

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

Andi Rachmat Aidil Alfadlan, Vera Anitra, 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 kerjasama 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 Jerman dengan tingkat konsumsi masyarakatnya terhadap cokelat 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 cokelat yang kreatif secara *R&D (Research and Development)* yang kedepannya akan terus dikembangkan. Cokelat Harapan bekerjasama dengan petani kakao serta perusahaan produksi cokelat, juga membuat teknologi yang akan memudahkan pembelian serta pemberdayaan petani kakao di Indonesia.

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

Cokelat Harapan didirikan awalnya karena pendiri merasa bahwa minat masyarakat Samarinda terhadap cokelat cukup tinggi, namun hanya saja masih kurangnya pemberdayaan petani cokelat khususnya di Samarinda. Pendiri Cokelat Harapan ingin membuka peluang bagi petani cokelat untuk memperoleh penghasilan yang lebih baik dengan memanfaatkan kakao lokal untuk membuat minuman siap minum yang berkualitas. 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:

-Seleksi Lokasi: Memilih petani kakao di Samarinda yang mewakili berbagai kondisi dan skala usaha.

-Pengumpulan Data: Melakukan wawancara mendalam dengan petani kakao, perusahaan cokelat lokal, dan stakeholders terkait untuk memahami dinamika pasar dan masalah yang dihadapi.

-Analisis Data: Menganalisis data mengenai produksi kakao, kualitas tanah, dan aspek ekonomi petani.

-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:

-Perencanaan Bersama: Melibatkan petani kakao, perusahaan cokelat, dan masyarakat dalam merancang strategi peningkatan produksi dan pemasaran.

-Pelaksanaan Tindakan: Melaksanakan program pelatihan untuk petani dalam hal teknik bertani yang lebih baik.

-Evaluasi: Memonitor hasil dari implementasi langkah-langkah dan mengukur dampaknya terhadap peningkatan produksi kakao dan kesejahteraan petani.

-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:

-Penelitian dan Pengembangan: Melakukan studi pasar untuk menentukan preferensi konsumen terhadap rasa dan kemasan.

-Pengujian Produk: Menguji berbagai formula dan varian rasa minuman cokelat untuk menilai respon konsumen.

-Pemasaran: Menyesuaikan strategi pemasaran berdasarkan hasil penelitian untuk memperkenalkan produk secara efektif di pasar lokal dan internasional.

-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 cokelat dan persepsi masyarakat terhadap produk lokal.

B. Langkah-langkah:

-Perancangan Survei: Mengembangkan kuesioner untuk menilai pola konsumsi cokelat dan kesadaran konsumen terhadap manfaatnya.

-Pelaksanaan Survei: Menyebarkan survei kepada sampel yang mewakili populasi konsumen potensial di Samarinda dan wilayah lain.

-Analisis Data: Menganalisis data survei untuk mengevaluasi pola konsumsi dan mendeteksi peluang pasar yang bisa dimanfaatkan.

-Implementasi Hasil: Menggunakan hasil analisis untuk mengarahkan strategi pemasaran dan edukasi masyarakat tentang manfaat cokelat.

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

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. 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 kedepannya Cokelat Harapan akan membangun lebih banyak cabang agar dapat memudahkan konsumen dalam menjangkau Cokelat Harapan, juga kedepannya 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 cokelat.

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 cokelat.

3. Positioning :

Cokelat Harapan memposisikan diri sebagai usaha yang menyediakan edukasi, pemberdayaan, serta pemanfaatan kakao di indonesia, khususnya Samarinda. Memberikan rasa cokelat berkualitas dan memiliki beberapa varian rasa untuk memberikan cita rasa beragam terhadap masyarakat Samarinda.

Potensi pasar *Ready to Drink* (RTD) cokelat di Indonesia cukup besar mengingat tingginya minat terhadap minuman cokelat. Menurut data Statista, ukuran pasar minuman *Ready to Drink* 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 cokelat di Indonesia dapat menjadi bagian dari pasar minuman ringan *Ready to Drink* yang lebih besar.

Dalam hal pangsa pasar, Cokelat Harapan memposisikan dirinya sebagai merek minuman cokelat yang berkualitas. Saat ini, masih belum ada *pionir* terkenal yang memfokuskan usahanya pada minuman cokelat. Tidak seperti kopi dan teh yang sudah pada beberapa merek minuman yang terkenal seperti *kopi kenangan*, *janji jiwa*, *es teh indonesia*, *menantea*, dan lain sebagainya.

Dalam menghadapi persaingan yang ada kedepannya, 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 cokelat lokal. Selain itu, Cokelat Harapan juga dapat mempertimbangkan penetapan harga yang kompetitif dan distribusi yang efektif untuk meningkatkan pangsa pasar produknya.

B. 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 cokelat lokal di Indonesia. Selain itu, Cokelat Harapan juga memperkuat pemberdayaan petani cokelat 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* cokelat 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 kecukupan untuk konsumsi sehari-hari atau sebagai minuman di saat santai dan di saat sedang tidak mood.



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.

C. 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 :

-Outlet Cokelat Harapan: Cokelat Harapan kedepannya 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.

-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.

-Kerjasama Supplier: Cokelat Harapan akan bekerja sama dengan supplier penyedia alat dan bahan untuk meringankan beban biaya operasional.

Dengan saluran distribusi tersebut, Cokelat Harapan kedepannya 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 disetiap 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 :

Membuat video/foto promosi dengan konsep tren terkini, dikonsepsi semenarik mungkin agar tidak monoton dan betah untuk disaksikan oleh konsumen.

Dalam rencana membangun hubungan dengan konsumen dan menjadikan konsumen sebagai pelanggan tetap, kami menetapkan beberapa strategi pemasaran telah dipersiapkan :

- a. Menentukan tempat usaha yang strategis dan dekorasi tempat usaha seunik dan kreatif mungkin.
- b. Pada Grand Opening Usaha kami akan mengadakan promo harga agar memikat calon pembeli.
- c. Mengoptimalkan penjualan per harinya dapat mencapai bahkan melebihi batas target yang sudah ditentukan.
- d. Melakukan penjualan serta promosi tidak hanya di outlet tetapi melalui media sosial agar jangkauan calon pembeli lebih luas.
- e. Mengadakan giveaway di waktu tertentu guna meningkatkan eksistensi usaha kami di mata para pelanggan.
- f. 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.
- g. Selain itu, kami menyediakan voucher yang berfungsi sebagai rasa terimakasih 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

D. Keuangan

A. Usulan 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

A. Biaya Operasional per 1500 Cup

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

B. HPP Produk per Cup

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

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

C. 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

D. BEP (*Break Even Point*)

- Target penjualan : 50 cup/hari
30 hari/1 bulan : 1500 cup/bulan
Harga dijual : Rp 10.000

$$= \text{Rp } 10.000 \times 50 \text{ cup} \times 30 \text{ hari}$$

$$= \text{Rp } 15.000.000/\text{bulan (proyeksi pendapatan)}$$

$$= \text{Labar Kotor} - \text{Beban Operasional Produk}$$

$$= \text{Rp } 15.000.000 - \text{Rp } 5.928.000 = \text{Rp}$$

$$9.072.000 \text{ (laba kotor)}$$

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

- $\text{Rp } 15.000.000 - \text{Rp } 14.664.500 \text{ (Rencana Anggaran Usulan)} = \text{Rp } 335.500$

Artinya dalam **1 bulan** dengan estimasi penjualan **50 cup/hari** maka akan dapat membalikan 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 prososal 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 kreatifitas usaha ini dapat memberikan manfaat bagi penulis. Kami mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang membantu dalam penyusunan proposal ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya, sekian terimakasih.

DAFTAR PUSTAKA

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.

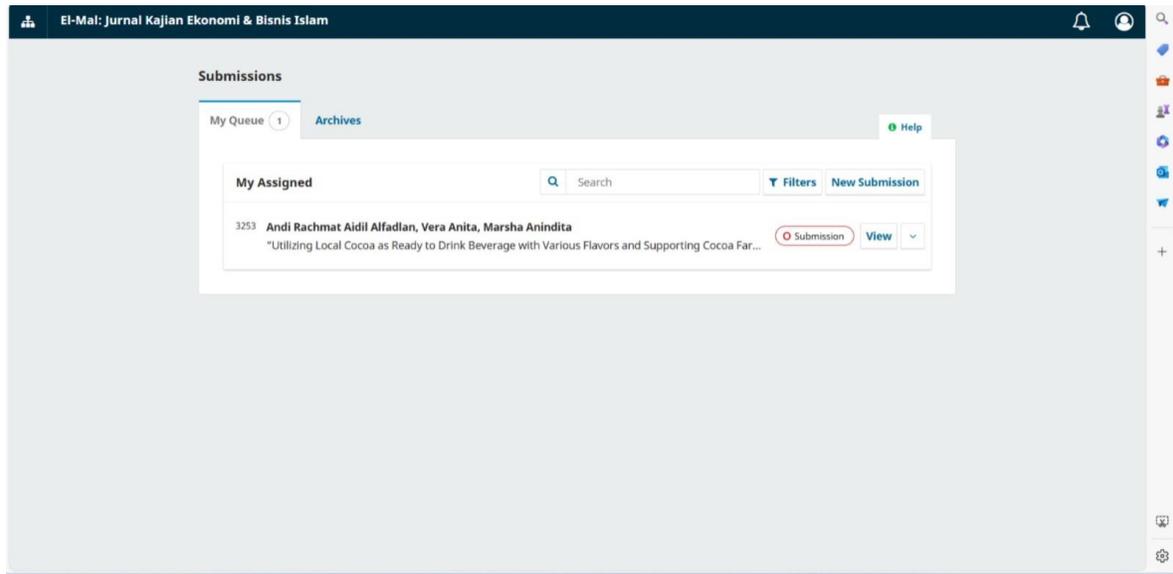
Danial, D., Fiana, Y. O. S. S. I. T. A., Handayani, F. I. T. R. I., & Hidayanto, M. (2015). Peningkatan produksi dan mutu kakao melalui kegiatan Gernas di Kalimantan Timur. *Pros Sem Nas MAsy BiodivIndon*, 1, 1203-1210.

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.

Lampiran:

Bukti Submit:



Letter of Acceptance:

Jalan Raya Pemda Pajeleran No 41 Sukahati, Cibinong, Bogor 15816

Letter of Acceptance

No: 832/LoA-El-Mal/VI/2024

Manajemen Jurnal

El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa naskah berjudul:

**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

Berdasarkan hasil review, artikel tersebut dinyatakan DITERIMA untuk dipublikasikan di El-Mal (Sinta 4) Volume 5 Nomor 7 2024 Artikel tersebut tersedia secara online (OJS In Press) mulai 20 Juli 2024 di <https://journal-laaroiba.com/ojs/index.php/elmal>

Demikian informasi ini disampaikan, dan atas perhatiannya, diucapkan terima kasih.

Bogor, 21 Juni 2024
Hormat kami,



Ir. H. Dedi Junaedi M.Si
Editor in Chief El-Mal

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andi Rachmat Aidil Alfadlan
NIM : 2011102431218
Program Studi : Manajemen
Judul Penelitian : Utilizing Local Cocoa As Ready to Drink Beverage With
Various Flavors and Supporting Cocoa Farmers
Empowerment In Samarinda

Menyatakan bahwa **naskah publikasi** yang saya tulis ini benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiasi/falsifikasi/fabrikasi baik sebagian atau seluruhnya.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam **naskah publikasi** saya ini, atau klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Samarinda,
Yang membuat
pernyataan



Andi Rachmat
Aidil Alfadlan
NIM:
2011102431218