

Materi

Kerajinan Fiberglass

1. Pengertian Kerajinan Fiberglass

Pada dasawarsa belakangan ini, keragaman produk kerajinan tidak terbatas pada produk kerajinan berbahan baku kayu atau logam saja. Perkembangan ilmu pengetahuan telah memberikan sumbangsih bagi peluang terciptanya keragaman kerajinan, seperti mebel atau furnitur, maket, manekin, lampu hias, perabotan dapur, aksesoris rumah, dan beberapa benda kerajinan lainnya. Malah tidak terbatas itu saja, penggunaan bahan fiberglass ini konon telah merambah pula di dunia teknologi pesawat terbang, seperti untuk pembuatan sayap dan untuk bagian-bagian interiornya. Di dunia otomotif, bahan fiberglass kerap dipakai untuk pembuatan body, interior kendaraan mobil, dan aksesoris kendaraan motor.

Fiberglass untuk kerajinan ini pada dasarnya adalah campuran bahan-bahan yang terdiri dari cairan resin (water glass), witon (kalsium karbonat), cobalt blue, rnett atau serat fiber, dan katalis. Proses pembuatannya, semua bahan tadi dicampurkan, sehingga akan bereaksi dari bahan berbentuk cair berubah menjadi padat.

Bahan-bahan untuk pembuatan fiberglass yang disebutkan di atas mudah didapatkan di pasaran dengan harga yang tergolong murah. Peralatan yang digunakan pun cukup sederhana.

Berdasarkan bentuk dan fungsinya, kerajinan berbahan fiberglass bisa dibedakan menjadi tiga kelompok sebagai berikut.

- Kelompok Kerajinan Benda Pakai

Kerajinan benda pakai adalah kerajinan yang hasil jadinya mempunyai fungsi utama sebagai benda yang bisa dipakai, seperti kursi, lemari, gelas, piring, asbak, atau rak buku.

- Kelompok Kerajinan Benda Hias

Kerajinan benda hias adalah kerajinan yang hasil jadinya mempunyai fungsi sebagai hiasan semata, seperti guci hias, mobil hias, hiasan dinding, dan patung.

- Kelompok Kerajinan Benda Multiguna

Kerajinan benda multiguna adalah kerajinan yang hasil jadinya, selain sebagai benda hias, berfungsi juga sebagai benda yang bisa pakai, seperti furnitur model Renaissance, figura ukir, rak kaset berbentuk biola, kursi berbentuk tangan, dan lampu hias.

2. Alat dan Bahan

A. Bahan

- Resin

Resin adalah bahan kimia yang berbentuk cair, menyerupai minyak goreng, tetapi agak kental. Jenis resin bermacam-macam. Untuk bahan kerajinan fiberglass, umumnya menggunakan resin bening atau resin butek. Resin bening, biasanya digunakan untuk bentuk yang menonjolkan kebeningannya, seperti gantungan kunci, imitasi kerajinan-kerajinan kristal, aksesoris lampu gantung, dan kancing baju. Resin jenis butek biasanya

digunakan untuk kerajinan, seperti kursi, rak kaset, pesawat terbang, helm, dan figura.

- Katalis

Katalis berbentuk cair, berwarna bening, dan berbau sengak. Bahan ini tergolong jenis bahan kimia yang berbahaya. Jika kulit terkena langsung dengan bahan ini, kulit akan terasa panas seperti terbakar, dan akan mengalami iritasi. Katalis digunakan untuk mempercepat proses pengerasan adonan fiberglass.

- Mirror Glass (Wax Mol Realist)

Bahan ini hampir mirip stemplet, pelicin lantai, atau mentega. Fungsi bahan ini adalah sebagai pelicin pada tahap pencetakan, agar antara cetakan dan hasil cetakan tidak saling merekat, sehingga dengan mudah dapat dilepaskan.

B. alat

- Gelas ukur

Gelas ukur merupakan alat ukur yang digunakan untuk menakar jumlah resin yang dibutuhkan dalam satu adonan fiberglass.

- Pipet penyedot cairan

Alat ini digunakan untuk menyedot cairan dalam jumlah kecil antara 2 cc sampai 5 cc.

- Alat pengaduk campuran

Untuk mengaduk campuran bahan- bahan fiberglass. Alat yang digunakan untuk mengaduk sebaiknya terbuat dari kayu atau plastik.

- Cetakan

Dalam memproduksi barang dari bahan fiberglass selalu dibutuhkan cetakan. Cetakan ada yang dapat dibeli langsung ditoko dan dibuat sesuai model atau bentuk benda. Yang nanti akan digunakan dalam praktek digunakan yang sudah dapat dibeli secara langsung di toko yaitu cetakan dari plastik yang sudah terdapat model atau bentuknya.

3. Proses pembuatan gantungan kunci

1. Mempersiapkan bahan-bahan dan alat-alat yang digunakan

2. Bahan :

- Resin : 15 cc
- Catalys : 0,2 cc (5 tetes)

3. Alat-alat :

- Cetakan dari plastik
- Gelas ukuran untuk menakar
- Tempat mengaduk dari gelas plastik
- Alat pengaduk dari kayu
- Pipet

4. Langkah – langkah :

- Siapkan cetakan dari plastic

- Olesi cetakan dengan minyak agar hasil cetakan tidak lengket nantinya
- Siapkan gelas plastik untuk mencampur adonan
- Tuangkan resin dan katalis sesuai dengan takaran ke dalam gelas plastic
- Aduk campuran atau adonan sampai merata
- Kemudian tuangkan kedalam cetakan
- Tunggu 15 sampai 30 menit
- Setelah itu keluarkan hasil cetakan dari cetakan

Materi

Kewirausahaan

1. Pengertian kewirausahaan

Istilah wirausaha sebagai pedanan *entrepreneur* dapat dipahami dengan mengurai istilah tersebut menjadi sebagai berikut :

Wira = utama, gagah, luhur, berani, teladan dan pejuang

Usaha = penciptaan kegiatan, dan atau berbagai aktivitas bisnis.

Dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah hal-hal atau upaya-upaya yang berkaitan dengan penciptaan kegiatan atau usaha atau aktivitas bisnis atas dasar kemauan dan atau kemampuan sendiri.

Sedangkan wirausaha adalah orang-orang yang memiliki sifat-sifat kewirausahaan dan umumnya memiliki keberanian dalam mengambil resiko terutama dalam menangani usaha atau perusahaannya dengan berpijak pada kemampuan dan atau kemauan sendiri.

2. Manfaat Kewirausahaan

Manfaat berkewirausahaan sebagai berikut : (1) memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib sendiri. Dengan memiliki usaha sendiri akan memiliki usaha sendiri akan memberikan kebebasan dan peluang bagi pebisnis untuk mencapai tujuan hidupnya. (2) memberi peluang melakukan perubahan. (3) member peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya, (4) memiliki peluang usaha untuk meraih keuntungan seoptimal mungkin. (5) memiliki peluang untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usahanya. (6) memiliki peluang untuk

melakukan sesuatu yang disukai dan menumbuhkan rasa senang dalam mengerjakannya

3. Ide dan Peluang dalam kewirausahaan

Ide akan menjadi peluang apabila wirausaha bersedia melakukan evaluasi terhadap peluang secara terus menerus melalui proses penciptaan sesuatu yang baru dan berbeda, mengamati pintu peluang, menganalisis proses secara mendalam, dan memperhitungkan risiko yang mungkin terjadi.

Untuk memperoleh peluang wirausaha harus memiliki berbagai kemampuan dan pengetahuan seperti kemampuan untuk menghasilkan produk atau jasa baru, menghasilkan nilai tambah baru, merintis usaha baru, melakukan proses atau teknik baru, dan mengembangkan organisasi baru.

Inovasi merupakan instrument penting untuk memberdayakan sumber-sumber agar menghasilkan sesuatu yang baru dan menciptakan nilai.. cara mengubah semua tantangan menjadi peluang melalui ide-idenya dan akhirnya menjadi pengendali usaha.

Menurut Zimmerer yang dikutip oleh suryana dalam bukunya kewirausahaan, ide-ide yang berasal dari wirausaha dapat menciptakan peluang untuk memenuhi kebutuhan kebutuhan riil dipasar. Ide-ide itu menciptakan nilai potensial di pasara sekaligus menjadi peluang usaha.

4. Sumber-Sumber Potensial Peluang

Agar ide-ide yang masih potensial menjadi peluang bisnis yang riil, maka wirausaha harus bersedia melakukan evaluasi terhadap peluang secara terus menerus-nerus.

Proses penjaringan ide atau disebut *screening* merupakan suatu cara terbaik untuk menunangkan ide potensial menjadi produk dan jasa riil. Adapun langkah penjaringan (screening) ide dapat dilakukan sebagai berikut:

- Menciptakan peluang produk baru dan berbeda. Ketika ide dimunculkan secara riil atau nyata, misalnya dalam bentuk barang atau jasa baru, maka produk dan jasa tersebut harus berbeda dengan produk dan jasa yang ada dipasar . selain itu, produk dan jasa tersebut harus menciptakan nilai bagi pembeli atau penguannya.
- Mengamati pintu peluang
Wirausaha harus mengamati potensi-potensi yang dimiliki pesaing, misalnya kemungkinan mengembangkan produk baru, pengalaman keberhasilan dalam mengembangkan produk baru, dukungan keuangan, keunggulan-keunggulan yang dimiliki pesaing pasar.
- Analisis produk dan proses produksi secara mendalam
Analisis ini sangat penting untuk menjamin apakah jumlah dan kualitas produk yang dihasilkan memadai apa tidak.
- Menaksir biaya awal
Yaitu biaya awal yang diperlukan oleh usaha baru . dari mana sumbernya dan untuk apa digunakan, berapa yang diperlukan untuk operasi, untuk perluasan dan untuk biaya lainnya
- Memperhitungkan resiko yang mungkin terjadi
Misalnya resiko teknik, resiko financial dan resiko pesaing. Resiko pesaing adalah kemampuan dan kesediaan pesaing untuk mempertahankan posisinya di pasar
Sedangkan resiko teknik berhubungan dengan proses pengembangan produk yang cocok dengan yang diharapkan atau menyangkut suatu objek penentu apakah ide secara actual dapat ditransformasikan menjadi produk yang siap dipasarkan dengan kapabilitas dan karakteristiknya.

Resiko financial adalah resiko yang timbul sebagai akibat ketidakcukupan financial baik dalam tahap pengembangan produk baru maupun dalam menciptakan dan mempertahankan perusahaan untuk mendukung biaya produk baru.

5. Pengembangan Rencana pemasaran

Pemasaran (*marketing*) adalah kegiatan kelangsungan aliran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen atau pengguna. Menurut Philip kotler yang dikutip oleh abas sunarya mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial dan manjerial di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.

Sesuai dengan definisi pemasaran,yaitu kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen, menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dalam strategi pemasaran ada empat macam strategi, diantaranya yaitu :

1. strategi produk

Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen atau pengguna. Dalam strategi ini yang harus dipertimbangkan adalah yang berkaitan dengan produk secara utuh dan terpadu, mulai dari merk atau nama produk, bentuk, isi, karakteristik, kualitas (termasuk bungkus atau kemasan).

2. strategi harga

Harga merupakan sejumlah nilai (dalam Mata uang) yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan strategi harga sangat penting untuk diperhatikan mengingat produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam strategi harga ada yang

namanya modifikasi harga yang dapat dilakukan berdasarkan pelanggan, bentuk produk, tempat dan waktu.

3. strategi tempat atau distribusi

Distribusi adalah cara pengusaha menyalurkan produknya mulai dari produsen sampai ke tangan konsumen akhir. Distribusi dapat juga diartikan sebagai cara memilih dan menentukan metode dan jalur distribusi atau tingkat yang diperlukan dalam penyaluran produk. Semakin pendek jalur atau rantai distribusi yang dilalui suatu produk maka akan semakin efisien dan efektif (tepat sasaran dan tepat waktu).

4. strategi promosi

Dalam kegiatan ini setiap pengusaha berusaha mempromosikan produk dan jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi, pelanggan tidak akan mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Untuk itu promosi merupakan sarana paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumen.

Ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan pengusaha dalam mempromosikan produk maupun jasanya. Empat macam sarana promosi itu adalah :

1. periklanan (advertising), iklan dapat dipasang diberbagai media seperti pencetakan brosur dan pemasangan spanduk.

2. Promosi penjualan

Bertujuan untuk meningkatkan penjualan atau peningkatan jumlah pelanggan. Promosi ini dilakukan untuk menarik pelanggan agar mau membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

3. Publisitas (*publicity*)

Kegiatan ini untuk memancing pelanggan melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, dan berbagai macam kegiatan lainnya.

4. Penjualan pribadi

Penjualan produk yang dilakukan secara langsung oleh *salesman* atau *salesgirl* secara langsung dari pintu ke pintu