

LAPORAN PROYEK BISNIS

“HAIKAYU”

Usaha untuk Meningkatkan Nilai Guna dan Nilai Ekonomi Limbah Kayu



Nama: Dinda Alfita Syahrani

No. Mahasiswa: 18312410

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2022

“HAIKAYU”

Usaha untuk Meningkatkan Nilai Guna dan Nilai Ekonomi Limbah Kayu

PROYEK BISNIS

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat

Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama: Dinda Alfita Syahrani

No. Mahasiswa: 18312410

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Di sini saya menyatakan orisinalitas Laporan Proyek Bisnis saya. Saya belum mempresentasikan karya orang lain untuk mendapatkan gelar universitas saya, saya juga belum mempresentasikan kata-kata, ide, atau ungkapan orang lain tanpa pengakuan.

Jika di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi apapun sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan atau akibatnya

Yogyakarta, 19 Januari 2022

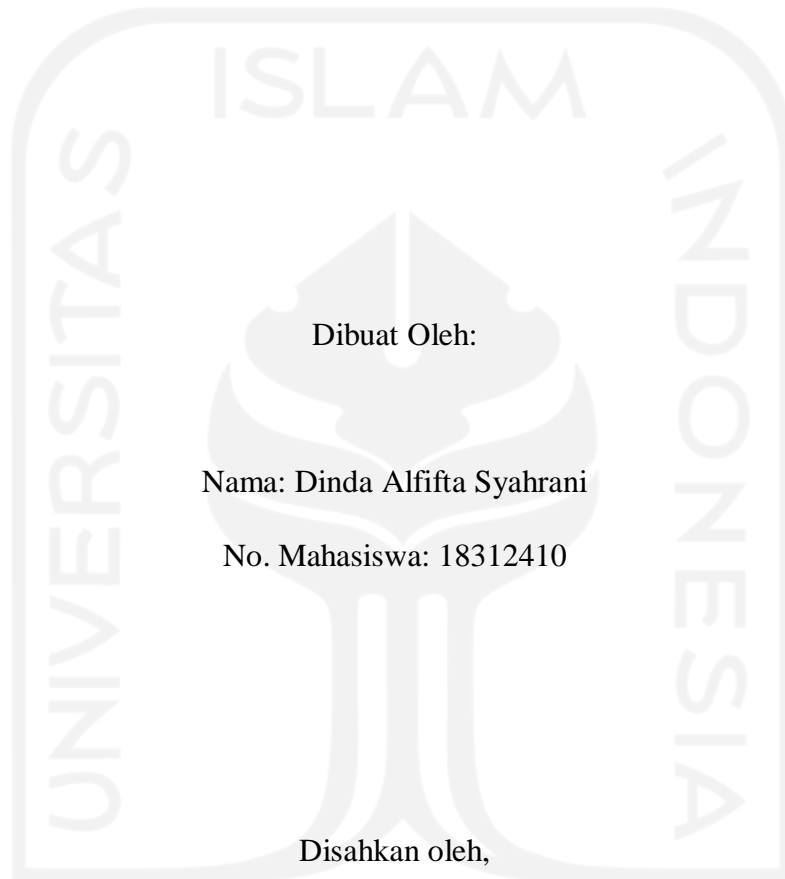


Dinda Alfita Syahrani

LAPORAN PROYEK BISNIS

“HAIKAYU”

Usaha untuk Meningkatkan Nilai Guna dan Nilai Ekonomi Limbah Kayu



Dibuat Oleh:

Nama: Dinda Alfita Syahrani

No. Mahasiswa: 18312410

Disahkan oleh,

Yogyakarta, 15 Februari 2022

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Neni Meidawati Ak', written in a cursive style.

Dra Neni Meidawati Ak, Msi, CA, CPA

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR MAGANG / WIRAUSAHA

TUGAS AKHIR BERJUDUL

Haikayu, Usaha untuk Meningkatkan Nilai Guna dan Nilai Ekonomi Limbah Kayu

Disusun Oleh : Dinda Alfita S

Nomor Mahasiswa : 18312410

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: Senin, 07 Maret 2022

Penguji/ Pembimbing TA : Neni Meidawati, Dra. M.Si., Ak.



Penguji : Rifqi Muhammad S.E., M.Sc., Ph.D.

Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Proyek Bisnis yang berjudul "HAIKAYU, USAHA UNTUK MENINGKATKAN NILAI GUNA DAN NILAI EKONOMI DARI LIMBAH KAYU". Semoga shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW. Penulisan Laporan Proyek Bisnis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Selama penyusunan Laporan Proyek Bisnis ini begitu banyak pihak yang membantu penulis baik secara material maupun immaterial. Untuk itu perkenankanlah pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua dan adik-adik yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan tugas ini.
2. Ibu Dra Neni Meidawati Ak, Msi, CA. CPA selaku pembimbing yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan arahan selama proses penyusunan sampai selesainya Laporan Tugas Akhir ini.
3. Seluruh Dosen dan Staff Akademik Prodi Akuntansi FBE UII atas dukungannya dalam kelancaran proses studi.
4. Candra Kartika Sari yang telah berjuang bersama hingga akhir perkuliahan.

Semoga Laporan Proyek Bisnis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Abstrak

Limbah kayu merupakan sisa-sisa kayu atau bagian kayu yang dianggap tidak bernilai lagi dalam suatu proses tertentu. Selama ini, biasanya limbah kayu hanya dijual dengan nilai yang sangat rendah sebagai kayu bakar. Padahal, limbah ini masih bisa dioptimalkan kembali pemanfaatannya dengan diolah menjadi barang-barang bermanfaat seperti, alat dapur, rak, atau berbagai macam kerajinan.

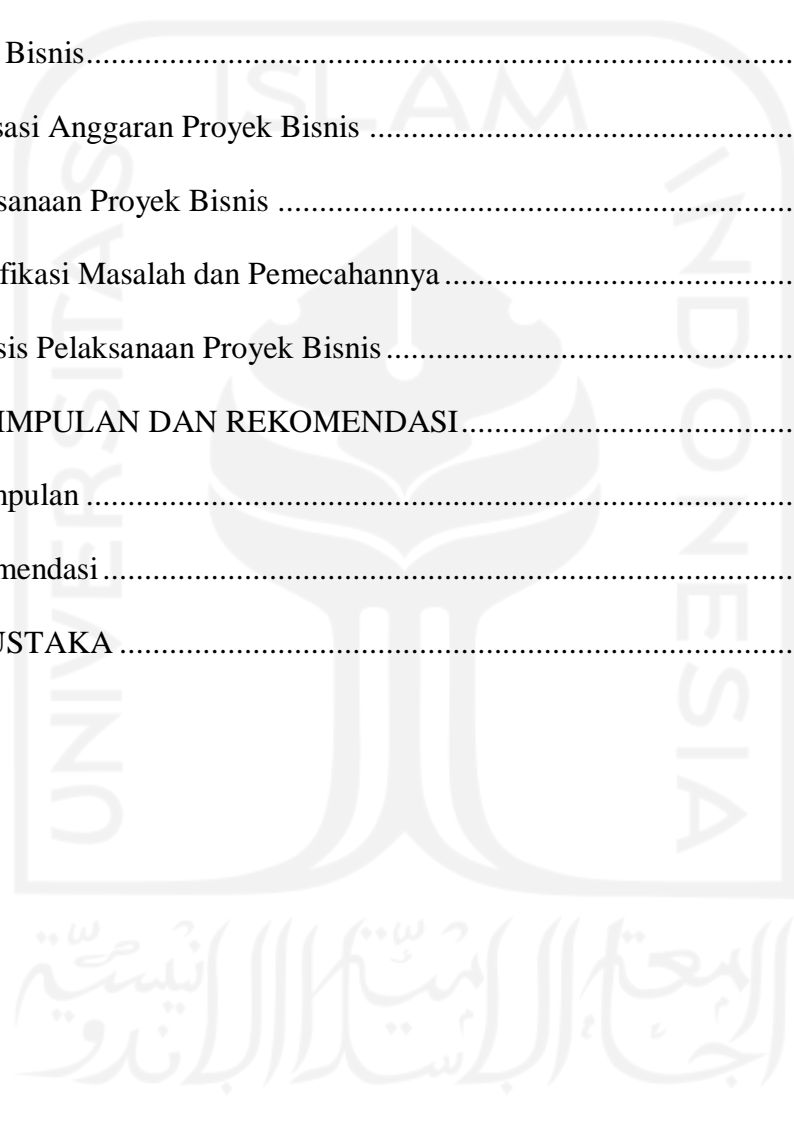
Proyek bisnis ini merupakan sebuah usaha pengolahan limbah kayu menjadi barang-barang yang memiliki nilai guna dan nilai ekonomi lebih tinggi, dengan nama *brand* “HAIKAYU”. Haikayu juga menerima pesanan sesuai keinginan pembeli dengan harga yang telah ditentukan sebelumnya. Proyek ini akan dilaksanakan selama tiga bulan, mulai dari bulan Oktober 2021 hingga bulan Desember 2021.

Kata Kunci: Limbah Kayu, Usaha, Produksi, Pengoptimalan Limbah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAH PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang	14
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Program.....	16
1.4 Luaran yang Diharapkan.....	16
1.5 Manfaat Program.....	16
1.6 Sistematika Penulisan Laporan	16
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	18
2.1 Teori <i>Business Model Canvas</i>	18
2.2 Teori <i>Marketing Mix</i>	21
BAB III METODOLOGI PELAKSANAAN PROYEK BISNIS	23
3.1 Gambaran Umum Rencana Usaha	23

3.2	Gagasan Kegiatan Usaha	23
3.3	Peluang Pasar	24
3.4	Analisis Kelayakan Usaha	28
3.5	Keberlanjutan Usaha Proyek Bisnis	31
BAB IV PELAKSANAAN DAN ANALISIS PROYEK BISNIS.....		33
4.1	Profil Bisnis.....	33
4.2	Realisasi Anggaran Proyek Bisnis	35
4.3	Pelaksanaan Proyek Bisnis	39
4.4	Identifikasi Masalah dan Pemecahannya.....	51
4.5	Analisis Pelaksanaan Proyek Bisnis	53
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....		55
5.1	Kesimpulan	55
5.2	Rekomendasi.....	55
DAFTAR PUSTAKA		56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	18
Gambar 3.1 Analisis <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	24
Gambar 3.2 Proses Produksi.....	29
Gambar 4.1 Logo Haikayu	33
Gambar 4.2 Talenan Natural Tipe A.....	40
Gambar 4.3 Talenan Natural Tipe B.....	41
Gambar 4.4 Talenan Natural Tipe C.....	41
Gambar 4.5 Talenan Motif Tipe A	42
Gambar 4.6 Talenan Motif Tipe B.....	42
Gambar 4.7 Tatakan Gelas Natural.....	43
Gambar 4.8 Tatakan Gelas Lukis	43
Gambar 4.9 Piring Natural	44
Gambar 4.10 Piring Motif	44
Gambar 4.11 Mangkuk Natural	45
Gambar 4.12 Mangkuk Lukis	45
Gambar 4.13 Gelas Natural	45
Gambar 4.14 Gelas Lukis	46
Gambar 4.15 Sendok & Garpu Set Natural.....	46
Gambar 4.16 Sendok & Garpu Set Lukis.....	47
Gambar 4.17 Sumpit Natural.....	47
Gambar 4.18 Sumpit Lukis	48
Gambar 4.19 Hampers Paket 150	48

Gambar 4.20 Hampers Paket 100 49

Gambar 4.21 Hampers Set Motif 49



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah rumah makan dan restoran di Yogyakarta tahun 2017-2021 ...	27
Tabel 3.2 Jumlah penduduk usia 16-64 tahun di Yogyakarta tahun 2017-2021 ..	27
Tabel 3.3 Kebutuhan Investasi Awal	30
Tabel 3.4 Anggaran Laba Rugi.....	30
Tabel 4.1 Realisasi Kebutuhan Awal.....	35
Tabel 4.2 Sumber Modal.....	36
Tabel 4.3 Laporan Laba Rugi yang Dianggarkan.....	36
Tabel 4.4 Laporan Laba Rugi	37
Tabel 4.5 Laporan Posisi Keuangan per 31 Desember 2021	38
Tabel 4.6 Arus Kas	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Laporan Realisasi Anggaran.....	57
Lampiran 2. Laporan Realisasi Jadwal dan Kegiatan.....	61
Lampiran 3. Laporan Kinerja	63
Lampiran 4. Dokumentasi Proyek Bisnis.....	64



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pengolahan kayu di Indonesia telah bangkit dan menunjukkan pertumbuhan positif sebesar 8,04 persen pada kuartal I 2021. Menteri Perindustrian, Agus Gumiwang Kartasasmita menyatakan bahwa produktifitas pengolahan kayu dalam negeri yang terus meningkat, menandakan meningkatnya permintaan atau *demand* pada sektor tersebut. Meningkatnya proses pengolahan kayu tersebut, diiringi dengan meningkatnya limbah kayu yang dihasilkan.

Limbah kayu adalah sisa-sisa kayu atau bagian kayu yang dianggap tidak bernilai ekonomi lagi dalam proses tertentu, pada waktu tertentu dan tempat tertentu yang mungkin masih dimanfaatkan pada proses dan waktu yang berbeda. Yang umumnya terdiri atas: sisa gergajian, sisa potongan panjang dan pendek, dan kulit kayu (Sutarman, 2016). Selama ini, biasanya limbah kayu hanya dijual dengan nilai yang sangat rendah sebagai kayu bakar, atau dibiarkan saja hingga rusak dan membusuk.

Salah satu cara untuk menangani masalah limbah kayu adalah dengan cara mengolah material limbah kayu tersebut menjadi produk atau barang yang memiliki berbagai macam fungsi dan memiliki nilai ekonomi. Limbah kayu masih bisa dioptimalkan kembali pemanfaatannya dengan diolah menjadi barang-barang bermanfaat seperti, talenan, nampan, kotak penyimpanan, dan benda-benda lainnya. Menurut Aninda & Rahmawan (2019), untuk mencapai nilai jual ekonomi yang tinggi, maka diperlukan perpaduan antara ide kreativitas dengan kebutuhan fungsional dalam suatu produk. Produk yang menggabungkan ide kreativitas

dengan kebutuhan fungsional seringkali disebut dengan istilah produk industri kreatif atau ekonomi kreatif.

RUU tentang Ekonomi Kreatif menjabarkan bahwa ekonomi atau industri kreatif merupakan sebuah perwujudan nilai tambah dari suatu hak kekayaan intelektual yang lahir dari kreativitas manusia, berbasis ilmu pengetahuan, warisan budaya, dan teknologi. Ekonomi kreatif terbagi menjadi 16 subsektor yaitu arsitektur, desain interior, aplikasi dan game developer, penerbitan, periklanan, desain komunikasi visual, desain produk, film animasi dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, fesyen, televisi dan radio, seni pertunjukan, dan seni rupa (Bekraf, 2019).

Andreani dan Rahmawan (2019), menjelaskan bahwa kontribusi PDB (Produk Domestik Bruto) Ekonomi Kreatif terhadap PDB nasional meningkat setiap tahunnya dan Indonesia memiliki target akan menjadi salah satu kekuatan industri kreatif dunia yang memiliki pendapatan tertinggi di dunia pada 2030. Sehingga, terdapat peluang yang sangat besar untuk membuka bisnis di bidang industri kreatif.

Menurut Musfiroh (2020), material dasar bidang industri kreatif yang diolah menjadi produk jadi cukup beragam, tidak hanya material yang bernilai tinggi namun juga material dari limbah buangan. Maka, Limbah kayu juga dapat menjadi salah satu material dasar untuk membangun bisnis di bidang industri kreatif.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka proyek bisnis ini merupakan sebuah usaha di bidang industri kreatif berupa pengolahan limbah kayu menjadi barang-barang yang memiliki nilai guna dan nilai ekonomi lebih tinggi, dengan nama *brand* "HAIKAYU".

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan proyek bisnis pada Haikayu ditinjau dari aspek organisasi, aspek produksi dan aspek pemasaran.
2. Apa saja permasalahan yang muncul dalam pelaksanaan bisnis Haikayu dan bagaimana cara mengatasinya?

1.3 Tujuan Program

1. Mengetahui penerapan proyek bisnis pada Haikayu ditinjau dari aspek organisasi, aspek produksi dan aspek pemasaran.
2. Menguraikan permasalahan yang muncul dalam pelaksanaan bisnis Haikayu dan cara mengatasinya.

1.4 Luaran yang Diharapkan

1. Limbah kayu dapat diolah menjadi barang-barang dengan nilai guna yang lebih tinggi daripada sekedar menjadi limbah.
2. Produk yang dihasilkan Haikayu dapat dipasarkan ke masyarakat.

1.5 Manfaat Program

Program ini diharapkan bisa menjadi salah satu alternatif usaha dengan bahan dasar limbah kayu. Produk yang dihasilkan diharapkan dapat ikut berkontribusi sebagai salah satu upaya penanggulangan masalah limbah. Selain itu, pemanfaatan dan pengoptimalan nilai guna limbah kayu, diharapkan dapat meningkatkan nilai ekonomi dari limbah kayu.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Laporan Proyek Bisnis ini terdiri dari 5 bab, antara lain:

1. Bab I Pendahuluan

Menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan program, luaran yang diharapkan, manfaat program, dan sistematika penulisan laporan.

2. Bab II Telaah Pustaka

Menjelaskan mengenai teori-teori yang digunakan.

3. Bab III Metodologi Pelaksanaan Proyek Bisnis

Menjelaskan mengenai gambaran umum rencana usaha, gagasan kegiatan usaha, peluang pasar, analisis kelayakan usaha, dan keberlanjutan usaha proyek bisnis.

4. Bab IV Pelaksanaan dan Analisis Proyek Bisnis

Menjelaskan mengenai profil bisnis, realisasi anggaran proyek bisnis, pelaksanaan proyek bisnis, identifikasi masalah dan pemecahannya, serta analisis pelaksanaan proyek bisnis.

5. Bab V Kesimpulan dan Rekomendasi

Menjelaskan mengenai kesimpulan dan rekomendasi.

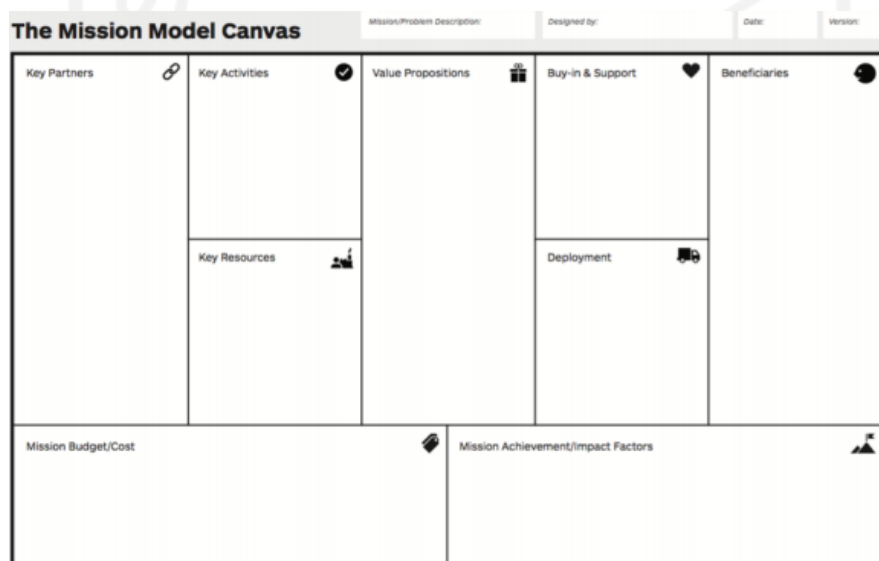
BAB II

TELAAH PUSTAKA

Proyek bisnis Haikayu menggunakan strategi yang didasarkan pada teori *business model canvas* (BMC) dan salah satu teori dalam strategi pemasaran berupa teori *marketing mix*.

2.1 Teori *Business Model Canvas*

Gambar 2.1 *Business Model Canvas* (BMC)



Sumber: Ostewalder & Pigneur (2015)

Pihak-pihak yang akan memulai bisnis haruslah memiliki model bisnis yang tepat untuk bisnis yang akan dijelankannya. Ostewalder dan Pigneur (2015) menyatakan bahwa inovasi pada model bisnis terbukti menjadi konsep yang penting bagi keberlanjutan organisasi secara keseluruhan dan dapat mengintegrasikan keberlanjutan dalam strategi bisnis. Ostewalder dan Pigneur (2015) juga menyatakan bahwa model bisnis dapat menjelaskan mengenai konsep dasar bagaimana sebuah bisnis diciptakan, diberikan, dan ditangkap nilainya. *Business Model Canvas* (BMC) menjadi salah satu model bisnis yang banyak

digunakan oleh berbagai pihak dalam menjalankan usaha. Hal tersebut dikarenakan *Business Model Canvas* (BMC) dinilai cukup mudah untuk dipahami oleh banyak pihak dalam melihat representasi rincian bisnis sebuah perusahaan.

Model bisnis ini pertama kali dikenalkan dalam buku yang berjudul *Business Model Generation* oleh Alexander Osterwalder. Dalam buku tersebut dijelaskan bahwa terdapat Sembilan bagian dalam *Business Model Canvas* (BMC) yang menjelaskan masing-masing komponen bisnis. Bagian tersebut adalah *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure*.

1. *Customer Segments*

Customer Segments berisi mengenai siapa *customer* dari perusahaan tersebut. *Customer* yang menguntungkanlah yang akan menghidupi perusahaan.

2. *Value Propositions*

Value Propositions berisi keunikan produk atau jasa yang dijanjikan oleh perusahaan kepada *Customer Segments* yang dibidik. Perusahaan perlu mendidik *customer segments* yang dibidik, agar bersedia menerima *value propositions* yang ditawarkan.

3. *Channels*

Channels menjelaskan bagaimana perusahaan mengkomunikasikan, mengantar, dan berinteraksi dengan pelanggannya. Kesuksesan dalam kegiatan di kotak *channels* ini sangat ditentukan oleh efektivitas kotak *key resources*, *key activities*, dan *key partnerships* karena ikut berperan mendukung realisasi dari kegiatan di *channels* ini.

4. *Customer Relationships*

Customer Relationships adalah seberapa besar kegiatan perusahaan menjaga hubungan dengan pelanggan lama, dan seberapa giat perusahaan menjaring pelanggan baru dan meningkatkan penjualannya ke pelanggan lama.

5. *Revenue Streams*

Revenue Streams menjelaskan darimana sumber pendapatan yang didapat oleh perusahaan

6. Tentukan *Key Resources*

Key Resources menjelaskan sumber daya apa saja yang perusahaan butuhkan untuk memproduksi produk, misalnya butuh tenaga kerja, material, uang, dan lainnya.

7. *Key Activities*

Key Activities menjelaskan aktivitas apa saja yang diperlukan untuk menghasilkan produk atau jasa perusahaan. Misalnya ada aktivitas *packaging*, *branding*, pemasaran, dan lainnya.

8. *Key Partnerships*

Key Partnerships berisi siapa saja partner yang perusahaan gandeng untuk bekerjasama menjalankan perusahaan. Misalnya jaringan pemasok dan mitra.

9. *Cost Structure*

Cost Structure berisi mengenai biaya-biaya apa saja yang terbentuk ketika perusahaan memproduksi dan memasarkan produk/jasa. Efisiensi dalam pengelolaan elemen-elemen di *back stage* sangat diperlukan untuk menjaga agar *cost structure* dapat tetap optimal.

2.2 Teori *Marketing Mix*

Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa alat bauran pemasaran terdiri dari empat pilar yang dikenal dengan istilah 4p, yaitu *product*, *price*, *promotion*, dan *place*. Wibowo (2019) menjabarkan istilah 4p tersebut sebagai berikut:

1. *Product* (Produk)

Product merupakan barang ataupun jasa yang didesain sedemikian rupa dengan tujuan untuk dipasarkan. Produk yang memiliki kualitas tinggi juga akan memiliki nilai jual yang tinggi, serta akan menarik calon pelanggan untuk membeli produk tersebut. Dalam menentukan produk ataupun jasa ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu fungsi, kualitas, kemasan, penampilan, layanan, dukungan, dan garansi.

2. *Price* (Harga)

Price merupakan harga dari produk yang ditawarkan. Setelah produk dan jasa yang akan dipasarkan ada, barulah harga dapat ditentukan. Harga ini bisa saja murah ataupun mahal, hal tersebut disesuaikan dengan target pasar yang dimiliki.

3. *Promotion* (Promosi)

Promotion merupakan hal terpenting dalam proses pemasaran, hal ini karena keberhasilan dari proses pemasaran ditentukan oleh promosi ini. Promosi dapat dilakukan dengan beberapa hal, seperti periklanan, penjualan langsung, hubungan masyarakat, media, dan penentuan anggaran.

4. *Place* (Tempat)

Place atau tempat juga berpengaruh terhadap keberhasilan proses pemasaran. Tempat yang strategis akan lebih mengundang banyak pelanggan baru daripada tempat yang sulit untuk dijangkau oleh pelanggan. Hal yang perlu diperhatikan dalam penentuan tempat adalah tempat mudah dijangkau, strategis, dan lain-lain.



BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Gambaran Umum Rencana Usaha

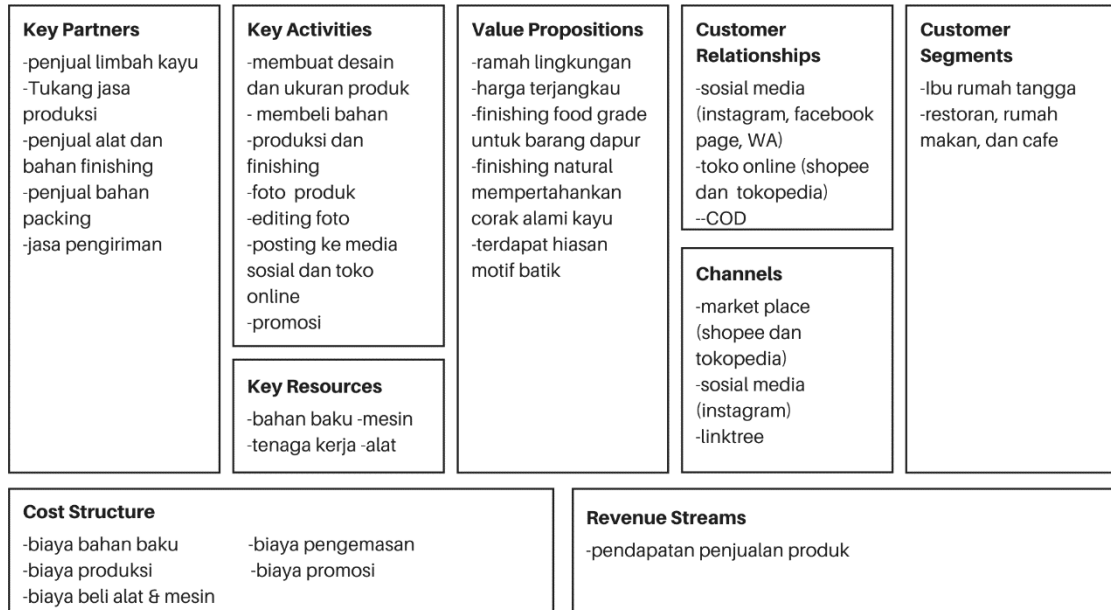
Produk dari usaha ini mempunyai nama dagang “HAIKAYU”. Produk ini merupakan barang-barang berbahan dasar limbah kayu yang diubah menjadi beberapa barang dapur seperti talenan, tatakan gelas, gelas kayu, mangkuk kayu, piring kayu, sendok, garpu, dan sumpit. Haikayu memiliki dua pilihan corak berupa finishing natural dan dilukis.

Keunggulan haikayu adalah bahan dasar produk yang ramah lingkungan dan juga terdapat pilihan corak produk antara natural dan dilukis. Namun, produk dari haikayu memiliki kelemahan berupa corak kayu tidak beragam, model dan bentuk produk yang belum bisa banyak berinovasi karena keterbatasan alat produksi.

Pemasaran produk haikayu dilakukan secara online dengan sosial media sebagai media promosi utama usaha haikayu dengan mengunggah foto-foto produk dan memasang iklan. Sosial media utama yang akan digunakan adalah Instagram, selain itu *platform* jual beli online shopee dan tokopedia juga akan digunakan untuk memasarkan produk-produk dari haikayu.

3.2 Gagasan Kegiatan Usaha

Bisnis baru memerlukan sebuah pemetaan sebagai acuan mengenai apa saja komponen penting yang harus dihadirkan dalam bisnis. Konsep *Business Model Canvas* (BMC) dipilih untuk memetakan gagasan kegiatan usaha Haikayu karena konsep ini mampu memberikan gambaran atas kondisi sebuah organisasi dengan sederhana namun menyeluruh. Gagasan kegiatan usaha dari bisnis Haikayu diuraikan melalui Analisis *Business Model Canvas* (BMC) sebagai berikut:

Gambar 3.1 Analisis *Business Model Canvas* (BMC)

(Sumber: Data pribadi haikayu)

1. *Customer Segment*

Haikayu melayani *customer segment* yang berbeda-beda tanpa ada kaitan satu sama lain. Haikayu merupakan sebuah usaha yang menjual berbagai macam barang seperti talenan, tatakan gelas, gelas kayu, mangkuk kayu, piring kayu, sendok, garpu, dan sumpit dan lain-lain. Sehingga, customer segment haikayu adalah ibu rumah tangga, rumah makan, dan *café*.

2. *Value Propositions*

Value prppositions yang ditawarkan oleh haikayu direncanakan adalah produk memiliki harga jual yang terjangkau. Selain itu, untuk barang-barang yang akan digunakan untuk makanan menggunakan *finishing food grade*. Nilai dari pengotimalan limbah juga diharapkan dapat menggaet pelanggan yang memiliki kesadaran akan tingginya masalah limbah di lingkungan saat ini,

3. *Channel*

Jaringan distribusi yang digunakan Haikayu direncanakan Sebagian besar masih menggunakan system *online*. Sehingga konsumen dapat mendapatkan informasi mengenai produk-produk dari haikayu melalui Instagram @haikayu. Profil Instagram haikayu akan menampilkan *linktree* yang terhubung dengan nomor wa yang dapat dihubungi dan *platform* jual beli online shopee serta tokopedia yang dapat dipilih.

4. Customer Relationship

Hubungan dengan pelanggan harus dibangun dan dijaga sebaik mungkin ketika melakukan COD, berkomunikasi di *platform* jual beli online maupun di *whatsapp*.

5. Revenue Stream

Penghasilan utama yang didapatkan haikayu berasal dari penjualan produk yang telah dipasarkan melalui sosial media Instagram dan platform jual beli online serta penjualan COD.

6. Key Resources

Haikayu memiliki sumber daya utama berupa bahan baku, alat dan mesin, serta tenaga kerja produksi. Segala aspek yang berhubungan dengan hal-hal tersebut akan diperhatikan demi kelancaran bisnis Haikayu.

7. Key Activities

Aktivitas utama yang dilakukan haikayu yaitu buat membuat desain dan detail ukuran produk, membeli bahan baku limbah kayu, melakukan produksi produk hingga finishing produk, melakukan pengambilan foto gambar produk yang nantinya akan diedit untuk diunggah ke sosial media dan toko online yang dimiliki, serta melakukan promosi.

8. *Key Partnership*

Membangun sebuah bisnis yang unggul memerlukan kerjasama dengan pihak lain. Haikayu memiliki kerja sama dengan penjual limbah kayu untuk menyediakan bahan baku berupa limbah kayu, memiliki kerja sama dengan tukang kayu untuk membantu proses produksi produk, memiliki kerja sama dengan penjual amplas, kuas, dan cat finishing dan peralatan lainnya untuk menyediakan alat dan bahan finishing produk tersebut. Haikayu juga memiliki kerja sama dengan percetakan, penjual *bubble wrap* dan plastik, untuk menyediakan barang-barang kelengkapan proses *packing*. Haikayu memiliki kerja sama dengan beberapa penyedia jasa pengiriman untuk mengirimkan produk ke pelanggan. Kerjasama ini bertujuan untuk mempermudah kegiatan dari mulai produksi hingga distribusi.

9. *Cost Structure*

Biaya yang dibutuhkan dalam menjalankan seluruh aktivitas bisnis berupa biaya bahan baku, biaya produksi atau biaya tukang, biaya pengemasan, dan biaya pemasaran.

3.3 Peluang Pasar

Dengan semakin bertambah jumlah limbah kayu, ketatnya penebangan hutan sebagai apresiasi terhadap *global warming*, meningkatnya kebutuhan manusia akan produk baru. Maka pemanfaatan atau pengolahan kayu limbah sangat potensial dilakukan dan memiliki nilai seni dan jual yang tinggi, serta dapat dijadikan komoditi *export* (Sutarman, 2016). Dari kondisi tersebut, haikayu memiliki peluang pasar yang besar. Peluang tersebut terbuka lebar baik di dalam negeri maupun ke luar negeri.

3.3.1 Mengetahui jumlah rumah makan dan restoran di Yogyakarta

Tabel 3.1. Jumlah rumah makan dan restoran di Yogyakarta tahun 2017-2021

Tahun	Jumlah Restoran	Jumlah Rumah Makan	Jumlah
2017	437	1.284	1.721
2018	1.163	846	2.009
2019	1.002	1.007	2.009
2020	100.200	1.007	101.207
2021	100.200	1.007	101.207

Sumber: Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa jumlah restoran dan rumah makan di Yogyakarta tidak mengalami kenaikan maupun penurunan dalam dua tahun terakhir. Namun, mengalami kenaikan dari tahun-tahun sebelumnya.

3.3.2 Mengetahui jumlah penduduk usia remaja dan usia rumah tangga di Yogyakarta

Tabel 3.2 Jumlah penduduk usia 16-64 tahun di Yogyakarta tahun 2017-2020

Tahun	Penduduk usia 16-64 tahun
2017	2.594.209
2018	2.620.999
2019	2.646.038
2020	2.523.225
2021	-

Sumber: Badan Pusat Statistik

Dari tabel di atas, menunjukkan bahwa ada kenaikan jumlah penduduk usia remaja dan rumah tangga pada tahun 2017 hingga 2019 di daerah Yogyakarta. Penduduk pada usia tersebut mengalami penurunan sebesar 5 % pada tahun 2020.

3.4 Analisis Kelayakan Usaha

Studi kelayakan merupakan penilaian yang menyeluruh untuk menilai keberhasilan suatu proyek, dan studi kelayakan proyek mempunyai tujuan menghindari keterlanjuran penanaman modal yang terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan (Jumingan, 2009).

3.4.1 Aspek Teknis

1. Lokasi Produksi

Produk haikayu diproduksi di lokasi produksi yang disewa oleh haikayu. Lokasi produksi produk haikayu dilakukan di Jl Magelang km 17, Margorejo, Tempel, Sleman.

2. Bahan Baku, Bahan Tambahan, dan Bahan Penolong

Bahan baku dari produk haikayu adalah limbah kayu dengan harga dihitung berdasarkan volume kubikasi kayu dalam ukuran cm^3 dikalikan Rp 2.500.000 lalu dibagi 1.000.000. Berdasarkan dasar perhitungan tersebut, haikayu dapat memperoleh bahan baku dengan harga Rp 2,5 per cm^3 . Bahan tambahan untuk finishing adalah cairan finishing dengan harga Rp 45.000 per botol.

3. Peralatan Produksi

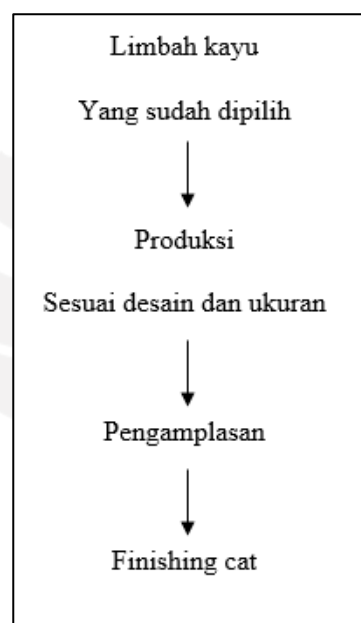
Peralatan produksi dibeli dengan kondisi sebagai tangan kedua. Sehingga, mesin produksi didapatkan dengan harga yang sedikit lebih

murah. Mesin produksi yang dibeli berupa mesin amplas, mesin bor, mesin pasah dan mesin circle. Sedangkan peralatan yang dibeli berupa gunting dan kain lap.

4. Proses Produksi

Berikut adalah gambaran umum dari proses produksi produk haikayu:

Gambar 3.2 Proses Produksi



Sumber: Data pribadi haikayu

3.4.2 Aspek Keuangan

1. Kebutuhan Investasi Awal

Tabel 3.3 Kebutuhan Investasi Awal

Kebutuhan Investasi Awal		
No	Kebutuhan	Total Harga
1	Alat & Mesin	Rp 3.218.000
2	Sewa lahan	Rp 375.000
3	Overhead 3 bulan	Rp 231.000
4	Bahan baku	Rp 205.840
5	Tenaga Kerja	Rp 260.000
6	Non Manufaktur	Rp 320.000
Total		Rp 4.609.840

2. Sumber Dana

Sumber dana atau modal Haikayu adalah murni dari modal pribadi pemilik sebesar Rp 5.000.000.

3. Anggaran Laba Rugi

Tabel 3.4 Anggaran Laba Rugi

Laporan Laba Rugi yang Dianggarkan		
untuk bulan November - Desember 2021		
Pendapatan		Rp 1.385.000
Harga Pokok Penjualan		Rp 550.648
Margin Kotor		Rp 834.352
Biaya Operasi		
-Pemasaran	Rp 100.000	
-Pengemasan	Rp 160.000	

-Kuota	Rp 60.000	Rp. 320.000
Pendapatan Operasional		Rp 514.352

4. Analisa *Return on Investment (ROI)*

$ROI = \text{Laba Bersih} / \text{Total Investasi}$

$ROI = \text{Rp } 514.352 / \text{Rp } 1.385.000$

$ROI = 0,371$ atau 37,1 %

Berdasarkan perhitungan ROI di atas, bisnis Haikayu memiliki ROI sebesar 37,1 %. Hasil bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa bisnis ini menguntungkan dan layak untuk dikembangkan.

3.5 Keberlanjutan Usaha Proyek Bisnis

Keberlanjutan usaha merupakan keadaan di mana sebuah usaha tetap berlanjut dari waktu ke waktu secara turun menurun dalam jangka waktu yang Panjang. Keberlanjutan usaha diharapkan dapat meningkatkan produktivitas, meningkatkan keuntungan. Keberlangsungan usaha Haikayu membutuhkan promosi yang tepat dan pemasaran yang lebih gencar. Berikut adalah beberapa rencana keberlanjutan usaha Haikayu ke depan:

1. Produk-produk haikayu saat ini masih berfokus pada barang-barang dapur. Kedepan, haikayu ingin mengembangkan produk-produk tersebut ke arah souvenir agar dapat memperluas pasar penjualan bisnis haikayu.
2. Penjualan produk-produk haikayu saat ini dilakukan melalui sosial media dan platform jual beli online. Setelah haikayu berhasil memasarkan produknya melalui online, haikayu ingin membuka toko

offline untuk dapat mendisplay produk-produk yang dimiliki dalam toko.

3. Proses produksi produk haikayu saat ini dilakukan dengan mesin produksi yang sebelumnya dibeli dalam kondisi second. Kedepannya, haikayu ingin membeli mesin produksi yang memiliki kondisi lebih bagus dan menambah kelengkapan mesin agar dapat memproduksi produk yang lebih bervariasi.



BAB IV

PERKEMBANGAN DAN REALISASI PROYEK BISNIS

4.1 Profil Bisnis

4.1.1 Sejarah Usaha

Haikayu merupakan sebuah usaha yang berdiri dengan latar belakang tingginya jumlah limbah kayu dan kurang optimalnya pemanfaatan limbah kayu tersebut. Haikayu didirikan dengan harapan dapat menjadi salah satu ide bisnis yang dapat sekaligus menjadi upaya penanganan kurang optimalnya pemanfaatan limbah kayu. Haikayu menawarkan berbagai macam produk dapur seperti talenan, mangkuk, gelas, tatakan gelas, sendok, garpu, sumpit, dan piring. Produk-produk yang ditawarkan haikayu berbahan dasar limbah kayu.

4.1.2 Arti Logo dan *Tagline*

Haikayu memiliki logo berbentuk huruf “H” dengan tulisan haikayu di tengahnya. Ada perubahan logo pada proyek bisnis ini. Keputusan perubahan logo diambil karena logo sebelumnya hanya tulisan biasa berwarna hitam, sehingga terkesan kurang menarik. Pada logo yang baru, warna orange dipilih karena warna tersebut membawa kesan kreatif, bahagia, kebebasan, dan kepercayaan diri. Menurut salah satu artikel yang diterbitkan kominfo pada bpptik.kominfo.go.id, umumnya perusahaan yang memiliki budaya kerja atau semangat kerja kreativitas dan kebebasan akan memilih warna orange sebagai salah satu warna identitas perusahaannya. Haikayu ingin menamkan nilai kreativitas dan kebebasan, sehingga dipilihlah warna tersebut.

Gambar 4.1 Logo Haikayu



Sumber: Data pribadi haikayu

Sedangkan *tagline* yang dipakai haikayu adalah “Dari Limbah Kayu untuk Lingkungan yang Lebih Baik”, artinya adalah usaha ini memiliki tujuan untuk menjadi salah satu alternatif bisnis yang sekaligus dapat menangani masalah kurang optimalnya pemanfaatan limbah kayu.

4.1.3 Visi dan Misi

Visi yang ingin dicapai oleh Haikayu adalah menjadi perusahaan manufaktur yang sekaligus menjadi salah satu usaha penanganan masalah limbah kayu berskala nasional. Untuk mencapai visi tersebut, Haikayu merumuskan beberapa misi sebagai berikut:

1. Menyediakan produk berbahan dasar limbah kayu dengan kualitas maksimal.
2. Memberi pelayanan yang baik untuk para pelanggan.
3. Melakukan berbagai macam inovasi dalam menciptakan produk.

4.1.4 Struktur Hukum dan Organisasi

Haikayu saat ini merupakan unit usaha yang belum memiliki badan hukum tertentu. Hal ini dikarenakan usaha ini masih merupakan usaha yang

baru dibentuk. Proyeksi kedepan, haikayu diharapkan dapat membuat legalitasnya menjadi berbadan hukum resmi agar menjadi lebih baik sesuai dengan aturan pemerintah yang berlaku.

4.2 Realisasi Anggaran Proyek Bisnis

4.2.1 Kebutuhan Modal

Dalam rencana awal pembuatan usaha Haikayu ini, dilakukan pendataan tentang apa saja yang diperlukan untuk investasi awal. Berikut adalah realisasi kebutuhan awal usaha Haikayu:

Tabel 4.1 Realisasi Kebutuhan Awal

No	Keterangan	Biaya
1	Kain lap	Rp 4.000
2	Gunting	Rp 4.000
3	Pasah	Rp 770.000
4	Mesin amplas	Rp 570.000
5	Mesin bor	Rp 570.000
6	Mesin circle	Rp 1.300.000
7	Bahan baku limbah	Rp 128.800
8	Tenaga kerja	Rp 130.000
9	Listrik	Rp 50.000
10	Amplas	Rp. 25.000
11	Oil Finishing	Rp 90.000
12	Lem G	Rp 6.000
13	Kuota Internet	Rp 19.800
Total		Rp 3.667.600

Sumber Pendanaan yang digunakan oleh Haikayu adalah 100% berasal dari modal pribadi, sehingga haikayu tidak memiliki beban pinjaman dari mana pun.

Tabel 4.2 Sumber Modal

Sumber Modal		
	Persentase	Jumlah
Modal Sendiri	100%	Rp 5.000.000

4.2.2 Perbandingan Rencana dan Realisasi Laba Rugi

Laba rugi usaha Haikayu memiliki perbedaan antara estimasi laba rugi yang diharapkan dengan realisasinya. Hal ini disebabkan adanya perubahan dalam proses produksi berupa pengembangan dan penambahan produk yang diproduksi oleh Haikayu. Sehingga, ada beberapa produk yang sudah diestimasi namun tidak jadi diproduksi, dan ada beberapa produk diproduksi padahal sebelumnya belum direncanakan di awal untuk diproduksi.

Berikut adalah estimasi laba rugi bulan Oktober-Desember 2021 dari usaha Haikayu yang direncanakan di awal:

Tabel 4.3 Laporan Laba Rugi yang Dianggarkan

Laporan Laba Rugi yang Dianggarkan untuk Bulan November - Desember 2021		
Pendapatan		Rp 1.385.000
Harga Pokok Penjualan		Rp 550.648
Margin Kotor		Rp 834.352

Biaya Operasi		
-Pemasaran	Rp 100.000	
-Pengemasan	Rp 160.000	
-Kuota	Rp 60.000	Rp. 320.000
Pendapatan Operasional		Rp 514.352

Berikut adalah realisasi laba rugi proyek bisnis Haikayu bulan Oktober-Desember 2021:

Tabel 4.4 Laporan Laba Rugi

Haikayu		
Laporan Laba Rugi		
untuk bulan November - Desember 2021		
Pendapatan		Rp 1.377.500
Harga Pokok Penjualan		Rp 719.200
Margin Kotor		Rp 658.300
Biaya Operasi		
-Pemasaran	Rp 90.000	
-Pengemasan	Rp 104.000	
-Kuota	Rp 101.800	Rp. 295.800
Pendapatan Operasional		Rp 362.500
Laba Bersih		Rp 362.500

4.2.3 Laporan Posisi Keuangan

Berikut ini merupakan posisi keuangan dari proyek bisnis usaha Haikayu pada tanggal 31 Desember 2021:

Tabel 4.5 Laporan Posisi Keuangan per 31 Desember 2021

Haikayu		
Laporan Posisi Keuangan		
31 Desember 2021		
Aktiva Lancar		
Kas	Rp 2.312.900	
Jumlah Aktiva Lancar		Rp 2.312.900
Aktiva Tetap		
Mesin dan Peralatan	Rp 3.337.500	
Persediaan	Rp 405.300	
Perlengkapan	Rp 303.900	
Jumlah Aktiva Tetap		Rp 4.046.700
Total Aktiva		Rp 6.359.600
Ekuitas		
Modal Pribadi	Rp 5.000.000	
Hibah UII	Rp 997.100	
Pendapatan	Rp 362.500	
Jumlah Ekuitas		Rp 6.359.600
Total Ekuitas		Rp 6.359.600

4.2.4 Arus Kas

Berikut ini merupakan realisasi dari arus kas proyek bisnis usaha Haikayu yang telah berlangsung dari bulan Oktober 2021 hingga Desember 2021:

Tabel 4.6 Arus Kas

Haikayu Laporan Arus Kas Bulan Oktober-Desember 2021	
Arus Kas Kegiatan Operasi	Rp 362.500
Arus Kas Kegiatan Investasi	(Rp 4.046.700)
Arus Kas Kegiatan Pendanaan	Rp 5.997.100
Kenaikan Kas	Rp 2.312.900
Kas pada Awal Periode	Rp 0
Kas pada Akhir Periode (31 Desember 2021)	Rp 2.312.900

4.3 Pelaksanaan Proyek Bisnis

4.3.1 Tinjauan Aspek Organisasi

Usaha Haikayu bergerak dan memproduksi dibidang barang-barang dapur berbahan dasar limbah kayu. Untuk aspek organisasi, Haikayu memiliki data kepemilikan sebagai berikut

Nama Perusahaan : Haikayu

Nama Pemilik : Dinda Alfita Syahrani

Alamat : Jl. Magelang Km 17, Karanganyar, Margorejo, Tempel,
Sleman, Yogyakarta.

Badan Hukum : Belum terdaftar.

4.3.2 Tinjauan Aspek Produksi

4.3.2.1 Produk

Produk yang dihasilkan adalah barang-barang dapur yang berbahan dasar limbah kayu. Awalnya, haikayu mempertahankan corak alami kayu pada setiap produknya. Namun, setelah presentasi antara proyek bisnis pada tanggal 8 November 2021, dosen pembimbing dan dosen penguji memberikan saran untuk mencari inovasi baru pada produk haikayu agar memiliki karakteristik yang lebih kuat. Setelah dilakukan beberapa riset, akhirnya haikayu memutuskan untuk mengembangkan produk dengan melukis produk yang telah diproduksi. Sehingga, saat ini haikayu memiliki dua pilihan corak, yaitu corak natural dengan finishing oil dan dilukis. Berikut adalah produk-produk dari haikayu yang telah diproduksi pada bulan Oktober-Desember 2021:

1. Talenan Natural Tipe A

Gambar 4.2 Talenan Natural Tipe A



2. Talenan Natural Tipe B

Gambar 4.3 Talenan Natural Tipe B



3. Talenan Natural Tipe C

Gambar 4.4 Talenan Natural Tipe C



4. Talenan Motif Tipe A

Gambar 4.5 Talenan Motif Tipe A



HAIKAYU

5. Talenan Motif Tipe B

Gambar 4.6 Talenan Motif Tipe B



HAIKAYU

6. Tatakan Gelas Natural

Gambar 4.7 Tatakan Gelas Natural



7. Tatakan Gelas Lukis

Gambar 4.8 Tatakan Gelas Lukis



8. Piring Natural

Gambar 4.9 Piring Natural



9. Piring Motif

Gambar 4.10 Piring Motif



10. Mangkuk Natural

Gambar 4.11 Mangkuk Natural



11. Mangkuk Lukis

Gambar 4.12 Mangkuk Lukis



12. Gelas Natural

Gambar 4.13 Gelas Natural



13. Gelas Lukis

Gambar 4.14 Gelas Lukis



14. Sendok & Garpu set natural

Gambar 4.15 Sendok & Garpu Set Natural



15. Sendok & Garpu set Lukis

Gambar 4.16 Sendok & Garpu set Lukis



16. Sumpit Natural

Gambar 4.17 Sumpit Natural



17. Sumpit Lukis

Gambar 4.18 Sumpit Lukis



18. Hampers Paket 150

Gambar 4.19 Hampers Paket 150



19. Hampers Paket 100

Gambar 4.20 Hampers Paket 100



20. Hampers Set Motif

Gambar 4.21 Hampers Set Motif



4.3.2.2 Proses Produksi

Proses produksi dari produk haikayu diawali dengan proses persiapan terlebih dahulu. Proses persiapan ditujukan untuk mempersiapkan produksi produk-produk dari haikayu. Persiapan dimulai dengan membeli mesin-mesin produksi, pembuatan desain dan

ukuran produk, pembelian bahan baku, dan pembelian oil finishing produk. Selain itu dilakukan pula diskusi dengan tukang kayu setelah desain dan ukuran produk dibuat, hal tersebut bertujuan untuk menentukan jumlah bahan baku yang diperlukan dalam proses produksi. Proses persiapan ini dilakukan di dua minggu terakhir pada bulan September 2021.

Proses produksi dilakukan oleh tukang kayu dengan alat-alat produksi yang sudah dibeli di lokasi produksi yang beralamatkan di Jl. Magelang km 17, Margorejo, Tempel, Sleman, Yogyakarta. Setelah produk dihasilkan, maka produk akan difinishing dan dilukis dengan corak yang sudah ditentukan.

4.3.3 Tinjauan Aspek Pemasaran

Tinjauan aspek pemasaran ini akan menjabarkan mengenai *marketing mix* dari Haikayu:

1. Product (*Product*) : Haikayu menawarkan produk berupa talenan, tatakan gelas, piring, mangkuk, gelas, sendok dan garpu, sumpit, dan paket hampers. Produk-produk yang ditawarkan berbahan dasar limbah kayu dengan dua pilihan corak, yaitu natural dan dilukis.
2. Harga (*Price*) : Harga produk yang ditawarkan Haikayu berkisar antara Rp 5.000 hingga Rp 150.000
3. Tempat (*Place*) : Haikayu berada di Karanganyar, Margorejo, Tempel, Sleman, Yogyakarta. Alasan pemilihan tempat ini adalah karena pemilik berasal dari daerah tersebut. Disekitar lokasi tersebut juga terdapat

beberapa gudang pemasok kayu, sehingga haikayu mudah untuk mendapatkan bahan baku.

4. Promosi (*Promotion*) : Haikayu mempromosikan produk dengan promosi secara *online* dan promosi secara *offline*.

- a. *Online Marketing*

Haikayu melakukan periklanan melalui media elektronik. Pemasaran produk haikayu sangat mengandalkan *e-commerce* dan sosial media. Hal ini dikarenakan haikayu belum memiliki toko ataupun kantor untuk melakukan operasional usaha.

Haikayu memasarkan produk di sosial media Instagram, facebook, dan *e-commerce* (shopee dan Tokopedia). Haikayu juga memanfaatkan iklan di sosial media Instagram, dimana spesifikasi konsumen dapat ditentukan dengan sangat detail seperti apa gendernya, rentang umur konsumen yang diinginkan, dan sebagainya.

- b. *Offline Marketing*

Haikayu juga melakukan pemasaran secara *offline*, yaitu dengan berhubungan langsung dengan konsumen individual. Strategi ini ditujukan pada orang-orang tertentu yang membutuhkan produk yang dijual oleh Haikayu, seperti para ibu rumah tangga di masyarakat sekitar.

4.4 Identifikasi Masalah dan Pemecahannya

4.4.1 Identifikasi Masalah

Dalam menjalankan proyek bisnis Haikayu, telah ditemukan beberapa masalah yang terjadi selama proses bisnis berlangsung. Berikut ini adalah

identifikasi masalah yang ditemukan pada proyek bisnis Haikayu yang telah berlangsung dari bulan Oktober 2021 hingga Desember 2021:

1. Munculnya jamur pada produk yang telah diproduksi.
2. Munculnya keretakan pada produk.
3. Produk yang diproduksi belum memiliki keunikan.

4.4.2 Pemecahan Masalah

1. Munculnya jamur pada produk yang telah diproduksi.

Masalah muncul setelah proses produksi terlaksana. Produk yang sudah selesai diproduksi berjamur. Jamur tumbuh pada waktu yang berbeda-beda, ada yang tiga hari setelah diproduksi dan ada yang setelah satu minggu diproduksi. Bahkan, ada produk berjamur meski sudah di finishing. Setelah diselidiki lebih lanjut, penyebab masalah adalah karena bahan baku limbah kayu yang digunakan belum 100% kering ketika diproduksi menjadi produk. Solusi yang didapat untuk menghilangkan jamur-jamur tersebut adalah dengan menjemur produk-produk yang berjamur di bawah sinar matahari.

2. Munculnya keretakan pada produk.

Masalah yang kedua adalah ketika produk dijemur terlalu lama, maka akan terjadi sedikit keretakan pada produk. Solusi yang bisa dilakukan adalah dengan menambal retakan dengan lem g.

3. Produk yang diproduksi belum memiliki keunikan.

Masalah yang ketiga adalah produk dari haikayu masih biasa dan belum memiliki keunikan. Sehingga, saat presentasi antara pada hari Senin, 8 November 2021 dosen pembimbing dan dosen pembahas

menyarankan untuk memikirkan kembali produk dari haikayu, agar dapat membuat inovasi unik dan berbeda dari pesaing lain. Awalnya, haikayu berencana mencoba membuat keunikan produk dengan membuat lukisan bakar berpola batik menggunakan solder bakar kayu pada produk talenan. Namun ternyata melukis dengan teknik bakar secara manual tidak semudah yang dibayangkan. Hasil lukisan kurang rapi dan malah merusak produk. Akhirnya, realisasi inovasi keunikan produk dirubah dari yang rencananya dilukis dengan teknik bakar dengan solder menjadi dilukis dengan cat dan kuas.

4.5 Analisis Pelaksanaan Proyek Bisnis

Analisis pelaksanaan proyek bisnis ini menguraikan berbagai macam keputusan-keputusan yang telah diambil dalam pelaksanaan proyek bisnis secara lebih mendalam, termasuk pertimbangan dalam memilih untuk mengambil keputusan tersebut.

Pada saat perencanaan, jenis produk haikayu yang diproduksi ada 8 macam, yaitu tiga model talenan dengan masing-masing bentuk dan ukuran yang berbeda, tatakan gelas, dua model kotak penyimpanan dengan masing-masing bentuk dan ukuran berbeda, serta rak buku mini. Pada bulan Oktober 2021, telah diproduksi tiga model talenan dengan masing-masing bentuk dan ukuran yang berbeda dan tatakan gelas sesuai dengan rencana. Setelah pembuatan laporan antara dan mempresentasikannya, haikayu diberikan saran untuk lebih fokus untuk membuat produk yang lebih unik. Setelah itu, haikayu mengembangkan produk dengan menambah jenis produk yang lebih fokus ke kebutuhan dapur berupa mangkuk, piring, sendok, garpu, sumpit. Kemudian, produk-produk yang telah diproduksi

dikembangkan coraknya dengan dihias lukis agar menjadi lebih unik dan berbeda dengan produk yang dimiliki oleh pesaing lainnya. Selain itu, haikayu juga mengembangkan paket hampers berisikan produk-produk dari haikayu.



BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Proyek bisnis Haikayu telah berjalan selama tiga bulan terhitung sejak bulan Oktober 2021 sampai dengan bulan Desember 2021. Secara keseluruhan, pelaksanaan proyek bisnis telah terlaksana dengan baik. Namun, ada beberapa perubahan yang menyebabkan tidak sesuai rencana bisnis dengan realisasi bisnis. Hal ini disebabkan oleh kurang matangnya perencanaan bisnis sebelum bisnis dijalankan. Kurang matangnya perencanaan bisnis tersebut mengakibatkan munculnya beberapa masalah pada proses produksi dan perbedaan anggaran dengan realisasi. Pematangan konsep bisnis Haikayu semakin jelas dan membaik setelah proyek bisnis berjalan.

5.2 Rekomendasi

Merujuk pada laporan ini ada beberapa rekomendasi yang dapat diberikan, diantaranya:

1. Apabila ingin memasuki dunia bisnis, dianjurkan untuk membuat perencanaan bisnis yang benar-benar matang terlebih dahulu. Tujuan dibuatnya perencanaan bisnis yang matang adalah agar bisnis yang akan dijalankan dapat memiliki rencana yang rapi dan sesuai dengan tujuan bisnis tersebut dibangun.
2. Sebelum memulai bisnis produk perkayuan ataupun kriya, perlu belajar mengenai cara pengolahan dan produksi produk kayu. Pengetahuan tersebut akan mengurangi resiko timbulnya masalah produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreani, A. P., & Rahmawan Dwi Prasetya. (2019). *Petrified Wood: Karakteristik dan Aplikasinya dalam Bidang Desain Produk*. *Jurnal Itenas Rekarupa*, 2(5), 124-134.
- Bekraf. (2019). *Opus Creative Economy Outlook 2019*.
- Catriana, Elsa. (2021). Industri Furnitur Kembali Tumbuh di Triwulan I 2021. money.kompas.com.
<https://money.kompas.com/read/2021/05/27/144928926/industri-furnitur-kembali-tumbuh-di-triwulan-i-2021>
- Jumingan. (2009). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Global Edition (Global)*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Musfiroh, Hafshoh. (2020). Kajian Komparatif Perancangan dan Produksi Peralatan Saji (Studi Kasus CV Estetika Indonesia). *Jurnal Desain Produk (Pengetahuan dan Perancangan Produk)*, 3(8), 261-268.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2015). *Business Model Generation*. Canada: John Wiley & Sons, inc.
- Sutarman, I. W. (2016). Pemanfaatan Limbah Industri Pengolahan Kayu di Kota Denpasar (Studi Kasus pada CV Aditya). *Jurnal PASTI*, X(1), 15 – 22.
<https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/pasti/article/view/668>
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Semarang: Semarang University.

Lampiran 1. Laporan Realisasi Anggaran

Realisasi Pembelian Bahan Baku dan Biaya Tenaga Kerja Langsung

	Anggaran	Realisasi
Anggaran bahan baku unit fisik	82.336 cm ³	89.410 cm ³
Anggaran biaya pembelian bahan baku	Rp205.840	Rp223.500
Anggaran biaya tenaga kerja langsung	Rp260.000	Rp610.000

Realisasi Biaya Overhead

Biaya Overhead Manufaktur	Anggaran	Realisasi
Biaya Variabel		
Listrik Alat	Rp80.000	Rp100.000
Amplas	Rp25.000	Rp75.000
Finishing	Rp90.000	Rp90.000
Lem	Rp6.000	Rp6.000
Biaya Tetap		
Listrik	Rp20.000	Rp20.000
Pemeliharaan	Rp10.000	Rp0
Total Biaya Overhead Manufaktur	Rp231.000	Rp291.000

Realisasi Biaya Non-Manufaktur

	Anggaran	Realisasi
Pemasaran	Rp100.000	Rp 90.000
Pengemasan	Rp160.000	Rp 104.000
Kuota Internet	Rp60.000	Rp 101.800
Total Biaya	Rp320.000	Rp295.800

Realisasi COGS

	Anggaran	Realisasi
Bahan baku langsung yang digunakan	Rp205.840	Rp 223.500
Tenaga kerja langsung	Rp260.000	Rp 610.000
Overhead operasi	Rp231.000	Rp 291.000
Harga barang siap jual	Rp696.840	Rp 1.124.500
Dikurangi total persediaan akhir	Rp146.192	Rp 405.300
Harga Pokok Penjualan	Rp550.648	Rp 719.200

Laporan Laba Rugi

Haikayu			
Laporan laba rugi			
untuk bulan November - Desember 2021			
Pendapatan			Rp1.377.500
Harga Pokok Penjualan			Rp719.200
Margin Kotor			Rp658.300
Biaya Operasi			
	Pemasaran	Rp90.000	
	Pengemasan	Rp104.000	
	Kuota Internet	Rp101.800	Rp295.800
Pendapatan Operasional			Rp362.500
Laba bersih			Rp362.500

Laporan Posisi Keuangan per 31 Desember 2021

Haikayu			
Laporan Posisi Keuangan			
31-Des-21			
Aktiva Lancar			
	Kas		Rp2.312.900
	Jumlah Aktiva Lancar		Rp2.312.900
Aktiva Tetap			
	Mesin dan Peralatan		Rp3.337.500
	Persediaan		Rp405.300
	Perlengkapan		Rp303.900
	Jumlah Aktiva Tetap		Rp4.046.700
Total Aktiva			Rp6.359.600
Ekuitas			
	Modal Pribadi		Rp5.000.000
	Hibah UII		Rp997.100
	Pendapatan		Rp362.500
	Jumlah Ekuitas		Rp6.359.600
Total Ekuitas			Rp6.359.600

Arus Kas

Haikayu Laporan Arus Kas Bulan Oktober-Desember 2021	
Arus Kas Kegiatan Operasi	Rp 362.500
Arus Kas Kegiatan Investasi	(Rp 4.046.700)
Arus Kas Kegiatan Pendanaan	Rp 5.997.100
Kenaikan Kas	Rp 2.312.900
Kas pada Awal Periode	Rp 0
Kas pada Akhir Periode (31 Desember 2021)	Rp 2.312.900

INFLOW	Oktober	November	Desember
Modal Pribadi	Rp5.000.000		
Hibah UII			Rp997.100
Penjualan		Rp227.500	Rp1.150.000
Total inflow	Rp5.000.000	Rp227.500	Rp2.147.100
OUTFLOW			
Kain lap	Rp4.000		
Gunting	Rp4.000		
Pasah	Rp770.000		
Mesin Amplas	Rp570.000		
Bor	Rp570.000		
circle	Rp1.300.000		
Bahan baku limbah	Rp128.800	Rp 33.600	Rp 5.000
Tenaga Kerja	Rp130.000	Rp 450.000	Rp 30.000
Listrik	Rp50.000	Rp 50.000	Rp 20.000
Amplas	Rp25.000	Rp 25.000	Rp 25.000
Oil Finishing	Rp90.000		
Lem G	Rp6.000		
Kuota internet	Rp19.800	Rp 41.000	Rp 41.000
Solder kayu		Rp 74.500	
Cat Putih		Rp 36.000	
Cat Warna		Rp 54.000	
Kuas		Rp 20.000	
Bubble Wrap		Rp 40.000	
Kardus		Rp 11.000	
Kertas		Rp 22.000	
Print ucapan		Rp 11.000	
Plastik		Rp 10.000	
Produksi sample			Rp 80.000
Kotak hampers 150			Rp 60.000
Kotak hampers 100			Rp 119.000
Kain lap bonus			Rp 12.000
Kertas isian hampers			Rp 10.000
Pita			Rp 4.000
Kain tile			Rp 6.000
Lakban			Rp 14.000
Iklan			Rp 90.000
Total outflow	Rp3.667.600	Rp 878.100	Rp 516.000
Net cash inflow-outflow	Rp1.332.400	-Rp 650.600	Rp 1.631.100
Saldo Awal	Rp0	Rp 1.332.400	Rp 681.800
Saldo Akhir	Rp1.332.400	Rp 681.800	Rp 2.312.900

Lampiran 3. Laporan Kinerja (*Performance Report*)

Perbandingan Luaran, Anggaran, dan Realisasi Kinerja

No	Luaran	Anggaran	Realisasi
1.	Limbah kayu dapat diolah menjadi barang-barang dengan nilai guna yang lebih tinggi daripada sekedar menjadi limbah.	Haikayu memproduksi 8 macam produk pada proyek bisnis dari bulan Oktober hingga Desember 2021	Haikayu memproduksi 20 macam produk pada proyek bisnis dari bulan Oktober hingga Desember 2021
2.	Produk yang dihasilkan Haikayu dapat dipasarkan ke masyarakat.	Anggaran Laba Rugi untuk periode Oktober hingga Desember 2021 adalah Rp 514.352	Realisasi Laba Rugi untuk periode Oktober hingga Desember 2021 adalah Rp 362.500

Lampiran 4. Dokumentasi Proyek Bisnis

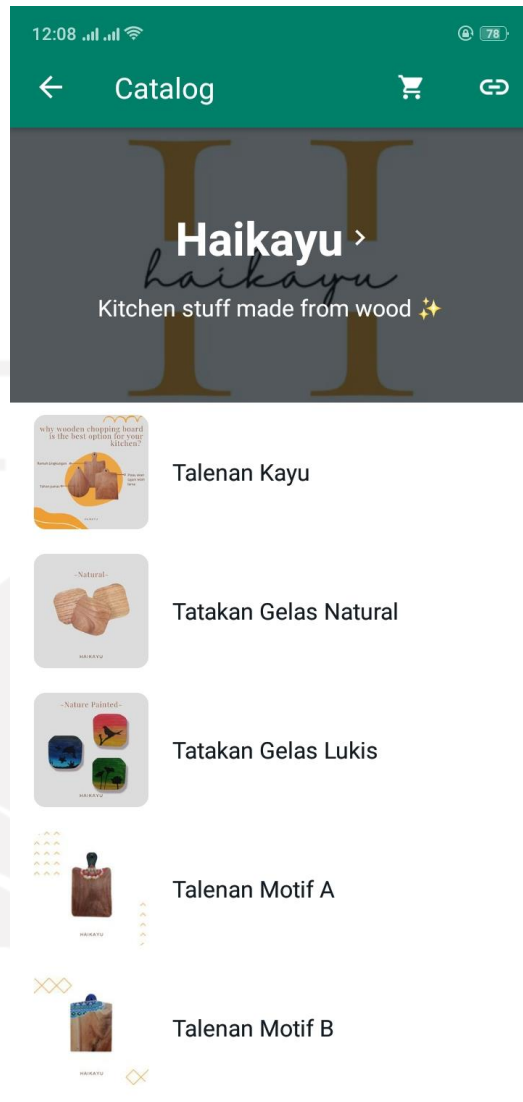
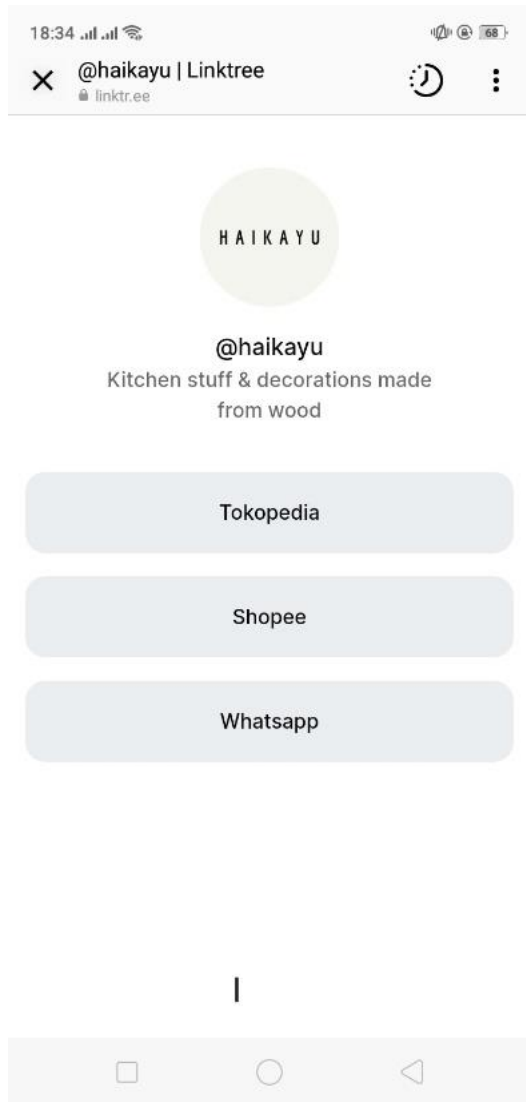




SIA
الجمهورية الإسلامية الأندلسية



الجمهورية الإسلامية الأندلسية



haikayu

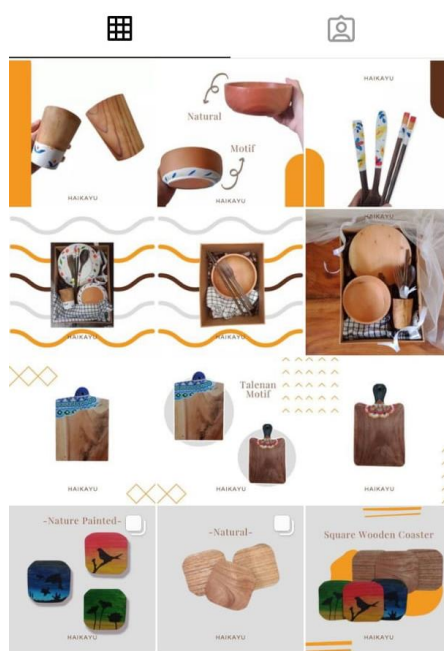


18 Posts 56 Followers 27 Following

HAIKAYU-Wooden Stuff
Home decor
Sleman, Yogyakarta
Order 📞📞📞
linktr.ee/haikayu

- Edit profile
- Promotions
- Insights
- Add shop
- Contact

Story highlights



tokopedia

Kategori Di Haikayu Cari barang di sini

Jaket Pria Ipad Air 4 Lampu Taman Iphone 6s Face Shield Kandang Kucing

Di Kirim ke Jakarta Pusat

Etalase Toko (5)

Semua Produk

- Produk Terjual
- Preorder
- Barang Dapur
- Barang Dapur

Semua Produk











<p>Produk Terbaru Mangkuk Haikayu Motif Rp 38.000</p>	<p>Produk Terbaru Gelas Haikayu Natural Rp 30.000</p>	<p>Produk Terbaru Gelas Haikayu Motif Rp 31.000</p>	<p>Produk Terbaru Hampers Set Motif Rp 200.000</p>	<p>Preorder Hampers Hadiah Tahun Baru 2022 Murah Rp 150.000</p>
<p>Talenan Kayu Motif B</p>	<p>Talenan Kayu Motif A</p>	<p>-Nature Painted- Painted Square Wooden Coaster/Talakan Gelas Kayu</p>	<p>-Natural- Square Wooden Coaster/Talakan Gelas Kayu Natural</p>	<p>Talenan Kayu/ Wooden Cutting Board</p>

Chat

1 new notification

Halaman Utama Semua Produk Dapur & Alat Makan

► Semua Produk
Dapur & Alat Makan

 <p>SIKATU</p> <p>Talenan Motif B</p> <p>Rp34.900</p> <p>KAB. SLEMAN</p>	 <p>-Natural-</p> <p>SIKATU</p> <p>Square Wooden Coaster/ Tatakan Gelas Kayu/ Natural</p> <p>Rp6.800</p> <p>KAB. SLEMAN</p>	 <p>-Nature Painted-</p> <p>SIKATU</p> <p>Painted Square Wooden Coaster/ Tatakan Gelas Lukis...</p> <p>Rp10.000</p> <p>KAB. SLEMAN</p>	 <p>SIKATU</p> <p>Talenan Kayu/ Wooden Copping Board/ Tipe A</p> <p>Rp20.000</p> <p>KAB. SLEMAN</p>	 <p>SIKATU</p> <p>Talenan Kayu Motif A</p> <p>Rp29.900</p> <p>KAB. SLEMAN</p>
 <p>SIKATU</p> <p>Talenan Kayu/ Wooden Chopping Board/ Tipe C</p> <p>Rp25.000</p> <p>KAB. SLEMAN</p>	 <p>SIKATU</p> <p>Talenan Kayu/ Wooden Chopping Board/ Tipe B</p> <p>Rp25.000</p> <p>KAB. SLEMAN</p>	 <p>SIKATU</p> <p>Hampers Hadiah Tahun Baru 2022 Murah</p> <p>Rp150.000</p> <p>KAB. SLEMAN</p>	 <p>SIKATU</p> <p>Gelas Kayu Motif</p> <p>Rp31.000</p> <p>KAB. SLEMAN</p>	 <p>SIKATU</p> <p>Mangkok Kayu Halkayu</p> <p>Rp38.000</p> <p>KAB. SLEMAN</p>

Chat

