

BAB III

METODE PELAKSANAAN

A. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Waktu pelaksanaan program yang dilakukan yaitu selama 4 bulan. Dengan tempat pelaksanaan yang berpusat pada Desa Embong Ijuk, Kecamatan Bermani Ilir, Kabupaten Kepahiang. Kegiatan ini akan berlangsung di Dusun V Desa Embong Ijuk dikarenakan dekat dengan perkebunan Pepaya sehingga akan meminimalisir harga beli pepaya

B. Alat dan Bahan

1. Alat

- Hand Blender
- Pisau/carter
- Wadah Besar (untuk lebih dari 5 liter air)
- Timbangan dan Gelas Ukur

2. Bahan

- Pepaya
- Gliserin
- Garam
- Essencial Oil
- Pewarna

C. Proses Pembuatan

Proses produksi Sabun Cuci Piring Cair dengan ekstrak pepaya dilakukan melalui beberapa tahapan, cara membuatnya sebagai berikut:

- 1) Hancurkan Pepaya yang sudah matang sempurna dalam wadah menggunakan handblender lalu saring untuk menghasilkan ekstrak buah pepaya.
- 2) Campurkan Garam bersama ekstrak buah pepaya yang sudah disaring dan aduk menggunakan handblender sampai tercampur merata. Garam berguna sebagai pengental dan pengawet bahan utama sabun.
- 3) Tambahkan 5 liter air bersih secara berkala kedalam bahan yang sudah dicampur tadi sambil terus diaduk hingga bahan tercampur merata.
- 4) Tambahkan gliserin 1:1 dengan garam. Aduk kembali sampai benar-benar merata.
- 5) jika bahan sudah tercampur merata, diamkan cairan sabun selama kurang lebih 18 jam dengan suhu ruang untuk menghasilkan sabun yang lebih bagus.
- 6) Setelah didiamkan selama kurang lebih 18 jam, tuang cairan sabun dalam kemasan botol atau plastik yang sudah disediakan. Jangan lupa untuk selalu mengukur rata cairan sabun setiap botol menggunakan timbangan.

- 7) Hias kemasan dengan label atau stiker agar terlihat lebih menarik. Kemudian Sabun cuci piring cair dengan ekstrak buah pepaya siap untuk dipasarkan.

D. Pangsa Pasar

1. Segmen pasar

Segmen pasar dari sabun cuci piring dengan ekstrak buah pepaya terutama ditargetkan kepada bayi atau orang-orang dengan kesehatan rendah yang ingin lebih menjaga kesehatan dari bahan kimia seperti SLS. Selain itu juga ditargetkan kepada individu dan komunitas yang memiliki kesadaran tinggi akan kesehatan dan lingkungan. Target pasar utama diantaranya masyarakat urban yaitu konsumen wilayah perkotaan maupun pinggiran kota yang peduli terhadap kesehatan dan keamanan bahan dalam produk rumah tangga, pengguna yang lebih memilih produk alami dari pada produk berbahan kimia sintesis dan masyarakat yang mendukung lingkungan dan produk ramah lingkungan.

2. Target Pasar dan Positioning (STP)

- a. Segmentasi pasar dibagi berdasarkan demografis (semua usia) dan psikografis (masyarakat yang mendukung produk ramah lingkungan).
- b. Targeting: Fokus pada ibu rumah tangga terutama yang memiliki bayi, kemudian kelompok masyarakat yang memiliki kepedulian tinggi terhadap produk

alami yang ramah lingkungan, baik itu konsumen perkotaan maupun pinggiran kota.

- c. Positioning: Produk diposisikan sebagai sabun cuci piring ramah lingkungan dan biodegradable, mengandung agen antibakteri alami dan efektif dalam membersihkan minyak dan lemak, serta produk inovatif berbasis bahan lokal.

3. Rencana Penjualan

Produk akan dilakukan melalui beberapa saluran. Penjualan langsung akan dilakukan di bazar, pameran lingkungan, dan pasar komunitas lokal. Selain itu, produk akan dijual secara online melalui platform e-commerce dan media sosial seperti Instagram, Shopee, dan Tokopedia, untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Produk juga akan didistribusikan melalui toko-toko local yang mendukung produk alami, ramah lingkungan dan lokal.

4. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang digunakan antara lain pemasaran digital melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, dengan fokus pada konten yang mengedukasi tentang manfaat lingkungan dan estetika produk. Kampanye lingkungan akan diikuti dan diadakan untuk membangun citra produk yang berkelanjutan. Penggunaan testimoni dari pengguna awal juga akan

dioptimalkan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, di samping pemberian promosi, diskon, atau bundling produk pada momen-momen khusus seperti Hari Bumi atau event ramah lingkungan lainnya.

5. Kekuatan dan Kelemahan Produk

a. Kekuatan:

1. Bahan Alami: Produk ini mengutamakan penggunaan bahan alami yang lebih ramah lingkungan dan aman bagi kesehatan, sehingga cocok untuk konsumen yang peduli terhadap bahan kimia berbahaya.
2. Agen Antibakteri Alami (Ekstrak Pepaya): Ekstrak pepaya dikenal memiliki sifat antibakteri yang dapat membantu membunuh kuman dan bakteri pada peralatan dapur, memberikan nilai tambah dalam hal kebersihan dan kesehatan.
3. Mengurangi Risiko Alergi: Sabun berbahan alami cenderung lebih rendah risiko menyebabkan iritasi atau alergi pada kulit dibandingkan dengan sabun berbahan kimia keras.
4. Sumber Daya Alam Lokal: Menggunakan ekstrak pepaya sebagai bahan utama dapat meningkatkan pemanfaatan produk lokal dan mendukung pertanian lokal.

5. Bersifat Ramah Lingkungan: Tanpa penggunaan bahan kimia sintetis, sabun ini cenderung lebih ramah terhadap lingkungan, membantu mengurangi pencemaran akibat limbah sabun kimia.

b. Kelemahan:

1. Stabilitas dan Efektivitas: Ekstrak buah pepaya mungkin memiliki batasan dalam hal stabilitas dan efektivitas jangka panjang, terutama ketika terpapar suhu atau pH tertentu yang dapat memengaruhi aktivitas antibakterinya
2. Keterbatasan Produksi: Proses ekstraksi pepaya yang memerlukan perawatan khusus bisa memperlambat produksi dalam skala besar.
3. Tingkat Keterjangkauan: produk berbahan alami mungkin lebih mahal dalam proses produksi dibandingkan dengan sabun berbahan kimia sintesis, yang dapat mempengaruhi harga jual kepada konsumen
4. Pasar yang Terbatas: beberapa konsumen mungkin masih ragu dengan efektivitas sabun berbahan alami, khususnya dalam hal pembersihan dan antibakteri jika dibandingkan dengan produk kimia.

5. Pengaruh Lingkungan: walaupun menggunakan bahan alami, pengolahan ekstrak papaya dalam jumlah besar dapat tetap mempengaruhi sumber daya alam dan proses manufaktur secara langsung.

E. Proses Pemasaran

Proses pemasaran produk sabun cuci piring cair dengan bahan alami dimulai dengan mengidentifikasi target pasar yang mencakup masyarakat lokal, pengusaha kecil, serta pemilik usaha yang peduli tentang produk ramah lingkungan. Tim pemasaran akan menggunakan strategi pemasaran digital melalui media sosial dan platform e-commerce untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas. Selain itu, pameran lokal dan bazaar komunitas akan diadakan untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada konsumen, sekaligus memberikan edukasi tentang manfaat penggunaan bahan alami dan aman dalam sabun cuci piring.

Selanjutnya, kemitraan dengan toko-toko lokal dan organisasi lingkungan juga akan dijajaki untuk meningkatkan jangkauan pasar. Penawaran promosi, seperti diskon untuk pembelian dalam jumlah besar atau program loyalitas bagi pelanggan setia, dapat diterapkan untuk mendorong penjualan. Selain itu, testimoni dari pengguna awal produk akan dikumpulkan dan dibagikan untuk membangun kepercayaan konsumen dan memperkuat citra produk sebagai pilihan yang berkelanjutan dan bermanfaat.

F. Analisa Kelayakan Usaha

Analisa kelayakan usaha bertujuan untuk menentukan kelayakan suatu usaha, baik dari segi teknis, ekonomis, maupun finansial. Berikut ini tabel hasil Analisa kelayakan usaha produk sabun cuci piring berbahan dasar alami:

Tabel 3.1 Analisa Kelayakan Usaha

No	Analisa	Biaya
1	Biaya Variabel	Rp.265.000
2	Biaya Tetap	Rp.200.000
3	Biaya Operasional	Rp.175.000
4	Biaya Produksi	Rp.660.000
5	HPP	Rp. 19.800
6	Pendapatan	Rp.1.000.000
7	BEP	33
8	Net B/C	Rp.1,52

Dalam menganalisa kelayakan usaha maka perlu untuk menghitung net B/C agar dapat mengetahui layak atau tidaknya suatu usaha. Perhitungan net B/C tersebut sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Net B/C} &= \text{Total pendapatan} / \text{Total biaya produksi} \\ &= \text{Rp.1.000.000} / \text{Rp.660.000} \\ &= \text{Rp.1,52}\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan net B/C, produksi sabun cuci piring cair berbahan dasar alami adalah Rp.1,52. Nilai net B/C yang lebih besar dari 1 tersebut menunjukkan usaha sabun cuci piring berbahan dasar alami ini layak untuk dijalankan.

G. Analisa Keuntungan

Dalam memproduksi sabun cuci piring, terdapat beberapa klasifikasi biaya sebagai berikut:

- a. Biaya variabel: Rp.265.000
- b. Biaya Tetap: Rp.200.000
- c. Biaya Operasional: Rp.175.000
- d. Biaya Produksi: Rp.640.000

Dari biaya-biaya tersebut maka dapat diperhitungkan HPP, BEP, dan keuntungan yang didapatkan.

1. Harga Pokok Penjualan (HPP)

$$\text{HPP} = \text{Biaya Produksi} / \text{Jumlah Produksi}$$

$$= \text{Rp. } 640.000 / 50 \text{ botol}$$

$$= \text{Rp. } 12.800$$

$$\text{Harga jual per produk} = \text{Rp. } 12.800 \times 50\% = \text{Rp. } 6.400$$

$$= \text{Rp. } 12.800 + \text{Rp. } 6.400$$

$$= \text{Rp. } 19.200$$

$$\text{Dibulatkan menjadi} = \text{Rp. } 19.000$$

2. Break Event Point (BEP)

$$\text{BEP} = \text{Biaya Produksi} / \text{Harga Jual}$$

$$= \text{Rp. } 640.000 / \text{Rp. } 19.000$$

$$= 33$$

Jadi, dari hasil tersebut maka, BEP usaha sabun cuci piring berbahan dasar alami ini akan dicapai pada saat penjualan mencapai 33 botol. Atau dengan kata lain, usaha sabun cuci piring berbahan dasar alami akan

mengalami keadaan tidak untung dan tidak rugi (balik modal) jika penjualan sudah mencapai 33 botol.

3. Keuntungan

Pendapatan= Harga Jual X Jumlah Produksi

= Rp.20.000 x 50 botol

= Rp.1.000.000

Keuntungan= Pendapatan – Biaya Produksi

= Rp.1.000.000 – Rp.660.000

= Rp.340.000

Jadi, keuntungan dari penjualan 50 botol sabun cuci piring yaitu sebesar Rp.340.000, atau keuntungan per wadah yaitu Rp.6.600

H. Rencana Anggaran Biaya

Tabel 3.2 Rencana Anggaran Biaya

No	Kegiatan	Harga Barang		Jumlah
		Unit	Harga/unit	
A. TAHAP PERSIAPAN				
1	Biaya transportasi pembelian bahan dan alat	1 org	Rp.50.000	Rp.50.000
Jumlah				Rp.50.000
B. TAHAP PELAKSANAAN				
1	Bahan habis pakai			
	pepaya	10 kg	Rp. 2. 000	Rp.20.000
	Garam halus	2,5 kg	Rp. 6. 000	Rp.15.000
	Gliserin	1 liter	Rp. 30.000	Rp.30.000

	Botol biasa 900 ml	5 pack/ 10 botol	Rp. 40.000	Rp. 200.000
Jumlah				Rp. 265.000
2	Peralatan Tetap			
	Hand blender	1 unit	Rp.170.000	Rp.170.000
	Wadah besar	1 unit	Rp.25.000	Rp.25.000
	Pisau	1 pcs	Rp.5.000	Rp.5.000
Jumlah				Rp.200.000
C. PELAPORAN				
1	Proposal dan pengadaan	4 buah	Rp.20.000	Rp.80.000
2	Pembuatan LPJ dan pengadaan	4 buah	Rp.20.000	Rp.80.000
3	Kertas HVS	1 Rim	Rp.40.000	Rp.40.000
4	Tinta printer	2 set	Rp.50.000	Rp.100.000
5	Printer	1 buah	Rp.700.000	Rp.700.000
Jumlah				Rp.1.000.000
D. TRANSPORTASI				
1	Distribusi produk	10 hari	Rp.10.000	Rp.100.000
Jumlah				Rp.100.000
E. PROMOSI				
1	Iklan di media sosial	1 bulan	Rp.50.000	Rp.50.000
2	Langganan Canva pro	1 bulan	Rp.100.000	Rp.100.000
3	Cetak label produk	200 pcs	Rp.500	Rp.100.000
Jumlah				Rp.250.000

F. BIAYA LAIN-LAIN				
1	Listrik	1 bulan	Rp.25.000	Rp.25.000
Jumlah				Rp.25.000
TOTAL BIAYA				Rp.1.960.000

Tabel diatas merupakan total keseluruhan rencana anggaran biaya yang dibutuhkan untuk menjalankan program ini. Adapun klasifikasi biaya-biaya yang di kelompokkan dalam beberapa akun sebagai berikut:

1. Biaya Variabel (Bahan baku)

Biaya variabel meliputi semua biaya bahan baku habis pakai yang dibutuhkan untuk memproduksi sabun cuci piring berbahan dasar alami, seperti papaya, texaon esensial oil dan lain-lain. Biaya variabel dari program ini sebesar Rp265.000.

2. Biaya Tetap

Biaya tetap meliputi biaya yang tidak dipengaruhi oleh volume produksi seperti, hand blender, pisau, timbangan dan lain-lain. Biaya tetap dari program yang akan dilaksanakan yaitu sebesar Rp.200.000.

3. Biaya Operasional

Biaya oprasional meliputi biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan produksi sehari-hari seperti, transportasi, listrik,. Biaya operasional dari program yang akan dilaksanakan yaitu sebesar Rp.175.000

4. Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan akumulasi dari semua biaya yang dibutuhkan selama proses produksi.

Biaya produksi = Biaya variabel + biaya tetap + biaya operasional = Rp.660.000

I. Rencana Jadwal Kegiatan

Kegiatan ini akan dilaksanakan selama 4 bulan dengan jadwal sebagai berikut:

Tabel 3.3 Rencana Jadwal Kegiatan

No	Pelaksanaan Kegiatan	Bulan ke 1				Bulan ke 2				Bulan ke 3				Bulan ke 4			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Perencanaan	■	■														
2	Survey bahan baku		■														
3	Pelatihan dan praktek			■													
4	Publikasi dan promosi				■												
5	Produksi				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6	Pemasaran				■	■				■				■			
7	Evaluasi							■				■				■	
8	Penyusunan laporan											■				■	