

BAB III

METODE PELAKSANAAN

A. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

1. Waktu Pelaksanaan

Waktu pelaksanaan program yang dilakukan yaitu berlangsung selama 6 bulan dimulai dari bulan November 2025 hingga bulan April 2026, mulai dari tahap produksi sampai pada pengemasan dan kemudian siap untuk dipasarkan.

2. Tempat Pelaksanaan

Tempat pelaksanaan kegiatan produksi Vas Bunga ini dilaksanakan di Desa Bunut Tinggi, Kec. Talo Kab. Seluma, Provinsi Bengkulu. Kegiatan produksi ini akan berlangsung dan dilaksanakan di rumah produsen sendiri yakni di desa Bunut Tinggi, tempat ini juga dimanfaatkan sebagai lokasi pelatihan, pengemasan, dan persiapan distribusi produk.

Pemilihan lokasi ini didasarkan pada ketersediaan bahan baku alami seperti Tumbuhan Resam yang tumbuh melimpah di lingkungan sekitar. Selain itu, kondisi sosial masyarakat yang terbuka terhadap pelatihan, pemberdayaan ekonomi, dan semangat gotong royong menjadikan desa ini cocok untuk pengembangan usaha berbasis pemberdayaan lokal. Serta, terbatasnya akses terhadap produk alami dan halal di desa ini membuka peluang besar untuk menghadirkan solusi

usaha yang ramah lingkungan, bernilai jual, dan berkelanjutan.

B. Alat dan Bahan

1. Alat

- a. Pisau
- b. Gunting
- c. Cetakan kerangka dasar vas bunga
- d. Tali raffia atau karet gelang
- e. Meja kerja dan alas
- f. Kuas cat

2. Bahan

- a. Batang resam
- b. Air bersih
- c. Wadah ember atau baskom
- d. Cat atau pewarna alami

C. Proses Pembuatan

Proses produksi kerajinan tangan vas bunga dari serat batang resam ini dilakukan melalui beberapa tahapan, cara membuatnya sebagai berikut:

1. Persiapan Bahan Baku

- a. Proses pengambilan bahan baku kerajinan



Gambar 3. 1 Tumbuhan Resam

- b. Pilih batang resam yang cukup tua, lurus, dan tidak rapuh.



Gambar 3. 2 Batang Resam

- c. Kupas kulit luar batang resam lalu rendam dalam air bersih semalam.



Gambar 3. 3 Serat Resam

- d. Setelah direndam, kupas kulit dalam batang resam untuk mendapatkan bahan baku serat yang akan dipakai.



Gambar 3. 4 Serat Dalam Resam

2.

Proses Anyaman

Gunakan cetakan atau wadah plastik bekas sebagai acuan bentuk vas.



Gambar 3. 5 Cetakan Vas Bunga

3. Bentuk bagian dasar vas dengan menyilangkan beberapa batang resam sebagai fondasi



Gambar 3. 6 Kerangka Dasar Vas Bunga

4. ikat dengan tali raffia atau karet gelang untuk menahan bentuk dasar, Anyam batang resam mengikuti bentuk vas dari bawah ke atas, sesuai pola desain



Gambar 3. 7 kerangka Saamping Vas Bunga

5. Setelah anyaman selesai, potong ujung-ujung batang resam yang berlebih.



Gambar 3. 8 Pola Merapikan Vas Bunga

6. Proses pelapisan dan Pengeringan
lapisi vas dengan cat warna alami menggunakan kuas untuk melindungi dari rayap dan memperpanjang usia pakai



Gambar 3. 9 Pelapisan Dan Pengeringan

7. Kerajinan vas Bunga Sudah Siap



Gambar 3. 10 Vas Bunga Sudah Sia

D. Pangsa Pasar

1. Segmentasi Pasar

Vas bunga dari serat batang resam ini memiliki pangsa pasar yang cukup luas, terutama karena keunikan

bahan bakunya yang alami dan keberpihakan produk ini terhadap nilai-nilai keberlanjutan. Produk ini menarik minat konsumen yang menyukai dekorasi rumah bernuansa alami dan etnik, baik di pasar lokal maupun internasional. Di dalam negeri, pasar utamanya berasal dari konsumen yang tertarik dengan produk kerajinan tangan khas daerah, terutama di wilayah yang kuat dalam sektor pariwisata seperti Bali, Yogyakarta, dan Sumatera. Konsumen ini mencakup para wisatawan, pecinta desain interior, hingga pemilik usaha seperti vila, kafe, atau hotel yang ingin menghadirkan nuansa lokal dan ramah lingkungan dalam interior mereka.⁴⁰

Dari sisi segmentasi geografis, pangsa pasar produk ini meliputi pasar lokal, nasional, hingga berpotensi menembus pasar internasional. Pada tingkat lokal dan regional, pasar utama berada di Provinsi Bengkulu dan wilayah Sumatra, khususnya daerah yang memiliki kedekatan dengan budaya kerajinan dan sektor pariwisata.

Dari sisi segmentasi demografis, pangsa pasar produk vas bunga anyaman resam ditujukan kepada konsumen dengan rentang usia produktif, yaitu sekitar 25 hingga 55 tahun, baik laki-laki maupun perempuan terutama para ibu rumah tangga.

⁴⁰ Susi Hartanto, Aloysius Baskoro, Rosaline, *"Pemanfaatan Serat Alami Resam dalam Perencanaan Aksesoris Rumah"*, Jurnal Dimensi Seni Rupa dan Desain, 12. 2 (April, 2015).

Dari sisi segmentasi psikografis, pangsa pasar produk ini mencakup konsumen dengan gaya hidup yang peduli terhadap lingkungan (*eco-conscious consumers*) dan memiliki apresiasi tinggi terhadap produk handmade serta kearifan lokal, serta memiliki kesadaran untuk mendukung produk UMKM dan pemberdayaan masyarakat desa.

Selanjutnya, berdasarkan segmentasi perilaku, pangsa pasar produk ini mencakup konsumen yang memiliki kecenderungan memilih produk unik dan tidak diproduksi secara massal. Konsumen membeli vas bunga anyaman resam tidak hanya untuk penggunaan pribadi sebagai dekorasi rumah, tetapi juga sebagai suvenir, hadiah, atau elemen dekorasi tematik untuk ruang usaha.

2. Strategi Pemasaran

Untuk menjangkau para konsumen, bisa menggunakan dua strategi pemasaran yaitu:

a. Media Sosial

Pemasaran dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan TikTok untuk menjangkau konsumen secara luas dengan biaya rendah. Media sosial dimanfaatkan untuk menampilkan foto dan video produk, proses pembuatan anyaman, serta informasi harga dan pemesanan. Strategi ini bertujuan meningkatkan visibilitas produk, membangun kepercayaan konsumen,

dan memperluas pasar melalui promosi digital.

b. Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung dilakukan dengan cara penjualan tatap muka kepada konsumen, baik di lingkungan sekitar, atau juga melalui promosi dari mulut ke mulut serta penawaran langsung dari rumah ke rumah atau toko souvenir. Strategi ini bertujuan memperkenalkan produk secara langsung, menunjukkan kualitas anyaman, dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

E. Proses Pemasaran

Proses pemasaran produk anyaman vas bunga dari serat batang resam ini dilakukan melalui dua pendekatan utama, yaitu promosi melalui media sosial dan promosi langsung atau tatap muka.

1. Promosi Melalui Media Social

Dengan semakin berkembangnya zaman di era global seperti saat ini, memanfaatkan kemajuan teknologi dalam mendukung melakukan proses pemasaran bisa lebih mudah dengan promosi melalui akun media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook untuk mencapai cakupan pasar yang lebih luas.

2. Promosi Langsung Atau Face To Face

Melakukan promosi langsung dari satu individu ke individu yang merupakan strategi yang disebarkan ke

konsumen potensial yang lebih luas melalui mulut ke mulut.

F. Analisa Kelayakan Usaha

Analisa kelayakan usaha merupakan bagian dari studi kelayakan yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana investasi yang ditanamkan dalam suatu usaha dapat memberikan pengembalian nilai uang di masa mendatang.

Program ini berfokus pada produksi anyaman vas bunga dari serat batang resam di Desa Bunut Tinggi, Bengkulu, sebagai bagian dari PKM untuk pemberdayaan UMKM berbasis syariah. Menggunakan matriks SWOT dengan menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Tabel 3. 1 Analisis Kekuatan Kelemahan

Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
Bahan baku/resam adalah gulma	Proses pengolahan awal bahan baku membutuhkan waktu lama karena dilakukan secara manual.
Produk memiliki nilai seni yang unik karena dibuat secara manual (handmade) dan berbasis kearifan lokal.	Proses produksi masih manual sehingga kapasitas produksi terbatas.
Pemasaran dapat dilakukan melalui media sosial dengan biaya murah.	Interaksi dan respons dari pelanggan di media sosial membutuhkan waktu dan pengelolaan yang rutin

1. Analisis Strategi S–O (Strength–Opportunities)

Strategi S–O difokuskan pada pemanfaatan kekuatan internal usaha secara optimal untuk menangkap peluang eksternal yang berkembang di pasar kerajinan dan ekonomi kreatif.

- a. Pemanfaatan bahan baku lokal untuk memenuhi peluang pasar produk ramah lingkungan: Ketersediaan bahan baku/resam (gulma) yang melimpah di lingkungan sekitar menjadi kekuatan utama dalam mendukung pengembangan usaha kerajinan anyaman. Dengan memanfaatkan bahan alami yang mudah diperoleh, usaha anyaman resam memiliki peluang besar untuk berkembang sebagai produk alternatif pengganti bahan sintetis yang kurang ramah lingkungan.
- b. Penguatan nilai keunikan produk untuk meningkatkan daya saing pasar: Produk anyaman resam yang dibuat secara manual dengan tangan (handmade) dan berbasis kearifan lokal memiliki nilai unik yang dapat menjadi pembeda dibandingkan produk kerajinan lainnya. Keunikan ini dapat dimanfaatkan untuk menangkap peluang pasar kerajinan etnik dan dekorasi rumah yang terus berkembang, baik di pasar lokal maupun nasional. Nilai tradisional dan ciri khas budaya Bengkulu menjadi

daya tarik tersendiri bagi konsumen yang menyukai produk eksklusif dan bernilai seni tinggi.

- c. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital yang efisien: Pemasaran produk melalui media sosial dengan biaya yang relatif murah menjadi kekuatan dalam memperluas jangkauan pasar. Perkembangan teknologi digital dan penggunaan media sosial yang semakin luas dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan produk anyaman resam kepada masyarakat secara lebih efektif. Promosi melalui Instagram, Facebook, TikTok, dan marketplace memberikan peluang bagi produk untuk dikenal lebih luas serta meningkatkan penjualan tanpa memerlukan biaya promosi yang besar.

2. Analisis Strategi W–O (Weakness–Opportunities)

Strategi W–O diarahkan untuk mengatasi kelemahan internal usaha dengan memanfaatkan peluang eksternal yang tersedia, sehingga usaha dapat berkembang lebih optimal.

- a. Memanfaatkan perkembangan teknologi untuk meningkatkan efisiensi proses produksi: Proses pengolahan awal bahan baku batang resam yang masih dilakukan secara manual membutuhkan waktu yang cukup lama. Untuk mengatasi kelemahan tersebut, usaha dapat memanfaatkan perkembangan teknologi dan pelatihan keterampilan guna meningkatkan efisiensi kerja. Penggunaan alat bantu sederhana dapat

mempercepat proses pengolahan bahan baku sehingga waktu produksi menjadi lebih singkat dan produktivitas meningkat.

- b. Pemanfaatan peluang pelatihan UMKM untuk mengatasi keterbatasan produksi: Kelemahan berupa proses produksi yang masih dilakukan secara manual dapat diatasi dengan memanfaatkan peluang pelatihan dan pendampingan UMKM dari pemerintah maupun lembaga terkait. Melalui pelatihan keterampilan dan penggunaan alat produksi sederhana, pelaku usaha dapat meningkatkan efisiensi kerja, mempercepat proses produksi, serta meningkatkan kapasitas produksi tanpa mengurangi kualitas produk handmade.
- c. Memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk memperluas pemasaran: Meskipun pengelolaan media sosial membutuhkan waktu dan perhatian yang rutin, peluang perkembangan platform digital dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan pemasaran. Dengan memanfaatkan fitur promosi digital dan marketplace, usaha dapat menjangkau konsumen yang lebih luas sehingga penjualan dapat meningkat tanpa harus membuka toko fisik yang memerlukan biaya besar.

Tabel 3. 2 Peluang Dan Ancaman

Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
-------------------------	-------------------

Tren produk ramah lingkungan semakin meningkat di masyarakat.	Pembuatan produk kerajinan lebih ditingkatkan produksinya.
Pasar kerajinan handmade dan dekorasi rumah terus berkembang.	Pemasaran produk lebih luas terhadap konsumen melalui pasar tradisional maupun marketplace.
Perkembangan digital marketing mempermudah promosi produk.	Produk hanya dikenal oleh kaum milenial dan perkotaan tidak menjangkau daerah pelosok.

3. Analisis Strategi S–T (Strength–Threats)

Strategi S–T merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan internal usaha untuk menghadapi dan meminimalkan ancaman eksternal yang berpotensi menghambat keberlanjutan usaha.

- a. Memanfaatkan ketersediaan bahan baku dan keunikan produk untuk menghadapi persaingan produk berbahan alami yang lebih dikenal pasar: Ketersediaan bahan baku/ resam adalah gulma merupakan produk yang dibuat secara handmade dapat dimanfaatkan untuk menghadapi persaingan dengan produk berbahan rotan, bambu, maupun bahan lainnya yang telah lebih dikenal oleh masyarakat. Keunikan bentuk, tekstur, dan nilai budaya yang terkandung dalam produk anyaman resam dapat menjadi daya tarik tersendiri sehingga mampu meningkatkan minat konsumen terhadap produk.

- b. Memanfaatkan nilai seni dan karakter handmade untuk menghadapi persaingan produk dekorasi modern dan pabrian: Produk anyaman vas bunga memiliki nilai seni dan karakter khas karena dibuat secara handmade. Kekuatan ini dapat dimanfaatkan untuk menghadapi persaingan dengan produk dekorasi modern dan produk pabrian yang diproduksi secara massal. Dengan menonjolkan aspek keunikan, kreativitas, dan kualitas produk, usaha dapat menawarkan nilai tambah yang sulit ditemukan pada produk pabrian.
- c. Memanfaatkan pemasaran melalui media sosial untuk menghadapi tingginya kompetisi di platform digital, Kemampuan memasarkan produk melalui media sosial dengan biaya yang relatif murah dapat dimanfaatkan untuk menghadapi tingginya kompetisi di platform digital. Melalui promosi yang konsisten dan penyajian informasi produk yang menarik, usaha dapat meningkatkan jangkauan pemasaran serta memperkenalkan produk kepada lebih banyak konsumen meskipun bersaing dengan pelaku usaha yang memiliki modal iklan lebih besar.

4. Analisis Strategi W–T (Weakness–Threats)

Strategi W–T difokuskan pada upaya meminimalkan kelemahan internal usaha sekaligus menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal agar usaha tetap

bertahan.

- a. Meningkatkan efisiensi proses produksi untuk menghadapi persaingan produk berbahan alami yang lebih dikenal pasar: Proses pengolahan bahan baku yang masih dilakukan secara manual menyebabkan waktu produksi relatif lebih lama. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya peningkatan efisiensi kerja agar proses produksi dapat berjalan lebih optimal. Dengan demikian, usaha dapat meningkatkan daya saingnya dalam menghadapi produk berbahan alami lain yang telah lebih dikenal oleh masyarakat.
- b. Mengoptimalkan kapasitas produksi untuk menghadapi persaingan produk dekorasi modern dan pabrikan: Proses produksi yang masih dilakukan secara manual menyebabkan kapasitas produksi menjadi terbatas. Kelemahan ini dapat menjadi ancaman karena produk massal dan produk pabrikan mampu diproduksi dalam jumlah besar dengan waktu yang lebih cepat serta harga yang lebih murah. Akibatnya, usaha anyaman resam dapat mengalami kesulitan dalam memenuhi permintaan pasar dalam jumlah besar.
- c. Meningkatkan pengelolaan media sosial secara lebih terstruktur untuk menghadapi tingginya kompetisi digital: Interaksi dan respons kepada pelanggan di media sosial membutuhkan waktu serta pengelolaan yang rutin.

Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan media sosial yang lebih terencana dan konsisten agar promosi produk dapat berjalan secara optimal. Strategi ini penting untuk menghadapi tingginya kompetisi di platform digital, terutama dari pelaku usaha yang memiliki sumber daya dan modal promosi yang lebih besar.

G. Analisa Keuntungan

Analisis keuntungan dilakukan untuk mengetahui sejauh mana usaha kerajinan vas bunga anyaman dari serat batang resam ini mampu memberikan manfaat ekonomi dan layak dijalankan secara berkelanjutan. Analisis ini mencakup perhitungan pendapatan, biaya produksi, laba bersih, serta titik impas usaha (Break Even Point/BEP). Dengan adanya analisis keuntungan, pelaku usaha dapat menilai apakah kegiatan produksi yang dilakukan memberikan keuntungan yang sepadan dengan tenaga, waktu, dan modal yang dikeluarkan.

Usaha kerajinan ini memiliki keunggulan utama pada biaya bahan baku yang sangat rendah, karena batang resam diperoleh dari alam sekitar dan tidak memerlukan biaya pembelian. Hal ini menjadikan struktur biaya produksi lebih efisien dibandingkan usaha kerajinan lain yang bergantung pada bahan baku industri. Selain itu, proses produksi yang dilakukan secara manual juga menekan biaya mesin dan perawatan alat.

Berdasarkan asumsi produksi, dalam satu bulan usaha ini mampu memproduksi sekitar 18 unit vas bunga anyaman. Setiap unit vas bunga dijual dengan harga rata-rata Rp 25.000, menyesuaikan dengan daya beli pasar lokal dan nilai estetika produk handmade. Dengan demikian, total pendapatan kotor yang diperoleh dalam satu bulan adalah sekitar Rp. 450.000. Pendapatan ini mencerminkan potensi pasar yang cukup baik, mengingat produk memiliki keunikan bahan alami, nilai seni, serta ramah lingkungan.

Dari sisi biaya, pengeluaran usaha meliputi biaya peralatan dan pemeliharaan, pengemasan dan transportasi, serta biaya promosi dan internet. Total biaya operasional per-bulan diperkirakan sebesar Rp.75.000. Biaya ini relatif kecil karena tidak terdapat biaya pembelian bahan baku utama dan tenaga kerja masih berskala rumah tangga atau keluarga. Efisiensi biaya ini menjadi salah satu faktor utama yang meningkatkan keuntungan usaha.

Berdasarkan perhitungan tersebut, laba bersih yang diperoleh dalam satu bulan sebesar Rp.227.000, yang diperoleh dari selisih antara pendapatan dan total biaya.

Tabel 3. 3 Harga Produksi Vas Bunga

No	Item	Satuan	Harga Beli	Total	Biaya Produksi/Bln
A	Biaya Bahan				
	Resam	1	-	-	-

	Cat	1	Rp. 12.000	Rp.12.000	Rp.12.000
	Total				Rp.12.000
B	Biaya Peralatan				
	Pisau	1	Rp.40.000	Rp.40.000	Rp40.000
	Cetakan Vas Bunga Kecil	1	Rp.5. 000	Rp. 5.000	Rp.5. 000
	Kuas	1	Rp.10.000	Rp.10.000	Rp.10. 000
	Gunting	1	Rp.13.000	Rp.13.000	Rp.13. 000
	Tali Raffia/Karet Gelang	1	Rp. 5.000	Rp. 5.000	Rp. 5. 0000
	Total				Rp. 73.000
C	Biaya Lain-Lain				
	Kuota Internet		Rp.50.0000	Rp.50.000	Rp.50.000
	Bensin		Rp.25.000	Rp.25.000	Rp.25.000
	Total				Rp.75.000
	Total Investasi Modal (A+B+C)				Rp.160.000

Rincian biaya Produksi dibagi menjadi 2 bagian:

1. Biaya Tetap (Fixed Cost)

Biaya tetap merupakan biaya yang tidak berubah meskipun jumlah produksi mengalami perubahan. Dalam usaha vas bunga anyaman dari serat batang resam, biaya tetap berasal dari biaya peralatan yang digunakan dalam

jangka panjang.

Tabel 3. 4 Biaya Tetap

Nama	Jumlah	Harga	Total
Pisau	1 Buah	Rp. 40.000	Rp. 40.000
Cetakan Vas Bunga Kecil	1 Buah	Rp. 5.000	Rp. 5.000
Cetakan Vas Bunga Besar	1 Buah	Rp. 10.000	Rp. 10.000
Gunting	1 Buah	Rp. 13.000	Rp. 13.000
Tali/Karet Geang	1 Buah	Rp. 5.000	Rp. 5.000
Total			Rp.73.000

2. Biaya Variabel (Variable Cost)

Biaya variabel adalah biaya yang besarnya dipengaruhi oleh kegiatan operasional dan dikeluarkan setiap bulan.

Tabel 3. 5 Biaya Variabel

Nama	Jumlah	Harga	Total
Bensin	2 Liter	Rp.25.000	Rp.25.000
Kuota Internet	1 Bln	Rp.50.000	Rp.50.000
Total			Rp.75.000

3. Perhitungan Break Event Point (BEP).

Break Even Point (BEP) merupakan titik impas di mana total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga usaha tidak mengalami laba maupun rugi. Analisis BEP digunakan

untuk mengetahui minimal jumlah produk yang harus terjual agar usaha dapat menutup seluruh biaya produksi.

Rumua BEP:

BEP (Unit) =

$$\frac{\text{Total biaya tetap}}{\text{Harga jual per unit} - \text{biaya variable per unit}}$$

Perhitungan

a) Biaya tetap = Rp. 73.000

b) Biaya variable per vas bunga:

1. Total biaya variable = Rp. 75.000

2. Jumlah vas bunga yang diproduksi = 9 unit

3. Biaya variabel per vas bunga

$$= \text{Rp. } 75.000 / 9$$

$$= \text{Rp. } 8.330$$

c) Biaya produksi per unit

$$= (\text{Biaya Tetap} + \text{Biaya Variabel}) / \text{Jumlah Unit Produksi}$$

$$= (\text{Rp. } 73.000 + \text{Rp. } 75.000) / 9$$

$$= \text{Rp. } 148.000 / 9 = \text{Rp. } 16.450$$

d) Harga jual per unit

$$= \text{Biaya Produksi Per Unit} + \text{Margin Keuntungan}$$

$$= \text{Rp. } 16.450 + (50\% \times \text{Rp. } 16.450)$$

$$= \text{Rp. } 16.450 + \text{Rp. } 8.225$$

$$= \text{Rp. } 24.675 \text{ Atau dibulatkan menjadi Rp. } 25.000.$$

4. Menghitung BEP

$$\text{BEP (Unit)} = \text{Rp. } 73.000. / \text{Rp. } 25.000 - \text{Rp. } 8.330$$

$$= \text{Rp. } 73.000. / \text{Rp. } 16.670$$

$$= 4.4 \text{ unit vas bunga}$$

Berdasarkan hasil perhitungan, kerajinan anyaman vas bunga dari serat batang resam diperoleh biaya tetap Rp 73.000, biaya variabel per unit Rp 8.330, dan harga jual Rp 25.000. Nilai BEP sebesar 4,4 unit, atau dibulatkan menjadi 5 unit yang berarti usaha akan mencapai titik impas ketika mampu menjual minimal 5 unit vas bunga (tidak untung dan tidak rugi)

Setiap 1 gulungan menghasilkan 2 unit produk anyaman vas bunga. Dalam 1 minggu menghabiskan 3 sampai 5 gulungan serat resam dapat menghasilkan 9 unit vas bunga. Dalam 1 bulan, menghabiskan 20 gulungan serat resam dapat menghasilkan 18 unit produk anyaman vas bunga.

5. Perhitungan Break Event Point (BEP).

Break Even Point (BEP) merupakan titik impas di mana total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga usaha tidak mengalami laba maupun rugi. Analisis BEP digunakan untuk mengetahui minimal jumlah produk yang harus terjual agar usaha dapat menutup seluruh biaya produksi.

Analisis Titik Impas

Berdasarkan hasil perhitungan, kerajinan anyaman vas bunga dari serat batang resam ini mencapai titik impas pada penjualan 9 unit produk atau setara dengan nilai penjualan

Rp 225.000. Pada titik ini, seluruh biaya tetap telah tertutupi dan usaha tidak mengalami kerugian maupun keuntungan.

Jika dalam satu bulan dilakukan 2 kali siklus produksi (setara dengan menghasilkan 18 unit vas per bulan, usaha ini telah berada di atas titik impas. Hal ini menunjukkan bahwa usaha memiliki peluang keuntungan yang baik, karena penjualan setelah melewati titik impas akan menghasilkan laba bersih, maka keuntungan bersih bulanan dapat dihitung sebagai berikut:

1. Total biaya produksi bulanan (TC)

Biaya variabel bulanan :

$$2 \times \text{Rp. 75.000} = \text{Rp. 150.000}$$

Total biaya bulanan :

$$\text{TC} = \text{FC} + \text{VC bulanan}$$

$$\text{TC} = \text{Rp. 73.000} + \text{Rp. 150.000} = \text{Rp. 223.000}$$

2. Total Pendapatan (TR)

Jika harga jual per vas bunga adalah Rp. 25.000, maka pendapatan dari 18 unit vas bunga adalah :

$$\text{TR} = \text{Jumlah Produksi} \times \text{Harga Jual Per Unit}$$

$$\text{TR} = 18 \times \text{Rp. 25.000} = \text{Rp. 450.000}$$

3. Keuntungan bersih diperoleh dari selisih antara total pendapatan dan total biaya, dengan rumus :

$$\text{Profit} = \text{TR} - \text{TC}$$

$$\text{Profit} = \text{Rp. 450.000} - \text{Rp. 223.000} = \text{Rp. 227.000}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, usaha vas bunga dari

serat batang resam memberikan keuntungan bersih sebesar Rp.227.000 per bulan. Usaha ini dinilai layak dijalankan karena tidak hanya menghasilkan keuntungan secara ekonomi, tetapi juga memiliki nilai lingkungan dengan memanfaatkan limbah yang tersedia disekitar menjadi produk yang bernilai jual.

H. Rencana Anggaran Biaya

Untuk memahami total biaya yang diperlukan dalam proses produksi dan pemasaran, perlu dilakukan perhitungan rinci dari berbagai tahap yang terlibat. Berikut adalah rincian biaya yang meliputi tahap pendaftaran, pelaksanaan, pelaporan, dan promosi.

Tabel 3. 6 Anggaran Biaya PKM

No	Kegiatan	Harga Barang		Jumlah
		Unit	Harga	
A	Tahap Pendaftaran			
1.	Sertifikat HKI	1	Rp.250.000	Rp.250.000
2.	NIB	1	Rp.30.000	Rp.30.000
	Jumlah			Rp.280.000
B	Tahap Pelaksanaan			
	Biaya Bahan-Bahan			
1.	Resam	-	-	-

2.	Air Bersih	-	-	-
3.	Ember/Baskom	1 pcs	Rp.7.000	Rp. 7.000
4.	Cat	1 pcs	Rp.12.000	Rp.12.000
	Jumlah			Rp. 19.000
Biaya peralatan				
1.	Pisau	1 pcs	Rp.40.000	Rp.40.000
2.	Gunting	1 pcs	Rp.5.000	Rp.5.000
3.	Tali/karet gelang	1 pcs	Rp.10.000	Rp.10.000
4.	Cetakan vas bunga	1 pcs	Rp.10.000	Rp.10.000
5.	Kuas	1 pcs	Rp.10.000	Rp.10.000
	Jumlah			Rp.75.000
Biaya Lain-Lain				
1.	Kuota	1 bln	Rp.50.000	Rp.50.000
2.	Bensin	1 bln	Rp.25.000	Rp.25.000
	Jumlah			Rp.75.000
C	Pelaporan			
1.	Proposal dan pengadaan	2 buah	Rp.20.000	Rp.40.000
2.	Print selama bimbingan		Rp.400.000	Rp.400.000
	Jumlah			Rp.440.000
D	Promosi			
	Iklan di media social	1 bln	Rp.25.000	Rp.25.000

	Jumlah	Rp.25.000
	Total Biaya (Jumlah Keseluruhan)	RP.914.000

Penjelasan Tabel di atas menjelaskan rencana anggaran biaya yang dibutuhkan dalam menjalankan program ini diantaranya:

1. Tahap Pendaftaran, biaya sebesar Rp280.000 digunakan untuk pengurusan legalitas usaha, yaitu Sertifikat HKI sebesar Rp250.000 dan NIB sebesar Rp30.000. Legalitas ini penting untuk melindungi produk serta mendukung pengembangan usaha secara resmi.
2. Tahap Pelaksanaan, total biaya sebesar Rp169.000 yang terdiri dari biaya bahan-bahan, peralatan, dan biaya lain-lain. Bahan meliputi ember, baskom, dan cat sebesar Rp19.000. Peralatan produksi seperti pisau, gunting, tali, cetakan vas, dan kuas sebesar Rp75.000. Selain itu, biaya operasional seperti kuota internet dan bensin sebesar Rp75.000. Tahap ini merupakan biaya utama untuk proses produksi dan pemasaran awal.
3. Tahap Pelaporan, biaya sebesar Rp440.000 digunakan untuk proposal, pengadaan berkas, serta kebutuhan print selama proses bimbingan. Biaya ini berkaitan dengan administrasi penyusunan tugas akhir dan laporan usaha.
4. Tahap Promosi, biaya sebesar Rp25.000 dialokasikan untuk iklan di media sosial selama satu bulan. Promosi ini bertujuan memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas.

I. Rencana Jadwal Kegiatan

Kegiatan ini akan dilaksanakan selama 6 bulan dengan jadwal sebagai berikut:

Rencana Jadwal Kegiatan

No	Pelaksanaan Kegiatan	Bulan ke 1				Bulan ke 2				Bulan ke 3				Bulan ke 4				Bulan ke 5				Bulan ke 6			
		1	2	3	4	1	2	3	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																								