



LAPORAN KEMAJUAN

PROGRAM KREATIFITAS MAHASISWA

JUDUL PROGRAM

**“GaCi-CLBK(Gantungan Kunci-Ceker Lukis Batik) Inovasi Kreatif
Lestarkan Batik”**

BIDANG KEGIATAN:

PKM KEWIRAUSAHAAN

Diusulkan oleh:

Duwi Andini	/125080201111017/ 2012
Ahmad Thoriqussalam	/135040200111164/ 2013
Karisma Umami	/135120401111084/ 2013
Miftahul Huda	/115050100111070/ 2011
Endar Riyani	/ 125080500111014/ 2012

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2014

PENGESAHAN PKM-Kewirausahaan

1. Judul Kegiatan : GaCi-CLBK(Gantungan Kunci-Ceker Lukis Batik) Inovasi Kreatif Lastarikan Batik
2. Bidang Kegiatan : PKM Kewirausahaan (PKM-K)
3. Ketua Pelaksana kegiatan
 - a. Nama Lengkap : Duwi Andini
 - b. NIM : 125080201111017
 - c. Jurusan : Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan dan Kelautan
 - d. Universitas : Universitas Brawijaya
 - e. Alamat Rumah dan No HP : Jl. Kerto Leksono No. 48A Malang / 085736691050
 - f. Alamat email : 125080201111017@student.ub.ac.id
4. Anggota Pelaksana Kegiatan/Penulis : 4 orang
5. Dosen Pendamping
 - a. Nama Lengkap dan Gelar : Dedes Amertaningtyas, S.Pt., MP
 - b. NIDN : 0030047407
 - c. Alamat Rumah dan No Tel./HP : Perum Griya Sampurna Sejahtera C2 / 5 Karang Ploso, Malang/ 081334235213
6. Biaya Kegiatan Total
 - a. Dikti : Rp 7.750.000,00
 - b. Sumber lain : -
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 4 bulan

Malang, 26 Juni 2014



Ketua Pelaksana Kegiatan

(Duwi Andini)

NIM. 125080201111017

Dosen Pembimbing

(Dedes Amertaningtyas, S.Pt., MP)

NIP. 19740430 200801 2 007

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL	iv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	2
1.3 Luaran Yang Diharapkan	2
1.4 Manfaat Program.....	2
BAB II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA	
2.1. Kondisi Umum.....	4
2.2. Gambaran Potensi Sumberdaya	4
2.3 Gambaran Usaha	5
BAB III METODE PELAKSANAAN	
3.1. Strategi Produk	7
3.2. Produksi.	8
3.3. Pengemasan.....	9
3.4. Promosi	9
BAB IV HASIL YANG DICAPAI	
4.1. Besar Produksi Per Bulan	10
4.2. Ketercapaian Target Luaran	10
BAB V RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA	
5.1. Peningkatan Kapasitas Produksi	12
5.2. Pemasaran dan Distribus Produk	11
LAMPIRAN	
LAMPIRAN 1Penggunaan Dana.....	14
LAMPIRAN 2 Dokumentasi Kegiatan	15
LAMPIRAN 3 Analisis Keuangan.....	16

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
Gambar 1.	Metode Pelaksanaan Program.....	6
Gambar 2.	Logo Perusahaan.....	7
Gambar 3.	Majerial Perusahaan.....	7
Gambar 4.	Proses Produksi	8
Gambar 7.	Grafik Penjualan Ga-Ci CLBK.....	10

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
Tabel 1.	Kandungan Kulit Kaki Ayam	1
Tabel 2.	Tabel Target Luaran.....	11
Tabel 3.	Tabel Biaya Peralatan	14
Tabel 4.	Tabel Biaya Bahan Baku.....	14
Tabel 5.	Administrasi	15
Tabel 6.	Tenaga Kerja	15
Tabel 7.	Transportasi, komunikasi,Promosi.....	15
Tabel 8.	Rakapitulasi.....	16

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ceker ayam merupakan sisa pemotongan ternak yang tidak termasuk karkas namun masih bisa dimanfaatkan. Suryana (2004) dalam Miwada (2010) menyebutkan bahwa data statistik pertanian tahun 2003 menunjukkan bahwa produksi daging ayam sebanyak 973.000 ton (973.000.000 kg). Bila berat ayam yang dipotong berkisar 1,5 kg maka jumlah ayam yang dipotong selama tahun 2003 adalah 648.666.667 ($973.000.000:1,5$) ekor dan jumlah potongan ceker ayam yang dihasilkan 1.297.333.333 potong. Dari data diatas menunjukkan bahwa diperlukan suatu upaya untuk memanfaatkan kulit ceker agar menjadi produk yang lebih berdaya guna. Selama ini ceker memiliki harga yang cukup murah dan kadang hanya digunakan untuk berbagai masakan. Padahal ceker ayam dapat diolah lebih lanjut agar memiliki nilai ekonomis yang lebih tinggi. Di tinjau lebih jauh, ceker ayam memiliki lapisan kulit dan kolagen yang lebih tebal daripada bagian kulit yang lain. Oleh sebab itu, sangat dimungkinkan adanya penyamakan dalam kulit ceker sehingga dihasilkan ceker lebih awet.

Tabel 1. Kandungan Kulit Kaki Ayam

Kandungan Nutrisi	Gram / %
Collagen	30% - 32%
Lemak	2% - 5%
Epidermis	0,2% - 2%
Mineral	0,1% - 0,3%
Air	60% - 65%

Sumber: Sunarto, 2001

Dengan keistimewaan karakter seperti inilah membuat kulit ceker ayam dapat menghasilkan kulit samak yang berkualitas baik Berdasarkan uraian di

atas, tim penulis bermaksud untuk mengembangkan usaha pengolahan ceker menjadi sebuah kerajinan tangan berupa gantungan kunci berlukiskan batik. Usaha ini dilatarbelakangi oleh kurangnya inovasi dalam pengolahan limbah ceker ayam, disamping itu juga sebagai alternatif pelestarian budaya Indonesia berupa batik karena UNESCO telah menetapkan bahwa batik merupakan warisan budaya Indonesia dan pada tanggal 2 oktober telah ditetapkan sebagai hari batik. Sehingga batik perlu dilestarikan agar tidak menjadi rebutan dalam hak patennya. Maka penulis ingin membuat terobosan baru dalam inovasi kerajinan tangan dari ceker ayam yang juga dapat dijadikan *icon* khas Indonesia. Berdasarkan latar belakang tersebut, proposal ini mengangkat judul **GaCi-CLBK (Gantungan Kunci-Ceker Lukis Batik) Inovasi Kreatif Lestarkan Batik.**

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara membuat Gantungan Kunci- Ceker Lukis Batik.

1.3. Luaran Yang Diharapkan

Luaran yang diharapkan dari program ini adalah dapat membuka usaha pengolahan dan pemasaran *ceker ayam* yang profitable. Selain itu, produk ini dapat menjadi alternatif dalam melestarikan kebudayaan Indonesia berupa batik. Dengan berbagai keunggulan dan kreatifitas yang sangat menarik diharapkan akan tercipta brand image yang baik dari produk *GaCi-CLBK* sehingga mendapat tempat yang khusus di tengah-tengah masyarakat.

1.4. Manfaat Program

1. Bagi Masyarakat
 - a. Program ini secara tidak langsung akan membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat atau pengusaha, sebab saat ini banyak rumah potong ayam yang masih belum bisa mengolah limbah ceker secara maksimal sehingga nilai jualnya masih rendah.
 - b. Memberikan pemikiran kepada masyarakat bahwa batik merupakan warisan kebudayaan Indonesia yang harus di lestarikan.

2. Bagi Pemerintah Daerah

Program ini diharapkan dapat menjadikan wilayah Malang sebagai kota yang memberikan inovasi terbaru dalam pengolahan limbah berbasis budaya sehingga dapat memberikan citra yang baik kepada masyarakat luas dan *GaCi-CLBK* ini bisa dijadikan sebagai salah satu kerajinan khas dan komoditas utama daerah Malang.

3. Bagi Pelaksana

- a. Program ini diharapkan dapat menjadi wahana pelaksana mengenai berbagai macam inovasi dalam pengolahan limbah ceker, bahwa ternyata ceker ayam dapat dimodifikasi sehingga dapat menambah nilai ekonomis dan selalu mencintai batik sebagai kebudayaan Indonesia.
- b. Program ini diharapkan dapat meningkatkan skill kewirausahaan pelaksana, dan nantinya juga dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat luas.

BAB II

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

3.1. Kondisi Umum

Ceker ayam merupakan bagian dari ayam yang kurang diperhatikan, sehingga selama ini ceker ayam hanya dijual dalam beberapa bentuk makanan. Jika ditinjau lebih lanjut ceker ayam memiliki lapisan kulit dan kolagen yang lebih tebal daripada bagian kulit yang lain. Oleh karena itu sangat dimungkinkan adanya penyamakan dalam kulit ceker sehingga dihasilkan ceker lebih awet. Dari hasil kulit samak tersebut dapat di produksi menjadi beberapa kerajinan seperti gantungan kunci. Di sisi lain kebudayaan asing sedikit demi sedikit menggeser batik sebagai kebudayaan Indonesia sehingga batik Indonesia harus dilestariakan karena Unesco telah menetapkan bahwa batik merupakan warisankebudayaan Indonesia. Dengan adanya masalah tersebut penulis merencanakan usaha “**GaCi-CLBK(Gantungan Kunci-Ceker Lukis Batik)**” dengan tujuanmengembangkan produksi olahan kulit samak agar memiliki nilai ekonomis lebih tinggi dan sebagai ajang untuk promosi batik kepada masyarakat khususnya para pemuda penerus bangsa.

3.2. Gambaran Potensi Sumberdaya

Potensi pasar di setiap daerah pada dasarnya memiliki peluang yang sama karena keunikan khas daerah di Indonesia beraneka ragam. Dari sini usaha “GaCi-CLBK” berencana mengawali pasar untuk internal Universitas Brawijaya dan untuk eksternal marketingnya adalah kota Malang. Melihat mayoritas objek penjualan di dalam civitas akademika Universitas Brawijaya adalah pemuda dan akademisi maka sangat menguntungkan dalam dua aspek yaitu aspek penjualan produk dan aspek penjualan batik karena pemuda adalah tonggak masa depanbangsa makadiperlukan pemikiran-pemikiran akan cinta kebudayaan Indonesia. Promosi yang dilakukan menggunakan dua metode, yaitu promosi secara langsung dan promosi secara tidak langsung. Promosi langsung dilakukan dengan cara menghampiri calon dengan contoh produk lalu menjelaskan macam-macam produk “GaCi-CLBK”.

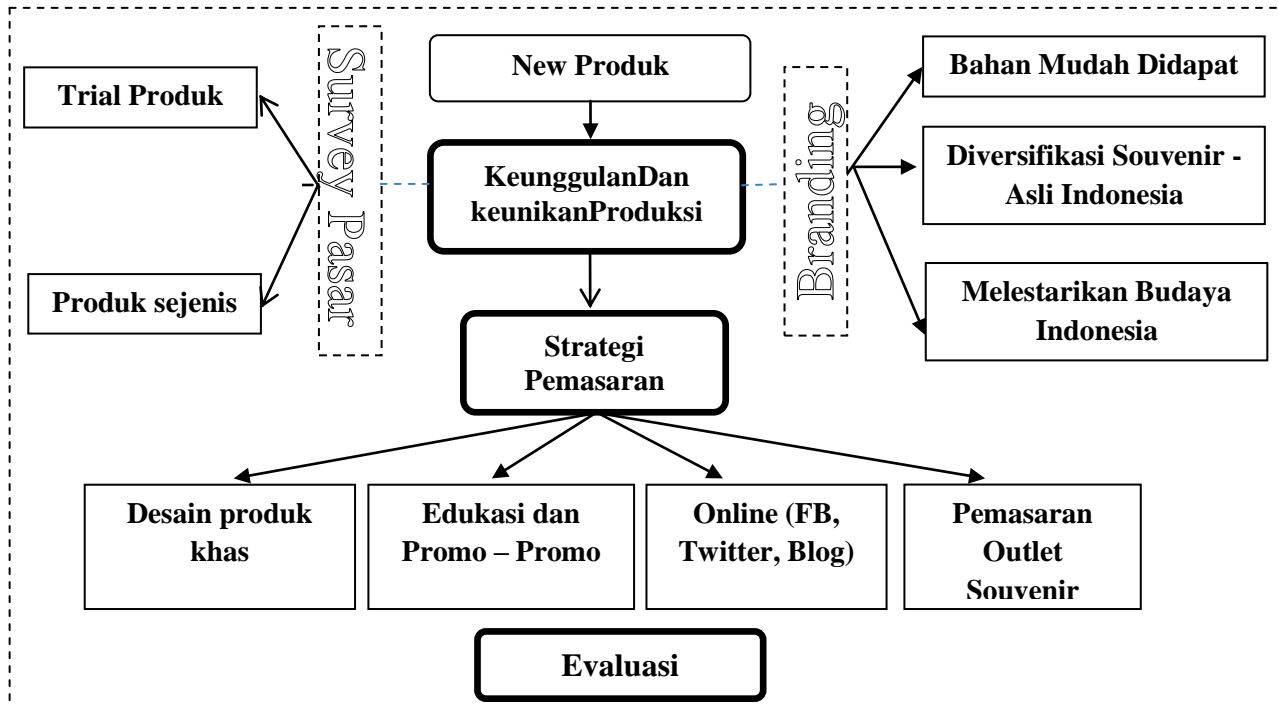
3.3. Gambaran Usaha

Gambaran usaha pada produk “GaCi-CLBK” ini, menggunakan berbagai variasi motif batik. Produk disesuaikan dengan objek penjualannya. Untuk penjualan internal yakni dalam ruang lingkup Universitas Brawijaya produk di design dengan logo UB, sedangkan eksternalnya yakni di Kota Malang produk akan di design dengan simbol kota Malang. Produk akan dikemas secara menarik dengan sampul kemasan bertuliskan “BATIK KU INDONESIA KU” hal tersebut untuk mendapatkan ketertarikan konsumen akan produk dan batik Indonesia sendiri. Dalam pemasaran pertamanya, produk akan dievaluasi dengan angket atau kuisioner kepada konsumen terkait kualitas, kelayakan, dan masukan dari konsumen.

Produk “GaCi-CLBK” perbuah akan dijual sebesar Rp. 5000,-. Harga yang ditetapkan disesuaikan dengan harga pokok produksi (HPP) ditambah dengan laba yang diinginkan dan harga juga disesuaikan dengan daya beli pangsa pasar. Untuk tempat produksi berada di salah satu rumah anggota yang berlokasi di Jl. Gajayana Gang. 4 No 629 Malang karena tempat yang nyaman dan bersih. Tempat bahan baku produksi yaitu di pasar Turen, sedangkan tempat pemasaran difokuskan di area Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, UIN, dan Poleteknik Malang.

BAB 3 METODE PELAKSANAAN

Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan program ini ialah dengan menggunakan diagram sebagai berikut:



Gambar 1 Metode Pelaksanaan Program

Branding Produk

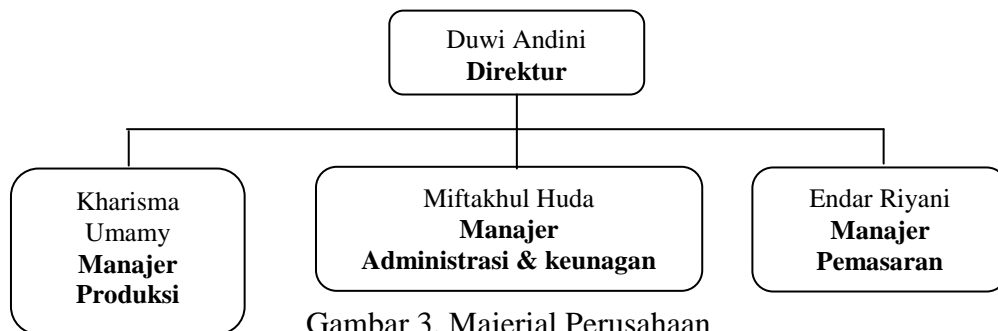
Produk kami ialah bermerk dagang "GaCi- CLBK": Gantungan Kunci Ceker Lukis Batik. Kata "Gaci" mewakili kata Gantungan Kunci, sedangkan kata "CLBK" mewakili bahan dasar utamanya yaitu Ceker Lukis Batik. Sehingga nama ini lebih meng-Indonesia. Gantungan kunci ini dibuat dengan bahan dasar ceker ayam pedaging yang belum dicelupkan ke air panas, hal ini dikarenakan lapisan kulit luar ceker inilah yang masih bisa dilakukan penyamakan. Sebenarnya untuk produk sejenis sudah di produksi di fakulats peternakan, akan tetapi hanya digunakan untuk penelitian dan bahan praktikum saja. Untuk meningkatkan nilai jualnya, disini kami mencoba membuat perbedaan produk yang dapat melestarikan budaya Indonesia yaitu dengan cara menambahkan nuansa batik pada gantungan kunci cekernya. Dengan demikian nilai seni dan kretifitas dari

gantungan kunci ini bisa meningkatkan nilai jual di pasaran souvenir Indonesia bahkan mancanegara. Berikut profil dari usaha kami:



Gambar 2 Logo Perusahaan

Perusahaan : GaCi- CLBK (Gantungan Kunci Ceker Lukis Batik)
Bidang Usaha : Industri Kratif (souvenir)
Jenis Usaha : Konsinyasi
Alamat : Jl. Gajayana Gang. 4 No 629 Malang
Web : CekerLukisBatik.blogspot.com
FB/Twitter : GaCi- CLBK(ceker lukis batik)/ @GaCi-CLBK



Gambar 3. Majerial Perusahaan

Metode implementasi PKM-K “GaCi- CLBK” dilakukan dengan menggunakan strategi-strategi berupa:

3. 1 Strategi Produksi

Tempat Usaha Produksi dilakukan di rumah salah satu team, yang beralamat di Jl. Gajayana Gang. 4 No 629 Malang Malang dan di Laboratorium Kulit Fakultas Peternakan..

Survei Pasar dilakukan untuk mendapatkan bahan baku serta alat dengan harga murah serta dengan kualitas bagus serta untuk mempelajari produk sejenis. Adapun untuk peralatan kami berbelanja di Swalayan Sardo dan untuk bahan habis pakai kami berkerja sama dengan toko bahan-bahan penyamak yang berlokasi di Jogjakarta dan untuk sekernya sendiri bekerjasama dengan rumah potong ayam yang berlokasi di daerah pasar Turen Kabupaten Malang. Pemilihan tempat ini berdasarkan dari harga, kualitas dari produknya.

Trial Produk dilakukan untuk memperoleh cara untuk memproduksi produk yang pas dari “GaCi- CLBK”. Kami telah melakukan kerjasama dengan Fakultas Peternakan untuk membuat gantungan kunci tersebut dengan cara melihat proses pembuatannya secara langsung. Untuk mendapatkan hasil yang

memuaskan, kami akhirnya membuat produk ceker tersebut di Laboratorium Fakultas Peternakan dan melibatkan bimbingan dosen dan beberapa mahasiswa dari Fakultas Peternakan.

3.2 Produksi

Dalam produksi GaCi- CLBK dibagi menjadi 2 tahap yaitu pertama penyamakan ceker ayam dan yang kedua adalah proses pematikan ceker . Produksi dilakukan dalam waktu 3 minggu. Berikut proses tahapan pembuatan GaCi- CLBK :

Tahap 1.



Gambar 4. Proses Penyamakan

Tahap 2.



3. 3 Pengemasan

Pengemasan produk yang kami lakukan adalah menggunakan kertas dan mika. Hal ini dilakukan agar kemasan yang digunakan lebih ramah lingkungan. Akan tetapi kemasan ini hanya dipakai untuk tempat produk yang sudah dibeli dalam jumlah banyak. Untuk produk gantungan kuncinya sendiri dilakukan display secara langsung.

3. 4 Promosi

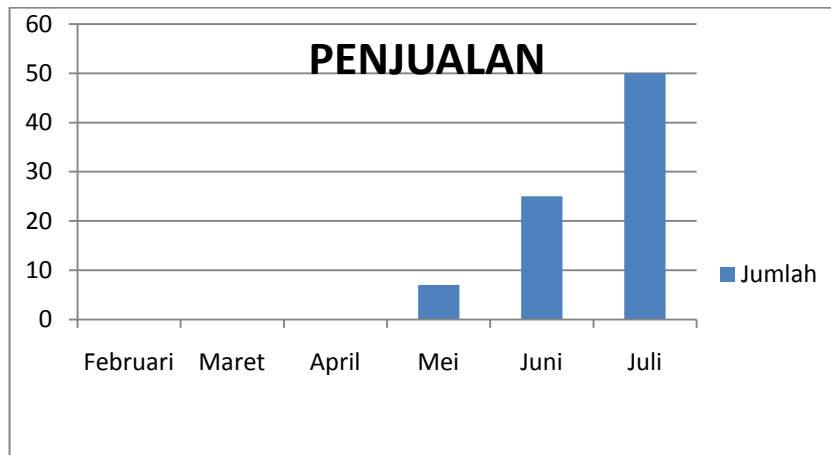
Promosi dilakukan dengan secara langsung maupun tidak langsung strategi dari promosi kami ialah dengan mendesain berbagai media promosi dengan menarik. Promosi dilakukan dengan menggunakan brosur, facebook, twitter, blog dan dengan menyebarkan bekerjasama dengan toko souvenir yang ada di batu.

BAB 4

HASIL YANG DICAPAI

4.1. Penjualan

Penjualan GaCi- CLBK cukup membuat masyarakat tertarik untuk mencoba sebagai produk baru. Harga jual satuan GaCi- CLBK adalah Rp 5.000,-. Produksi GaCi- CLBK tidak terlalu banyak mengalami kenaikan dikarenakan proses produksi yang cukup lama, yaitu sekitar 4 minggu untuk proses produksinya. Berikut ini grafik produksi GaCi- CLBK:



Gambar 7. Grafik Penjualan GaCi- CLBK

Penjualan diatas mendapatkan hasil sebesar Rp.410.000,- dengan harga pokok sebesar Rp.336.610,- maka didapatkan keuntungan sebesar Rp. 73.000,-

4.3. KETERCAPAIAN TARGET LUARAN

Ketercapaian Target Luaran dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2. Tabel Target Luaran

No.	Target	Ketercapaian Target 100%	
		Terlaksana	Belum terlaksana
1	Survey Pasar	100%	-
2	Pemenuhan Alat dan Bahan	80%	20%
3	Tempat Produksi	100%	-
4	Pelaksanaan Produksi	100%	-
5	Pemasaran	70%	30%
	a. Display Produk	70%	30%
	b. Sosial Media	100%	-
	c. Brosur, Banner	100%	-
	d. Perluasan ke Kota lain	20%	80%
6	Laporan	80%	20%
Tingkat Pencapaian		88%	12%

BAB 5

RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

Kami berencana menjual secara besar – besaran melalui beberapa program, yaitu bekerja sama dengan outlet souvenir se-Malang Raya sebagai tempat pemasaran produk kami; bekerjasama dengan industri mesin CV. Inovasi Anak Bangsa sebagai pembuat mesin penyamak; pendaftaran hak paten produk dan merk dagang; membentuk perusahaan CV/PT.

5.1. Peningkatan kapasitas produksi

Untuk memenuhi banyaknya permintaan dari konsumen, kami berencana untuk meningkatkan kapasitas produksi dari GaCi- CLBK dengan cara membuat mesin penyamak ceker otomatis yang berencana akan bekerjasama dengan CV. Inovasi Anak Bangsa. Dengan adanya mesin tersebut, maka proses penyamakan ceker akan lebih mudah dan kualitasnya lebih terjamin.

Selain itu, kami juga akan terus mengembangkan pemberdayaan masyarakat dengan cara melakukan pelatihan untuk melukis ceker tersebut. Karena proses pelukisannya sendiri masih dilakukan secara *handmade* agar kualitas lukis batik yang dihasilkan bisa meningkatkan nilai jualnya.

5.2. Pemasaran dan distribusi produk

Salah satu strategi pemasaran kami ialah dengan membawa produk ke daerah masing – masing team untuk memperluas pemasaran dan memperkenalkan produk. Sehingga kami dapat lebih mengevaluasi mengenai kualitas produk dan penerimaan produk. Kota yang dimaksud adalah kota yang menjadi pusat wisata, disini kami mencoba menjadikan kota Batu menjadi target utama dari pemasaran GaCi- CLBK. Hasilnya, GaCi- CLBK cukup diterima oleh masyarakat dan cukup diminati. Kami yakin GaCi- CLBK mampu bersaing dengan produk sejenis yang telah beredar di pasaran.

Selain melakukan pemasaran melalui kerjasama, kami juga akan melakukan pemasaran secara langsung dengan aktif mengikuti kegiatan pameran industry kreatif, budaya, dan produk UMKM guna memperluas promosi yang akan kami lakukan.

LAMPIRAN 1. PENGGUNAAN DANA

Dana merupakan instrument penting dalam menjalankan kegiatan. Manajemen dan pangaturan penggunaan biaya akan berpengaruh terhadap kelancaran program. Berikut ini penggunaan dana dari GaCi- CLBK :

1. Biaya Peralatan

Tabel 3. Tabel Biaya Peralatan

No	Jenis	Jumlah	Harga/Unit	Total	Penyusutan
1	Telenan	1	7,000	7,000	300
2	Panci	1	55000	55000	400
3	Pisau	2	58000	116000	150
4	Ember	2	13,250	26500	600
5	Tang Pencabut	3	20000	60000	1600
6	Gantungan kunci	60	500	30000	300
7	Sarung Tangan	1 pack	55000	55000	550
8	Alat lukis	1 set	10000	10000	200
9	Masker	5	5000	25000	250
10	Timbangan	1	425,000	425,000	4,250
11	Sewa Lab FAPET	6 bulan	674,000	674,000	-
TOTAL				1,483,500	8,600

2. Biaya Bahan Baku

Tabel 4. Tabel Biaya Bahan Baku

No	Jenis	Jumlah	Harga/unit	Total
1	Ceker	45kg	15,000	675,000
2	Teepol	5 kg	30,000	150,000
3	LD maroon	0.5 kg	200,000	100,000
4	LD hijau	0.5 kg	200000	100000
5	Anti Jamur	1 kg	218,500	218500
6	Pewarna	1 kg	37,000	37000

7	Cat minyak	15 set	42,500	637,500
8	Varnish	8 botol	34,000	272,000
9	HCOOH	2 botol	40500	81000
10	Dacron	1 kg	29000	29000
11	Gantungan Kunci	9 set	30,000	270,000
12	Mata Ayam	9 set	3,000	27,000
13	Plastik	9 set	7,000	63,000
TOTAL				2,660,000

3. Administrasi

Tabel 5. Administrasi

No	Jenis	Jumlah	Harga/unit	Total
1	Buku Log book	1	13,550	13,550
2	BukuKas	1	10,650	10,650
3	Print	6	4,500	4,500
4	Kuitansi	2	2,000	4,000
TOTAL				32,700

4. Tenaga Kerja

Tabel 6. Tenaga Kerja

No	Jenis	Jumlah	Harga/unit	Total
1	Orang	3	300,000	900,000
TOTAL				900,000

5. Transportasi, komunikasi, dan Promosi

Tabel 7. Transportasi, komunikasi dan promosi

No	Jenis	Jumlah	Harga/unit	Total
1	Pulsa	8	5,000	40,000
2	Bensin	7	6,000	26,000

3	Parkir	2	1,000	2,000
4	x- Banner, leaflet, kartu nama, stiker, pin,	1	55.000	55.000
TOTAL				123,000

6. Rekapitulasi

Tabel 8. Rakapitulasi

Keterangan	Biaya (Rp)
Pemasukan	
Dana dari DIKTI	6,200,000
Hasil penjualan	410,000
Sub Total	6,610,000
Pengeluaran	
Peralatan	1,483,500
Biaya Habis Pakai	2,660,000
Administrasi	32,700
Transportasi, Komunikasi dan Promosi	123,000
Tenaga Kerja	900,000
Biaya Penyusutan alat	8,600
Sub Total	5,207,800
Saldo = Pemasukan – Pengeluaran = Rp 6,610,000 – Rp 5,207,800 = Rp 1,402,200,-	

LAMPIRAN 2 DOKUMENTASI KEGIATAN



(PROSES PRODUKSI)



(CONTOH DESIGN BATIK)



(PROSES PELUKISAN)

LAMPIRAN 3 ANALISIS KEUANGAN

Analisis Keuangan GaCi-CLBK (Gantungan Kunci-Ceker Lukis Batik)

1. Biaya Tidak Tetap (Perbulan)

- Ceker Ayam 45Kg x @Rp 15.000	= Rp 675.000
- Teepol 5Kg x @Rp 30.000	= Rp 150.000
- LD maroon 0,5 kg	= Rp 100.000
- LD hijau 0,5 kg	= Rp 100.000
- Anti jamur 1 kg	= Rp 218.500
- Pewarna 1 kg	= Rp 37.000
- Cat minyak 15 set	= Rp 637.500
- Varnish 8 botol	= Rp 272.000
- HCOOH 2 botol	= Rp 81.000
- Dacron 1 kg	= Rp 29.000
- Buku Log Book 1 buah	= Rp 13.550
- Buku Kas 1 buah	= Rp 10.650
- Biaya cetak / print	= Rp 8.500
- Transportasi	= Rp 28.000
- Biaya komunikasi	= Rp 40.000
- Biaya promosi	= Rp 55.000
- Masker 5 buah 1x@5.000	= Rp 25.000
- Sarung tangan 1 pack	= Rp 55.000
- Gantungan Kunci 9 setx@ 30.000	= Rp 270.000
- Mata Ayam 9 set@x3000	= Rp 27.000
- Plastik 9 set@x7.000	= Rp 63.000
TOTAL	= Rp 2,652,700

2. Biaya Tetap (Perbulan)

- Pisau (usia ekonomis 1 tahun)1@x58.000	= Rp 116.000
- Ember (usia ekonomis 1 tahun)1@x13.250	= Rp 26.500
- Timbangan (usia ekonomis 1 tahun)	= Rp 425.000
- Panci (usia ekonomis 1 tahun)	= Rp 55.000
- Telenan 1 buah	= Rp 7.000

- Tang (usia ekonomis 1 tahun)1 @x20.000	= Rp 60.000
- Tenaga kerja 1@x300.000	= Rp 900.000
- Alat lukis 1 set	= Rp 10.000
- Sewa Lab FAPET 6 bulan	= Rp 674.000
TOTAL	= Rp2.273.500

3. Biaya Produksi

= Biaya tidak tetap + biaya tidak tetap
= Rp 2.652.700+ Rp 2.273.500
= Rp 4.926.200,-

4. Harga Pokok Penjualan

= Biaya produksi / jumlah produksi
= Rp 4.926.200/ 1200
= Rp 4.105,-

5. Hasil Usaha

= jumlah produksi x harga
=1200 x 5.000
= Rp 6.000.000,-

6. Keuntungan

= hasil usaha – biaya produksi
= Rp 6.000.000 – Rp 4.926.200
= Rp 1.073.800,-

7. Jangka Pengembalian Modal

= (investasi+Biaya produksi : (keuntungan : lama produksi)
= (6.200.000+4.926.200): (1.073.800: 1 Bulan)
= 11.126.200: 1.073.800
= 10,3

Artinya, modal akan kembali setelah produksi selama 10 bulan 3 hari.

8. R / C

= hasil usaha: biaya produksi

= Rp 6.000.000: Rp 4.926.200

= 1, 2

Artinya, setiap satu rupiah biaya yang dikeluarkan untuk produksi menghasilkan penerimaan sebesar 1, 2 rupiah.

9. Benefit Cost Ratio

= keuntungan: biaya produksi

= Rp 1.073.800: Rp 4.926.200

= 0, 2

Artinya, setiap satu rupiah yang dikeluarkan untuk produksi menghasilkan penerimaan sebesar 0,2 rupiah.

10. Break Event Point

= Biaya Produksi / harga

= Rp 4.926.200/ 5.000

= 985

Artinya, usaha ini tidak rugi dan tidak untung (impas) saat terjual sebanyak 985 produksi dari jumlah total produk.