

## Pengembangan Usaha Lampu Hias Pipa Mg Craft Melalui Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Prasetiya Mulya

Achmad Rifqi Ramadhan<sup>1</sup>, Hansen Sutjiadi<sup>2</sup>, Hendry Anggie<sup>3</sup>, Reydia Adriel Paseru<sup>4</sup>, Selly Yul<sup>5</sup>, Sonya Katrina<sup>6</sup>,  
Stephanie Yenchristie<sup>7</sup>, Sonny Agustawan<sup>8\*</sup>

<sup>1</sup>Program Studi *Branding*, Universitas Prasetiya Mulya; <sup>2</sup>Program Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya;  
<sup>3</sup>Program Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya; <sup>4</sup>Program Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya; <sup>5</sup>Program  
Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya; <sup>6</sup>Program Studi Akuntansi, Universitas Prasetiya Mulya; <sup>7</sup>Program Studi  
Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya; <sup>8</sup>Program Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya.

\*sonny.agustiawan@pmbs.ac.id (Corresponding Author)

### **Abstract.**

*Community Development is a lecture activity held by Prasetiya Mulya University for semester 5 students. On this occasion our group obtained business partners in the Wangunjaya Village, Cugenang District. Who owns the business consists of decorative lights which have raw materials consisting of paralon pipes made of PVC (Polyvinyl Chloride). Starting from the operational aspects, financial, human resources to marketing. The target that our group have discussed is to expand the scope of this business, so that the number of people who know this product and its development can increase significantly. In terms of operations, our partner have been able to produce up to 100 products per month after occupying a new place. Before he moved to the new place, our partner was only able to produce 50 products per month. For finance, our partner use Value-Based Pricing strategies to determine the selling price of each product. In addition, we also managed to increase our partner's monthly income from Rp 2.375.000,- to Rp 4.257.300,-. Then, for the marketing department, our group had suggested our partner to uses social media like Instagram to market our products. Instagram is used to promote existing products, while more information about products and special orders can be done via WhatsApp. And for the human resources section, our partners managed to increase the number of employees from 2 employees to 5 employees..*

### **Keywords**

*Community  
Development,  
Business, Develop,  
PVC, Craft, Lamp*

## Abstrak

Community Development adalah kegiatan kuliah kerja nyata yang diadakan oleh Universitas Prasetiya Mulya kepada Mahasiswa semester 5. Pada kesempatan kali ini kelompok kami mendapatkan mitra usaha yang berada di Desa Wangunjaya, Kecamatan Cugenang. Mitra usaha kami memiliki usaha berupa lampu hias yang memiliki bahan baku berupa pipa paralon yang terbuat dari PVC (Polivinil Klorida). Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengembangkan usaha tersebut dari setiap aspek fungsionalnya, mulai dari aspek operasional, finansial, sumber daya manusia hingga pemasarannya. Target yang kelompok kami buat adalah memperluas ruang lingkup bisnis ini, sehingga jumlah masyarakat yang mengetahui produk ini beserta dengan pengembangannya dapat bertambah secara signifikan. Dalam segi operasional, mitra kami sudah dapat memproduksi hingga 100 produk per bulannya setelah menempati tempat yang baru. Sebelum pindah ke tempat baru, beliau hanya mampu memproduksi 50 produk per bulan. Pada bagian keuangan, Mitra kami menggunakan strategi *Value-Based Pricing* untuk menentukan harga jual setiap produk. Selain itu, kami juga berhasil meningkatkan pendapatan bulanan mitra kami dari Rp 2.375.000,- menjadi Rp 4.257.300,-. Lalu, untuk bagian pemasaran, kelompok kami menyarankan mitra kami untuk menggunakan media sosial seperti Instagram untuk memasarkan produk kami. Instagram digunakan untuk mempromosikan produk-produk yang ada, sedangkan untuk informasi lebih lanjut tentang produk dan pesanan khusus dapat dilakukan melalui *whatsapp*. Dan untuk bagian sumber daya manusia, mitra kami berhasil menambah jumlah karyawan dari 2 karyawan menjadi 5 karyawan.

## Kata Kunci

Community  
Development, PVC,  
Usaha,  
Pengembangan,  
Kerajinan, Lampu

## Pendahuluan

Pada Community Development (Comdev) kali ini, kelompok kami dari Builder 006 mendapatkan mitra usaha berupa lampu hias PVC yang berlokasi di Desa Wangunjaya, Kecamatan Cugenang. Kami memulai kegiatan Comdev ini dengan mendatangi Pesantren Manba'ul Ghufro, yang merupakan tempat produksi mitra kami sekaligus tempat tinggal sementara. Setelah beberapa hari kami tinggal disana, kami melihat bahwa kondisi bisnis yang dimiliki oleh mitra usaha kami masih tergolong sangat minimalis layaknya bisnis yang baru mulai. Seperti produktivitas yang masih belum maksimal karena tidak memiliki tempat produksi tetap yang dapat digunakan kapanpun dan juga SDM yang masih sangat terbatas. Produk yang dimiliki mitra usaha juga ternyata masih belum memiliki desain produk yang tetap. Maka dari itu kami memiliki tujuan untuk mengembangkan bisnis usaha yang dimiliki oleh mitra kami, sehingga mitra kami dapat memiliki penghasilan yang lebih tinggi.

Setelah melakukan riset lebih lanjut seperti melakukan survei online dan juga wawancara secara langsung, kami dapat mengetahui bahwa usaha lampu hias PVC yang dimiliki Pak Dedy S.

memiliki potensi yang cukup besar. Karena menurut hasil survei online dan juga wawancara yang tercantum pada lampiran Gambar 22, 23 dan 24 yang sudah kami lakukan sebelumnya, sebagian besar mengatakan bahwa produk tersebut sangat unik terutama dari segi desainnya dan mengatakan bersedia membeli produk tersebut dengan harga yang hampir senilai dua kali dengan harga yang sebelumnya ditetapkan oleh mitra usaha kami, yaitu sekitar Rp 150.000 sampai Rp 300.000. Dengan demikian kami juga bisa mendapatkan banyak manfaat dari kegiatan Comdev ini, yaitu kami menjadi lebih mengerti bagaimana rasanya beraktivitas langsung di dunia bisnis yang sebenarnya, dan dapat mengetahui permasalahan-permasalahan apa yang biasanya muncul saat memulai bisnis, sehingga kami juga dapat mengetahui bagaimana cara mengatasi bahkan mencegah masalah yang akan terjadi di kemudian hari.

### Perumusan Masalah

Berdasarkan pendahuluan yang telah terpapar diatas, kelompok kami telah merumuskan beberapa masalah yang dihadapi oleh mitra kami, yaitu sebagai berikut:

1. Mitra usaha tidak dapat melakukan produksi secara maksimal
2. Keterbatasan SDM mitra usaha
3. Tidak adanya desain produk tetap
4. Penentuan harga jual produk

### Telaah Literatur

#### Marketing Mix dan Value-Based Pricing

Konsep bauran pemasaran (*Marketing Mix*) menurut Philip Kotler adalah bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk dapat mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran harus dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan eksternal maupun internal. Faktor eksternal yaitu faktor diluar jangkauan perusahaan yang antara lain terdiri dari pesaing, teknologi, peraturan pemerintah, keadaan perekonomian, dan lingkungan sosial budaya. Sedangkan faktor internal adalah variabel-variabel yang terdapat dalam bauran pemasaran yakni : *Product* (produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), dan *Promotion* (Promosi).

Definisi harga menurut Philip Kotler adalah : *Price is the amount of money charged on a product or service, or the amount of value that consumers exchange for benefits because they own or use the product or service* (Kotler dan Amstrong (2012:62)). Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa. Teori **Value-based price** menurut Hinterhuber (2008:42) adalah strategi penetapan harga yang menetapkan harga terutama, tetapi tidak secara eksklusif, sesuai dengan nilai yang dirasakan

atau diperkirakan dari suatu produk atau layanan kepada pelanggan daripada sesuai dengan biaya produk atau harga historis. Ketika berhasil digunakan, itu akan meningkatkan profitabilitas melalui menghasilkan harga yang lebih tinggi tanpa berdampak besar pada volume penjualan.

### **Job Analysis dan Job Description**

Job Analysis menurut Luis R., Gomez, Meija, Balkin, D., & Candy, Robert L (2007) adalah prosedur pengumpulan data yang sistematis mengenai suatu jabatan dalam sebuah organisasi, khususnya mengenai tugas-tugas dan tanggung jawab dari jabatan tersebut. Prosedur ini berupaya untuk menciptakan kualitas dari pekerjaan dan kinerja total dari sebuah perusahaan. Perusahaan akan baik jika sumber daya manusia didalamnya telah mampu melaksanakan pekerjaan masing-masing dengan jelas, spesifik, serta tidak memiliki peran ganda yang dapat menghambat proses pencapaian kinerja. Pekerjaan atau tugas dilakukan maka sebelumnya, terlebih dahulu harus dilakukan suatu analisis pekerjaan (*job analysis*). Perlu diingat bahwa analisis pekerjaan tidak sama dengan deskripsi kerja (*job description*), namun pada akhirnya analisis pekerjaan akan berakhir pada suatu bentuk uraian tugas. Analisis pekerjaan merupakan kegiatan atau proses menghimpun dan menyusun berbagai informasi yang berkenaan dengan setiap pekerjaan, tugas-tugas, jenis pekerjaan, dan tanggung jawabnya secara operasional untuk mewujudkan tujuan organisasi atau bisnis sebuah perusahaan.

Menurut Mathis and Jackson (2006:214) deskripsi kerja merupakan proses menyebutkan tugas, tanggung jawab dari suatu pekerjaan. Tugas-tugas perlu diketahui dengan jelas apa jenisnya, selanjutnya tanggung jawab apa yang harus dipegang oleh karyawan yang melakukan tugas tersebut, sehingga karyawan tidak melakukan kesalahan dengan adanya kejelasan-kejelasan pekerjaan yang harus karyawan lakukan. Selanjutnya Mathis dan Jackson (2006:214) menyatakan ada tiga hal yang menjadi ukuran deskripsi kerja yang perlu diperhatikan yaitu :Tugas dan tanggung jawab esensial; Pengetahuan, keterampilan dan kemampuan yang dibutuhkan; dan Kerjasama yang dilakukan dalam menjalankan tugas yang didelegasikan.

### **Metode**

Berikut ini adalah salah satu tabel metode yang kami gunakan untuk mengidentifikasi Strength, Weakness, Opportunities dan juga Threats yang dimiliki oleh mitra usaha kami sebagai produsen lampu hias PVC.

**Tabel 1. Identifikasi SWOT Produsen Lampu Hias PVC**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Strengths</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kustomisasi design lampu PVC</li> <li>• Pipa pvc tidak memerlukan perawatan lebih dan tidak mudah rusak (seperti karat, lumut, dan sebagainya)</li> </ul>                                                                                     | <p><b>Weakness</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apabila terjadi kesalahan, produk tidak bisa dijual</li> <li>• Sulit untuk <i>mass production</i></li> <li>• Peralatan yang sangat terbatas</li> <li>• Jumlah pekerja yang minimum</li> <li>• Pembagian kerja yang belum jelas</li> <li>• Metode penjualan yang belum tergolong baik</li> <li>• Tempat produksi yang tidak sesuai</li> </ul> |
| <p><b>Opportunities</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki sedikit pesaing (<i>blue ocean</i>) di wilayah Cianjur.</li> <li>• Pipa PVC dapat dibuat tidak hanya menjadi lampu duduk melainkan dapat menjadi lampu dinding, lampu gantung atau inovasi-inovasi kerajinan lainnya.</li> </ul> | <p><b>Threats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya pesaing baru di luar kawasan Cianjur.</li> <li>• Membutuhkan skill khusus karena design kompetitor semakin menarik.</li> <li>• Adanya perusahaan kriya yang skalanya lebih besar membuat produk yang mirip dengan produk MG Craft</li> </ul>                                                                                           |

Kemudian dari perumusan masalah yang ada di atas kami dapat menemukan bahwa mitra usaha belum memiliki tempat kerja yang layak, peralatan yang sangat terbatas, jumlah pekerja yang minimum, pembagian kerja yang belum jelas dan metode penjualan yang belum tergolong baik.

1. **Tempat kerja yang belum layak.** Sebelumnya, Mitra kami tidak memiliki tempat kerja yang belum layak karena di tempat sebelumnya, Mitra kami mengalami banyak keterbatasan, terutama dalam hal waktu produksi. Hal ini dikarenakan adanya kegiatan belajar mengajar di pesantren sehingga kegiatan produksi hanya dapat dilaksanakan dari pukul 8.00 - 14.00. Hal ini menyebabkan produksi tidak dapat berjalan dengan maksimal, karena ketika proses produksi dilakukan, secara otomatis akan mengganggu proses produksi lampu mitra kami, dan berbahaya bagi anak-anak karena saat terjadinya produksi, akan selalu menarik perhatian anak-

anak, sehingga untuk alasan keamanan, karena proses produksi menggunakan mini grinder, maka proses produksi akan dihentikan selama beberapa jam menunggu anak-anak pesantren selesai belajar di pesantren.

Maka dari itu, kami hendak menjawab permasalahan tersebut dengan mencari tempat kerja baru yang berjarak dekat tanpa membutuhkan biaya yang besar, sehingga mitra usaha bisa memiliki jam kerja yang jelas dan pasti. Yaitu tempat kontrakan yang setelah kami hitung, memiliki biaya yang jauh lebih kecil jika dibandingkan dengan benefit yang bisa didapatkan karena memiliki tingkat produktivitas yang jauh lebih tinggi.

2. **Peralatan yang masih sangat terbatas.** Saat kami pertama kali datang ke pesantren, Mitra kami berkata bahwa beliau hanya memiliki 1 grinder saja. Hal ini mengakibatkan kegiatan produksi tidak maksimal, dimana dalam 1 hari produksi, beliau hanya bisa memproduksi maksimal 2 unit barang jadi. Oleh karena itu, kami dapat memecahkan permasalahan tersebut dengan mencari peralatan apa saja yang sebenarnya dibutuhkan oleh mitra usaha agar usaha yang dimiliki bisa memiliki alur produksi yang lebih efektif serta efisien.

Kami menyediakan 2 mini grinder lagi, agar alur produksi yang dimiliki mitra bisa menjadi lebih efisien ketika memiliki 2 pekerja. kemudian yang selanjutnya kami juga menyediakan peralatan berupa *compressor spray gun* dan heating torch yang nantinya dapat menurunkan variable cost yang dimiliki dari masing-masing produk mitra usaha. Terutama pada aspek pewarnaan dan lampu hias yang memerlukan motif bakar. Adanya penambahan peralatan ini mengakibatkan adanya peningkatan jumlah produksi hingga mencapai 4 unit barang jadi per hari.

3. **Jumlah pekerja yang masih minimum.** Pada awalnya, Mitra kami hanya memiliki 1 karyawan saja, yaitu adiknya sendiri. Hal ini mengakibatkan mitra kami tidak dapat menerima pesanan yang terlalu banyak dikarenakan pekerjaan yang dilakukan terlalu banyak untuk dilakukan oleh 2 orang. Lalu, kami akhirnya dapat memecahkan permasalahan tersebut dengan mencari pekerja baru yang berminat. Selama ini ada beberapa pekerja yang pernah bekerja untuk mitra usaha namun berhenti kerja.

Dan setelah melakukan riset lebih lanjut kami dapat mengetahui akar masalah mengapa sangat sulit untuk dapat menemukan pekerja yang berminat dan bahkan beberapa kali berhenti kerja. Yaitu adalah seorang mitra usaha tidak bisa memberikan info yang jelas mengenai keuntungan apa saja yang bisa didapatkan bila bekerja di MG Craft dari segi finansial maupun dari segi non-finansial. Maka

dari itu kami ingin membuat selebaran lowongan kerja yang berisikan hal apa saja yang dapat didapatkan dengan bekerja di MG Craft. Tentu saja yang pertama adalah jumlah pasti penghasilan yang bisa ia dapatkan untuk setiap bulannya, kemudian yang kedua adalah pengetahuan dan keahlian yang bisa ia dapatkan jika bekerja di MG Craft.

4. **Pembagian kerja yang belum jelas.** Mitra kami sebelumnya belum memiliki pembagian yang jelas, dimana mitra kami beserta dengan karyawannya mengerjakan produknya secara bergantian. Oleh karena itu, kami dapat memecahkan permasalahan tersebut dengan membuat lini produksi yang jelas dan efisien. Hal ini dapat kami lakukan dengan cara membuat produk tetap MG Craft terlebih dahulu sehingga kami dapat menghitung *cycle time* dari masing-masing proses produksi yang ada, sehingga kami dapat menentukan *workstation* yang paling efisien untuk melakukan setiap proses produksinya.
5. **Metode penjualan yang belum tergolong baik.** Dalam hal pemasaran, Mitra kami menggunakan metode yang tidak terencana, dimana Ia akan mengantar produknya kepada konsumen secara manual dan mengharapkan ada orang-orang yang penasaran dengan produknya dan akhirnya memesan. Meskipun beliau sudah mulai menerapkan *online marketing* lewat *facebook*, namun kegiatan tersebut tidak menghasilkan hasil yang diharapkan. Maka kami mengusulkan sebuah solusi untuk permasalahan tersebut dengan menggunakan strategi *value-based pricing*, karena sejauh ini MG Craft masih memiliki harga yang tidak konsisten dan cenderung dibawah harga pasar, yaitu dengan menentukan kembali harga produk berdasarkan value yang ditawarkan dari produk MG Craft.

Kemudian yang selanjutnya kami juga membuatkan email, instagram dan tokopedia untuk MG Craft, sehingga mitra usaha dapat meraih penjualan dari cakupan daerah yang lebih luas lagi. Setelah itu kami juga menargetkan produk MG Craft untuk melakukan penjualan secara B2B. Yaitu dengan meraih beberapa komunitas, reseller dan melakukan konsinyasi produk yang memiliki ciri khas dari masing-masing tempat tersebut

## Hasil

Selama kami melakukan kegiatan *Live-In*, mengobservasi dan mengevaluasi kegiatan yang dilakukan oleh mitra kami, terdapat beberapa hasil yang dapat kami jabarkan sebagai berikut.

- Pertama adalah tempat kerja yang belum layak. Awalnya mitra usaha memiliki waktu yang sangat terbatas, yakni hanya pada jam 8 pagi hingga jam 1 siang. Maka, kami akhirnya mulai mencari kontrakan yang bagus dan memiliki harga sewa yang tidak terlalu mahal. Setelah akhirnya kami berhasil mencari tempat yang layak, kini MG Craft memiliki tempat produksi baru.

Mitra usaha sekarang memiliki tempat dan waktu kerja yang lebih leluasa, yaitu antara jam 8 pagi sampai jam 10 malam. Pada jam tersebut, mitra dan para pekerja bebas ingin bekerja pada jam berapapun (fleksibel). Hal ini tentunya dapat menghasilkan jumlah produk yang jauh lebih banyak, sehingga biaya untuk menyewa kontrakan jauh lebih kecil dibandingkan dengan benefit yang bisa didapatkan oleh mitra usaha.

- Kedua adalah peralatan yang masih sangat terbatas. Awalnya mitra usaha hanya memiliki 1 buah mini grinder dan alat mewarnai yang masih sederhana. Untuk menanggapi masalah tersebut, maka kami mulai mencari-cari peralatan yang dibutuhkan di toko-toko online. Setelah melakukan riset di toko-toko online maupun offline, akhirnya kami dapat menemukan harga alat yang paling rendah di toko online beserta dengan biaya kirimnya untuk kebutuhan mitra usaha. Sehingga sekarang masing-masing pekerja dapat melakukan pekerjaannya dengan lebih efisien. Kemudian produk yang dihasilkan MG Craft kini memiliki *variable cost* yang lebih rendah karena memiliki biaya pewarnaan dan motif bakar yang lebih murah, karena sudah memiliki compressor spray gun dan heating torch.
- Ketiga, Jumlah pekerja yang masih minimum. Awalnya mitra usaha hanya memiliki jumlah 2 pekerja (termasuk mitra). Setelah berhasil membuat selebaran lowongan kerja yang berisikan hal apa saja yang dapat didapatkan dengan bekerja di MG Craft. Kini kami memiliki beberapa kandidat yang berminat untuk menjadi pekerja di MG Craft. Bahkan sekarang sudah ada beberapa calon pekerja yang sedang melakukan proses pelatihan.



- Keempat, pembagian kerja yang belum jelas, awalnya mitra usaha bersama adiknya hanya bekerja secara bergantian, mengurus masing-masing produk secara terpisah dan menghasilkan sekitar 7 produk bisa memiliki waktu kerja selama 8 jam sehari. Setelah berhasil memenuhi kebutuhan peralatan dan membuat work station yang jelas. Kini mitra usaha mampu menghasilkan sekitar 14 produk untuk setiap harinya, bila memiliki waktu kerja selama 8 jam sehari.

Lalu, untuk masalah metode penjualan yang belum tergolong baik, awalnya MG Craft memiliki harga jual yang sangat rendah, yakni setengah harga dari harga yang sudah kami tetapkan berdasarkan *Value-Based Pricing*, dan hanya memiliki 1 reseller. Setelah melakukan strategi pricing ulang kini MG Craft memiliki harga jual yang sudah sesuai dengan value yang ditawarkan MG Craft berdasarkan survei (dapat dilihat pada lampiran gambar nomor 22 dan 23) dan interview yang sudah kami lakukan. Kemudian MG Craft juga sudah berhasil memiliki 3 reseller. Kemudian yang selanjutnya kami Juga sudah berhasil menarik komunitas-komunitas untuk melakukan pemesanan terhadap produk MG Craft. Namun sejauh ini belum memiliki pemesanan dari instagram ataupun tokopedia.



**Gambar 1. Proses produksi lampu hias PVC**

## Kesimpulan

Dari kegiatan *Community Development* ini kami menyimpulkan bahwa kami dapat mempelajari bisnis di dunia yang sebenarnya. Mengetahui permasalahan-permasalahan apa yang biasanya muncul saat memulai bisnis, dan tentunya bagaimana cara mengatasi bahkan mencegah masalah tersebut untuk terjadi di kemudian hari.

Pertama, setiap usaha bisnis memerlukan tempat kerja yang layak, sehingga sebuah usaha bisnis memiliki jam kerja yang pasti dan dapat meningkatkan tingkat produktivitas yang dimiliki oleh sebuah usaha bisnis. Kemudian, yang kedua adalah dengan memiliki peralatan yang cukup dan memadai dapat mempengaruhi efisiensi produksi yang dimiliki oleh sebuah bisnis.

Ketiga merupakan cara menarik minat masyarakat dalam sebuah lapangan kerja, dibutuhkan informasi yang jelas mengenai benefit apa saja yang bisa didapatkan seorang pekerja tersebut dari segi finansial maupun non-finansial. Kemudian, yang keempat adalah dengan teori *job analysis and job description*, terlihat bahwa sebuah usaha harus memiliki pembagian kerja yang baik dan jelas, sehingga sebuah usaha dapat memiliki produktivitas yang lebih efisien.

Terakhir kami merasa bisnis sangat memerlukan metode penjualan yang baik, sehingga sebuah usaha bisa memiliki penjualan yang optimal. Metode-metode yang digunakan adalah menentukan harga jual produk usaha menggunakan *value-based pricing* dimana produk usaha dinilai dari *value*-nya bukan dari berapa *cost* yang digunakan untuk memproduksi produk tersebut.

### Ucapan Terimakasih

Dengan ini, kami sebagai penulis artikel ini ingin berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan *Community Development* ini seperti para fasilitator, *Desk of Comdev*, Dosen Pembimbing Lapangan Bapak Sonny Agustiawan, pihak-pihak lain dari Universitas Prasetya Mulya, serta mitra kami sendiri yaitu Bapak Dedy Sutrisno Tunggal. Karena dengan diadakannya kegiatan ini, kami dapat mengetahui bahwa dengan kami dapat meningkatkan produksi suatu produk dengan banyak cara yang dapat dipraktikkan secara langsung oleh siapa saja

### Daftar Pustaka

Solomon, dkk. 2015. *Marketing, Real People, Real Choice 8th Edition*. England : Pearson

Dessler, Gary. 2017. *Human Resource Management*. England : Pearson

Kotler, Phillip. 2012. *Marketing Management*. New Jersey : Pearson

Andreas Hinterhuber. 2008. "Customer value-based pricing strategies: why companies resist", *Journal of Business Strategy*, Vol. 29 Issue: 4, pp.41-50, <https://doi.org/10.1108/02756660810887079> (23 April 2019)

Mathis, Robert L. Jackson, John J. 2008. *Human Resource Management Twelfth Edition*. USA : Thomson South-Western

Margarita Mayo, Luis Gomez-Mejia, Shainaz Firfiray, Pascual Berrone, Veronica H Villena, (2016) "Leader beliefs and CSR for employees: the case of telework provision", *Leadership & Organization Development Journal*, Vol. 37 Issue: 5, pp.609-634, <https://doi.org/10.1108/LODJ-09-2014-0177> (24 April 2019)

## Lampiran

Bagian ini memuat keterangan tambahan lain yang penting bagi artikel (Jika ada), misal: kuesioner, hasil wawancara, gambar, atau photo.



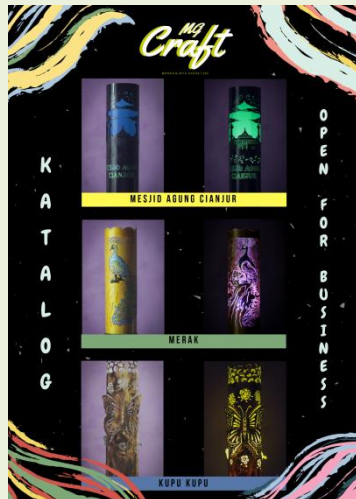
**Gambar 2. Produk Lampu Hias PVC yang Sudah Jadi. (Kupu-Kupu Motif Bakar)**



**Gambar 3. Anggota Kelompok Peneliti Membantu Proses Produksi Mitra.**



**Gambar 4. Proses Pewarnaan Lampu Hias PVC.**



**Gambar 6. Katalog produk MG Craft.**  
(untuk reseller/desain tetap)

**Gambar 5. Katalog produk MG Craft.**  
(untuk pelanggan yang ingin memesan  
lampu pipa dengan desain custom)



**Gambar 7. Produk Lampu Hias PVC yang  
Sudah Jadi. (Kupu-Kupu)**





**Gambar 8. Katalog produk MG Craft.**  
(untuk pelanggan yang ingin memesan  
lampu pipa dengan desain custom)

**Gambar 9. Produk Lampu Hias PVC yang  
Sudah Jadi. (Tokoh Terkenal)**



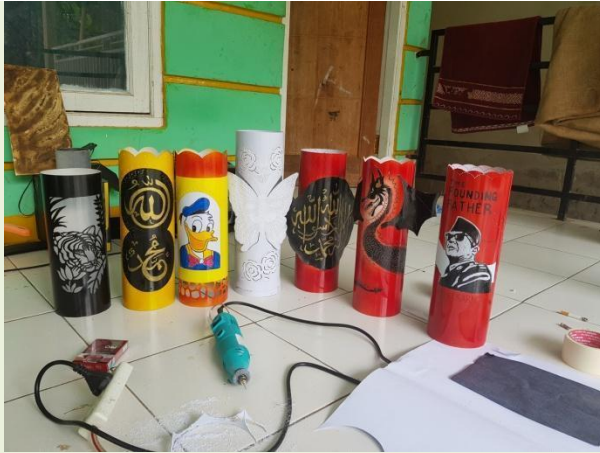
**Gambar 11. Motif-motif Baru yang Dibuat  
oleh Mitra.**



**Gambar 10. Produk Lampu Hias PVC yang  
Sudah Jadi. (Club Bola)**







**Gambar 12. Beberapa Motif Awal Produk Lampu Hias PVC yang Dibuat oleh Mitra.**



**Gambar 14. Price List yang Digunakan oleh Mitra.**

**Gambar 13. Produk Lampu Hias PVC yang Sudah Jadi. (Tokoh Terkenal)**



**Gambar 15. Produk Lampu Hias PVC yang Sudah Jadi. (Ukiran)**





**Gambar 16. Produk Lampu Hias PVC yang Sudah Jadi. (Karakter)**



**Gambar 18. Produk Lampu Hias PVC yang Sudah Jadi. (Ukiran)**

**Gambar 17. Produk Lampu Hias PVC yang Sudah Jadi. (Pemandangan)**



**Gambar 19. Produk Lampu Hias PVC yang Sudah Jadi. (Ukiran Burung Merak)**

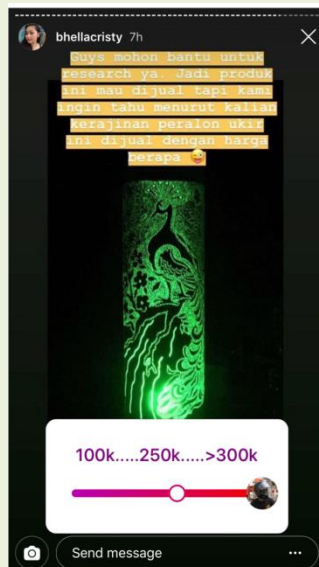


**Gambar 21. Poster Lowongan Kerja MG Craft untuk menarik minat SDM.**

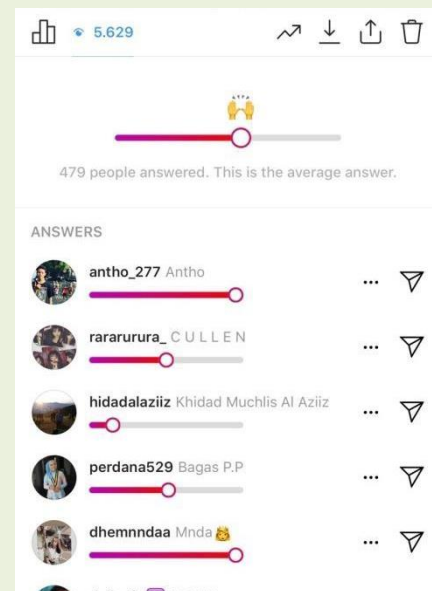




**Gambar 20. Produk Lampu Hias PVC yang Sudah Jadi. (Ukiran Kaligrafi)**



**Gambar 22. Hasil Survey Penentuan Harga untuk Produk Ukiran Merak melalui Instagram.**



**Gambar 23. Beberapa jawaban yang didapat dari hasil survey pada Gambar 22.**



**Gambar 24. Hasil Survey penentuan ukuran lampu yang akan diproduksi.**