

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

PKM di laksanakan pertama kali pada tahun 2001, yaitu setelah di laksanakan program restrukturisasi di lingkungan. Kegiatan pendidikan penelitian dan pengabdian pada masyarakat yang selama ini penuh dengan partisipasi aktif mahasiswa, diintegrasikan ke dalam satu wahana, yaitu PKM.¹

Kegiatan PKM ini adalah penting karena dapat meningkatkan iklim akademik yang kreatif, inovatif, visioner, solutif, dan mandiri. Meningkatkan mutu peserta didik (mahasiswa) di perguruan tinggi agar kelak dapat menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademis dan profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan teknologi dan kesenian serta memperkaya budaya nasional.

Jika kita ingin memulai usaha kita harus lebih memperhatikan pada teknik/strategi pemasaran yang kita lakukan agar kita sebagai penjual mampu mendapatkan profit yang maksimal dan tidak mengalami kerugian.

Disini saya memilih Program Kreativitas Mahasiswa di bidang kewirausahaan jadi harus memilih

¹ Malik, *Skill Mahasiswa Volume 1000 Dari Mahasiswa*, (Jakarta: Indo Skunder, 2002), hlm. 1.

produk apa yang bisa di pasarkan nantinya. Produk yang sudah saya pilih yaitu “Teh Daun Gaharu”.

Teh merupakan minuman yang sudah dikenal dengan luas di Indonesia dan di dunia. Minuman berwarna coklat ini umumnya terbuat dari pucuk tanaman daun gaharu melalui proses pengolahan tertentu dan umumnya menjadi minuman penjamu tamu. Aromanya yang harum serta rasanya yang khas membuat minuman ini banyak dikonsumsi. Teh gaharu merupakan hasil olahan pucuk daun gaharu yang masih muda. Sama halnya dengan minuman teh pada umumnya, teh gaharu juga tidak hanya enak diminum, cocok dinikmati pada suasana dingin, seperti malam hari atau saat musim hujan tiba juga memiliki khasiat terhadap kesehatan tubuh.

Gaharu merupakan produk Hasil Hutan Bukan Kayu yang sangat potensial dan bernilai ekonomi tinggi. Selama ini petani gaharu hanya memanfaatkan gubal gaharu untuk dijual kepada eksportir gaharu, sedangkan daunnya masih belum banyak dimanfaatkan secara maksimal, maka dari itu disini dibuat olahan inovatif daun gaharu menjadi Teh Herbal.²

Tujuan dari Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) yaitu untuk mengenalkan produk baru dari bahan

² Taufik Samsuri and Herdiyana Fitriani, “Pembuatan Teh Dari Daun Gaharu Jenis *Gyneros Versteegii*,” *Jurnal Ilmiah Biologi Bioscientist* 1, no. 2 (2019): 137–144.

utama Daun Gaharu yang diolah menjadi Teh Herbal Daun Gaharu. Dapat diketahui oleh masyarakat program ini dapat dilakukan dan dapat menjadi sebuah peluang usaha UMKM. Sehingga dapat mengurangi pengangguran yang ada.

Di sisi lain *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) dapat berpotensi dalam mengembangkan usaha Teh Daun Gaharu ini dengan cara memasarkannya. *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. BMT juga sering disebut sebagai Koperasi Syariah. BMT melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan.³

Baitul maal wat tamwil (BMT) juga merupakan lembaga keuangan syariah yang pada praktiknya memiliki fungsi untuk mengorganisasi, mendorong serta mengembangkan kemampuan potensi anggota. BMT juga memiliki peran untuk meningkatkan kualitas SDM anggotanya juga berperan aktif memobilisasi potensi masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan anggota,

³ Fitriani Prastiawati and Emile Satya Darma, "Peran Pembiayaan Baitul Maal Wat Tamwil Terhadap Perkembangan Usaha Dan Peningkatan Kesejahteraan Anggotanya Dari Sektor Mikro Pedagang Pasar Tradisional," *Jurnal Akuntansi dan Investasi* 17, no. 2 (2016): 197–208.

baik pihak pemilik dana (*shohibul maal*) dan pengguna dana (*mudharib*) dalam pengembangan usahanya.⁴

Pada hal yang lainnya BMT juga berpotensi untuk memperkenalkan serta mampu mempromosikan produk dengan inovasi baru yang dibuat secara kreatif dengan cara memasarkannya.

Semakin bertambahnya perkembangan perekonomian di negara Indonesia saat ini menyebabkan setiap usaha dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif karena semakin ketat tingkat persaingan bisnis maka dibutuhkan fungsi pemasaran yang baik, sehingga tujuan yang di harapkan oleh seorang pengusaha akan tercapai, karena pemasaran merupakan faktor utama yang penting dalam kelangsungan hidup suatu usaha.

Strategi pemasaran menentukan dalam proses pemasaran, karena mempunyai peranan terhadap perkembangan perusahaan dan lembaga. Ditambah dengan pesatnya arus komunikasi dan informasi yang telah banyak mengubah hidup gaya masyarakat, sehingga konsumen akan sangat jeli dalam memilah-milah produk. Pada umumnya orang mengasumsikan mengenai pemasaran atau memasarkan barang yaitu menjual barang agar laku terjual. Hal tersebut hanyalah sebagian kecil

⁴ Fatkhul Musobih and Safitri Mukarromah, "Tinjauan Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Produk Akad Mudharabah Di BMT Dana Mentari Karanglewas Purwokerto," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2019): 51.

dari kegiatan pemasaran. Pemasaran memiliki cakupan kegiatan yang luas dari itu. Pemasaran meliputi perumusan jenis produk, bagaimana cara menyalurkan produk tersebut kepada konsumen, seberapa tinggi harga yang seharusnya ditetapkan terhadap produk tersebut yang cocok dengan kondisi konsumennya, bagaimana cara promosi untuk mengkomunikasikan produk tersebut kepada konsumen, serta bagaimana mengatasi kondisi persaingan yang dihadapi oleh perusahaan dan sebagainya.⁵

BMT harus dapat merencanakan strategi promosi yang tepat dalam mencapai tujuan lembaganya, salah satu tujuan lembaga adalah untuk menarik minat konsumen untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Selain itu promosi penjualan dapat mendorong konsumen dengan segera untuk melakukan pembelian.⁶ Oleh karena itu untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka lembaga harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat dengan kondisi pasar yang dihadapi. Keberhasilan strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu dengan memilih promosi dalam memasarkan produk dan jasa.

⁵ Drs. H. Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: BPFE, 2001), hlm. 183.

⁶ M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran, Jelajahi Dan Rasakan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 207.

B. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana potensi *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) dalam mengembangkan usaha teh daun gaharu?
- b. Bagaimana memproduksi teh daun gaharu?
- c. Bagaimana cara mengenalkan kepada masyarakat bahwa daun gaharu bisa di produksi menjadi teh?

C. Tujuan Program

- a. Untuk mengetahui potensi *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) dalam mengembangkan usaha teh daun gaharu
- b. Untuk memproduksi teh daun gaharu
- c. Mengenalkan kepada masyarakat bahwa daun gaharu bisa di produksi menjadi teh.

C. Manfaat Program

- a. Program ini dapat meningkatkan kreativitas mahasiswa
- b. Program ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai potensi *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) dalam mengembangkan usaha teh daun gaharu

D. Luaran yang diharapkan

Luaran yang diharapkan dari Program Kreativitas Mahasiswa dibidang kewirausahaan ini adalah terciptanya teh daun gaharu yang berasal dari tumbuhan gaharu, yang memiliki aroma yang khas, bernilai ekonomis serta menjadi sebuah produk herbal yang bisa di konsumsi oleh semua kalangan.