

BOXSING Inovasi Produk Penyedap Bau Tak Sedap Pada Kamar Mandi

Apriliya Feronica^{1*}, Eka Fatma Yuli Tantri¹, Fitri Nuraini¹

¹Universitas Muhammadiyah Surabaya

e-mail: *apriyaferonoca123@gmail.com

ABSTRAK

Kamar mandi merupakan tempat melakukan ekskresi (mengeluarkan zat sisa lamphlet1g). Menurut Wordl Economic Forum, kualitas kamar mandi di Indonesia berada pada peringkat 34 dari 144 negara yang diamati. Masalah sanitasi yang akhirnya menyebabkan udara pengap dan mengakibatkan bau tidak sedap di kamar mandi menjadi masalah mendasar yang di keluhkan masyarakat. Salah satu produk yang kerap digunakan adalah kamper, kamper dapat menimbulkan efek yang berbahaya bagi kesehatan. Ini disebabkan seiring berkembang zaman pohon kamper Untuk itu penulis mencari solusi yang tepat dengan membuat produk ramah lingkungan dari bahan alami tanaman sirih gading (*Epipremnum aureum*), sirih gading mampu menyerap bau tidak sedap dan racun disekitarnya. Dalam penelitian sirih gading mampu menyerap polutan karbon monoksida (CO) yang dapat teroksidasi di udara menjadi CO₂ sebesar 32,58%. Metode pelaksanaan dimulai dari persiapan produksi meliputi menentukan nama merk produk, membuat logo produk, desain kemasan, volume produksi serta penentuan harga pokok produksi. Tahap metode pelaksanaan selanjutnya yaitu manajemen usaha yang mencakup pemasaran baik secara offline dan online. Inovasi produk *Boxsing* sebagai produk pengharum dan penyerap bau tak sedap pada ruangan khususnya kamar mandi terdapat 3 ukuran sesuai efektifitas ruangan. Produk ini terbuat dari campuran bahan alami yang aman digunakan dalam jangka waktu lama serta tidak menimbulkan efek sampung bagi kesehatan ataupun lingkungan.

Kata kunci: Boxsing, Inovasi Produk, Penyerap Bau Tak Sedap, Kamar Mandi

ABSTRACT

*The bathroom is a place for excretion (removing waste lamphlet1g). According to the World Economic Forum, the quality of bathrooms in Indonesia is ranked 34th out of 144 countries studied. Sanitation problems which eventually cause stale air and result in an unpleasant odor in the bathroom are a fundamental problem that people complain about. One of the products that is often used is camphor, camphor can have harmful effects on health. This is due to the development of the camphor tree era. For this reason, the authors are looking for the right solution by making environmentally friendly products from natural ingredients from the betel ivory plant (*Epipremnum aureum*), ivory betel is able to absorb bad odors and toxins around it. In research, betel ivory is able to absorb pollutant carbon monoxide (CO) which can be oxidized in the air to CO₂ by 32.58%. The implementation method starts from production preparation including determining the product brand name, creating a product logo, packaging design, production volume and determining the cost of production. The next stage of the implementation method is business management which includes both offline and online marketing. Boxsing product innovation as a product of fragrance and absorbent of bad odors in the room, especially the bathroom, there are 3 sizes according to the effectiveness of the room. This product is made from a mixture of natural ingredients that are safe to use for a long time and do not cause side effects for health or the environment.*

Keywords: Boxsing, Product Innovation, Bad Odor Absorber, Bathroom

PENDAHULUAN

Kamar mandi merupakan tempat melakukan ekskresi (mengeluarkan zat sisa lampheet1g). Ekskresi yang dilakukan manusia mempunyai dua wujud zat ,yaitu berupa zat cair atau urin dan kering serta zat padat berupa fases.Urin manusia menyuplai setidaknya 1 % terhadap kuantitas air limbah lampheet dengan 80 % nitrogen dan 50 % fosfat. Sehingga kebersihan kamar mandi sangat penting (Mahmudah S.N, 2017). Menurut Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 24 tahun 2008 tentang Pedoman Pemeliharaan dan Perawatan Bangunan Gedung suatu kamar mandi disebut layak jika kamar mandi bersih dan ruangnya tidak berbau amis, pesing, ataupun anyir.

Menurut World Economic Forum, kualitas kamar mandi di Indonesia berada pada peringkat 34 dari 144 negara yang diamati. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa kamar mandi di Indonesia masih kurang layak. Masalah sanitasi yang akhirnya menyebabkan udara pengap dan mengakibatkan bau tidak sedap di kamar mandi menjadi masalah mendasar yang di keluhkan masyarakat. Dari permasalahan ini peluang pasar untuk produk pengharum kamar mandi sangat besar, karena dianggap sebagai kebutuhan yang harus terpenuhi.

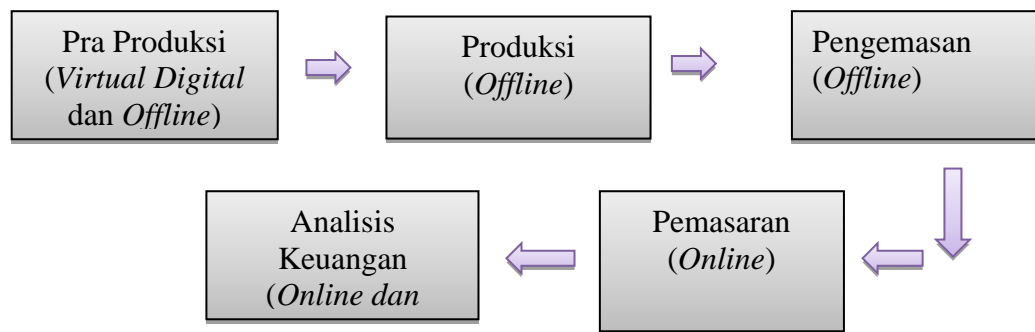
Salah satu produk yang kerap digunakan adalah kamper, kamper dapat menimbulkan efek yang berbahaya bagi kesehatan. Ini disebabkan seiring berkembang zaman pohon kamper (*Cinnamomum Camphora*) yang merupakan bahan utama membuat kapur barus mulai langka dan kapur barus yang kita temui sekarang, dibuat secara sintesis dari minyak terpening dan dicampur dengan zat kimia berbahaya (Ardiyanto, 2017). Dan produk ini yang sering digunakan masyarakat cenderung berasal dari bahan kimia yang nantinya menimbulkan efek bagi kesehatan dan lingkungan.

Dari masalah tersebut kami mencoba mencari solusi yang tepat dengan membuat produk ramah lingkungan dari bahan alami tanaman sirih gading (*Epipremnum aureum*), sirih gading mampu menyerap bau tidak sedap dan racun di udara. Dalam penelitian sirih gading mampu menyerap polutan karbon monoksida (CO) yang dapat teroksidasi di udara menjadi CO₂ sebesar 32,58% (Adita C.B.R, 2012). Sirih gading juga bisa menyerap emisi timbal (Pb) di udara (Sari F, 2016). Produk inovasi yang ditawarkan penulis diberi nama *Boxsing* (box sirih gading) penyerap bau tidak sedap pada kamar mandi dan penjernih udara dengan bahan utama sirih gading. Produk ini akan di kemas dengan praktis, ekonomis, dan unik dengan desain lingkungan, serta menarik, sehingga lebih efisien dan dapat dengan tepat menangani masalah bau tidak sedap pada kamar mandi. Untuk itu dalam memperoleh tanaman sirih gading tersebut, maka mitra yang digunakan yakni petani sirih gading yang berlokasi diTuban Jawa Timur.

METODE PEIAKSANAAN

Masalah sanitasi yang akhirnya menyebabkan udara pengap dan mengakibatkan bau tidak sedap di kamar mandi menjadi masalah mendasar yang di keluhkan masyarakat. Dari permasalahan ini peluang pasar untuk produk pengharum kamar mandi sangat besar, karena dianggap sebagai kebutuhan yang harus terpenuhi. Salah satu produk yang kerap digunakan adalah kamper, kamper dapat menimbulkan efek yang berbahaya bagi kesehatan.

Terkait dengan permasalahan diatas, maka kami berpikir untuk membuat produk pengharum ruangan khususnya kamar mandi yang tidak menimbulkan efek bagi kesehatan dan lingkungan, tentunya berasal dari bahan alami yakni tanaman sirih gading, Selanjutnya pada pelaksanaan kegiatan PKM ini dimulai dari :



Dalam pelaksanaan program ada 3 bentuk yaitu *Virtual Digital*, *Online*, dan *Offline*. Yang meliputi *Virtual Digital* yaitu, tahap Pra Produksi dan Analisis Keuangan. Untuk kegiatan *Online* meliputi, Pemasaran dan Analisis Keuangan. Terakhir yang meliputi kegiatan *Offline* diantaranya, Pra Produksi, Produksi, dan Pengemasan.

HASIL KEGIATAN

Ketercapaian Penjualan

Pada kegiatan PKM ini menggunakan media social sebagai sarana promosi, dengan jangkauan pemasaran konsep *Boxsing* dapat tercapai secara efektif (Sentot Imam Wahjono, 2018). Sebagian besar promosi pemasarannya yang dilakukan menggunakan media social dikarenakan pada saat kegiatan PKM kondisi pandemic covid. Oleh karena itu media social yang digunakan adalah : promosi via whatsapp dilakukan dengan survive ke grup-grup ibu-ibu rumah tangga, seperti anggota PKK. Untuk saat ini kami sudah masuk grup PKK di daerah Rengel, tepatnya di daerah Tambakrejo. Kami mengeshare poster yang berisikan tentang deskripsi produk *Boxsing*, manfaat, harga dan info pemesanan. Selanjutnya promosi via instagram dilakukan dengan membuat akun instagram *Boxsing*. konten yang ada dalam instagram berisikan poster tentang deskripsi produk *Boxsing*, manfaat, harga dan info pemesanan dan serta pengenalan produk *Boxsing*. Melalui akun facebook *Boxsing*, kita memberikan informasi mengenai konsep produk *Boxsing* dengan harapan banyak orang yang melihat produk *Boxsing* dan penasaran terhadap produk *Boxsing*. Sama seperti media social sebelumnya, kita mengeshare poster yang bertuliskan deskripsi produk, harga, manfaat dan info pemesanannya. Selanjutnya melalui akun tik-tok *Boxsing* berisikan tentang video pengenalan Produk *Boxsing*. tujuannya untuk mengenalkan Produk *Boxsing* ke target sasaran yaitu ibu-ibu rumah tangga agar mengetahui manfaat dari *Boxsing*. Terlebih karena *Boxsing* terbuat dari bahan alami sirih gading dan mempunyai manfaat menejernihkan udara serta menyerap bau tidak sedap. Konten yang ada di dalam Youtube memuat informasi mengenai pengenalan terhadap konsep produk *Boxsing* yang menonjolkan informasi bahwa *Boxsing* merupakan produk alami sehingga aman digunakan. Di sini kami menampilkan animasi untuk mendukung video *Boxsing*.

Selain melakukan promosi pemasaran secara online dan offline juga meskipun pemasaran offline dilakukan dilingkungan tetangga sekitar, maka sekiranya diperlukan juga adanya analisis usaha guna melihat keuntungan bersih yang diperoleh, produk yang dihasilkan, jangka waktu pengembalian modal serta harga jual per unit produk.

Dan pada pelaksanaan program ini ketercapaian target luaran kami sudah 100%. Terdiri dari logbook sudah selesai 100% mulai dari memasukkan dokumentasi saat rapat dengan sesama anggota tim ataupun rapat dengan dosen pendamping, serta bukti nota pembelian. Untuk video animasi sudah selesai 100% dan diupload di youtube *Boxsing* Product, dalam video termuat animasi pembuatan prototype produk *Boxsing* sampai dengan proses pemasaran. Poster sudah 100% dan dishare di semua media sosial *Boxsing* dan termuat deskripsi produk, manfaat, harga, dan cara penggunaan. Untuk pemasaran secara online kami sudah menyeluruh ke platform media sosial dan market place, dengan membagikan video pengenalan produk dan membagikan

poster yang termuat desain kemasan untuk mengiklankan konsep produk *Boxsing* kepada konsumen pemakai media sosial. Laporan kemajuan sudah mencapai 100% mulai dari awal pelaksanaan program sampai akhir. Kemudian laporan akhirpun sudah terlaksana 100%.

- Menentukan Harga Pokok Produksi (HPP) Refiil Produk Tipe Besar

1. Biaya Bahan Baku	=	Rp 242.500,-
2. Biaya Upah Tenaga Kerja	=	Rp 200.000,-
3. Biaya Overhead Pabrik	=	<u>Rp 165.000,-</u>
Total Biaya Produksi	=	Rp 607.500,-
- Persediaan barang dalam proses,awal	=	<u>Rp - +</u>
- Persediaan barang siap untuk diproduksi	=	Rp 607.500,-
- Persediaan barang dalam proses, akhir	=	<u>(Rp -)</u>
- Harga pokok produksi	=	Rp 607.500,-
HPP per biji/BEP	=	Rp 607.500,- : 100
	=	Rp 6.075,-

- Menentukan HPP Refiil Produk Tipe Sedang

1. Biaya Bahan Baku	=	Rp 198.000,-
2. Biaya Upah Tenaga Kerja	=	Rp 150.000,-
3. Biaya Overhead Pabrik	=	<u>Rp 115.000,-</u>
Total Biaya Produksi	=	Rp 463.000,-
- Persediaan barang dalam proses,awal	=	<u>Rp - +</u>
- Persediaan barang siap untuk diproduksi	=	Rp 463.000,-
- Persediaan barang dalam proses, akhir	=	<u>(Rp -)</u>
- Harga pokok produksi	=	Rp 463.000,-
HPP per biji/BEP	=	Rp 463.000,- : 100
	=	Rp 4.630,-

- Menentukan HPP Refiil Produk Tipe Kecil

1. Biaya Bahan Baku	=	Rp 178.000,-
2. Biaya Upah Tenaga Kerja	=	Rp 100.000,-
3. Biaya Overhead Pabrik	=	<u>Rp 65.000,-</u>
Total Biaya Produksi	=	Rp 343.000,-
- Persediaan barang dalam proses,awal	=	<u>Rp - +</u>
- Persediaan barang siap untuk diproduksi	=	Rp 343.000,-
- Persediaan barang dalam proses, akhir	=	<u>(Rp -)</u>
- Harga pokok produksi	=	Rp 343.000,-
- HPP per biji/BEP	=	Rp 343.000,- : 100
	=	Rp 3.430,-

Harga Jual

- Margin (laba yang diharapkan)/biji

Margin Produk Besar/biji	=	20% dari harga pokok/ biji
Margin Produk Sedang/biji	=	20% x Rp 6.075,- = Rp 1.215,-
Margin Produk Kecil/biji	=	20% x Rp 4.630,- = Rp 926,-
	=	20% x Rp 3.430,- = Rp 686,-
- Harga jual/biji = Margin (laba yang diharapkan) + Harga pokok/unit

Tipe Produk Besar	=	Rp 1.215,- + Rp 6.075,- = Rp 7.300,-
Tipe Produk Sedang	=	Rp 926,- + Rp 4.630,- = Rp 5.600,-
Tipe Produk Kecil	=	Rp 686,- + Rp 3.430,- = Rp 4.200,-
- Keuntungan = Pendapatan – Biaya Produksi

	=	((Rp 7.300,- x 100) + (Rp Rp 5.600,- x 100) + (Rp 4.200,- x 100)) – ((Rp 6.075,- x 100) + (Rp 4.630,- x 100) + (Rp 3.430,- x 100))
--	---	--
- Keuntungan kotor = Rp 296.500,-

Keuntungan Bersih = Keuntungan kotor – (beban telepon + beban iklan)
= Rp 296.500,- - Rp 50.000,-
= Rp 246.500,-

BEP Produksi = Biaya Produksi : Harga Jual
= Rp 1.413.500,- : Rp 17.100,- = 83 Produk

BEP Pengembalian = Biaya Produksi : Keuntungan
= Rp 1.413.500,- : Rp 296.500,-
= 5 Bulan

Untuk kedepannya kami akan mengupgrade bentuk *Boxsing* menjadi lebih banyak model, dengan harapan dapat meningkatkan omset penjualan. Bentuk-bentuk yang tersedia antara lain segitiga, belah ketupat dan jajar genjang. Tentu saja bentuk tersebut sesuai dengan konsep ide produk kami yaitu kubisme. Tidak menutup kemungkinan bahwa aroma yang kami tawarkan pun akan bertambah. Tersedia aroma buah-buahan yang dapat menghasilkan aroma sedap dan bunga-bunga yang dapat memberikan sensasi yang menyenangkan.

Kami juga menyediakan untuk kemasan isi ulang. Manfaat yang diperoleh dari kemasan isi ulang ini adalah tidak menghabiskan terlalu banyak kemasan sehingga biaya yang ditimbulkan menjadi terpotong dan harga jual bias lebih hemat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Inovasi produk *Boxsing* sebagai produk pengharum dan penyerap bau tak sedap pada ruangan khususnya kamar mandi. Terdapat 3 tipe ukuran sesuai efektifitas ruangan yang diinginkan konsumen. Produk ini terbuat dari bahan alami tanaman sirih gading dan campuran bahan lain yaitu bubuk kopi dan aroma mint serta aroma lain dari buah dan bunga. Mampu mengatasi masalah bau baik di kamar mandi, ruang tamu, kamar, ataupun mobil. Dikarenakan terbuat dari campuran bahan alami produk ini aman digunakan untuk jangka waktu yang lama, tidak menimbulkan efek samping bagi kesehatan ataupun lingkungan. Kemasan yang terbuat dari karung goni sangat ramah lingkungan serta terdapat kemasan refil sehingga mengurangi penambahan limbah kemasan produk. Harga yang terjangkau lebih murah dari pada produk yang sudah beredar dipasaran serta manfaat yang alami dari tanaman sirih gading membuat produk ini akan menguasai pangsa pasar. Dengan adanya produk baru maka industry kecil akan menyerap banyak tenaga kerja dan menyejahterahkan kehidupan bangsa.

Ucapan terimakasih kami tujukan kepada petani tanaman sirih gading yang telah beupaya membantu dalam memperlancar kegiatan PKM ini, sehingga produk yang dihasilkan sangat bermanfaat bagi pihak yang menggunakan produk *Boxsing* ini.

Kami memberikan saran pada strategi pemasaran yang seharusnya jangkauan pemasaran *Boxsing* lebih diperluas ke berbagai wilayah hanya lokasi didaerah Tuban saja. Selanjutnya untuk produk yang dihasilkan nantinya diinovasikan untuk aroma dan wujud produk lebih dikembangkan dan divariasikan kembali. Dan menjalin kerjasama dengan pihak-pihak terkait guna mengembangkan brand produk *Boxsing*

DAFTAR PUSTAKA

Adita C.B.R, R. J. (2012). Tingkat Kemampuan Penyerapan Tanaman Hias Dalam Menurunkan Polutan Karbon Monoksida.

Ardiyanto, W. (2017). www.rumah.com/berita-properti/2017/1/144664/plus-minus-penggunaan-kapur-barus-di-rumah. Retrieved September 15, 2019, from www.rumah.com.

- Mahmudah S.N, H. H. (2017). Identifikasi Kadar Amoniak Sebagai Indikator Bau Toilet Menggunakan Perangkat MAS TUQUL. *Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika*.
- Sari F, R. d. (2016). Kemampuan Tanaman Sirih Gading (*Epipremnum Auerum*) Sebagai Absorben Logam Berat Timbal di Udara. *Lentera Bio Berkala Ilmiah Biologi*.
- Sentot Imam Wahjono, A. M. (2018). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Prenadamedia.