

BAB III

METODE PELAKSANAAN

A. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

1. Waktu Pelaksanaan

Dalam kegiatan PKM ini dilakukan selama 4 bulan dimulai dari proses pengajuan proposal dalam hal untuk mendapatkan dosen Pembimbing, Perencanaan Usaha, Survey Bahan Baku, Produksi, Promosi, dll.

2. Tempat Pelaksanaan

Kegiatan PKM ini akan dilaksanakan di Jalan Sepakat 12 RT.23 RW.06 Kel. Sawah Lebar Baru Kec. Ratu Agung Kota Bengkulu, lokasi ini menjadi tempat kegiatan produksi dikarenakan banyak limbah kayu palet yang terbuang percuma.

B. Alat dan Bahan

1. Alat

Alat merupakan sesuatu yang dapat digunakan, namun jika digunakan terus menerus tidak akan habis. Adapun alat program kreativitas dalam bidang pembuatan produk hiasan dari pemanfaatan limbahkayu palet.

Tabel 3. 1 Rekap Biaya Peralatan

Alat	Harga
Gergaji	Rp. 50.000
Meteran	Rp. 25.000

Penggaris Siku	Rp. 15.000
Palu	Rp. 35.000
Paku	Rp. 50.000
Total	Rp. 175.000



Gergaji



Meteran



Penggaris Siku



Palu



Paku

2. Bahan

Bahan merupakan sesuatu yang dapat digunakan, namun jika digunakan terus menerus akan habis. Adapun bahan program kreativitas dalam bidang pembuatan produk hiasan.

Tabel 3. 2 Rekap Biaya Peralatan

Bahan	Harga
Kayu Palet Bekas	Rp. 0
Cat	Rp. 50.000
Kuas	Rp. 5.000
Amplas	Rp. 50.000
Lem Kayu	Rp. 15.000
Skrup	Rp. 15.000
Total	Rp. 135.000



Kayu Pallet Bekas



Cat Kayu



Kuas



Amplas



Lem Kayu



Skrup

C. Proses Pembuatan

Pembuatan produk Hiasan dari pemanfaatan limbah kayu palet, sebagai berikut:

1. Tahapan Pertama, Ukur kayu palet menggunakan meteran sesuai dengan ukuran yang diinginkan.
2. Tahapan Kedua, Potong kayu palet yang sudah diukur menggunakan gergaji
3. Tahapan Ketiga, Bersihkan dan haluskan bagian kayu palet menggunakan Amplas
4. Tahapan Keempat, Membentuk pola kayu palet membentuk hiasan dinding sesuai keinginan menggunakan paku atau lem kayu
5. Tahapan kelima, warnai kayu palet sesuai dengan keinginan
6. Tahapan keenam, Rekatkan sisi kayu palet sampai membentuk pola yang ingin dibuat
7. Tahapan Ketujuh, Tempelkan gantungan papan di sisi hiasan dinding yang sudah dibuat.





D. Pangsa Pasar

Pangsa pasar adalah porsi dari penjualan industri dari barang atau jasa yang dikendalikan oleh perusahaan.¹ Analisis pangsa pasar mencerminkan kinerja pemasaran yang dikaitkan dengan posisi persaingan perusahaan dalam suatu industri.² Pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perdagangan maupun disebutkan perbelanjaan

1 Evi Husniati Sya'`idah, Tontowi Jauhari (Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Pelanggan), Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, Vol.3 No.1 April 2018, h.23-30.

2 Stiawan, "Analisis Pengaruh Faktor Makroekonomi, Pangsa Pasar Dan Karakteristik Bank Terhadap Profitabilitas Bank Syariah (Studi Bank Syariah Periode 2005-2008)," Tesis (2009): 1–100.

pasar tradisional pertokoan mall-mall pusat perdagangan maupun disebutkan lainnya. Ada dua teori besar mengenai pangsa pasar yaitu SCP (*structure conduct performance*) dan teori efisiensi. Teori SCP merupakan suatu model untuk menghubungkan antara struktur pasar suatu industri dengan perilaku perusahaan serta kinerjanya. Sedangkan teori efisiensi merupakan suatu model yang menjelaskan bagaimana efisiensi operasional suatu perusahaan mampu mempengaruhi kinerja perusahaan serta pangsa pasarnya.

1. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah membagi-bagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli berbeda yang mungkin memerlukan produk atau jasa yang berbeda pula. Pembeli biasanya memperlihatkan preferensi dan prioritas produk yang berbeda-beda. Mereka pada umumnya menginginkan produk dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan konsumen dengan harga yang mampu bersaing. Perbedaan-perbedaan inilah yang menciptakan segmen pasar³. Melihat peluang pasar saat ini, belum banyak toko-toko yang menjual produk hiasan dinding yang terbuat dari limbah kayu palet sehingga produk ini memiliki peluang besar yang cukup baik karena masih tergolong sebagai produk yang masih jarang diperoleh.

3 Tiris Sudrartono, "Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Umk", *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 10, No. 1 (2019): 53–64.

2. *Targeting* Pasar

Targeting adalah memilih satu atau beberapa segmen audien yang akan menjadi fokus kegiatan-kegiatan pemasaran program dan promosi. Artinya suatu media harus memfokuskan kegiatannya pada beberapa bagian saja (segmen) audien yang kemungkinan mampu dijangkau sehingga tujuan dan sasaran target bisa tercapai⁴, yang menjadi target pasar dalam kegiatan pkm ini yaitu seluruh kalangan masyarakat, karena menjaga kebersihan lingkungan dengan memanfaatkan limbah merupakan kegiatan yang mengandung nilai positif tinggi untuk setiap orang. Dengan adanya produk hiasan dinding dapat mengurangi limbah, orang dapat lebih hidup bersih dan nyaman untuk kehidupan mendatang.

3. *Positioning*

Positioning merupakan proses untuk mengidentifikasi persepsi konsumen dalam usaha menempatkan produk pada posisi yang paling menguntungkan dalam segmen pasar tertentu⁵. Strategi positioning dari hiasan dinding dengan memanfaatkan limbah kayu palet adalah sebagai produk yang memiliki ciri khas tersendiri dari daur ulang

4 Diah T R I Wardani, “Strategi Segmentasi , Targeting , Dan Positioning (Stp) Pada Program Acara Di Radio Dian Swara Purwokerto Skirpsi Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Iain Purwokerto” (2020).

5 Siska Dwi Widyawati, “Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) Dalam Penjualan Produk Kecap Cap Koki Dollar Di Tulungagung” (2014): 1–21.

kayu palet yang berbeda dengan produk hiasan dinding yang dijual di toko-toko lain.

4. Analisis SWOT

1) *Strength* (Kekuatan)

- a. Bahan dari hiasan dinding kayu palet cukup mudah didapatkan.
- b. Sebagai dekorasi dan mempercantik ruangan.
- c. Harga dapat dijangkau segala kalangan.
- d. Diminati berbagai kalangan terutama anak muda.
- e. Memiliki berbagai bentuk dan warna menarik.

2) *Weakness* (Kelemahan)

- a. Media pemasangannya terbatas (hanya bisa dipasang pada tembok).

3) *Opportunities* (Kesempatan)

- a. Tidak memerlukan modal yang besar, dan cenderung membutuhkn skill dan keterampilan.
- b. Mudah dipasarkan dengan menggunakan sosial media yang mampu menjangkau seluruh wilayah.

4) *Threat* (Ancaman)

- a. Munculnya inovasi baru dengan bahan baku yang sama.
- b. Jumlah kompetisi ataupun persaingan yang semakin meningkat.

E. Proses Pemasaran

Proses pemasaran produk kerajinan tempat sampah dari pemanfaatan tutup botol bekas meliputi beberapa hal, yaitu :

1. Promosi *Face to Face*

Untuk menarik perhatian konsumen produk ini dijelaskan langsung secara detail *Face to Face* (secara langsung) kepada konsumen.

2. Promosi Menggunakan Media Sosial

Dengan adanya gadget barang yang selalu digunakan orang-orang dalam hal apapun, setiap saat selalu digunakan untuk mencari sesuatu yang dibutuhkan. Di dalamnya terdapat aplikasi yang digunakan dan dilihat setiap saat. Terutama jumlah yang paling banyak digunakan yaitu, *Instagram, facebook, dan WhatsApp*. Menggunakan media sosial akan memudahkan memasarkan produk, misalnya dengan cara menampilkan gambar produk dengan kreatif yang dapat menarik perhatian konsumen.

Dalam kegiatan pemasaran juga melakukan promosi dengan berbagai macam variable promosi yaitu:

1. *Public Relations*, hiasan dinding dari kayu palet memperkenalkan produknya melalui kegiatan yang dilakukan di kelurahan Sawah lebar baru. Akan tetapi dalam kegiatan periklaan ini masih perlu ditingkatkan kembali seperti memilih media lain sebagai sarana

periklanan yang lebih efektif agar lebih cepat menjangkau konsumen.

2. *Personal Selling*, usaha hiasan dinding dari kayu palet melalui penjualan secara langsung kepada konsumen yang datang ke tempat produksi dan juga penjual melakukan promosi langsung kerumah calon konsumen. Penjual juga berusaha menjalin hubungan baik dengan konsumen di luar urusan bisnis dengan cara bersikap ramah terhadap konsumen tersebut untuk menjaga loyalitas. Akan tetapi pemasaran dengan cara ini kurang efektif dan kurang efisien dalam penggunaan waktu karena harus bertemu langsung. Maka dari itu penjual juga melakukan pemasaran dengan cara yang lain.
3. *Direct Marketing*, promosi dengan cara ini dilakukan oleh penjual dengan cara penawaran produk melalui online dengan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business. Pemasaran melalui online ini sangat efisien waktu karena tidak harus bertemu langsung hanya dengan media sosial produk bisa dikenal banyak kalangan. Akan tetapi kurang efektif dikarenakan penjual yang kurang aktif dalam memasarkan produknya melalui media online.

F. Analisis Kelayakan Usaha/Program

Kegiatan ini juga dapat menjadi sebuah investasi dimana dengan harga bahan yang murah, diimbangi dengan pangsa pasar yang luas dan keunikan yang dimiliki.

Tabel 3. 3 Biaya Produksi

No	Item	Satuan	Harga Beli	Biaya produksi/bln
A	Biaya Bahan			
	Limbah kayu palet		-	-
	Cat	1 kaleng	Rp. 50.000	Rp. 50.000
	Kuas	1 buah	Rp. 5.000	Rp. 5.000
	Amplas	1 lembar	Rp. 50.000	Rp. 50.000
	Lem kayu	1 buah	Rp. 15.000	Rp. 15.000
	Skrup	3 buah	Rp. 15.000	Rp. 15.000
	Total			Rp. 135.000
B	Biaya Peralatan			
	Gergaji	1 buah	Rp. 50.000	Rp. 50.000
	Meteran	1 buah	Rp. 25.000	Rp. 25.000
	Penggaris siku	1 buah	Rp. 15.000	Rp. 15.000
	Palu	1 buah	Rp. 35.000	Rp. 35.000
	Paku		Rp. 50.000	Rp. 50.000
	Total			Rp. 175.000

C	Biaya lain-lain			
	Tenaga Kerja		Rp.0	Rp.0
	Paket internet	Satuan	Rp. 50.000	Rp. 50.000
	Bensin		Rp. 100.000	Rp. 100.000
	Total			Rp. 150.000
	Total Investasi Modal (A+ B + C)			Rp. 460.000

Analisis Keuntungan :

Setiap 10 buah kayu palet itu dapat menghasilkan 2 produk hiasan dinding dan dalam 1 bulan menghabiskan 150 kayu palet dapat menghasilkan 30 unit produk hiasan dinding. Selama 4 bulan menghabiskan 600 kayu palet yang dapat menghasilkan 160 unit produk hiasan dinding.

Harga per-unit

$$HPP = \frac{TC}{Q} = \frac{Rp. 460.000}{30 \text{ unit}} = Rp. 15.000/\text{unit}$$

Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) adalah hal yang perlu diperhatikan dalam penentuan harga jual suatu produk. Harga pokok produksi adalah semua biaya yang telah dikorbankan dalam proses produksi atau kegiatan mengubah bahan baku menjadi produk selesai yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya lain-lain⁶.

⁶ Pradana Setiadi, David P E Saerang, and Treesje Runtu, 'Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Penentuan Harga Jual Pada CV.

Dalam menetapkan harga, keberlangsungan usaha menjadi pertimbangan utama dimana keuntungan yang diinginkan dari operasi kontinyu dihubungkan dengan Harga Pokok Penjualan (HPP) sebesar Rp.15.000/unit. Untuk menetapkan harga, mengambil keuntungan sebesar 50% per-unit produk.

$$\begin{aligned}\text{Harga Jual} &= \text{HPP} + \text{Margin keuntungan yang diinginkan} \\ &= \text{Rp. 15.000} + (\text{Rp. 15.000} \times 100\%) \\ &= \text{Rp.30.000}\end{aligned}$$

Keuntungan yang diperoleh setiap unit adalah Rp. 15.000 Jadi, harga jual per-unit produk adalah Rp. 30.000.

Rencana Pendapatan :

$$\begin{aligned}\text{Jumlah penjualan perminggu} &= 14 \text{ unit} \times \text{Rp. 30.000} \\ &= \text{Rp. 420.000}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Jumlah penjualan perbulan} &= 40 \text{ unit} \times \text{Rp. 30.000} \\ &= \text{Rp. 1.200.000}\end{aligned}$$

Hasil Penjualan Selama 4 Bulan :

a. Penjualan Bulan ke-1

$$40 \text{ unit} \times \text{Rp. 30.000} = \text{Rp. 1.200.000}$$

$$40 \text{ unit} \times \text{Rp. 15.000} = \text{Rp. 600.000}$$

$$\text{Laba yang diperoleh} = \text{Rp. 600.000}$$

b. Penjualan Bulan ke-2

$$55 \text{ unit} \times \text{Rp. 30.000} = \text{Rp. 1.650.000}$$

$$55 \text{ unit} \times \text{Rp. 15.000} = \text{Rp. 825.000}$$

Laba yang diperoleh = Rp. 825.000

c. Penjualan Bulan ke-3

56 unit x Rp. 30.000 = Rp. 1.680.000

56 unit x Rp. 15.000 = Rp. 840.000

Laba yang diperoleh = Rp. 840.000

d. Penjualan Bulan ke-4

60 unit x Rp. 30.000 = Rp. 1.800.000

60 unit x Rp. 15.000 = Rp. 900.000

Laba yang diperoleh = Rp. 900.000

Total penjualan selama 4 Bulan = **Rp. 6.330.000**

Jadi, laba bersih yang diperoleh selama 4 Bulan = **Rp. 3.165.000**

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, dapat dikatakan bahwa usaha produk hiasan dinding layak untuk dijalankan karena berdasarkan hasil dari penjualan selama 4 bulan sudah melebihi dari jumlah keseluruhan biaya yang dikeluarkan selama 4 bulan yaitu sebesar **Rp. 3.165.000**

G. Analisis Keuntungan

Break Even Point atau BEP adalah suatu analisis untuk menentukan dan mencari jumlah barang atau jasa yang harus dijual kepada konsumen pada harga tertentu untuk menutupi biaya-biaya yang timbul serta mendapatkan keuntungan / profit⁷.

7 Heru Maruta, 'Laba, Perencanaan Manajemen, Bagi', Jurnal Akuntansi Syariah, 2.1 (2018), pp. 9–28.

1. Perhitungan *Break Even Point* Atas Dasar Unit

Berikut rumus untuk menghitung.

$$\begin{aligned}\text{BEP (Unit)} &= \frac{\text{Biaya Produksi}}{\text{Harga Jual}} \\ &= \frac{\text{Rp. 460.000}}{\text{Rp.30.000}} \\ &= 15 \text{ unit}\end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas kita bisa mengetahui target penjualan dan penjualan minimal dimana jika ingin mencapai *Break Event Point* (BEP) atau titik impas, dimana perusahaan tidak mengalami keuntungan ataupun kerugian jika mampu menjual produk sebanyak 15 unit.

H. Rencana Anggaran Biaya

Adapun yang menjadi anggaran biaya dalam produksi usaha kerajinan hiasan dinding dari kayu palet.

Tabel 3. 4 Anggaran Biaya PKM

No	Kegiatan	Harga Barang		Jumlah
		Unit	Harga	
A	TAHAP PENDAFTARAN			
	Sertifikat HKI	1	Rp 150.000	Rp 150.000
	Jumlah			Rp 150.000
B	TAHAP PELAKSANAAN			
Biaya Bahan-Bahan				
	Kayu palet bekas		Rp. 0	Rp. 0
	Cat	1	Rp. 50.000	Rp. 50.000

	Kuas	1	Rp. 5.000	Rp. 5.000
	Amplas	1	Rp. 50.000	Rp. 50.000
	Lem kayu	1	Rp. 15.000	Rp. 15.000
	Gantungan papan		Rp. 15.000	Rp.15.000
	Jumlah			Rp 135.000
Biaya Lain-lain				
	Bensin		Rp. 100.000	Rp. 100.000
	Jumlah			Rp. 100.000
Biaya Peralatan				
	Gergaji	1	Rp. 50.000	Rp. 50.000
	Meteran	1	Rp. 25.000	Rp. 25.000
	Penggaris siku	1	Rp. 15.000	Rp. 15.000
	Palu	1	Rp. 35.000	Rp. 35.000
	Paku	1	Rp. 50.000	Rp. 50.000
	Jumlah			Rp. 175.000
C	PROMOSI			
	Paket Internet		Rp. 50.000	Rp 50.000
	Jumlah			Rp 50.000
	TOTAL BIAYA Keseluruhan)	(Jumlah		Rp 610.000

I. Jadwal Kegiatan

Jadwal kegiatan yang dilakukan selama 4 bulan mulai dari Perencanaan, Survey Bahan Baku, Pelatihan dan Praktek, Produksi, Pemasaran, Evaluasi, dan Pembuatan Laporan.

Tabel 3. 5 Rencana Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	Bulan ke 1				Bulan ke 2				Bulan ke 3				Bulan ke 4			
1	Perencanaan																
2	Survey Bahan Baku																
3	Produksi																
4	Publikasi dan Promosi																
5	Evaluasi																
6	Pembuatan Laporan																

Keterangan :

1. Perencanaan

Perencanaan awal dimulai dari menentukan tempat pengambilan bahan baku utama⁸.

2. Survey Bahan Baku

Setelah mendapatkan perencanaan untuk tempat pembuatan produk hiasan dinding dari pemanfaatan limbah kayu palet, selanjutnya masuk ke tahap survey ke lokasi tempat pengambilan bahan baku utama yaitu kayu palet bekas. Bahan baku penolong memiliki arti yang sangat penting, karena menjadi modal terjadinya proses produksi sampai hasil produksi⁹.

3. Produksi

Produksi/ pembuatan produk kegiatan atau proses menghasilkan, menyiapkan, mengolah, membuat, dan mengubah bentuk¹⁰.

4. Publikasi dan Promosi

Selesai produksi produk hiasan dinding dari limbah kayu palet langkah selanjutnya yang saya lakukan yaitu promosi. Pada tahap ini saya mempromosikan produk melalui berbagai macam cara salah satunya yaitu mempromosikan

8 Taufiqurokhman, “Konsep Dan Kajian Ilmu Perencanaan”, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama (2008)

9 Keifer GEffenberger F, —Teori Bahan Baku, “Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952. (2012): 6–22.

10 Direktorat Jenderal Guru and Tenaga Kependidikan, “Pembelajaran 2, Produksi, Distribusi, Dan Konsumsi”, Modul Belajar Mandiri (2019): 37– 62

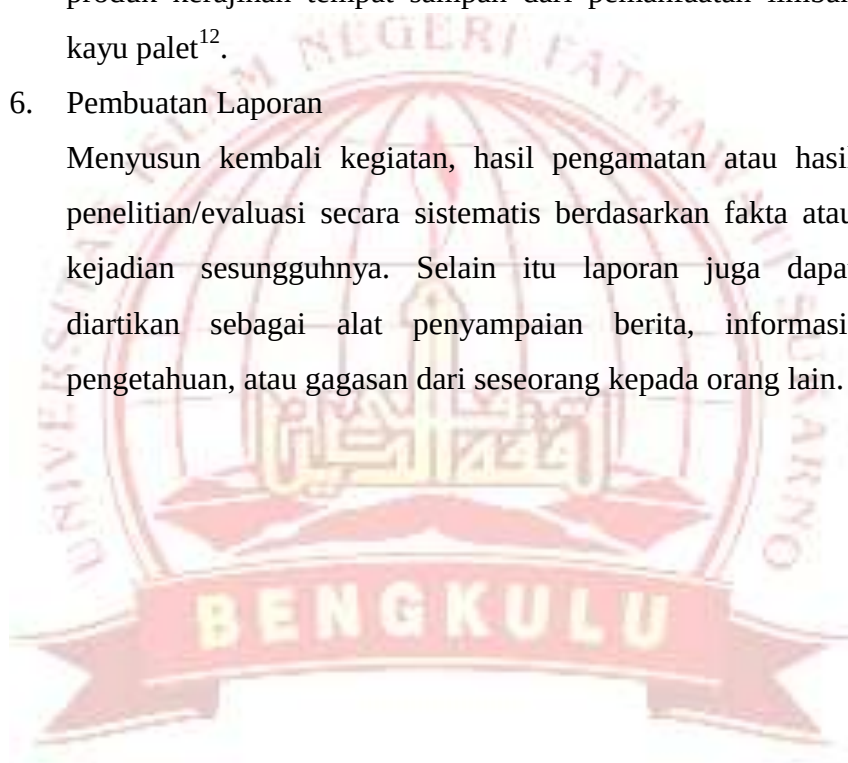
menggunakan media sosial serta juga kami melakukan penjualan secara langsung¹¹.

5. Evaluasi

Penilaian dilakukam di setiap akhir bulan setelah melakukan penjualan, menerima masukan dari konsumen terhadap produk kerajinan tempat sampah dari pemanfaatan limbah kayu palet¹².

6. Pembuatan Laporan

Menyusun kembali kegiatan, hasil pengamatan atau hasil penelitian/evaluasi secara sistematis berdasarkan fakta atau kejadian sesungguhnya. Selain itu laporan juga dapat diartikan sebagai alat penyampaian berita, informasi, pengetahuan, atau gagasan dari seseorang kepada orang lain.



11 Rita Nurmalina et al., Pemasaran : Konsep Dan Aplikasi, 2015

12 Gede Suarta, "Konsep Evaluasi Perencanaan Dan Terapannya Pada Program Penyuluhan", no. 1 (2017): 1-24