

Utilizing Local Cocoa as Ready to Drink Beverage with Various Flavors and Supporting Cocoa Farmers Empowerment in Samarinda

Andi Rachmat Aidil Alfadlan, Vera Anita, Marsha Anindita

Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur Samarinda

andidilan25@gmail.com

ABSTRACT

Cokelat Harapan was established as a solution to increase cocoa consumption and empower cocoa farmers in Indonesia, particularly in Samarinda and Blitar. The enterprise focuses on developing ready-to-drink chocolate beverages in various flavors, utilizing local cocoa to support the local economy. Through collaborations with farmers and chocolate production companies, Cokelat Harapan aims to become a chocolate retail company with a focus on research and development. Its primary mission is to empower cocoa farmers by providing them with a share of the profit not only from cocoa purchases but also from the utilization of cocoa sold back to the market.

Keywords: Empowerment, Cocoa Utilization, Local Cocoa

ABSTRAK

Cokelat Harapan didirikan sebagai solusi untuk meningkatkan konsumsi dan pemberdayaan petani kakao di Indonesia, khususnya di Samarinda dan Blitar. Usaha ini fokus pada pengembangan minuman cokelat siap minum dengan berbagai varian rasa, menggunakan kakao lokal untuk mendukung ekonomi lokal. Melalui kerja sama dengan petani dan perusahaan produksi cokelat. Cokelat Harapan bertujuan menjadi perusahaan retail cokelat dengan orientasi penelitian dan pengembangan. Misi utamanya adalah memberdayakan petani kakao dengan memberi sebagian keuntungan penjualan bukan hanya dari pembelian kakao kepada petani namun juga hasil pemanfaatan kakao yang dijual kembali

Kata kunci: Pemberdayaan, Pemanfaatan Kakao, Kakao

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris karena memiliki lahan pertanian yang sangat luas serta sumber daya alam yang melimpah. Indonesia juga dikenal sebagai penghasil rempah-rempah dan memiliki tanah yang sangat subur. Banyak sekali hasil pertanian yang dihasilkan di negara ini salah satunya adalah Kakao. Indonesia merupakan penghasil kakao terbesar nomor tiga di dunia, setelah pantai Gading dan Ghana menurut data dari *FAO (Food Agriculture Organization) 2019*. Namun sangat disayangkan, kakao di Indonesia masih sangat kurang dalam pemanfaatannya serta masih banyak petani yang hidupnya kurang sejahtera dengan bertani kakao. Tingkat konsumsi masyarakat Indonesia pun terhadap olahan kakao (cokelat) masih sangatlah rendah, hanya sekitar 0,5kg/orang/tahunnya, dibandingkan seperti di negara Swiss, Norwegia, dan German dengan tingkat konsumsi masyarakatnya

terhadap coklat sebesar 10kg/orang/tahunnya.

Dari masalah tersebut timbulah alasan mengapa Cokelat Harapan didirikan dan hadir untuk menjawab permasalahan yang ada. Cokelat Harapan merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang F&B khususnya jenis usaha *RTD (Ready To Drink)* yang menyediakan berbagai jenis minuman olahan coklat yang kreatif secara *R&D (Research and Development)* yang ke depannya akan terus dikembangkan. Cokelat Harapan bekerja sama dengan petani kakao serta perusahaan produksi coklat, juga membuat teknologi yang akan memudahkan pembelian serta pemberdayaan petani kakao di Indonesia.

Cokelat harapan memiliki visi untuk menjadi perusahaan retail coklat terbesar di Indonesia bertaraf Multinasional yang kreatif secara R&D dengan menggunakan coklat berkualitas dan Teknologi yang memudahkan Pembelian serta Pemberdayaan petani coklat di Indonesia, khususnya Samarinda. Dalam mewujudkan visi tersebut maka dibutuhkan misi yang sejalan, maka dari itu misi kami adalah dapat memberdayakan para petani coklat di Indonesia, khususnya daerah Samarinda terlebih dahulu dengan saling bekerja sama dan mengedukasi masyarakat Indonesia tentang pentingnya konsumsi coklat (selama tidak berlebihan) serta mengenalkan kualitas coklat Indonesia pada taraf Internasional.

Struktural organisasi dari Cokelat Harapan Indonesia terdiri dari (CEO, COO, CMO, CTO, & CFO) yang masing-masing dari divisi memiliki anggota sebanyak dua orang. Cokelat harapan hadir sebagai solusi untuk meningkatkan konsumsi masyarakat Samarinda terhadap coklat dengan memberikan edukasi tentang manfaat yang dapat diberikan oleh coklat selama tidak berlebihan dalam konsumsinya, serta memberikan pemberdayaan kepada petani kakao.

Cokelat Harapan didirikan awalnya karena pendiri merasa bahwa minat masyarakat Samarinda terhadap coklat cukup tinggi, namun hanya saja masih kurangnya pemberdayaan petani coklat khususnya di Samarinda. Pendiri Cokelat Harapan ingin membuka peluang bagi petani coklat untuk memperoleh penghasilan yang lebih baik dengan memanfaatkan kakao lokal untuk membuat minuman siap minum yang berkualitas. Sejak awal didirikan pada tahun 2023, Cokelat Harapan telah mengembangkan berbagai varian rasa minuman coklat yang dapat dinikmati oleh konsumen. Cokelat Harapan juga mengutamakan penggunaan bahan lokal dalam proses produksi, sehingga mampu memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal.

METODE PENELITIAN

1. Studi Kasus

A. Tujuan:

Memahami secara mendalam kondisi petani kakao di Samarinda dan tantangan yang mereka hadapi dalam meningkatkan produksi dan kesejahteraan.

B. Langkah-langkah:

1. Seleksi Lokasi: Memilih petani kakao di Samarinda yang mewakili berbagai kondisi dan skala usaha.
2. Pengumpulan Data: Melakukan wawancara mendalam dengan petani kakao, perusahaan cokelat lokal, dan *stakeholders* terkait untuk memahami dinamika pasar dan masalah yang dihadapi.
3. Analisis Data: Menganalisis data mengenai produksi kakao, kualitas tanah, dan aspek ekonomi petani.
4. Implementasi Solusi: Mengembangkan solusi berbasis teknologi untuk memudahkan pembelian kakao dari petani dan meningkatkan kualitas serta produktivitasnya.

2. Penelitian Tindakan

A. Tujuan:

Mengimplementasikan langkah-langkah konkret untuk meningkatkan kesejahteraan petani kakao dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang konsumsi cokelat.

B. Langkah-langkah:

1. Perencanaan Bersama: Melibatkan petani kakao, perusahaan cokelat, dan masyarakat dalam merancang strategi peningkatan produksi dan pemasaran.
2. Pelaksanaan Tindakan: Melaksanakan program pelatihan untuk petani dalam hal teknik bertani yang lebih baik.
3. Evaluasi: Memonitor hasil dari implementasi langkah-langkah dan mengukur dampaknya terhadap peningkatan produksi kakao dan kesejahteraan petani.
4. Refleksi dan Penyesuaian: Menganalisis hasil evaluasi untuk menyesuaikan strategi yang diperlukan dan memastikan keberlanjutan program.

3. Riset Pengembangan Produk

A. Tujuan:

Mengembangkan produk minuman cokelat siap minum yang inovatif dan beragam untuk pasar lokal dan internasional.

B. Langkah-langkah:

1. Penelitian dan Pengembangan: Melakukan studi pasar untuk menentukan preferensi konsumen terhadap rasa dan kemasan.
2. Pengujian Produk: Menguji berbagai formula dan varian rasa minuman cokelat untuk menilai respons konsumen.
3. Pemasaran: Menyesuaikan strategi pemasaran berdasarkan hasil penelitian untuk memperkenalkan produk secara efektif di pasar lokal dan internasional.

4. Kolaborasi dengan Petani: Mengintegrasikan bahan baku dari petani kakao lokal dan memastikan keberlanjutan pasokan.

4. Penelitian Survei dan Analisis Pasar

A. Tujuan:

Mengumpulkan data mengenai tingkat konsumsi coklat dan persepsi masyarakat terhadap produk lokal.

B. Langkah-langkah:

1. Perancangan Survei: Mengembangkan kuesioner untuk menilai pola konsumsi coklat dan kesadaran konsumen terhadap manfaatnya.
2. Pelaksanaan Survei: Menyebarkan survei kepada sampel yang mewakili populasi konsumen potensial di Samarinda dan wilayah lain.
3. Analisis Data: Menganalisis data survei untuk mengevaluasi pola konsumsi dan mendeteksi peluang pasar yang bisa dimanfaatkan.
4. Implementasi Hasil: Menggunakan hasil analisis untuk mengarahkan strategi pemasaran dan edukasi masyarakat tentang manfaat coklat.

Metode penelitian ini akan mendukung Cokelat Harapan dalam mencapai tujuan-tujuannya untuk meningkatkan konsumsi coklat, memberdayakan petani kakao, dan memperkenalkan produk coklat Indonesia secara lebih luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsumen Potensial

Dalam mewujudkan visi usaha, Cokelat Harapan akan berfokus untuk memasarkan produknya dengan cara membangun *branding* di media sosial, khususnya TikTok, Instagram, dan Youtube. Selain itu juga ke depannya Cokelat Harapan akan membangun lebih banyak cabang agar dapat memudahkan konsumen dalam menjangkau Cokelat Harapan, juga ke depannya akan menyediakan teknologi yang dapat memudahkan pembelian konsumen.

Berdasarkan STP-nya :

1. Segmentasi :

- Secara Geografi : Kalimantan timur, tepatnya kota Samarinda yang memiliki total penduduk 827.994 jiwa berdasarkan data dari SP2020.
- Secara Demografis : Mahasiswa/i, Siswa/i, Pekerja, Semua kalangan sosial ekonomi dari laki-laki & perempuan.
- Secara Psikografis : Orang yang tertarik terhadap coklat.

2. Targeting :

Penargetan Cokelat Harapan ditujukan kepada orang-orang yang suka membeli minuman *Ready to drink*, khususnya kepada orang-orang yang cukup suka dengan minuman coklat.

3. Positioning :

Cokelat Harapan memosisikan diri sebagai usaha yang menyediakan

edukasi, pemberdayaan, serta pemanfaatan kakao di Indonesia, khususnya Samarinda. Memberikan rasa coklat berkualitas dan memiliki beberapa varian rasa untuk memberikan cita rasa beragam terhadap masyarakat Samarinda.

Potensi pasar Ready to Drink (RTD) coklat di Indonesia cukup besar mengingat tingginya minat terhadap minuman coklat. Menurut data Statistik, ukuran pasar minuman *Ready to Drink* konsumen di Indonesia pada tahun 2021 mencapai sekitar 1,8 miliar USD, dengan perkiraan pertumbuhan CAGR sekitar 4,4% dari 2021 hingga 2025. Potensi pasar RTD coklat di Indonesia dapat menjadi bagian dari pasar minuman ringan Ready to Drink yang lebih besar.

Dalam hal pangsa pasar, Cokelat Harapan memosisikan dirinya sebagai merek minuman coklat yang berkualitas. Saat ini, masih belum ada *pionir* terkenal yang memfokuskan usahanya pada minuman coklat. Tidak seperti kopi dan teh yang dimana sudah pada beberapa merek minuman yang terkenal seperti Kopi Kenangan, Janji Jiwa, Es Teh Indonesia, Menantea, dan lain sebagainya.

Dalam menghadapi persaingan yang ada ke depannya, Cokelat Harapan berusaha semaksimal mungkin untuk mempertahankan kualitas dan keberlanjutan produknya, serta mengembangkan strategi *branding* dan pemasaran yang tepat untuk menarik konsumen potensial. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah menonjolkan keunggulan produk seperti bahan baku kakao berkualitas tinggi dan pemberdayaan petani coklat lokal. Selain itu, Cokelat Harapan juga dapat mempertimbangkan penetapan harga yang kompetitif dan distribusi yang efektif untuk meningkatkan pangsa pasar produknya.

Produk

Cokelat Harapan memiliki beberapa inovasi dan keunikan produk yang dapat menjadi daya saing atau *unique selling point* (USP) di pasar. Pertama, Cokelat Harapan menggunakan bahan baku kakao berkualitas yang diperoleh dari petani coklat lokal di Indonesia. Selain itu, Cokelat Harapan juga memperkuat pemberdayaan petani coklat dengan memberikan pendampingan teknis dan pelatihan dalam proses penanaman dan pemanenan kakao.

Selain itu, Cokelat Harapan juga membantu menyelesaikan masalah dengan menawarkan produk Ready to Drink coklat yang siap dikonsumsi dengan berbagai varian rasa yang menarik, seperti choco avocado, choco classic, choco strawberry, vanillas choco, dan choco hazelnut. Dengan kemasan gelas cup yang premium, tebal, dan mudah dibawa. Usaha Cokelat Harapan membantu menyelesaikan mencocok untuk konsumsi sehari-hari atau sebagai minuman di saat santai dan di saat sedang tidak *mood*.



Gambar 1. Varian Ready to Drink

Cokelat Harapan juga membantu menyelesaikan masalah dan memenuhi

kebutuhan konsumen dengan menghadirkan produk cokelat yang tidak hanya berkualitas tinggi tetapi juga ramah di kantong, serta memberikan lima varian rasa agar konsumen tidak bosan dan betah, sehingga tingkat konsumsi cokelat masyarakat pun bertambah. Selain itu, produk Cokelat Harapan juga dapat menjadi solusi bagi konsumen yang ingin menikmati cokelat lokal yang berkualitas.

Dengan inovasi, keunikan produk, dan kemampuan dalam menyelesaikan masalah dan kebutuhan konsumen, Cokelat Harapan dapat memosisikan dirinya sebagai merek RTD cokelat yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan serta menarik bagi konsumen yang mencari produk berkualitas tinggi dan mudah dikonsumsi.

Pemasaran

Strategi pemasaran usaha Cokelat Harapan mencakup beberapa aspek, termasuk saluran distribusi, promosi, dan hubungan pelanggan. Berikut adalah deskripsi lebih rinci dari masing-masing aspek:

1. Saluran Distribusi :

Cokelat Harapan diri dalam pembuatan Cokelat dengan rasa yang beragam, khas dan unik. Saluran distribusi Cokelat Harapan mencakup :

- a. *Outlet* Cokelat Harapan: Cokelat Harapan ke depannya akan membuka *outlet* fisik di berbagai tempat khususnya dalam kota Samarinda terlebih dahulu. Di *outlet-outlet* ini, konsumen dapat membeli berbagai jenis varian cokelat dari Cokelat Harapan.
- b. Layanan Pesan Antar: Cokelat Harapan menyediakan layanan pesan antar untuk memudahkan pelanggan dalam membeli produk (khusus wilayah Samarinda). Pelanggan dapat memesan melalui *Instagram* maupun *Whatsapp* resmi dari Cokelat Harapan. Selain itu, Cokelat Harapan juga akan tersedia dalam platform pemesanan makanan *online* seperti *GoFood* dan *GrabFood*.
- c. Kerja sama *Supplier*: Cokelat Harapan akan bekerja sama dengan *supplier* penyedia alat dan bahan untuk meringankan beban biaya operasional.

Dengan saluran distribusi tersebut, Cokelat Harapan ke depannya dapat memudahkan pelanggan untuk mendapatkan produk mereka dengan mudah, cepat, dan terjangkau.

2. Promosi :

Untuk meningkatkan *awareness* dan popularitas merek, Cokelat Harapan melakukan beberapa kegiatan promosi, seperti iklan di media massa, media sosial seperti (*Instagram*, *TikTok*, dan *Facebook*), promosi penjualan, melakukan *event*, *sponsorship*, memberikan *voucher* diskon di setiap pembelian, dan menggunakan teman-teman organisasi dan kampus sekedar hanya untuk meramaikan *outlet* walau tidak membeli, sehingga konsumen menjadi penasaran dengan *outlet* dari Cokelat Harapan karena ramainya orang disana, dan akhirnya membeli. Dalam hal ini juga, Cokelat Harapan

dapat menggunakan beberapa teman selebgram yang dikenal untuk memperkuat citra merek yang positif dan menarik bagi konsumen.

3. Hubungan Pelanggan :

- a. Membuat video/foto promosi dengan konsep tren terkini, dikonsepsi semenarik mungkin agar tidak monoton dan betah untuk disaksikan oleh konsumen.
- b. Dalam rencana membangun hubungan dengan konsumen dan menjadikan konsumen sebagai pelanggan tetap, kami menetapkan beberapa strategi pemasaran telah dipersiapkan :
 - Menentukan tempat usaha yang strategis dan dekorasi tempat usaha seunik dan sekreatif mungkin.
 - Pada *Grand Opening* Usaha kami akan mengadakan promo harga agar memikat calon pembeli.
 - Mengoptimalkan penjualan per harinya dapat mencapai bahkan melebihi batas target yang sudah ditentukan.
 - Melakukan penjualan serta promosi tidak hanya di *outlet* tetapi melalui media sosial agar jangkauan calon pembeli lebih luas.
 - Mengadakan *giveaway* di waktu tertentu guna meningkatkan eksistensi usaha kami di mata para pelanggan.
- c. Kami menyediakan email dan nomor Whatsapp yang dapat dihubungi dalam melayani saran dan komplain dari setiap konsumen. Konsumen yang komplain akan dilayani dengan sebaik mungkin agar komunikasi berjalan lancar.
- d. Selain itu, kami menyediakan *voucher* yang berfungsi sebagai rasa terima kasih kami kepada pelanggan royal. Keuntungan dari *voucher* tersebut yaitu akan mendapat *free* minuman hanya dengan mengumpulkan lima *voucher*.

Dengan strategi pemasaran yang tepat, kami dapat meningkatkan kesadaran merek dan memperluas jangkauan pasar. Dengan saluran distribusi yang tepat, promosi yang efektif, dan hubungan pelanggan yang baik, kami dapat memperkuat posisi di pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan

Keuangan

A. Usulan RAB

Tabel 1. RAB

Pengembangan Produk/Riset	Rp 4.576.500
Produksi	Rp 7.318.000
Legalitas, perizinan, sertifikasi, pengujian produk, dan standarisasi	Rp 2.100.000

Belanja ATK dan Penunjang	Rp 650.000
Total	Rp 14.644.500

B. Biaya Operasional per 1500 Cup

Tabel 2. Biaya Operasional

Komponen Cost	Volume	Harga/unit	Harga
Lid Sealer	5 rol	Rp 50.000	Rp 250.000
SKM 488gr	30 Kaleng	Rp 14.500	Rp 435.000
Sedotan (500pcs)	3 Pack	Rp 30.000	Rp 90.000
Gelas Cup 16oz Sablon	1500 Cup	Rp 1.700	Rp 2.550.000
Cokelat Bubuk	15 Kg	Rp 80.000	Rp 1.200.000
Galon Aqua	5 buah	Rp 55.000	Rp 275.000
5 Air Galon isi ulang	6 kali	Rp 5.000	Rp 150.000
Susu UHT Fresh Milk 1 liter	39 buah	Rp 22.000	Rp 858.000
Es Batu Kristal 10kg	80 Kg	Rp 15.000	Rp 120.000
Total Harga			Rp 5.928.000

C. HPP Produk per Cup

$$\text{HPP} = \text{Rp } 5.928.000 / 1500$$

$$\text{HPP} = \text{Rp } 3.952 \text{ per cup}$$

D. Penetapan Harga dan Persentase Keuntungan/cup

Harga yang ditetapkan, yaitu : Rp 10.000/cup •

$$\text{Keuntungan} = \text{Harga Jual} - \text{Harga Modal} = \text{Rp } 3.952$$

$$\text{Harga Jual} = \text{Rp } 10.000$$

$$\text{Sehingga, Keuntungan} = \text{Rp } 10.000 - \text{Rp } 3.952 = \text{Rp } 6.048$$

$$\text{Persentase Keuntungan} = (\text{Keuntungan} / \text{Harga Modal}) \times 100\%$$

$$\text{Persentase Keuntungan} = (\text{Rp } 6.048 / \text{Rp } 3.952) \times 100\% = 153.12\%$$

Jadi, persentase keuntungan yang diperoleh adalah sebesar 153.12%/cup

E. BEP (*Break Even Point*)

- Target penjualan : 50 cup/hari

$$30 \text{ hari} / 1 \text{ bulan} : 1500 \text{ cup} / \text{bulan} \text{ Harga dijual} : \text{Rp } 10.000$$

=Rp 10.000 x 50 cup x 30 hari
=Rp 15.000.000/bulan (proyeksi pendapatan)

=Laba Kotor – Beban Operasional Produk
=Rp 15.000.000 - Rp 5.928.000 =Rp
9.072.000 (laba kotor)

Dalam **1 bulan** dengan estimasi penjualan **50 cup/hari** maka akan dapat membalikkan modal Biaya Operasional per 1500 cup (Rp 5.928.000) + mendapatkan keuntungan **Rp 9.072.000**

- Rp 15.000.000 – Rp 14.664.500 (Rencana Anggaran Usulan) =Rp 335.500

Artinya dalam **1 bulan** dengan estimasi penjualan **50 cup/hari** maka akan dapat membalikkan modal Anggaran Biaya Usulan (Rp 14.664.500) + mendapatkan keuntungan **Rp 335.500**

KESIMPULAN DAN SARAN

Dapat disimpulkan bahwa usaha “Cokelat Harapan” memiliki potensi pasar yang cukup besar di Indonesia khususnya daerah Samarinda. Dengan strategi pemasaran yang matang dan memiliki keunikan produk yang mampu bersaing di pasar, Cokelat Harapan juga memperhatikan aspek legalitas dan perizinan dalam membuka usaha *Ready to Drink*. Dalam pengembangan usaha ini, perlu dilakukan riset dan pengembangan produk yang terus menerus untuk meningkatkan kualitas dan inovasi produk, serta tetap menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan petani kakao sebagai mitra bisnis yang saling menguntungkan. Dengan begitu, diharapkan Cokelat Harapan mampu menjadi usaha cokelat terkemuka dan membantu pemberdayaan petani kakao di bukan hanya di Samarinda tetapi dapat menjangkau petani kakao di Indonesia.

Kami menyadari bahwa proposal ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kami mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi penyempurnaan proposal ini. Demikian proposal ini kami buat, semoga kegiatan usaha dari Cokelat Harapan ini dapat berjalan dengan baik dan mampu memberikan harapan bagi masyarakat sosial dalam pemberdayaan dan membuka lapangan pekerjaan. Kami juga berharap dalam mengembangkan kreativitas usaha ini dapat memberikan manfaat bagi penulis. Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang membantu dalam penyusunan proposal ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya, sekian terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

Danial, D., Fiana, Y. O. S. S. I. T. A., Handayani, F. I. T. R. I., & Hidayanto, M. (2015). Peningkatan produksi dan mutu kakao melalui kegiatan Gernas di Kalimantan Timur. *Pros Sem Nas MAsy BiodivIndon*, 1, 1203-1210.

DANIAL, Darniaty, et al. Peningkatan produksi dan mutu kakao melalui kegiatan Gernas di Kalimantan Timur. Pros Sem Nas MAsy Biodiv Indon, 2015, 1: 1203-1210.

HIDAYANTO, M., et al. Analisis Keberlanjutan Perkebunan Kakao Rakyat di Kawasan Perbatasan Pulau Sebatik, Kabupaten Nunukan, Provinsi Kalimantan Timur. Jurnal Agro Ekonomi, 2009, 27.2:213-229.

Nurliani, N., Hasan, I., & Busmar, B. (2019). Dampak Program Kakao Berkelanjutan Terhadap Pemberdayaan Petani Dan Penguatan Kelompok Tani (Study Kasus pada Kelompok Tani Kakao di Kabupaten Majene, Sul-bar). AGROTEK: Jurnal Ilmiah Ilmu Pertanian, 3(2), 156-167.