



**LAPORAN AKHIR
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA**

**“GREEN ART” MEMANFAATAN GETAH PISANG DAN
PASIR LOMBANG SEBAGAI LUKISAN YANG RAMAH LINGKUNGAN**

**BIDANG KEGIATAN
PKM-K**

Diusulkan oleh:

Ketua	: Ramadhani	H24110073	2011
Anggota	: Achmad Hamdani	A24110090	2011
	Surahman	H24110106	2011
	Santi Puspita Sari	H44110100	2011
	Febri Hafiyah	H34120029	2012

**INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2014**

PENGESAHAN PKM-KEWIRAUSAHAAN

- 1 Judul Kegiatan : GREEN ART dengan Memanfaatkan Getah Pisang Pasir Lombang sebagai Lukisan yang Ramah Lingkungan
- 2 Bidang Kegiatan : PKM-K3 Ketua Pelaksana Kegiatan
- a. Nama Lengkap : Ramadhani
- b. NIM : H24110073
- c. Jurusan : Manajemen
- d. Universitas : Institut Pertanian Bogor
- e. Alamat Rumah : Jalan Babakan Raya3 Dramaga Bogor
- f. No. HP : 085695869123
- g. Alamat Email : rdhani279@yahoo.com
- 4 Anggota Pelaksana Kegiatan : 4 Orang
- 5 Dosen Pendamping
- a. Nama Lengkap dan Gelar : Dr. Mukhamad Najib, S.TP. MM
- b. NIDN : 0023067604
- c. Alamat Rumah : KPP. IPB I Ciheulet, Baranang Siang
- d. No Telepon./Hp : 081908897040
- 6 Biaya Kegiatan Total
- a. Dikti : Rp 9.748.000,00
- b. Sumber Lain : -
- 7 Jangka Waktu Pelaksanaan : 5 Bulan

Menyetujui,
Ketua Departemen Manajemen,

(Dr. Mukhamad Najib, S.TP. MM)
NIP.19760623 200604 1 001

Bogor, 12 Mei 2014
Ketua Pelaksana Kegiatan,

(Ramadhani)
NIM. H24110073

Wakil Rektor Bidang Akademik dan
Kemahasiswaan,

(Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmaryono, MS)
NIP. 19581228 198503 1003

Dosen Pendamping,

(Dr. Mukhamad Najib, S.TP. MM)
NIP. 19760623 200604 1 001

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Judul Program.....	1
1.2 Latar Belakang Masalah.....	1
1.3 Tujuan Program.....	2
1.4 Luaran yang Diharapkan.....	2
BAB II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA.....	2
2.1 Kreativitas dan Keunggulan Produk.....	2
2.2 Peluang dan Kelayakan Usaha.....	3
2.3 Potensi Perolehan Profit.....	3
2.4 Keberlanjutan Usaha.....	3
2.5 Analisi SWOT.....	4
BAB III. METODE PELAKSANAAN.....	4
3.1 Waktu dan Pelaksanaan Program.....	4
3.2 Aspek Teknis.....	4
3.3 Strategi Pemasaran.....	5
BAB IV. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN.....	7
4.1 Struktur Organisasi.....	7
4.2 Kelebihan Green Art dari Produk Lain.....	7
4.3 Kemajuan Pekerjaan.....	8
4.4 Kelayakan Usaha.....	10
4.5 Program Kemitraan.....	11
4.6 CSR Produk Green Art.....	11
4.7 Ketercapaian Target.....	11
4.8 Ketercapaian Penjualan.....	12
4.9 Pengembangan Usaha.....	12
4.10 Laporan Keuangan.....	13

BAB V. PENUTUP.....	16
5.1 Kesimpulan.....	16
5.2 Saran.....	16
DAFTAR PUSTAKA.....	17
LAMPIRAN.....	18

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Judul Program

“GREEN ART” Memanfaatkan Getah Pisang Dan Pasir Lombang Sebagai Lukisan Yang Ramah Lingkungan.

1.2 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang memiliki sumberdaya alam yang melimpah. Sumberdaya tersebut tak terhitung jumlahnya yang saat ini tersebar di berbagai kepulauan. Salah satu daerah yang memiliki sumberdaya yang potensial untuk dijadikan usaha adalah pulau Madura. Lebih tepatnya di Kota Sumenep. Kota Sumenep memiliki pantai yang sangat indah sebagai wahana wisata. Pantai tersebut adalah pantai Lombang yang terletak di Kota Sumenep bagian Timur. Pantai ini memiliki pasir yang sangat halus dan lembut. Oleh karena itu, sangat cocok jika dijadikan sebagai bahan untuk lukisan dinding. Akan tetapi masyarakat setempat masih belum peka terhadap potensi lokal yang ada pada daerah tersebut.

Disamping itu, sumberdaya lain yang dapat dimanfaatkan adalah pisang. Seperti yang tercatat dalam daftar tiga puluh tanaman utama dunia pisang mampu menghasilkan 35 ton per tahun (Andi Hakim N: 104). Di dalam pisang terdapat getah. Banyak para petani pisang yang membuang jantung pisang setelah panen. Padahal di dalam jantung-jantung pisang itu terdapat getah yang bisa dijadikan sebagai bahan untuk lukisan. Hanya saja kurangnya ide membuat mereka tidak memanfaatkan sumberdaya yang ada.

Kedua sumberdaya tersebut sangat menarik untuk kita manfaatkan sebagai usaha. Perpaduan antara pasir dan getah akan menghasilkan karya seni yang memiliki nilai jual yang tinggi. Apalagi saat ini sedang giat-giatnya pembangunan perumahan. Hal ini tentu saja menjadi peluang untuk dijadikan sebagai pasar. Sehingga dengan kreativitas yang ada kami bermaksud untuk memanfaatkan sumberdaya tersebut sebagai usaha.

1.3 Tujuan Program

Program ini bertujuan:

- Memasyarakatkan dan meningkatkan nilai jual lukisan.
- Memanfaatkan sumberdaya yang ada menjadi produk ramah lingkungan.
- Memberikan produk yang memiliki nilai seni dan nilai jual yang tinggi.

1.4 Luaran yang Diharapkan

Penjualan lukisan akan menghasilkan:

- Menampilkan kreasi lukisan yang unik dan menarik.
- Mengembangkan ide kreatif dan inovatif terhadap lukisan.
- Waralaba lukisan yang mudah dijalankan dan menjanjikan.

BAB II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

2.1 Kreativitas dan Keunggulan Produk

Green Art merupakan lukisan yang menggunakan pasir dan getah pisang sebagai pewarna. Lukisan ini memiliki seni yang sangat tinggi karena melibatkan pemanfaatan hasil pertanian yang kurang termanfaatkan. Pada umumnya lukisan hanya menggunakan cat pewarna biasa, akan tetapi pada lukisan Green Art ini dipoles dengan teknik yang berbeda. Sehingga lukisan ini akan lebih menarik perhatian orang banyak karena jarang orang memilikinya. Disamping itu, adanya pasir yang menyapu media akan lebih memperkokoh ide dan pondasi lukisan ini. Ditambah lagi dengan perpaduan warna yang kontras dan glop akan memberikan karya yang unik.

Produk ini juga akan memberikan banyak manfaat bagi orang lain karena dalam lukisan ini terkandung unsur seni yang bernuansakan pertanian. Sehingga orang akan lebih mengetahui pertanian seperti apa. Selain itu, tema dari lukisan ini adalah tempat-tempat penting yang ada di Indonesia yang dapat menambah pengetahuan orang. Yang paling penting dalam Green Art ini dapat menambah keindahan ruangan.

2.2 Peluang dan Kelayakan Usaha

Daerah Bogor pada khususnya menjadi tempat yang strategis untuk membuka usaha lukisan dengan desain dan kreasi yang menarik. Apalagi saat ini banyak pembangunan perumahan yang semakin memadati kota Bogor. Tentunya hal ini menjadi kesempatan bagi kami untuk memulai usaha hiasan rumah, khususnya lukisan. Berhubung dengan berkembangnya pasar yang semakin mudah untuk dimasuki. Banyak sekali perumahan elit yang ada di daerah Bogor seperti misalnya Cimanggu, Yasmin, Pakuan Regency, Dramaga Regensi dan komplek lain dengan kondisi ekonomi yang baik. Tidak hanya di Bogor, wilayah yang nantinya akan menjadi sasaran adalah Jakarta dan sekitarnya. Karena saat ini banyak lukisan di luar yang dipasarkan dengan harga yang relatif mahal. Hal ini tentu saja menjadi menjadi kesempatan bagi kami untuk menawarkan lukisan dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau.

2.3 Potensi Perolehan Profit

Pada produk ini dengan adanya peluang pasar yang ada saat ini tentu akan menambah daya gedor penjualannya. Berdasarkan analisis dan intuisi yang ada menunjukkan bahwa dengan berkembangnya perumahan juga menopang kesempatan perolehan keuntungan yang tinggi. Jika keadaan ini kita kelola sebaik mungkin maka akan dapat menarik perhatian para konsumen untuk turut membeli produk yang kami tawarkan.

2.4 Keberlanjutan Usaha

Keberhasilan menjalankan usaha ini tentunya akan memotivasi kami untuk melanjutkan usaha ini menjadi lebih luas lagi, dan kebutuhan masyarakat akan lukisan seiring tumbuhnya perumahan semakin meningkat, oleh karena itu usaha ini akan terus kami kembangkan dengan inovasi yang unik dan menarik. Di samping itu, kami akan bekerja sama dengan beberapa pengusaha lukisan untuk menambah dan memperluas unit usaha ini ditempat lain. Sehingga usaha ini akan terus berjalan dan berkembang nantinya.

2.5 Analisis SWOT

Tabel 1. Analisis SWOT

	(S) Strengths Lukisan dengan bahan getah dan pasir sehingga akan awet dan tahan lama. Memiliki seni yang tinggi dan ramah lingkungan.	(W) Weaknesses Memiliki beban yang berat dan membutuhkan perawatan agar tidak mudah kotor dan berdebu
(O) Opportunities Peluang usaha sangat terbuka karena pesaing masih sedikit.	SO Produk ini berbeda dengan produk pada umumnya sehingga akan mudah masu ke dalam pasar.	WO Harus dipajang ditempat yang aman agar terhindar dari sentuhan.
(T) Threats Akan banyak pesaing yang nantinya akan mempersempit pasar,	ST Optimalisasi kualitas produk dan pelayanan sangat baik untuk meningkatkan daya pikat pembeli.	WT Maksimalkan upaya promosi dan teknik produksi. Meningkatkan inovasi produk.

BAB III. METODE PELAKSANAAN

3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Program ini akan dilaksanakan pada bulan Maret sampai dengan bulan Agustus tahun 2014. Sedangkan, tempat pelaksanaan program ini berada di Kota Bogor khususnya di daerah Darmaga.

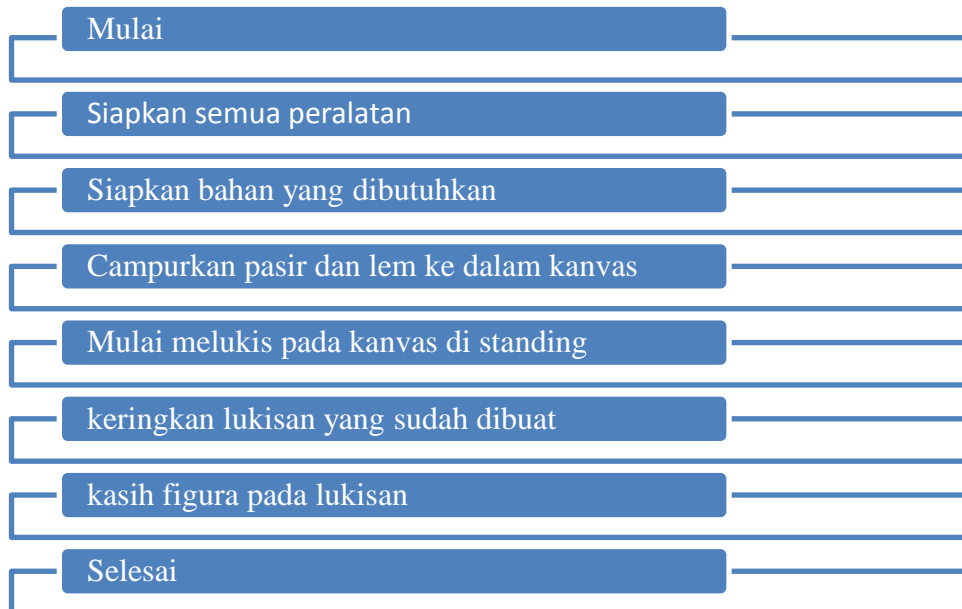
3.2 Aspek Teknis

a. Bahan dan Alat

Bahan merupakan bagian terpenting dalam menjalankan suatu usaha. Oleh karena itu pada produksi Green Art bahan yang digunakan adalah getah pisang, pasir lombang, lem fox, cat aga, cat minyak, minyak lukis, kanvas, vernis, figura. Selain bahan, aspek yang juga menentukan dalam produksi adalah peralatan. Oleh karena itu pada produksi Green Art peralatan yang dibutuhkan adalah kuas, palet, pisau pallet, kain lap, botol pencuci kuas, standing/easel, streples tembak, kawat.

b. Proses Pembuatan

Berikut adalah penjelasan mengenai proses pembuatan Green Art dalam bentuk bagan:



Bagan 1. Alur Produksi Green Art

c. Kapasitas Produksi

Pada perencanaan usaha ini akan diproduksi 40 unit lukisan pada bulan pertama. Sehingga kapasitas produksi sebanyak 40 unit per bahannya. Kapasitas produksi pada produk ini akan menyesuaikan dengan pasar. Produksi akan ditingkatkan jika pada bulan berikutnya target penjualan tercapai.

3.3 Strategi Pemasaran

a. Bauran Pemasaran (4P)

Menurut Sofjan Assauri (2002) ada empat yaitu:

1) Produk (*Product*)

Produk ini merupakan lukisan yang berbahan getah pisang dan pasir lombang yang dikombinasikan dengan cat warna yang dapat memberikan tampilan yang menarik. Produk ini dapat memiliki memberikan kenyamanan disetiap sudut ruangan karena akan terlihat alamiah dan ramah lingkungan. Disamping itu, produk ini juga memiliki pesona tema yang bagus dan terunik.

2) Harga (*Price*)

Harga merupakan hal yang penting yang harus diputuskan oleh pemilik usaha, karena apabila pengusaha salah menentukan harga maka akibatnya yang akan terjadi usaha akan mengalami kerugian. Pada produk ini harga jualnya pada setiap lukisan dibandrol dengan harga Rp 250.000,00.

3) Tempat (*Place*)

Tempat pemasaran yang dipilih untuk produk awal usaha yaitu di lokasi strategis di Bogor, Jakarta dan sekitarnya. Potensi pasar di kalangan masyarakat Bogor dan Jakarta sangatlah menjanjikan karena saat ini banyak perumahan elit dan bagus.

4) Promosi (*Promotion*)

Promosi yang akan dilakukan untuk mengenalkan produk ini ke masyarakat adalah pemberian informasi secara langsung (*direct selling*), pemberian informasi secara tidak dilakukan dalam beberapa bentuk kegiatan, diantaranya penyebaran brosur dan leaflet, penempelan poster, pameran, dan melalui sarana teknologi dan informasi menunjang strategi promosi.

b. STP (*Segmentation, Targetting, Positioning*)

Menurut Kotler, Philip dan Gary Amstrong (2006) dalam menjalankan usaha harus punta STP. Maka STP pada usaha ini sebagai berikut: segmentasi dari produk ini adalah masyarakat kota Bogor dan Jakarta. Target usaha meliputi masyarakat kelas ekonomi bawah, menengah dan atas. Dalam posisi Green Art lukisan yang kreatif dan ramah lingkungan.

c. Merk (*Brand*)

Agar produk ini mudah kenal dan ingat oleh masyarakat maka pada produk ini memiliki brand (Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller: 2006).



Gambar 1. Brand Green Art

BAB IV. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

4.1 Struktur Organisasi



Gambar 2. Struktur Organisasi Green Art

4.2 Kelebihan Green Art dari Produk Lain

Kelebihan produk Green Art dibandingkan dengan lukisan lain yaitu:

1. Lukisan Green Art tidak menimbulkan bau pada saat dipajangkan, sedangkan lukisan lain dengan bahan cat dapat menimbulkan bau menyengat.
2. Umur lukisan bisa bertahan lama (20 tahun) sedangkan lukisan pada umumnya hanya bertahan 10 tahunan.
3. Tekstur lukisan timbul dapat memberikan nilai estetis di setiap sudut penglihatan ruang pandang.
4. Warna lukisan tidak mudah pudar dan media pewarna tidak mudah mengelupas ataupun luntur.
5. Memiliki kekuatan warna yang tajam dengan degradasi perpaduan getah dan pasir yang memiliki kekuatan warna yang alami.
6. Lukisan Green Art baru dikembangkan diusaha kami sebagai produk pioner dan pelopor produk inovatif dan ramah lingkungan.

4.3 Kemajuan Pekerjaan

Kemajuan dalam strategi marketing dalam manajemen usaha ini adalah:

1. *Product* (Produk)



2. *Price* (Harga)

1. Ukuran 30x40 cm = Rp 250.000
2. Ukuran 40x50 cm = Rp 450.000
3. Ukuran 50x60 cm = Rp 650.000
4. Ukuran 60x70 cm = Rp 850.000
5. Ukuran 70x100 cm = Rp 1.000.000
6. *Custom*, di atas 1.500.000 (tingkat kesulitan)

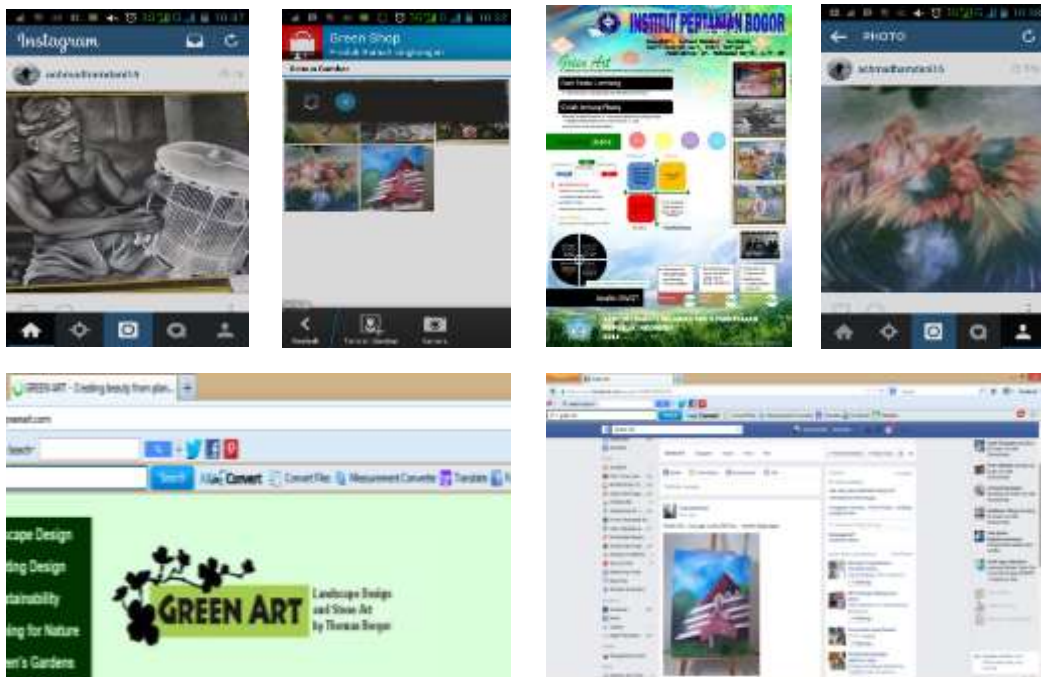
3. *Place* (Distribusi)

Pada produk ini memiliki strategi distribusi sebagai berikut untuk menjangkau pasar:

- Perumahan
 - Yasmin, Cimanggu, Komplek IPB 2, Komplek IPB 5, Perum Indah Permai, Griya Soka, Nirwana Residen
- Perkantoran
 - KKP Pratama, Imigrasi Bogor, LPPM Baranangsiang
- Perhotelan
 - Pangrango, Novotel, Amarilis, Salak Hotel
- Resto
 - Trio Marta, Saung Kuning, Abah OTJE, Asep Strawberry
- Galery Lukisan
 - Sanggar Ciomas, Galery Seni Kuningan, Sanggar Club
- Mal
 - BTM, Botani Mal, Taman Topi, PRJ

4. *Promotion* (Pemasaran)

Promosi yang telah dilakukan selama pelaksana melalui *direct selling* dan media sosial seperti misalnya BBM, Whatsapp, Line, Instagram, Path, FB, Twitter, Blog dll



Selain menerapkan strategi pada Marketing Mix pada produk Green Art juga memiliki strategi STP (Segmentasi, targeting, dan positioning) sebagai berikut:

1. Segementasi

- Kalangan menengah sampai atas
- Perumahan, Perkantoran, Hotel, Resto, Galery, dan Mal
- Kalangan rumah tangga
- Pencinta seni dan komunitas seni rupa
- Laki-laki ataupun perempuan
- Akademisi, tenaga profesi, dan seniman

2. Targeting

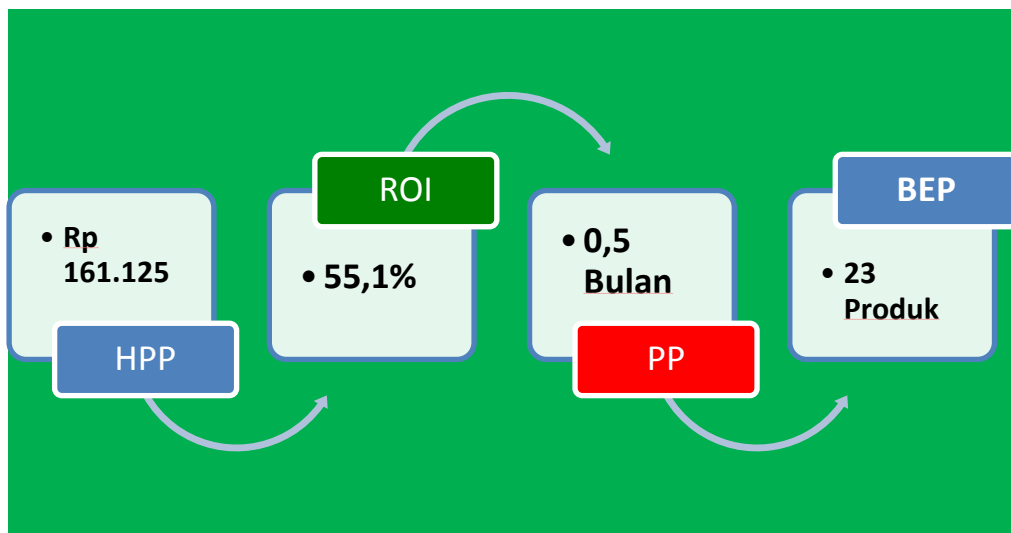
- Wilayah Bogor; Darmaga, Cibanteng, Yasmin, Cimanggu, Ciawi, Ciomas, Leuwliang, Tajur dll
- Jakarta; Jakarta Pusat, Jakarta Selatan dan Jakarta Timur
- Seluruh daerah Jabodetabek dalam perluasan pangsa pasar

3. Positioning

Green Art sebagai produk yang ramah lingkungan

4.4 Kelayakan Usaha

Studi Kelayakan Green Art sebagai berikut



Gambar 3. Studi Kelayakan

4.5 Program Kemitraan

Kemajuan kemitraan dari produk ini selama pelaksanaan kegiatan adalah:

a. Kemitraan Penyediaan Bahan

Penyediaan bahan produksi dilakukan melalui kerjasama kemitraan dengan beberapa toko kayu dan retail bahan produksi lukisan. Sehingga dihasilkan penerapan *Supply Chain Management* yang baik.

b. Kemitraan Produksi

Proses produksi yang meliputi pembuatan bingkai dan *standing* lukisan dilakukan kerjasama kemitraan dengan toko retail di Dramaga Bogor. Sedangkan, pasokan pasir memiliki kemitraan dengan pengelola wisata pantai lombang Sumenep di Madura.

4.6 CSR produk Green Art

Usaha Green Art memiliki CSR yaitu:

1. “Program Ajak Pintar” yaitu memberikan pelatihan melukis kepada anak-anak disekitar sekretariat lingkungan kampung Bara.
2. “Daur Limbah” merupakan usaha mengurangi limbah pisang yang dimanfaatkan getahnya sebagai bahan untuk pewarna lukisan.

4.7 Ketercapaian Target

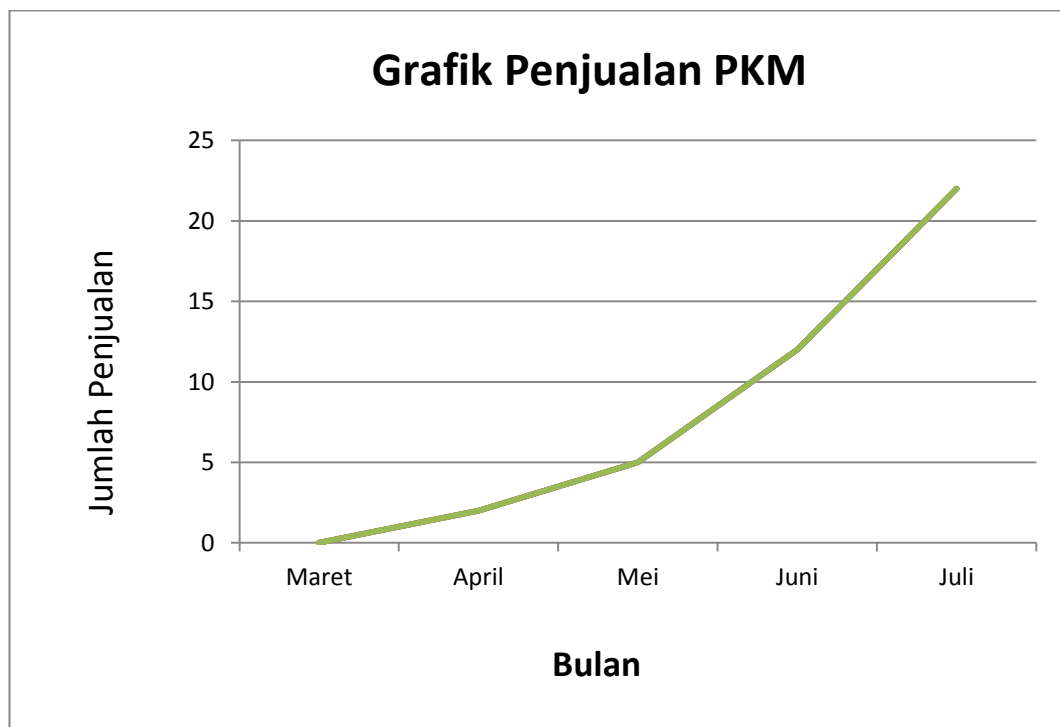
Hingga saat ini targetan yang telah tercapai, yaitu:

- a. Telah berhasil membuat lukisan unik dan menarik yang memiliki nilai edukatif, nasionalis, pariwisata dan pertanian dengan inovasi yang unggul dan memiliki nilai ekonomi yang terjangkau bagi seluruh masyarakat.
- b. Mempromosikan *Green Art* dengan penambahan getah pisang dan pasir sehingga dapat menambah daya tarik dan ramah lingkungan.
- c. Memasarkan produk dengan media pemasaran yang digunakan ialah poster, blog (dengan alamat heliksmart.blogspot.com), twitter (dengan nama @Heliksmart), facebook (dengan akun Heliksmart). Selain itu untuk lebih memperkenalkan dengan cara *direct selling* kepada keluarga, teman, dan civitas akademika kampus.

- d. Sampai saat ini lukisan yang sudah berhasil dibuat ada sekitar 50 buah dengan jumlah penjualan mencapai 41 buah lukisan dan 5 lukisan dalam tahap negosiasi untuk menetapkan harga.

4.8 Ketercapaian Penjualan

Selama pelaksanaan kegiatan usaha ini produk Green Art mencapai penjualan sebagai berikut:



Grafik 1. Penjualan Green Art

4.9 Pengembangan Usaha

Usaha Green Art ini memiliki keberlanjutan usaha antara lain:

- Perluasan pangsa pasar yaitu melakukan kemitraan dengan beberapa toko lukisan di beberapa daerah kota Bogor.
- Menghadirkan produk baru berupa lukisan dengan berbahan utama serbuk kayu, kulit telur dan bulu ayam yaitu *Green Art Craft dan Green Art Relic*.
- Mengajukan peliputan produk pada Trans7 acara TV Laptop Si Unyil untuk mengenalkan produk ke seluruh masyarakat Indonesia.
- Mengembangkan produk ke seluruh kota se-JABODETABEK untuk menjangkau pasar lebih luas lagi.

4.10 Laporan Keuangan

Pada produk Green Art memiliki berbagai laporan keuangan yaitu:

1. Financial Report

Pada Financial Report produk ini memiliki dua komponen yaitu:

Komponen Biaya	Nominal
Pemasukan	
Total Pemasukan Dana DIKTI	Rp 9,000,000
Penjualan 41 produk x Rp 250.000	RP 10.250.000
Total Biaya Pemasukan	Rp 19.250.000
Pengeluaran	
Total Biaya Investasi	Rp 9.907.600
Total Biaya Produksi	Rp 565.000
Total biaya Operasional	Rp 1.580.000
Total Biaya Pengeluaran	Rp 12.052.600

2. Cash Flow

Pada pelaksanaan program Green Art cashflow usaha sebagai berikut:

Uraian	Bulan				
	Maret	April	Mei	Juni	Juli
Inflow					
Modal Awal	Rp 3,000,000	Rp 3,000,000	Rp 3,000,000	Rp -	Rp -
Penjualan	Rp -	Rp 500,000	Rp 1,250,000	Rp 3,000,000	Rp 5,500,000
Nilai sisa	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Total Inflow	Rp 3,000,000	Rp 3,500,000	Rp 4,250,000	Rp 3,000,000	Rp 5,500,000
Outflow					
A. Investasi					
Art BRH Bag	Rp 55,000	Rp 50,000	Rp 100,000	Rp 200,000	Rp 250,000
Water Colour brush	Rp 5,600	Rp 35,000	Rp 65,000	Rp 110,000	Rp 170,000
Buat Karakter	Rp 16,000	Rp 26,000	Rp 41,000	Rp 74,000	Rp 115,000
Akrilik	Rp 40,000	Rp 125,000	Rp 168,000	Rp 165,000	Rp -
Cat Poster	Rp 50,000	Rp 187,000	Rp 210,000	Rp 250,000	Rp 250,000
Cat Aga	Rp 60,000	Rp 225,000	Rp 225,000	Rp 225,000	Rp 225,000
Baud + Mur	Rp 45,000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -

Bor Norita	Rp 150,000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Mata Bor	Rp 16,000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Cuter	Rp 10,000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 30,000
Palu	Rp 10,000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 20,000
Lem Fox	Rp 80,000	Rp 120,000	Rp 125,000	Rp 150,000	Rp 150,000
Herter Tembak	Rp 130,000	Rp 160,000	Rp 150,000	Rp -	Rp 70,000
Meteran	Rp 18,000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Pensil + Rautan	Rp 20,000	Rp 20,000	Rp -	Rp -	Rp 10,000
Penggaris Kayu	Rp 10,000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Herter Tembak Cok	Rp 70,000	Rp 120,000	Rp -	Rp -	Rp -
Kayu	Rp 370,000	Rp 210,000	Rp 210,000	Rp 110,000	Rp 110,000
Gergaji Kayu	Rp 35,000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 35,000
Gergaji Besi	Rp 50,000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 50,000
Kuas	Rp 25,000	Rp 50,000	Rp 75,000	Rp 100,000	Rp 25,000
Palu Riber	Rp 40,000	Rp 40,000	Rp 60,000	Rp 90,000	Rp 90,000
Cat Tembok	Rp 60,000	Rp 65,000	Rp 65,000	Rp 110,000	Rp 150,000
Steples Tembak	Rp 5,000	Rp 10,000	Rp -	Rp -	Rp 25,000
Engsel	Rp 8,000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 20,000
Kain Sonik	Rp 130,000	Rp 150,000	Rp 200,000	Rp 250,000	Rp 150,000
Kuweir	Rp 40,000	Rp 50,000	Rp 60,000	Rp 70,000	Rp 80,000
Total Investasi	Rp 1,548,600	Rp 1,668,000	Rp 1,754,000	Rp 2,912,000	Rp 2,025,000
B. Biaya Operasional					
Pegawai	Rp 125,000	Rp 125,000	Rp 125,000	Rp 125,000	Rp 125,000
Transportasi	Rp 55,000	Rp 55,000	Rp 55,000	Rp 110,000	Rp 110,000
Kemasan Produk	Rp 120,000	Rp -	Rp -	Rp 120,000	Rp 60,000
Brosur	Rp 75,000	Rp 100,000	Rp -	RP 100,000	Rp
Total B. O.	Rp 375,000	Rp 275,000	Rp 180,000	Rp 455,000	Rp 295,000
C. Biaya Variabel					
Biji Lem Tembak	Rp 10,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 125,000	Rp 150,000
Valet	Rp 5,000	Rp 25,000	Rp 25,000	Rp 50,0000	Rp 75,0000
Total B. Variabel	Rp 15,000	Rp 75,000	Rp 75,000	Rp 175,000	Rp 225,000
Total Outflow	Rp 1,938,600	Rp 2,018,000	Rp 2,009,000	Rp 3,542,000	Rp 2,545,000

3. Laba Rugi

PKMK Green Art
Laporan Laba-Rugi
Periode 15 Juli 2014

Pendapatan Usaha		
1. Dana Dikti		Rp 9.000.000
2. Penjualan 41 x Rp 250.000		Rp 10.250.000
Jumlah Pendapatan		Rp 19.250.000
Beban Usaha		
1. Beban Investasi	Rp 9.907.600	
2. Beban Produksi	Rp 565.000	
3. Beban Operasional	Rp 1.580.000	
4. Beban Gaji/Upah Melukis	Rp 1.250.000	
5. Baban Penyusutan Peralatan	Rp 500.000	
6. Beban Tempat/Sekret	Rp 1.000.000	
Jumlah Beban Usaha		Rp 14.602.600
Laba Bersih		Rp 4.448.000

BAB V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pelaksanaan kegiatan dapat disimpulkan program Green Art PKMK sebagai berikut

1. Berhasil menjual produk sebanyak 41 unit lukisan Green Art selama program pelaksanaan tahun 2014
2. Melakukan “Program Ajak Pintar” kepada anak-anak melalui pelatihan melukis di media Green Art
3. Memperoleh laba bersih dari hasil pelaksanaan sebesar Rp 4.448.000 (Empat Juta Empat Ratus Empat Puluh Delapan Ribuh Rupiah)

5.2 Saran

Pada pelaksanaan program kewirausahaan ini dibutuhkan modal yang besar dan juga adanya kerjanya sama dari berbagai pihak ataupun kalangan agar produk baru dapat dipasarkan dan diterima masyarakat dengan mudah. Selain itu adanya dukungan pemerintah dalam mengambil kebijakan untuk membantu menyelamatkan dan mengembangkan Usaha Kecil Menengah yang saat ini semakin sarat dengan persaingan antar usaha bisnis lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Bob Sabran, Penerjemah. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama. Terjemahan dari: Principles Of Marketing.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2006. *Marketing Management*, 12ed. New Jersey :Pearson education, Upper Saddle River.
- Nasoetion, AH. 2011. *Pengantar Ilmu-ilmu Pertanian*. Jakarta: PT. Pustaka Litera Antar Nusa.

LAMPIRAN (DOKUMENTASI)

