri.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1. Hasil Produk

Setelah membuat pupuk yang telah dibentuk seperti lembaran kertas, kemudian pupuk dikemas didalam kemasan kotak dengan desain yang unik serta menyematkan logo PUBUK pada kemasan untuk meningkatkan nilai produk.

Kemasan PUBUK juga didesain dengan stiker yang mengelilingi kemasan produk mengandung makna dari proses konsumsi kopi, mendaur ulang limbah sisa olahan minuman kopi hingga digunakan untuk media merawat tanaman. Desain diupayakan agar dapat menarik mata calon konsumen. Logo bubuk juga didesain sedemikian rupa agar dapat mewakili fungsi dari penciptaan produk ini. Produk juga ditambahkan dengan sebotol pupuk cair agar memudahkan penggunaan produk. Apabila konsumen membeli produk, akan mendapatkan 2 produk, yaitu PUBUK dan Pupuk cair.







Gambar 17 & 18. Logo Produk dan Kemasan Produk  
Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi

#### 4.2. Rencana Pelaksanaan/Hasil Luaran

Rencana pelaksanaan dari ide bisnis yang dibuat yaitu berupa pembuatan pupuk organik dari pengolahan ulang limbah yang berasal dari ampas kopi. Adapaun manfaat dari penggunaan pupuk organik yang berasal dari ampas kopi ini adalah ampas kopi mengandung fosfor, potasium, dan magnesium yang tinggi dapat memberikan nutrisi yang baik untuk tanah. Menambahkan bahan organik ke tanah yang dapat meningkatkan drainase, retensi air dan aerasi di tanah. Ampas kopi juga akan membantu mikroorganisme yang bermanfaat untuk pertumbuhan tanaman tumbuh subur sekaligus menarik cacing tanah.

Dengan dilakukannya pemanfaatan ulang ampas kopi ini adalah dapat mengurangi limbah ampas kopi yang berasal dari *coffee shop*. Adapaun kondisi serta potensi pasar dari pupuk organik yang berasal dari ampas kopi ini adalah berpotensi menjadi peluang usaha pupuk organik yang cukup menguntungkan. Pupuk organik dari ampas kopi yang tim produksi memiliki daya tarik karena memiliki keunggulan tersendiri yaitu berbentuk persegi yang tipis serta cara penggunaannya yang mudah yaitu hanya dengan meletakkannya di atas tanah lalu diberi sedikit air maka pupuk tersebut akan melebur secara merata dengan sendirinya ke dalam tanah. Pupuk organik dari ampas kopi yang tim produksi memiliki sisi pengemasan yang inovatif yang dapat menarik minat para konsumen. Adapaun rencana pemasaran yang akan tim lakukan yaitu dengan menggunakan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan lainnya.

#### 4.3. Pertimbangan Tren Pasar Saat Ini

Tren kopi yang semakin meningkat dan menargetkan kalangan dari usia muda sampai usia dewasa membuat peluang yang besar bagi para pebisnis untuk membuka *coffee shop* sebagai bisnisnya. Di Kota Batam sendiri, maraknya pembukaan *coffee shop* membuat persaingan yang tinggi akan kompetitor. Dengan maraknya pembukaan *coffee shop* di Kota Batam, tentunya banyak menghasilkan limbah berupa ampas kopi. Hal tersebut menjadi alasan tim untuk memanfaatkan limbah tersebut menjadi sesuatu yang bermanfaat. Tim akan memanfaatkan ampas kopi tersebut menjadi sebuah pupuk organik. Para konsumen pasar saat ini juga memiliki daya tarik yang tinggi untuk mencoba inovasi produk yang belum pernah ada sebelumnya, untuk itu inovasi produk yang tim peneliti hasilkan juga dapat menjadi penilaian bagi para calon konsumen untuk penggunaan pupuk yang berbeda dari penggunaan pupuk sebelumnya.

#### 4.4. Poin Unik dari Ide yang Diusulkan

Pembuatan pupuk dengan hasil olahan limbah ampas kopi ini juga diupayakan agar dapat diinovasikan dengan penggunaan yang lebih praktis. Pupuk yang memanfaatkan ampas kopi sebagai bahan utama pembuatannya sudah ada yang beredar di pasaran sebelumnya, meskipun belum banyak, tim mencoba untuk menginovasikannya dengan mengubah bentuk pupuk. Pupuk dibentuk menjadi lembaran kertas yang apabila ingin digunakan pengguna hanya perlu meletakkan lembaran pupuk diatas tanah dan menyiramkan pupuk dengan air secukupnya sehingga pupuk dapat mudah menyatu dengan tanah. Produk diinovasikan dengan bertujuan untuk memudahkan dalam perawatan tanaman serta dapat menciptakan produk baru yang dapat bersaing dengan para kompetitor dan menarik bagi para calon konsumen.

#### 4.5. Rencana Pemasaran

Pemasaran akan dilakukan dengan memanfaatkan sosial media setiap anggota tim, menyebarkan informasi tentang produk dan dibuat dalam bentuk iklan yang menarik. Memanfaatkan berbagai pilihan *marketplace* sebagai wadah untuk memudahkan masyarakat dalam mencari dan membeli produk yang mereka cari. Hal ini menjadi peluang untuk memasarkan produk PUBUK di *marketplace* seperti Tokopedia, Blibli, dan *Shopee* dengan harapan dapat menjangkau *customer* yang lebih luas (E. Y. Putra & Indriani, 2023).

#### 4.6. Rencana Anggaran Biaya (RAB)

Tabel 1. Rencana Anggaran Biaya (RAB) PUBUK  
Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi

No.	Uraian	Volume	Satuan	Jumlah
1	Ampas Kopi	-	Rp -	Rp -
2	Pupuk Cair	5	Rp 20.000	Rp 100.000
3	Botol Pupuk Cair	100	Rp 5.000	Rp 500.000
4	Wadah	1	Rp 5.000	Rp 5.000
5	Kemasan Produk	100	Rp 3.000	Rp 300.000
6	Biaya Tak Terduga	-	Rp 100.000	Rp 100.000
Total Anggaran				Rp 1.005.000

#### 4.7. Revenue

Rumus:

$$Total\ Revenue = \text{Harga Jual} \times \text{Jumlah Produksi}$$

Perhitungan:

$$\begin{aligned} Total\ Revenue &= Rp\ 25.000 \times 100 \\ &= Rp2.500.000 \end{aligned}$$

#### 4.8. Profit

Rumus:

$$Total\ Profit = \text{Total Pendapatan} - \text{Harga Pokok Penjualan (HPP)}$$

Perhitungan:

$$\begin{aligned} Total\ Profit &= Rp\ 2.500.000 - Rp\ 1.005.000 \\ &= Rp\ 1.495.000 \end{aligned}$$

#### 4.9. Break Even Point (BEP)

Rumus:

$$BEP\ (Unit) = \frac{Total\ Biaya\ Tetap}{(Harga\ Jual\ per\ Unit\ Produk - Biaya\ Variabel\ Setiap\ Unit\ Produk)}$$

$$BEP\ (Nominal) = \frac{Total\ Biaya\ Tetap}{\left(1 - \frac{Biaya\ Variabel\ Setiap\ Unit\ Produk}{Harga\ Jual\ per\ Unit}\right)}$$

Perhitungan:

$$\begin{aligned} BEP\ (Unit) &= \frac{Rp\ 5.000}{(Rp\ 25.000 - Rp\ 10.000)} \\ &= 0,33\ \text{Unit (Dibulatkan menjadi 1)} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} BEP\ (Rupiah) &= \frac{Rp\ 5.000}{\left(1 - \frac{Rp\ 10.000}{Rp\ 25.000}\right)} \\ &= Rp\ 8.333,33 \end{aligned}$$

#### 4.10. Payback Period

Rumus:

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Kas Masuk Bersih}} \times 1 \text{ Tahun}$$

Perhitungan:

$$\begin{aligned} \text{Payback Period} &= \frac{\text{Rp } 1.005.000}{\text{Rp } 375.000} \times 1 \text{ Tahun} \\ &= 2,68 \text{ Tahun/31 bulan.} \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas, maka payback period atau periode pengembalian modal untuk ide rencana bisnis Pupuk Bubuk Kopi (PUBUK) adalah selama 2,68 tahun/31 bulan.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Gambaran keberlanjutan dari ide rencana bisnis Pupuk Bubuk Kopi (PUBUK) ini adalah kedepannya tim akan mencoba untuk mengajak bekerja sama salah satu *coffee shop* yang berada di Kota Batam yang pemilihan *coffee shop*nya didasari oleh hasil kuesioner yang telah dibagikan dan sebarakan mengenai *coffee shop* mana yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat Kota Batam. Dari hasil kuesioner tersebutlah kemudian tim peneliti mencoba untuk mengajak bekerja sama *coffee shop* di Kota Batam yang paling sering dikunjungi. Seperti yang kita ketahui, kopi yang telah digunakan akan menghasilkan limbah yang dihasilkan setelah proses penyeduhan, yang disebut dengan ampas kopi. Ampas kopi yang dihasilkan biasanya akan dibuang oleh para pihak *coffee shop* karena tidak dapat dipergunakan kembali. Dari kerja sama yang dilakukan oleh pihak tim dengan pihak *coffee shop* inilah nantinya ampas kopi yang dihasilkan oleh *coffee shop* tersebut akan tim manfaatkan dan dipergunakan untuk membuat pupuk organik yang berasal dari ampas kopi.

Dengan tetap menerapkan komponen SDG yang berupa upaya mengurangi timbunan sampah melalui daur ulang limbah yang dihasilkan dan diolah menjadi sesuatu yang bermanfaat. Tujuan rancangan ide bisnis ini ialah mengurangi limbah hasil olahan produksi minuman kopi serta memudahkan proses merawat tanaman karena mudahnya penggunaan produk ini. Produk ini diinovasikan dari segi bentuk, cara penggunaan, hingga kemasan yang akan meningkatkan nilai produk dimata konsumen. Dengan metode pelaksanaan yang sederhana yang tidak terlalu memerlukan banyak bahan dan alat, produk yang dihasilkan tetap optimal dan dapat diberi nilai di pasaran. Produk dikemas dalam kemasan yang menarik disertai dengan media tambahan yaitu pupuk cair untuk mendukung nilai fungsi dari produk. Karena fokus yang tim lakukan ialah mencapai tujuan SDG dengan mengutamakan aspek sosial dibandingkan ekonomi, maka produk tim jual dengan harga yang murah yakni Rp 25.000. Rencana anggaran biaya telah disusun hingga produksi produk mencapai 100 unit. Dalam melakukan bisnis tentunya pelaku bisnis ingin mendapatkan keuntungan, namun kembali lagi pada tujuan utama rancangan ide bisnis ini yaitu mencapai tujuan SDG yang mengutamakan aspek sosial, maka keuntungan yang diraih juga terbilang kecil. Perhitungan pendapatan, *profit* tetap menunjukkan bahwa adanya keuntungan yang dicapai. Pengembalian modal untuk rancangan ide bisnis ini juga diperkirakan akan terjadi setelah bisnis dijalankan selama 2,68 tahun/31 bulan apabila target penjualan tercapai setiap bulannya.

Hasil survei dan wawancara secara langsung yang telah dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner terkait dengan ide bisnis ini didapati hasil bahwa Pupuk Bubuk Kopi (PUBUK) merupakan sebuah produk yang sangat cocok dengan perkembangan/situasi usaha di Kota Batam. Melihat tren minuman kopi yang meningkat serta maraknya *coffee shop* di Kota Batam membuat limbah dari hasil olahan kopi ini dapat dijadikan sebagai suatu ide bisnis yang baik.

Selain itu, keberlanjutan dari ide rencana bisnis ini nantinya tim juga akan melakukan *campaign* atau mengkampanyekan dan mengedukasi masyarakat mengenai manfaat dari ampas kopi yang telah dimanfaatkan menjadi sebuah pupuk organik serta mengedukasi masyarakat mengenai cara menanam tanaman yang baik dan benar yang akan kami lakukan secara langsung ataupun melalui media sosial nantinya. Rancangan *campaign* telah tim desain dalam bentuk ppt

yang menyerupai gambaran *website* yang akan kami buat apabila kami ingin melakukan *campaign* pada produk PUBUK.

### Ucapan Terima Kasih

Tim ingin mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada pihak-pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam membantu dan menyukseskan perancangan ide bisnis sosial ini sampai menjadi sebuah produk PUBUK (Pupuk Bubuk Kopi).

### DAFTAR PUSTAKA

- Ardhiansyah, F., & Pramelani, P. (2021). Implementasi Corporate Social Responsibility Berdasarkan Konsep Triple Bottom Line PT Bank Syariah XYZ Tahun 2018,2019 dan 2020. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)*, 4(1), 393–402. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v4i1.235>
- Gasper, D., Shah, A., & Tankha, S. (2019). The Framing of Sustainable Consumption and Production in SDG 12. *Global Policy*, 10(January), 83–95. <https://doi.org/10.1111/1758-5899.12592>
- Michael, R., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Program Csr Yayasan Unilever Indonesia Berdasarkan Teori Triple Bottom Line. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 23–31. <https://doi.org/10.24198/focus.v2i1.23116>
- Pangestu, F. P., Rahmadiani, N. S., Hardiyanti, N. T., & Yusida, E. (2021). Ekonomi Pancasila Sebagai Pedoman Dalam Tujuan Pembangunan Berkelanjutan SDGs (Sustainable Development Goals) 2030. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan*, 1(3), 210–219. <http://conference.um.ac.id/index.php/esp/article/view/682>
- Putra, E. Y., & Indriani, V. L. (2023). The Role of Social Media in Increasing Sales in Resepi Village. *GANDRUNG: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 807–820.
- Putra, R. A., Sembiring, A. K., Anggraini, D. E., Sitanggang, L. B., Amar, M. R., Sihombing, P. R., & Susilawati, S. (2021). Penambahan Pupuk Organik Cair Dari Ampas Kopi Sebagai Nutrisi Pada Sistem Hidroponik terhadap Pertumbuhan Tanaman Selada (*Lactuca sativa* L). *Seminar Nasional Lahan Suboptimal*, 1(1), 891–899.
- Rochmah, H. F., Kresnanda, A. S., & Asyidiq, M. L. (2021). Pemanfaatan Limbah Ampas Kopi Sebagai Upaya Pemberdayaan Petani Kopi Di Cv Frinsa Agrolestari, Bandung, Jawa Barat. *Jurnal Sains Terapan*, 11(2), 60–69. <https://doi.org/10.29244/jstsv.11.2.60-69>
- Santosa, S. J. (2019). Pengaruh Limbah Ampas Kopi Dan Macam Media Terhadap Pertumbuhan Dan Hasil Tanaman Sorgum Di Polybag. *Innofarm:Jurnal Inovasi Pertanian*, 20(2), 1–15. <https://doi.org/10.33061/innofarm.v20i2.2556>