



Heni Kurnia Sari, SE

BAHAN AJAR PRAKARYA DAN KEWIRAUSAHAAN

# PROSES PENGOLAHAN MAKANAN

DAFTAR ISI .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
<b>BAB I KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN</b>	
A. Pengembangan Kewirausahaan .....	1
B. Keberhasilan dan kegagalan wirausahawan .....	3
C. Rangkuman materi .....	6
D. Evaluasi pembelajaran .....	7
<b>BAB II PERENCANAAN USAHA</b>	
A. Ide dan peluang usaha .....	9
B. Analisa peluang usaha .....	13
C. Sumber daya yang di butuhkan .....	16
D. Rangkuman materi .....	18
E. Evaluasi pembelajaran .....	19
<b>BAB III PENGOLAHAN MAKANAN</b>	
A. Jenis dan karakteristik bahan dan alat pengolahan .....	21
B. Alat Pengolahan Makanan Awetan .....	28
C. Tahapan proses pengolahan/pengawetan .....	32
D. Rangkuman materi .....	34
E. Evaluasi pembelajaran .....	35
<b>BAB IV HARGA POKOK PRODUKSI</b>	
A. Pengertian Harga Pokok Produksi .....	36
B. Cara menghitung harga pokok produksi .....	37
C. Rangkuman materi .....	38
D. Evaluasi pembelajaran .....	39
<b>BAB V PEMASARAN PRODUK</b>	
A. Mengenal konsumen dan pesaing .....	40
B. Strategi pemasaran .....	41
C. Konsep Bauran Pemasaran .....	43
D. Rangkuman materi .....	47
E. Evaluasi pembelajaran .....	48
DAFTAR PUSTAKA .....	50

## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur kami ucapkan kepada Allah SWT atas Rahmat, Taufiq, dan Hidayah yang sudah diberikan kepada kami sehingga dapat menyelesaikan buku bahan ajar pelajaran Prakarya dan Kewirausahaan tentang “Pengolahan Makanan Awetan” dengan tepat waktu. Tujuan dari penulisan buku ini adalah untuk membantu para siswa dalam memahami pelajaran prakarya dan kewirausahaan dan tertarik untuk berinovasi membuat karya tentang pengolahan makanan.

Buku ini juga akan memberikan informasi secara lengkap mengenai menggambarkan bagaimana merencanakan suatu usaha dan membuat produk, mengolah produk tahap pengolahan, menghitung harga pokok produksi, sampai dengan bagaimana cara memasarkan.

Kami sadar bahwa penulisan buku ini bukan merupakan buah hasil kerja keras kami sendiri. Ada banyak pihak yang sudah berjasa dalam membantu kami di dalam menyelesaikan buku ini, seperti pengambilan data, pemilihan contoh, dan lain-lain. Maka dari itu, kami mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu memberikan wawasan dan bimbingan kepada kami sebelum maupun ketika menulis buku panduan ini.

Kami juga sadar bahwa buku yang kami buat masih belum bisa dikatakan sempurna. Maka dari itu, kami meminta dukungan dan masukan dari para pembaca, agar kedepannya kami bisa lebih baik lagi di dalam menulis sebuah buku.

Lamongan, 28 Januari 2022

# BAB I

## KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN

Tujuan pembelajaran:

1. Siswa dapat Memahami karakteristik kewirausahaan (misalnya berorientasi ke masa depan dan berani mengambil risiko) dalam menjalankan kegiatan usaha pengolahan makanan awetan dari bahan pangan nabati dan hewani
2. Siswa dapat Mengidentifikasi karakteristik kewirausahaan berdasarkan keberhasilan dan kegagalan usaha pengolahan makanan awetan dari bahan pangan nabati dan hewani

### A. Pengembangan Kewirausahaan

Karakteristik kewirausahaan dalam usaha pengolahan makanan awetan dari bahan pangan nabati dan hewani

Berikut karakter wirausahawan

#### 1. Pemberani

Karakteristik wirausahawan yang pemberani siap menghadapi tantangan. Dia cepat mengambil keputusan dan siap menghadapi segala resikonya. Dia juga tidak akan menyerah sebelum berjuang. Dia tetap optimis, meski banyak rintangan yang akan dihadapinya saat menjalankan bisnis.

#### 2. Percaya Diri

Karakteristik wirausahawan yang percaya diri tidak akan merasa minder saat berhadapan dengan orang lain, terutama orang yang lebih sukses darinya. Dia yakin dengan kemampuannya dan tetap menjadi diri sendiri. Bahkan ketika sedang diremehkan, dia tetap yakin untuk melangkah sesuai dengan visi dan misinya.

#### 3. Disiplin

Karakteristik wirausahawan yang disiplin mempunyai prinsip yang kuat dalam bekerja. Dia patuh pada peraturan dan selalu berupaya menjalankan bisnisnya sesuai dengan target. Dia selalu menghargai waktu dan konsisten mengerjakan tugasnya sesuai rencana. Kedisiplinan adalah tanda bahwa dia bekerja secara profesional.

#### 4. Tanggung Jawab

Karakteristik Wirausahawan yang bertanggung jawab akan menyelesaikan pekerjaan yang sudah dimulainya. Dia adalah orang yang dapat diandalkan. Mulai dari hal kecil hingga hal besar, dia selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk segala hal yang dipercayakannya. Jika dia melakukan kesalahan atau kegagalan, dia tidak akan menuding orang lain. Tapi dia siap menghadapi resiko yang terjadi.

#### 5. Rajin

Karakteristik wirausahawan yang rajin selalu punya semangat untuk belajar dan bekerja setiap hari. Dia selalu tekun dan berupaya semaksimal mungkin dalam pekerjaannya. Dia bersungguh-sungguh dan berkomitmen penuh dalam menjalankan bisnisnya, bahkan disaat sedang berada pada titik terendah. Dia tidak akan menyerah, meski hasilnya belum kelihatan.

#### 6. Kreatif

Wirausahawan yang kreatif dapat menemukan ide-ide yang cemerlang. Dia tidak mau menjadi follower, tapi ingin menjadi yang terdepan dan berbeda. Dia suka berinovasi dalam menjalankan bisnisnya, sehingga bisnisnya dapat terus berkembang mengikuti perubahan zaman.

#### 7. Sportif

Karakteristik wirausahawan yang sportif menunjukkan sikap yang kesatria dan tidak takut menghadapi persaingan bisnis. Dia siap bersaing secara sehat dan adil dalam bekerja. Dia juga tidak akan menjelek-jelekkkan orang lain dan tidak mau melakukan hal-hal yang tidak benar demi meraih kesuksesan.



#### 8. Lapang Dada

Karakteristik Wirausahawan yang lapang dada dapat menerima segala hal dengan ikhlas. Terutama saat sedang mengalami masa sulit, dia bisa sabar menghadapinya. Saat orang lain memberikan kritikan, dia dengan senang hati menerima setiap masukan. Bahkan saat pendapatnya tidak diterima, dia tidak marah-marah dan mengeluarkan caci-maki pada orang lain.

#### 9. Jujur

Karakteristik wirausahawan yang jujur membuat semua orang senang bekerja sama karena orangnya dapat dipercaya. Dia tidak akan berniat untuk merugikan konsumen, karyawan, dan rekan bisnisnya. Kejujuran ini membuat reputasinya bagus, sehingga citra bisnisnya ikut terangkat. Makanya, jujur sering disebut sebagai modal utama dalam berbisnis.

#### 10. Komunikatif

Karakteristik wirausahawan yang komunikatif atau bersahabat menunjukkan sikap yang terbuka untuk berhubungan dengan orang lain. Dia dapat menjalin komunikasi yang baik dengan siapa saja. Hal ini sangat penting untuk menjaga kesatuan tim dalam bekerja, saat memasarkan produknya kepada konsumen, dan saat menjalin relasi bisnis dengan pihak lain.

#### 11. Mandiri

Karakteristik wirausahawan yang mandiri siap bergantung pada dirinya sendiri. Dia punya kemampuan inisiatif dalam mengambil keputusan dengan cepat dan bertindak secara bertanggung jawab. Terutama bagi yang menjalankan usaha seorang diri, kemandirian harus dimiliki agar tidak mudah bergantung pada orang lain.

#### 12. Rendah Hati

Karakteristik wirausahawan yang rendah hati mau mengakui keunggulan orang lain. Dia tidak segan mengapresiasi pencapaian orang lain. Bahkan saat sedang di atas, dia tidak merasa sombong dan meremehkan orang lain. Ini membuatnya disukai dan disegani karena sikapnya membuat orang nyaman saat berada di sekitarnya.

#### 13. Inovatif

Karakteristik ini pengusaha selalu membuat produk yang baru dan memiliki ciri khas tertentu supaya orang cenderung kepingin mencoba produk mereka.

### B. Keberhasilan dan kegagalan wirausahawan

Tidak hanya asmara saja yang mengalami kegagalan, bisnis sangat wajar terjadi kegagalan tidak hanya sekali atau dua kali tapi tiga dan seterusnya. Tapi bukankah belajar dari kegagalan membuat kita seharusnya lebih kuat berdiri, kokoh,

dan tak tertandingi. Kegagalan bisnis bukan kita, karena tak menemukan barang yang sesuai dengan kehendak kita di awal. Tidak masalah dengan semua itu, setidaknya kita bisa evaluasi dan memulai kembali bisnis kita dari titik awal.

Supaya kegagalan hari ini tak terulang kembali seperti terjatuh ke lubang yang sama, kenali beberapa faktor yang menyebabkan bisnis kecil kita mengalami kegagalan. Selain sebagai monumen peringatan agar kegagalan berikutnya tak separah hari ini, coba kalian lakukan yang terbaik.

### 1. Tak Memiliki Visi dan Misi yang Jelas

Kadang suatu bisnis terjadi karena berdasar insidentalitas, hingga yang terjadi bisnis tak berjalan sesuai apa yang diinginkan. Hal ini tentu bisa dipicu oleh tidak adanya visi dan misi yang jelas pada awal pendirian usahanya. Misal kalian sebetulnya suka koleksi pakaian kekinian, tapi saat usaha kuliner sedang booming maka pindah membuka usaha kuliner. Memang kuliner adalah usaha yang tak ada matinya. Tapi jika berdiri tanpa visi misi nanti akan gulung tikar. Sebuah bisnis berdiri bukan berdasar keinginan semata, melainkan atas dasar kebutuhan pasar. Tak jarang, ada yang jualan soto ayam ditempat yang banyak menjual soto ayam. Apakah kiranya hanya mengandalkan punya modal besar lantas usaha berjalan lancar?

### 2. Minimnya Modal Usaha

Rumitnya proses birokrasi, lamanya proses yang berbelit-belit semakin menyempitkan peluang bisnis karena kita fokus pada hal lain. Membangun usaha walaupun kecil tapi rasanya berat jika ditanggung seorang diri dengan modal yang minim pula, tetapi jika kita mau sedikit bekerja keras dan kreatif kita dapat mengobati kepahitan dengan membuat menu baru dengan bahan terbatas.

### 3. Terlalu Takut Mengambil Resiko

Setiap aktivitas selalu mengandung dua benang yang saling bertautan, baik itu keuntungan dan risiko. Sifat manusia cenderung hanya melakukan mengoptimalkan dan meminimalkan risiko.. Percayalah, jika kalian lebih takut risiko, kalian tak akan pernah jadi pebisnis yang sukses. Jangan mudah nyaman di zona aman. Terlalu lama berdiam diri dan takut mencoba hal baru. Sementara jadi pebisnis harus mampu berusaha inisiatif sendiri.

Pendiri Alibaba, Jack Ma, yang saat internet baru membumi dikatakan gila oleh teman-temannya hanya karena bermimpi punya pasar online yang mampu menjangkau seluruh negeri dan kalangan. Tapi risiko kegagalan yang dialami nyatanya tak membuat patah semangat. Sebaliknya, Jack Ma yang bahkan sempat mengajar Bahasa Inggris dengan gaji rendah itu justru membuktikan keyakinannya bahwa situs e-commerce yang didirikannya jadi yang terbesar di dunia. Sesungguhnya ada risiko besar di balik kesuksesan besar.

#### 4. Kurangnya Inovasi

Usaha kuliner, dituntut untuk selalu berinovasi. Yang kita hadapi adalah masyarakat yang cenderung kepingin mencoba hal hal yang baru. jadi kalau kita menyajikan makanan yang sama orang akan bosan dengan makanan kita. Beralih ke tempat lain. mencoba cita rasa baru penampilan yang baru. Jangan sampai karena kurang inovatif dalam mengembangkan usaha, lalu jadi faktor yang menggagalkan bisnis kecil yang kita bangun penuh harap. Tentu program inovasi butuh modal juga, bukan? Tapi yang harus kita pertimbangkan adalah inovasi bisa kita lakukan tanpa modal dengan sedikit sentuhan kreativitas.

#### 5. Kurangnya Pengetahuan soal Wirausaha

Faktor ini tidak hanya berlaku bagi pemilik usaha tapi juga kualitas karyawan yang bekerja untuk kemajuan bisnis. Dalam membangun usaha harus ada kolaborasi antara pemilik dan karyawan, karena dengan karyawan merasa ikut memiliki usaha tersebut dia akan berusaha bekerja dengan nbaik tanpa ada keterpaksaan. Karyawan akan menunduk jika pengusaha itu pandai dibidang wirausaha.

Bagaimana mencari pengetahuan berwirausaha? kalian boleh sekali waktu ikut seminar kewirausahaan dan bergabung dalam komunitas bisnis sejenis serta rajin membaca buku dan stalking media sosial sang mentor.

#### 6. Tak Memenuhi Permintaan Pasar

Ketika usaha kita tidak mampu memenuhi permintaan pasar, waspadalah itu sebagian dari faktor yang menggagalkan bisnis kita. Konsumen mintanya apa, kalian memberinya apa. Wajar kalau dapat penolakan dan malah membuat kalian diterpa kerugian produksi. Apalagi kita bergerak dibidang pengolahan bahan



makanan. Mendengar kebutuhan konsumen juga bagian dari pelayanan prima dan satu alasan besar kenapa kita membuka usaha. Bagaimana mungkin sebuah bisnis bisa berjalan tanpa adanya konsumen?

#### 7. Pengelolaan Keuangan yang Buruk

Seringkali dalam bisnis kecil pengelolaan keuangannya hanya berdasar pada ingatan bukan data. Sedangkan pencatatan keuangan penting demi mengetahui kapan bisnis yang kita jalankan itu mengalami keuntungan dan kerugian. bisa jadi kegagalan terjadi hanya gara-gara tidak tahu mana bedanya uang hasil usaha dan mana uang pribadi. Untuk itu, penting kiranya segera perbaiki tata kelola keuangan bisnis mulai dari pemisahan harta, perencanaan anggaran, pencatatan arus kas, hingga perhitungan untung rugi.

#### 8. Pemasaran yang Gagal

Sebetulnya tak ada pemasaran yang sukses total dan gagal total. Kita sering menyebutnya tidak sesuai target yang diharapkan. Dalam strategi pemasaran, memang yang dibutuhkan adalah waktu. Terkadang mempromosikan produk yang tak tepat momen, dapat menyebabkan kenaikan pada penjualan, tetapi sebaliknya salah yang kita tuju juga menyebabkan penurunan penjualan.

Contoh saat sasaran kita buat anak remaja Harga mahal, Kemungkinan ditolak sangat besar. Tapi bagaimana jika kita menawarkan makanan yg harga murah meriah hemat dikantong maka ini lebih banyak diterima.

### C. RANGKUMAN MATERI

Karakter kewirausahaan yaitu:1) Pemberani; 2) Percaya Diri; 3)disiplin; 4) tanggung jawab; 5) rajin; 6) kreatif; 7) sportif; 8) lapang dada; 9) jujur; 10) komunikatif; 11) mandiri; 12) rendah hati

Penyebab terjadinya kegagalan dalam menjalankan usaha adalah:1) Tak Memiliki Visi dan Misi yang Jelas;2) Terlalu Takut Mengambil Risiko;3) Minimnya Modal Usaha;4) Kurangnya Inovasi; 5) Kurangnya Pengetahuan soal Wirausaha; 6) Tak Memenuhi Permintaan Pasar; 7) Pengelolaan Keuangan yang Buruk; 8) Pemasaran yang Gagal;

## D. Evaluasi pembelajaran

### A. Soal Pilihan Ganda

1. Dibawah ini yang bukan termasuk sifat wirausahawan adalah:
  - a. Percaya diri
  - b. Efisien
  - c. Kreatif
  - d. Pemberani
  - e. Komunikatif
2. Suatu pekerjaan yang dapat diselesaikan tepat waktu sesuai dengan rencana dapat disebut.....
  - a. tepat
  - b. efisien
  - c. efektifSelamat
  - e. hemat
3. Yang bukan termasuk penyebab kegagalan seorang pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya adalah .....
  - a. kurang modal
  - b. Manager tidak kompeten
  - c. Lokasi kurang strategis
  - d. Pemasaran kurang
  - e. kemampuan leadership
4. Pada saat terjadi pandemi Andi memulai usaha penjualan sayur secara online. Menerima delivery order. Andi memiliki jiwa .....
  - a. jujur
  - b. disiplin
  - c. kreatif
  - d. mandiri
  - e. rendah hati
5. Fatimah adalah seorang pemilik toko roti terkenal di Lamongan. Dia selalu membuat produk baru supaya orang selalu merasa penasaran mencoba merasakan produk baru tersebut. Fatimah memiliki sifat .....
  - a. Tekun bekerja
  - b. Pekerja keras

- c. Disiplin
- d. Inovatif
- e. komunikatif

B. Soal Uraian

1. Sebutkan dan jelaskan karakteristik kewirausahaan!
2. Mengapa kita pengusaha harus mengetahui tentang wirausaha?
3. Sebutkan faktor penyebab terjadinya kegagalan dalam menjalankan bisnis!
4. Amati lingkungan sekitar kalian, cari informasi dari koran atau internet tentang 1 tokoh kewirausahaan yang sukses
5. Karakter kewirausahaan apa saja yang sudah kalian terapkan didalam kehidupan sehari-hari? Sebutkan!

## BAB II PERENCANAAN USAHA

### TUJUAN PEMBELAJARAN

1. Siswa dapat membuat perencanaan usaha pengolahan makanan awetan dari bahan pangan nabati, dan pemasaran
2. Siswa dapat menyusun perencanaan usaha pengolahan makanan awetan dari bahan pangan nabati meliputi ide dan peluang usaha, sumber daya, dan pemasaran

#### A. Ide dan peluang usaha

Menurut Wulandari. 2019 Kewirausahaan merupakan salah satu wujud dari sebuah usaha yang digeluti oleh masyarakat, dalam mengelola usaha tersebut diperlukan pengalaman. Pengalaman terkadang susah didapat sehingga bagi pemilik modal yang belum mendapatkan pengalaman dalam berbisnis sangat penting untuk mengangkat seseorang atau partner usaha untuk menjalankan bisnisnya. Banyak terjadi kegagalan dalam usaha karena mereka tidak melihat masyarakat membutuhkan apa, tetapi karena dia pandai membuat makanan tersebut.

Masalah pokok ekonomi modern terdiri atas tiga hal,

##### 1. Apa yang akan Diproduksi (What)

menentukan apa yang akan diproduksi merupakan masalah penting sebab, selain jumlah sumber daya yang ada terbatas, apabila salah dalam menentukan apa yang akan diproduksi bisa-bisa berakibat pada kerugian bahkan kebangkrutan bagi produsen.



Sumber: <https://pin.it/2xK1Mbe>

Gambar 2.1



Sumber: <https://pin.it/6Az39Wm>

Gambar 2.2



Sumber: <https://pin.it/5pmOlfq>

Gambar 2.3



Sumber: <https://pin.it/4Ms6yUr>

Gambar 2.4





Gambar 2.5

Hal apa saja yang perlu diproduksi untuk memenuhi keinginan konsumen. Sejatinya, manusia memiliki dasar karakteristik berikut ini.

- a. Sifat tidak pernah puas,
- b. Menyukai hal hal yang praktis,
- c. Sifat ingin diakui dan dihargai,
- d. Rasa ingin tahu,

## 2. Bagaimana Cara Memproduksi (How)

Tahap berikutnya setelah produsen menentukan apa yang akan diproduksi, adalah memikirkan bagaimana cara memproduksinya. Cara produksi erat kaitannya dengan cara mengombinasikan faktor produksi yang dibutuhkan untuk memproduksi suatu barang dan jasa, bagaimana cara memproduksi yang sesuai, produsen perlu mempertimbangkan aspek efisiensi atau penghematan. Produsen perlu memilih cara produksi yang membutuhkan biaya seminimal mungkin dengan menghasilkan barang lebih maksimal. Biaya yang minimal dapat menghasilkan harga yang relatif murah.

## 3. Untuk Siapa Barang/Jasa Diproduksi (For Whom)

Masalah pokok ekonomi modern yang satu ini berkaitan dengan cara mendistribusikan barang atau jasa ke dalam pasar hingga sampai kepada konsumen. Dengan kata lain, masalah ekonomi ini meliputi pertanyaan siapa yang membutuhkan barang tersebut

dan siapa saja yang menikmati hasilnya. Karena nanti berkaitan dengan harga dan jumlah barang

## B. Analisa peluang usaha

Analisis usaha merupakan suatu analisa berupa rangkaian kegiatan melakukan perencanaan, meriset, memprediksi, mengevaluasi kegiatan usaha atau bisnis.

Tujuan menggunakan analisa peluang usaha sebagai berikut

1. Mengetahui atau menghindari segala kemungkinan buruk yang terjadi ketika proses bisnis dijalankan, karena dalam sebuah usaha pasti memiliki resiko. Analisa ini untuk meminimalisir resiko.
2. Meningkatkan keuntungan dan tujuan utama sebuah bisnis. Ya, sebenarnya sebuah analisis diperlukan untuk mengenal lebih dalam sebuah bisnis dari segala sisi.

Berikut adalah tujuh hal mendasar yang bisa Anda lakukan dalam menganalisa usaha:

### 1. Tentukan Peluang Usaha dengan Analisis SWOT



Sumber: <https://cpssoft.com/blog/bisnis>

Strengths (kekuatan) : kekuatan dari dalam perusahaan apa yang dimiliki perusahaan

Weaknesses (kelemahan) adalah berasal dari internal perusahaan Anda. hal-hal yang dapat dikendalikan dan dapat berubah.

Contohnya karyawan , paten dan properti intelektual, dan lokasi kita.



Opportunities (peluang): kalau mau merintis suatu usaha kita harus tahu peluang kita jika mau membuat suatu produk.

Threats (ancaman) adalah hal eksternal yang mempengaruhi bisnis atau hal-hal yang terjadi di luar perusahaan Anda pada pasar yang lebih besar. Kita harus dapat melindungi dari ancaman, tetapi kita tidak dapat mengubahnya. Contohnya termasuk pesaing, harga bahan baku, dan tren belanja pelanggan.

Teknik ini dibuat oleh Albert Humphrey, yang memimpin proyek riset pada Universitas Stanford pada dasawarsa 1960-an dan 1970-an dengan menggunakan data dari perusahaan-perusahaan Fortune 500.

Munculnya kesempatan dan hambatan ini biasanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mendukung suatu bisnis.

Sebagai contoh usaha warung kopi namun lokasi di rumah yang terletak di kawasan dekat pasar ikan dan pasar burung, karena disekitar tempat kita banyak warung kopi tradisional, maka kita membuat inovasi baru dengan layanan take away. Lokasi berada di depan jalan raya. Arah keluar dari perkotaan. Harapannya menangkap orang yang sedang melakukan perjalanan mengantuk atau capek bisa rehat jika tidak habis dapat dibawa pulang. sekarang kita juga lebih memilih sesuatu yang higienis maka kita memakai kemasan yang sekali pakai. Hambatan, karena lokasi tidak tersedia tempat parkir yang luas. Kami juga menggunakan layanan pesan antar. Untuk mengatasi masalah tersebut.

## 2. Antisipasi Ancaman Bisnis Terlebih Dahulu Dengan Inovasi

Analisis usaha penting untuk mempersiapkan diri dengan solusi dari semua tantangan yang ada. Dengan melakukan tindakan pencegahan dan meminimalisir akan resiko-resiko yang terjadi, sebuah bisnis akan dapat bertahan bahkan dalam kondisi sulit pun. Cara menjawab ancaman kita harus selalu melakukan inovasi.

Biasanya tantangan berupa kesempatan dan hambatan bisnis yang ada terjawab melalui inovasi-inovasi baru. Inovasi tersebut merupakan bentuk antisipasi pengusaha terhadap ancaman-ancaman bisnis yang mungkin akan terjadi pada usahanya.

### 3. Tentukan Target Pasar

Menentukan target pasar adalah hal yang wajib dilakukan, karena berkaitan dengan packaging, harga. Target pasar dikategorikan berdasarkan rentang umur, pekerjaan, dan minat.

Hal ini diperlukan untuk membuat konten promosi dan pemasaran yang tepat sasaran.

Sebagai contoh kedai kopi pada umumnya memang dapat dinikmati berbagai kalangan. Namun untuk menu-menu tertentu bisa ditargetkan pada kalangan tertentu. Misalnya, jenis latte lebih diminati oleh rentang usia anak-anak hingga dewasa, biasanya membeli take away atau melalui layanan pesan antar, kebanyakan pembelinya adalah siswa, mahasiswa dan pekerja kantoran milenial. Setelah mengetahui segmen pasar, maka akan semakin mudah untuk merambah kalangan tersebut dengan media sosial. Terutama melalui konten-konten di platform Instagram, Facebook, dan tiktok

### 4. Hitung Anggaran Dana

Usaha harus memperhatikan anggaran dana. Kenapa? Karena anggaran dana sangat menentukan dalam kegiatan produksi pemasaran bahkan sampai baang itu ditangan konsumen. Hal yang harus diperhitungkan dalam sebuah usaha adalah biaya untuk bahan baku, tenaga karyawan, biaya pemasaran, biaya energi yang dibutuhkan seperti listrik, gas, kayu bakar, dsb.

Setelah menghitung biaya produksi, berikutnya menghitung laba yang ditargetkan. Mulai dari 30%, 50%, untuk laba yang ditargetkan berdasarkan HPP. Biaya pemasaran biasanya dihitung di pos khusus karena biaya pemasaran untuk menjaring pasar yang lebih luas. biaya yang dikeluarkan untuk proses pendistribusian seperti pengiriman, biaya maintenance database pelanggan yang pernah membeli produk. Semua biaya harus dirinci secara detail.

### 5. Rencanakan dan Lakukan Promosi

Pemasaran adalah tombak dalam segala usaha. Perusahaan dapat berkembang, karena adanya omset. Adanya omset kaer merencanakan pemasaran dan kegiatan promosi yang baik. Lalu, laksanakan rencana pemasaran dan promosi tersebut agar tepat sasaran. Sehingga, biaya untuk pemasaran dan promosi tidak dikeluarkan

dengan sia-sia. Karena promosi dan pemasaran tersebut sebenarnya dilakukan untuk meningkatkan angka penjualan demi menaikkan nilai laba yang ditargetkan sebelumnya. Bila promosi dan pemasaran dilakukan tidak terarah dan tidak direncanakan dengan matang, maka akan menghasilkan hal yang sia-sia dan hanya menjadi pemborosan karena biaya yang dikeluarkan.

#### 6. Minta Saran Dan Kritik dari Para Pelanggan

Saran dan kritik dari pelanggan akan menambah nilai plus bagi sebuah bisnis. Pelanggan merasa diperhatikan. Pelanggan adalah aset yang sangat berharga bagi perusahaan. Saran dan kritik pelanggan biasanya akan menjawab tantangan bisnis yang ada sekaligus menentukan arah perkembangan bisnis yang lebih baik. Selain itu, dengan meminta saran dan kritik pelanggan akan meningkatkan customer engagement sehingga mampu meningkatkan brand awareness sebuah bisnis di masyarakat.

#### 7. Lakukan Evaluasi Setiap Bulan

Analisis usaha, jangan lupa untuk dilakukan setiap bulannya. Evaluasi ini dilakukan mulai dari proses produksi, distribusi, pemasaran, dan penjualan. Tak lupa juga, evaluasi dari pelanggan berupa kritik dan saran yang membangun juga harus diperhatikan demi keberlangsungan usaha.

Tujuan dari sebuah analisis usaha adalah mengidentifikasi kebutuhan bisnis dan menentukan solusi untuk masalah bisnis. Analisa juga berfungsi sebagai acuan bagi pengusaha untuk mengambil keputusan tentang usahanya. Keputusan ini didasari oleh hasil analisa dan data yang menunjukkan resiko-resiko yang akan timbul di kemudian hari.

#### C. Sumber daya yang di butuhkan

Sumber daya yang dibutuhkan Sumber daya yang dibutuhkan dalam perencanaan usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani antara lain:

1. Money (Uang) Uang dibutuhkan untuk biaya operasional dari produksi memodifikasi makan khas daerah.

2. Man (Manusia) Sumber daya manusia diperlukan dalam memodifikasi makanan khas daerah adalah orang yang mempunyai kompetensi di bidangnya masing-masing atau terdidik dan terlatih.
3. Machine (Mesin) Mesin sangat penting untuk menjalankan kegiatan usaha. Dengan adanya bantuan mesin, pekerjaan yang sulit dapat dikerjakan dengan lebih mudah dan menghemat waktu produksi. Seiring dengan perkembangan teknologi, sudah banyak mesin yang modern dan disesuaikan dengan kegiatan produksi yang dibutuhkan.
4. Material (Bahan baku) Untuk membuat modifikasi makanan khas daerah tentunya membutuhkan bahan baku yang berkualitas untuk menghasilkan berkualitas. Tanpa adanya bahan baku yang berkualitas maka tidak dapat menghasilkan produk yang bernilai tinggi. Produk yang memiliki kualitas buruk dapat menimbulkan kerugian pada manajemen usaha.
5. Market (Pemasaran) Mempertahankan target pasar yang dituju sangat penting. Ini karena persaingan yang semakin ketat memaksa usaha harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat demi mempertahankan segmentasi pasar.
6. Methods (Cara Kerja) Metode yang dilaksanakan harus tepat mempertimbangkan tujuan usaha yang ingin dicapai, anggaran uang, waktu produksi dan sumber daya manusia. Penggunaan metode manajemen yang tepat dapat membuat proses produksi berjalan dengan efisien.

## D. Rangkuman Materi

### 1. Ide dan peluang usaha

Masalah pokok ekonomi modern terdiri atas tiga hal,

- a. Apa yang akan Diproduksi (What)
- b. Bagaimana Cara Memproduksi (How)
- c. Untuk Siapa Barang/Jasa Diproduksi (For Whom)

### 2. Analisa peluang usaha

tujuh hal mendasar yang bisa Anda lakukan dalam menganalisa usaha: 1) Tentukan Peluang Usaha dengan Analisis SWOT; 2) Antisipasi Ancaman Bisnis Terlebih Dahulu Dengan Inovasi; 3) Tentukan Target Pasar; 4) Hitung Anggaran Dana; 5) Rencanakan dan Lakukan Promosi; 6) Minta Saran Dan Kritik dari Para Pelanggan; 7) lakukan evaluasi setiap bulan.

### 3. Sumber daya yang dibutuhkan: money, man, mechine, material, market, metod

## E. EVALUASI PEMBELAJARAN

### A. Pilihan Ganda

1. Setelah kita memiliki ide untuk memulai usaha, maka langkah pertama yang harus kita lakukan adalah ....
  - a. Membuat perencanaan usaha
  - b. Membuat anggaran
  - c. Studi kelayakan usaha
  - d. Pemasaran
  - e. Studi lapangan
2. Suatu usaha atau bisnis akan selalu berhubungan dengan ....
  - a. Pengharapan
  - b. Proposal usaha
  - c. Pemasaran
  - d. Strategi
  - e. Studi lapangan
3. Yang termasuk dalam perencanaan usaha, kecuali ....
  - a. Strategi
  - b. Harapan
  - c. Visi
  - d. Misi
  - e. Tujuan
4. Sumber daya yang dibutuhkan dalam melakukan produksi adalah .....

  - a. Pemasaran
  - b. Anggaran
  - c. Kelayakan
  - d. Mechine
  - e. produksi

5. dalam melakukan Analisa peluang usaha ada tujuh hal mendasar yang bisa Anda lakukan dalam menganalisa diantaranya adalah .....

  - a. Lakukan evaluasi setiap bulan.
  - b. Lakukan study kelayakan
  - c. Lakukan perencanaan

- d. Melaksanakan ancaman
- e. Melaksanakan produksi

B. Soal uraian

1. Pada saat kita mulai merencanakan membuat suatu usaha ada ada tiga Masalah pokok ekonomi modern. Sebutkan 3 masalah pokok ekonomi tersebut!
2. Tina memiliki rumah dekat dengan SMAN 1 Babat. Dia suka memasak dan membuat jajan. Menurut kalian tina cocok membuat usaha apa?sebutkan alasan kalian!
3. Sebutkan sesuatu mendasar yang harus kalian lakukan dalam menganalisa usaha!
4. Menurut kalian usaha apa yang cocok di daerah perbukitan Pucak Wangi?
5. Mengapa kita harus membuat target pasar dalam merencanakan suatu usaha?

## BAB III

### PENGOLAHAN MAKANAN AWETAN

#### TUJUAN PEMBELAJARAN

1. Siswa dapat menganalisis sistem pengolahan makanan awetan dari bahan pangan nabati dan pengemasan berdasarkan daya dukung yang dimiliki oleh daerah setempat
2. Siswa dapat mengolah makanan awetan dari bahan pangan nabati berdasarkan daya dukung yang dimiliki oleh daerah setempat

#### MATERI PELAJARAN

##### A. Jenis dan Karakteristik Bahan dan Alat Pengolahan

###### 1. Jenis dan Karakteristik Bahan dan Alat Pengolahan Makanan Awetan

Produk makanan awetan adalah produk makanan dan minuman yang sudah mengalami proses pengolahan sehingga mempunyai keawetan yang lebih tinggi. Makanan awetan tidak sama dengan makanan yang menggunakan pengawet, tetapi untuk mengawetkan makanan dan minuman, banyak proses yang bisa dilakukan. Proses pengolahan dan pengemasan yang baik juga dapat mengawetkan produk makanan dan minuman.

Pengawetan makanan bertujuan untuk meningkatkan daya tahan baik keadaan fisik maupun unsur kimia didalamnya sehingga bertahan lebih lama. Dalam pengawetan makanan harus memperhatikan bahan yang diawetkan, keadaan bahan, cara pengawetan bahan, dan daya tarik bahan makanan.

###### 2. Jenis-Jenis Makanan Awetan

###### a. Pengolahan makanan awetan berbahan nabati

Bahan pengolahan makanan nabati berasal dari tumbuhan. Bahan makanan yang ada di alam ini mempunyai sifat dan karakteristik yang beragam. Tetapi banyak juga kesamaan sifat yang dimilikinya, salah satunya mudah rusak. Upaya untuk memperlambat proses fisiologis yang bisa memperlambat proses pembusukan, yaitu teknologi pengolahan perebusan dan di simpan dalam plastik yang kedap



udara atau di vakum.mengurangi adanya bakteri masuk bercampur didalam makanan.

Contoh pengolahan makanan awetan nabati

1. Manisan Buah. Buah mangga setelah dipanen bertahan satu minggu setelah itu membusuk, untuk melakukan awetan bisa menggunakan manisan dengan mangga muda direbus diberi gula sedikit. Lebih kuat lagi disimpan menjadi frozen atau pengalengan. Atau bisa dibuat selai.



Sumber: <https://pin.it/3CDJveu>

Gambar 3.1

2. Membuat aneka jajanan berasal dari daun beluntas. <https://www.alodokter.com/5-manfaat-daun-beluntas-untuk-kesehatan> tentang Manfaat dari beluntas;



Sumber: <https://www.alodokter.com>

Gambar 3.2

Manfaat dari daun beluntas : 1) mengontrol kadar gula dalam darah; 2) menurunkan kadar kolesterol; 3) mencegah kerusakan sel akibat paparan radikal bebas; 4) mengurangi resiko penyakit kanker; 5) mendukung proses pemulihan luka. Cara pengolahan beluntas dengan direbus dicampur dengan tepung dibentuk stik dan digoreng. Minyak ditiriskan dengan pengering kemudian dikemas dalam plastik yang tebal maka jajanan akan bertahan hingga 3 bulan tidak rusak.

3. Selai Buah. Makanan awetan nabati selanjutnya adalah selai buah yang sering dikonsumsi untuk isian roti tawar. Biasanya, bahan baku selai terbuat dari buah yang tidak terlalu asam dan memiliki rasa sedikit asam. Seperti nanas, strobery



Sumber: <https://pin.it/2Ko29Al>

Gambar 3.3

4. Acar. Acar merupakan makanan awetan nabati yang dibuat dari bahan sayuran serta buah. Untuk membuatnya, kamu hanya perlu memasukkan semua bahan-bahan ke air rendaman asam cuka. alu, diamkan olahan selama beberapa jam atau hari.



sumber: <https://pin.it/48WzcEm>

gambar 3.4

6. Sayuran beku. Makanan awetan nabati ini pasti banyak ditemukan saat berbelanja ke supermarket. Makanan dari nabati berupa sayuran beku yang terdiri atas kacang polong, wortel, dan jagung. Makanan dari bahan nabati ini sering kali dijadikan campuran mi hingga pendamping steak.



Sumber: <https://pin.it/1zNhDQI>

Gambar 3.5

7. Tape. Makanan awetan nabati yang terbuat dari singkong ini memiliki rasa manis yang sedikit asam. Selain enak, tape juga sangat bermanfaat untuk kesehatan karena bisa mencegah anemia. Proses fermentasi tape juga dapat meningkatkan produksi beberapa mikro organisme, salah satunya vitamin B12 yang baik untuk pembentukan protein dan sel darah.



Sumber: <https://pin.it/2F7yN3U>

Gambar 3.6

8. Jajanan Keripik. Bahan makanan seperti umbi-umbian dan pisang bisa diawetkan dan diolah menjadi keripik, Rasanya yang asin juga bisa memberikan kesan adiktif yang bisa membuat orang-orang ketagihan untuk mengonsumsinya. Biasanya acar digunakan sebagai tambahan dalam makanan lain seperti nasi goreng.

Bahan pangan nabati adalah bahan makanan yang berasal dari berbagai jenis tumbuh-tumbuhan seperti sayur-sayuran, buah-buahan, umbi-umbian, dan sereal; mulai dari akar, batang, dahan, daun, bunga, buah, dan biji. Contoh makanan awet dari bahan nabati adalah aneka selai buah, aneka kripik buah maupun sayur, manisan buah, acar, dll. Makanan awetan dari bahan nabati, baik makanan atau minuman yang diproduksi di suatu daerah, merupakan identitas daerah tersebut, dan menjadi pembeda dengan daerah lainnya. Berbagai makanan awetan dari bahan nabati di berbagai daerah di Indonesia menjadi ciri khas daerah tersebut. Wirausaha di bidang ini dapat menjadi pilihan yang sangat tepat karena kita lebih banyak mengenal produk makanan awetan daerah kita daripada daerah lainnya.

b. Pengolahan makanan awetan berbahan hewani

Makanan awetan dari bahan pangan hewani. Bahan pangan hewani umumnya dibagi menjadi dua, yaitu hewan darat dan hewan air. Hewan air yang dijadikan sebagai bahan makanan khas daerah contohnya adalah ikan, udang, cumi, teripang. Sementara itu, kelompok hewan darat terdiri dari kelompok ternak besar (sapi, kerbau, kambing) dan kelompok ternak kecil (ayam, bebek, burung, angsa). makanan awetan dari bahan pangan nabati.

Bahan pangan nabati dan hewani mempunyai karakteristik yang berbeda. Untuk mengetahui perbedaan antara karakteristik bahan nabati dan hewani dapat kalian lihat pada tabel berikut ini. Perbedaan karakteristik ini dapat kalian gunakan sebagai acuan untuk pengawetan makanan.



## Bahan Contoh pengolahan makanan awetan hewani

- 1) Masyarakat Lamongan daerah timur banyak memiliki usaha tambak bandeng. Pada saat panen rayaharga bandeng turun drastis dan ikan termasuk makanan yang mudah rusak, pada hari itu juga ikan hasil panen harus laku kalau tidak laku akan membusuk. Ini sering menjadi masalah bagi para petani. Untuk mengatasi masalah tersebut kita coba dengan membuat olahan membuat bandeng presto. Bandeng Setelah dibersihkan kemudian dipresto setelah matang ditiriskan dan divakum dan dimasukkan kedalam frezer ini akan bertahan sampai 2 bulan. Kaldu bandeng sebagai limbah kalau dibuang akan mengganggu lingkungan kita dapat memanfaatkan dibuat bahan rengginang dengan cara dimasak campur dengan



Gambar 3.7

Hasil olahan bandeng presto yang dikemas dalam plastik vakum



Gambar 3.8

Hasil olahan dari kaldu bandeng presto menjadi rengginang

Tabel Perbedaan Karakteristik Bahan Nabati dan Hewani

Karakteristik Bahan Nabati	Karakteristik Bahan Hewani
Umumnya memiliki daya awet yang tinggi	Umumnya mudah rusak (daya awetnya rendah)
Cenderung tahan terhadap tekanan dan tidak gampang rusak	Umumnya bersifat lunak, tidak tahan tekanan, dan hantaman
Meski sifat bahan spesifik, namun masih dapat dicari sifat umumnya	Sifat setiap bahan sangat spesifik dan sangat sulit digeneralisasi
Selain sumber protein dan lemak, bahan nabati banyak yang juga berperan sbegai sumber karbohidrat, mineral, dan vitamin	Umumnya merupakan sumber protein dan lemak

Tabel 3.1

## B. Alat Pengolahan Makanan Awetan

Peralatan pengolahan adalah berbagai benda atau perkakas yang digunakan untuk mengolah suatu masakan. Klasifikasi peralatan pengolahan makanan. Peralatan pengolahan dibagi menjadi 2 yaitu:

Kitchen utensils adalah peralatan kecil untuk mengolah makanan seperti panci, pisau dan sebagainya.

Peralatan dari baja, stainless steel, aluminium, dan tembaga.

Peralatan jenis ini dikelompokkan menjadi 4 kelompok, yaitu peralatan untuk memasak, peralatan untuk menyimpan atau mencampur, peralatan kecil, dan peralatan memotong.

 <p>Ladle/ sendok bertangkai panjang: untuk menyendok cairan seperti kaldu dan sup.</p>	 <p>Skimmer dan spider/ serok : untuk mengambil makanan yang sedang direbus/ digoreng, meniriskan makanan yang digoreng, membersihkan buih pada kaldu.</p>
 <p>Frying spatula/ sutil : untuk membalik makanan yang sedang digoreng, direbus, dan dipanggang.</p>	 <p>Conical strainer/ saringan: untuk menyaring kaldu, sup, saus, minyak goreng, dan makanan yang direbus.</p>
 <p>Strainer/ saringan: untuk menyaring teh, sirup, dan lain-lain.</p>	 <p>Ballon whisk/kocokan telur : untuk mengocok telur, mayonaise, saus, mencampur adonan.</p>
 <p>Ice cream scoop : alat untuk mengambil ice cream.</p>	

Gambar 3.9



## Peralatan Memotong

 <p>Peeler/ pengupas sayur: untuk mengupas sayur, bawang.</p>	 <p>Vegetable knife/ pisau dapur</p>
 <p>Grater/ parutan: alat untuk memarut kelapa, sayur, dan keju.</p>	 <p>Cleaver/ pisau besar: untuk memotong tulang, mencincang daging</p>

Gambar 3.10

## Peralatan dari kayu

 <p>Cutting board : untuk alas memotong sayuran, buah, bumbu, kue</p>	 <p>Wooden spatula : untuk mengaduk makanan yang sedang ditumis, digoreng.</p>
 <p>Rolling pan : untuk memipihkan atau menggiling adonan roti dan lain-lain.</p>	 <p>Tray : baki untuk membawa makanan</p>

Gambar 3.11

## Peralatan dari karet



Gambar 3.12

## Kitchen equipment/ Perlengkapan dapur

Kitchen equipment adalah peralatan besar yang membuat ruangan tersebut berfungsi sebagai dapur untuk mengolah makanan seperti oven, kompor, dan sebagainya.

Peralatan besar dibagi menjadi 3 kelompok :

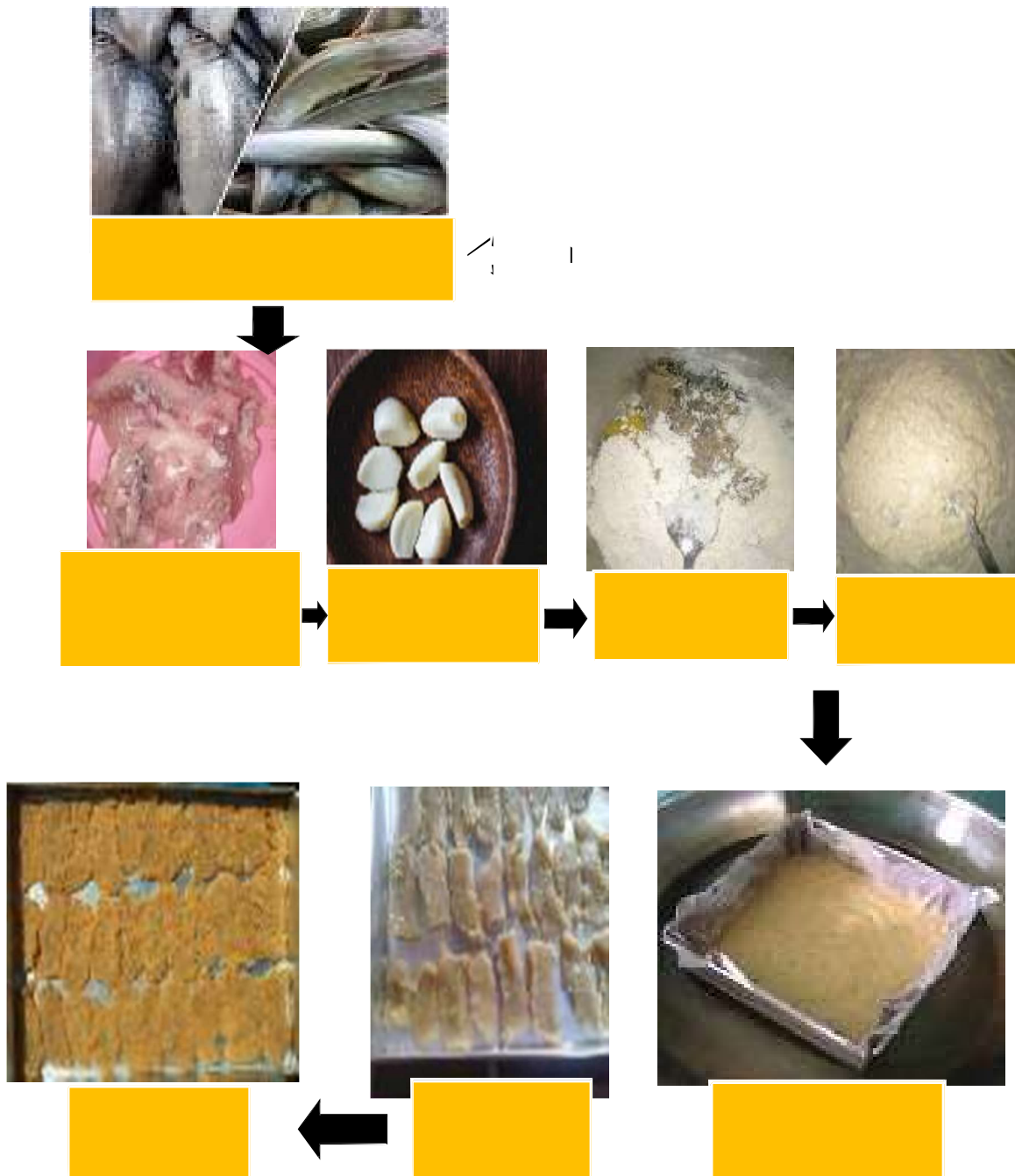
### 1.Peralatan Listrik dan Gas

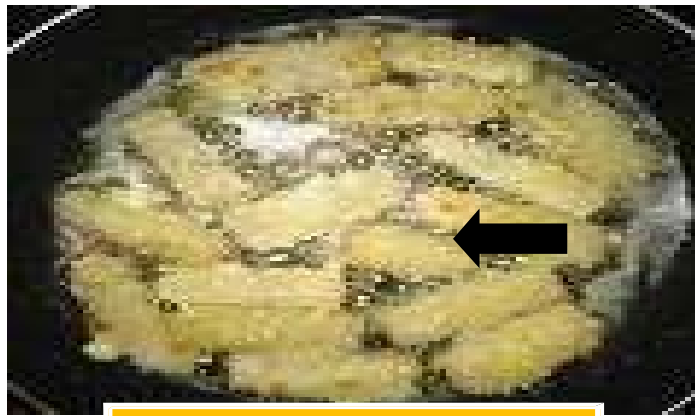


Gambar 3.13

### C. Tahapan proses pengolahan/pengawetan

Tujuannya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat setempat, juga untuk dijual ke daerah lain dan/atau wisatawan/pendatang. Beberapa terobosan dapat dilakukan untuk mengangkat citra dan cita rasa makanan awetan tersebut. Upaya diharapkan dapat membuka peluang usaha lain dan dapat diekspor. Hal tersebut akan menjadi promosi yang positif untuk meningkatkan nilai jual makanan awetan berbahan dasar nabati dan pengembangan pariwisata daerah.





Gambar

Proses pengolahan jajanan Nabel Chip

## D. Rangkuman materi

A. Jenis pengolahan awetan ada 2 yaitu:

a. Pengolahan makanan awetan berbahan nabati

contoh dari pengolahan ini: manisan mangga, stik beluntas, selai buah, acar, sayuran beku, tape, kripik dari umbi-umbian

b. Pengolahan makanan awetan berbahan hewani

contoh pengolahan dari hewani: pengolahan ikan bandeng menjadi bandeng presto, limbahnya dapat dibuat sebagai rengginang

C. Alat Pengolahan Makanan Awetan

Peralatan pengolahan adalah berbagai benda atau perkakas yang digunakan untuk mengolah suatu masakan. Klasifikasi peralatan pengolahan makanan. Peralatan pengolahan dibagi menjadi 2 yaitu:

a. Kitchen utensils adalah peralatan kecil untuk mengolah makanan seperti panci, pisau dan sebagainya.

b. Peralatan dari baja, stainless steel, aluminium, dan tembaga. Peralatan jenis ini dikelompokkan menjadi 4 kelompok, yaitu peralatan untuk memasak, peralatan untuk menyimpan atau mencampur, peralatan kecil, dan peralatan untuk memotong.

## E. Evaluasi pembelajaran

### Soal Uraian

#### Petunjuk pelaksanaan tugas

1. Buatlah kelompok kecil 3-4 orang
2. Diskusikan dengan kelompok, makanan awetan dari nabati dan hewani yang ada disekitar kalian.
3. Menurut kalian dari makanan awetan nabati dan hewani yang ada disekitar kalian pilihlah salah satu kemudian buatlah inovasi dengan membuat kreasi dan modifikasi dengan bahan yang lain, sehingga dapat menjadi produk baru yang memiliki nilai jual yang tinggi.
4. Presentasikan kepada teman teman sekelas

## BAB IV

### HARGA POKOK PRODUKSI

#### TUJUAN PEMBELAJARAN

1. Siswa dapat Memahami perhitungan biaya pengolahan (Harga Pokok Pengolahan) makanan awetan dari bahan pangan
2. Siswa dapat menghitung hasil perhitungan biaya pengolahan (Harga Pokok Pengolahan) makanan awetan dari bahan pangan

#### A. Pengertian Harga Pokok Produksi

Menurut Susilowati (2009), harga pokok produksi adalah seluruh pembiayaan yang dibebankan pada produk dan jasa yang dapat diukur dalam bentuk uang yang akan diserahkan.

menurut Supriyono (2013), yang menyatakan kalau harga pokok produksi merupakan jumlah uang yang akan dibayarkan dalam rangka untuk memiliki produk atau jasa yang diperlukan perusahaan sebagai sarana untuk menghasilkan keuntungan.

##### 1. Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi

Unsur-unsur yang harus diperhitungkan dalam penentuan harga pokok produk ada tiga. Yaitu, biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan yang terakhir adalah biaya overhead pabrik atau perusahaan. Ini dia penjelasan tentang ketiganya:

Harga pokok produksi merupakan salah satu perhitungan utama untuk menentukan total harga pokok penjualan untuk perusahaan manufaktur. Salah satu metode akuntansi standar untuk menghitung harga pokok yang akurat adalah penggunaan tiga unsur dalam menentukan harga pokok produk. Ada tiga unsur biaya utama yang termasuk dalam jadwal:

##### a. Biaya Bahan Baku Langsung

Empat angka sangat penting untuk perhitungan harga pokok produk dan mereka mengandalkan sistem manajemen bahan baku untuk memiliki titik awal yang akurat. Ini adalah:

- 1) menghitung bahan baku,
- 2) biaya bahan baku yang dibeli,
- 3) total bahan baku yang ada di akhir periode, dan
- 4) mengakhiri persediaan bahan baku.

b. Biaya Tenaga Kerja

Ini mungkin yang paling mudah dilacak. Praktik akuntansi standar dan catatan penggajian memastikan bahwa ini adalah penghitungan yang mudah diperoleh. Namun, ini harus mencakup tidak hanya upah langsung yang dibayarkan tetapi biaya manfaat yang terkait dengan tenaga kerja yang terlibat dalam produksi.

c. Biaya Tidak Langsung

Biaya paralel dengan biaya langsung meliputi:

- 1) Bahan tidak langsung: dari perlengkapan kantor hingga bagian perbaikan untuk peralatan pabrik.
- 2) Tenaga kerja tidak langsung: sumber daya manusia, akuntansi, pembelian, personil pemeliharaan fasilitas, manajemen.

Biaya overhead lainnya termasuk:

- 1) Depresiasi bangunan pabrik
- 2) Depresiasi peralatan pabrik
- 3) Asuransi dan pajak pada setiap bangunan pabrik

B. Cara Menghitung Harga Pokok Produksi

Harga pokok produk didasarkan pada jumlah pekerjaan dalam proses yang diselesaikan. Pekerjaan-dalam-proses ini termasuk biaya bahan langsung yang dimasukkan ke dalam produksi, ditambah tenaga kerja langsung dan overhead.

$$\text{HPP} = \text{Total beban/jumlah unit}$$

Untuk menentukan pekerjaan-dalam-proses, Anda memasukkan jumlah unit atau biaya ke dalam formula keluaran yang sama yang Anda gunakan untuk menghitung bahan langsung yang dimasukkan ke dalam produksi.



Persamaan standar untuk menghitung harga pokok produk langkahnya adalah seperti berikut:

1. Barang-barang manufaktur dalam proses pada tanggal mulai Anda
2. Ditambah biaya langsung Anda (bahan + tenaga kerja),
3. Ditambah overhead produksi Anda,
4. Kurangi barang Anda yang sedang berlangsung pada tanggal akhir perhitungan.

Penghitungan dan penggunaan harga pokok produksi adalah penting untuk setiap jenis bisnis, terlebih untuk perusahaan manufaktur yang memiliki operasional produksi. Dengan menggunakan metode penghitungan ini Anda dapat dengan mudah melakukan penetapan harga untuk produk yang Anda jual. Dengan begitu Anda bisa mendapatkan keuntungan maksimal.

### C. Rangkuman materi

- a. Pengertian Harga Pokok Produksi adalah Menurut Susilowati (2009), harga pokok produksi adalah seluruh pembiayaan yang dibebankan pada produk dan jasa yang dapat diukur dalam bentuk uang yang akan diserahkan.  
menurut Supriyono (2013), yang menyatakan kalau harga pokok produksi merupakan jumlah uang yang akan dibayarkan dalam rangka untuk memiliki produk atau jasa yang diperlukan perusahaan sebagai sarana untuk menghasilkan keuntungan

#### Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi

- a. Biaya Bahan Baku Langsung
  - b. Biaya Tenaga Kerja
  - c. Biaya Tidak Langsung
- b. Cara Menghitung Harga Pokok Produksi

$$\text{HPP} = \text{Total beban/jumlah unit}$$

#### D. Evaluasi pembelajaran

##### Soal uraian

1. Apa yang dimaksud dengan harga pokok produksi ?
2. Sebutkan Unsur-Unsur yang ada dalam Harga Pokok Produksi!
3. Apa saja yang masuk dalam biaya tidak langsung?
4. Bagaimana cara menghitung harga pokok produksi?
5. Setelah kalian membuat perencanaan usaha dan membuat produksi pengolahan awetan makanan, hitunglah harga pokok produksinya!

## BAB V PEMASARAN PRODUK

### TUJUAN PEMBELAJARAN

1. Siswa dapat memahami pemasaran produk pengolahan makanan awetan dari bahan pangan nabati secara langsung
2. Siswa dapat memasarkan produk usaha pengolahan makanan awetan dari bahan pangan nabati secara langsung

#### A. Mengetahui Konsumen dan Pesaing

Pemasaran adalah Sebuah industri mempraktikkan konsep pemasaran tertentu untuk mencapai objektif pemasarannya. Konsep pemasaran dipilih berdasarkan kepada kesiapan produk dan kemampuan fasilitas pemasaran oleh industri tersebut, serta disesuaikan pula dengan faktor-faktor persekitaran pasaran dan pembelian oleh pengguna sasaran.

Secara umum, terdapat lima konsep pemasaran, dimana setiap konsep tersebut dibedakan oleh bentuk orientasi dan penumpuan industri dalam melaksanakan aktivitas pemasaran masing-masing, yaitu:

- a. Konsep Pengeluaran Konsep pengeluaran adalah berdasarkan kepercayaan bahwa pengguna lebih berminat membeli produk yang berharga murah serta mudah diperoleh. Oleh karena itu, industri akan memberi tumpuan kepada kecakapan pengeluaran produk dalam jumlah yang tinggi, menggunakan kos sumber yang rendah, menawarkan harga jualan yang murah dan mengadakan liputan pengedaran yang luas.
- b. Konsep Produk Konsep produk adalah berdasarkan kepada prinsip bahwa pengguna akan menghargai dan lebih mengutamakan produk yang menawarkan kualitas, prestasi dan ciri-ciri inovatif yang terbaik. Untuk itu, industri akan memberi lebih tumpuan kepada mereka cipta produk yang berprestige mempunyai atribut dan value yang terbaik dalam kelasnya yang tersendiri serta menyempurnakan pengeluarannya walaupun dengan harga yang tinggi.
- c. Konsep Jualan Konsep jualan berorientasikan menjual produk melalui kaedah pemasaran yang lebih agresif. Industri yang memilih konsep ini percaya bahwa

pengguna mempunyai minat yang rendah untuk membeli produknya serta tidak akan membeli produk dengan mencukupi sebagaimana diharapkan sekiranya tidak didorong.

Konsep ini dipraktik apabila industri mempunyai kelebihan kemampuan dalam menyediakan produk serta berkeyakinan bahwa ia mempunyai fasilitas yang cukup untuk melaksanakan aktiviti pemasaran yang dirancang.

- d. Konsep Pemasaran Konsep Pemasaran berbeda dengan tiga konsep yang dinyatakan di atas. Konsep ini berorientasikan memenuhi keperluan dan kemahuan pengguna dengan efektif, sedangkan tiga konsep sebelumnya berorientasikan kepentingan industri untuk menjual produk.
- e. Konsep Kesejahteraan Konsep Kesejahteraan adalah kelangsungan daripada konsep pemasaran dimana ia ditambah dengan unsur-unsur kepekaan industri terhadap kesejahteraan pengguna serta masyarakat keseluruhan

## B. Strategi pemasaran

### Strategi dan taktik Pemasaran

Ada beberapa strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk mencapai keunggulan bersaing, diantaranya strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar, strategi pengembangan produk, dan segmentasi pasar (zimmer dan scarborough, 2002). Strategi penetrasi pasar adalah usaha meningkatkan penjualan dari produk yang sama (lama) dan dalam pasar yang sekarang (atau lokasi yang sekarang) melalui peningkatan usaha penjualan dan periklanan . Dilain Pihak strategi pengembangan pasar adalah usaha untuk meningkatkan penjualan dengan memperkenalkan produk atau jasa yang sama (lama) kepada pasar atau segmen yang baru. Ada beberapa syarat untuk melakukan segmentasi yang efektif, yaitu segmentnya harus dapat dikur, dijangkau, cukup besar atau cukup menguntungkan, dapat dibedakan dan dapat dilaksanakan. Dalam menetapkan dasar segmentasi ada dua cara yang dapat dilakukan, yaitu *Konsumen characteristic* (karakteristik konsumen) yang merupakan variabel utama dalam segmentasi yang terdiri dari :

1. Segmentasi Geografi Membagi segmen pasar secara geografis artinya pengelompokan konsumennya didasarkan atas tempat, lokasi dan daerahnya.

Dengan demikian segmentasinya dapat dikembangkan menjadi beberapa bagian seperti berikut: Dalam hal ini dapat berbentuk negara, negara bagian, provinsi pulau seperti: Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Irian Jaya, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, Riau. Daerah Kepadatan Penduduk. Dalam hal ini segmentasi dilihat dari jumlah kepadatan penduduk seperti misalnya Jakarta, Semarang, Surabaya, Medan dan Makassar dan kota besar lainnya yang dijadikan target market setelah melakukan segmentasi pasar Iklim. Dalam hal ini segmentasi didasarkan atas iklim daerahnya, misalnya daerah tropis, Sub-tropis, Sedang/dingin Contoh: Kentucky Fried Chicken (KFC), berasal dari Amerika memasarkan produknya ke berbagai Negara tetapi dengan rasa khas di berbagai tempat Negara tersebut..

- . Segmentasi Demografi Segmentasi berdasarkan demografi adalah berkaitan dengan masalah kependudukan. Segmentasi ini memisahkan pada variable demografis seperti umur, jenis kelamin, besarnya /jumlah anggota keluarga, siklus hidup keluarga, pendapatan, pendidikan, pekerjaan, agama, ras dan kebangsaan. Bentuk segmentasi yang dapat dilakukan antara lain: Contoh Segmentasi Demografi: Susu Sustagen, membagi produknya ke dalam kelompok umur (bayi balita, dan di atas lima tahun) Games untuk anak-anak dan remaja Sepatu pria dan Wanita Majalah Kartini dan Femina untuk Wanita Mobil Toyota Kijang, membidik pasarnya di Indonesia untuk mayoritas konsumen yang sudah berkeluarga Toyota Alphard, pasar sasarannya keluarga menengah ke atas dimana konsumen mengutamakan prestige serta kenyamanan Bank Syariah (Muamalat, Mandiri Syariah, BRI Syariah, dll, pasar sasarannya umat Islam dengan slogan-slogan yang berkaitan dengan Agama. Psychographic Segmentation (Segmentasi Psikografis) Pada Psychographic segmentation pengelompokan didasarkan pada karakteristik setiap konsumen, seperti motivasi, kepribadian, persepsi, interest, minat dan sikap, atau gaya hidup. Contoh Segmentasi Psikografis: Produsen mendesain mobil sport untuk konsumen bergaya sportif, mobil sedan lux untuk menginginkan kesan eksklusif dan mengutamakan kenyamanan Departemen Store SOGO, melayani kelas atas

#### 4. Segmentasi Behavioristis/ Perilaku

Pada segmentasi ini perilaku digunakan sebagai variable utama dalam segmentasi pasar, konsumen dibagi menjadi kelompok-kelompok menurut tingkat pengetahuan, sikap, penggunaan atau tanggapannya terhadap suatu produk tertentu. Contoh segmentasi perilaku yaitu: Rinso, lebih dikenal di benak masyarakat karena sudah lama berdiri dan mencuci lebih bersih dari deterjen lain. Dengan mengacu pada segmen yang dipilih serta strategi bisnis, maka kembangkanlah taktik pemasaran yang lebih operasional yang meliputi branding, diferensiasi, positioning, bauran pemasaran (marketing mix) dan penjualan.

#### C. Konsep Bauran Pemasaran

Menurut William J. Stanton, pengertian marketing mix secara umum adalah sebagai berikut: marketing mix adalah istilah yang dipakai untuk menjelaskan kombinasi empat besar pembentuk inti system pemasaran sebuah organisasi. Keempat unsure tersebut adalah penawaran produk/ jasa, struktur harga, kegiatan promosi, dan system distribusi.

Keempat unsur atau variabel bauran pemasaran (Marketing Mix) tersebut atau yang disebut four p's adalah sebagai berikut:

1. Strategi Produk
2. Strategi Harga
3. Strategi Penyaluran/ Distribusi

Strategi Promosi Marketing mix yang dijalankan harus sesuai dengan situasi dan kondisi perusahaan.

Disamping itu, marketing mix merupakan perpaduan dari faktor-faktor yang dapat dikendalikan perusahaan untuk mempermudah buying decision, maka variabel-variabel marketing mix di atas tadi dapat dijelaskan sedikit lebih mendalam sebagai berikut:

1. Produk (Jasa) Kebijakan mengenai produk atau jasa meliputi barang /jasa yang akan ditawarkan perusahaan, pelayanan khusus yang ditawarkan perusahaan guna mendukung penjualan barang dan jasa, dan bentuk barang ataupun jasa yang ditawarkan. Produk merupakan elemen yang paling penting, sebab dengan inilah perusahaan berusaha untuk memenuhi “ kebutuhan dan

keinginan “dari konsumen, namun keputusan itu tidak terdiri sebab produk/jasa sangat erat hubungannya dengan target market yang dipilih. Sedangkan sifat dari produk/jasa tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Tidak berwujud Jasa mempunyai sifat tidak berwujud karena tidak bisa dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium, sebelum ada transaksi pembelian.
  - b. Tidak dapat dipisahkan Suatu produk jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, apakah sumber itu merupakan orang atau benda. Misalnya jasa yang diberikan oleh sebuah hotel tidak akan bisa terlepas dari bangunan hotel tersebut
  - c. Berubah-ubah Bidang jasa sesungguhnya sangat mudah berubah-ubah, sebab jasa ini sangat tergantung kepada siapa yang menyajikan, kapan disajikan dan dimana disajikan. Misalnya jasa yang di berikan oleh sebuah hotel berbintang satu akan berbeda dengan jasa yang diberikan oleh hotel berbintang tiga.
  - d. Daya Tahan jasa tidak dapat disimpan. Seorang pelanggan yang telah memesan sebuah kamar hotel akan dikenakan biaya sewa, walaupun pelanggan tersebut tidak menepati kamar yang ia sewa.
2. Harga (Price) Setiap perusahaan selalu mengejar keuntungan guna kesinambungan produksi. Keuntungan yang diperoleh ditentukan pada penetapan harga yang di tawarkan. Harga suatu produk atau jasa ditentukan pula dari besarnya pengorbanan yang dilakukan untuk menghasilkan jasa tersebut dan laba atau keuntungan yang diharapkan. Oleh karena itu, penentuan harga produk dari suatu perusahaan merupakan masalah yang cukup penting, karena dapat mempengaruhi hidup matinya serta laba dari perusahaan. Kebijakan harga erat kaitannya dengan keputusan tentang jasa yang dipasarkan. Hal ini disebabkan harga merupakan penawaran suatu produk atau jasa. Dalam penetapan harga, biasanya didasarkan pada suatu kombinasi barang/jasa ditambah dengan beberapa jasa lain serta keuntungan yang memuaskan. Berdasarkan harga barang yang di tetapkan ini konsumen akan mengambil keputusan apakah dia mengambil keputusan apakah dia membeli barang tersebut atau tidak. Juga konsumen menetapkan berapa

jumlah barang / jasa yang harus dibeli berdasarkan harga tersebut. Tentunya keputusan dari konsumen ini tidak hanya berdasarkan pada harga semata, tetapi banyak juga faktor lain yang menjadi pertimbangan, misalnya kualitas dari barang atau jasa, kepercayaan terhadap perusahaan dan sebagainya. Hendaknya setiap perusahaan dapat menetapkan harga yang paling tepat, dalam arti yang dapat memberikan keuntungan yang paling baik, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

3. Saluran Distribusi (Place) Setelah perusahaan berhasil menciptakan barang atau jasa yang dibutuhkan dan menetapkan harga yang layak, tahap berikutnya menentukan metode penyampaian produk atau jasa ke pasar melalui rute-rute yang efektif hingga tiba

pada tempat yang tepat, dengan harapan produk / jasa tersebut berada di tengah tengah kebutuhan dan keinginan konsumen yang haus akan produk / jasa tersebut. Yang tidak boleh di abaikan dalam langkah kegiatan memperlancar arus barang / jasa adalah memilih jalur distribusi ( Channel Of Distribution ). Masalah pemilihan saluran distribusi adalah masalah yang berpengaruh bagi marketing, karena kesalahan dalam memilih dapat menghambat bahkan memacetkan usaha penyaluran produk / jasa dari produsen ke konsumen. Distributor-distributor atau penyalur ini bekerja aktif untuk mengusahakan perpindahan bukan hanya secara fisik tapi dalam arti agar jasa-jasa tersebut dapat diterima oleh konsumen. Dalam memilih saluran distribusi ini ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu sebagai berikut :

- a. Sifat pasar dan lokasi pembelian
- b. Lembaga-lembaga pemasaran terutama pedagang-pedagang perantara
- c. Pengendalian persediaan, yaitu menetapkan tingkat persediaan yang ekonomis.
- d. Jaringan pengangkut saluran distribusi jasa biasanya menggunakan agen travel untuk menyalurkan jasanya kepada konsumen. Jadi salah satu hal yang penting untuk diperhatikan dalam kebijaksanaan saluran distribusi itu sendiri dengan memperhitungkan adanya perubahan pada masyarakat serta pola distribusi perlu mengikuti dinamika para konsumen tadi.



4. Promosi (Promotion) Aspek ini berhubungan dengan berbagai usaha untuk memberikan informasi pada pasar tentang produk/ jasa yang dijual, tempat dan saatnya. Ada beberapa cara menyebarkan informasi ini, antara lain periklanan, (advertising), penjualan pribadi ( Personal Swlling), Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan publisitas ( Publicity ).
- a. Periklanan ( Adveristing ) : merupakan alat utama bagi pengusaha untuk mempengaruhi konsumennya. Periklanan ini dapat dilakukan oleh prngusaha lewat surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, ataupun dalam bentuk ponter-poster yang dipasang dipinggir jalan atau tempat-tempat strategis.
  - b. Penjualan Pribadi (Personal Selling) : merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan calon konsumennya. Dengan caalon konsumennya. Dengan kotak langsung ini diharapkan akan terjadinhubungan atau interaksi yang positif antara pengusaha dengan calon konsumennya itu. Yang termasuk dalam personal selling adalah : door to door selling, mail order, telephone selling, dan direct selling.
  - c. Promosi Penjualan (Sales Promotion) : merupakan kegiatan perusahaan untuk menjajakan produk yang dipasarkannya sedmikian rupa sehingga konsumen akan mudah untuk melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan tertentu, maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.
  - d. Publisitas (Publicity) : merupakan cara yang biasa digunakan juga oleh perusahaan untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung kepada konsumen, agar mereka menjadi tahu, dan menyenangkan produk yang dipasarkannya, hal ini berbeda dengan promosi, dimana didalam melakukan publisitas perusahaan tidak me

#### D. Rangkuman Materi

Lima konsep pemasaran, dimana setiap konsep tersebut dibedakan oleh bentuk orientasi dan penumpuan industri dalam melaksanakan aktivitas pemasaran masing-masing, yaitu:

- a. Konsep Pengeluaran Konsep pengeluaran
- b. Konsep Produk Konsep produk
- c. Konsep Jualan Konsep jualan berorientasikan menjual produk melalui kaedah pemasaran yang lebih agresif.
- d. Konsep Pemasaran
- e. Konsep Kesejahteraan

Konsumen characteristic (karakteristik konsumen) yang merupakan variabel utama dalam segmentasi yang terdiri dari :

1. Produk (Jasa) Kebijakan mengenai produk atau jasa meliputi barang /jasa yang akan ditawarkan perusahaan. pelayanan khusus yang ditawarkan perusahaan guna mendukung penjualan barang dan jasa, dan bentuk barang ataupun jasa yang ditawarkan.
2. Harga (Price) Setiap perusahaan selalu mengejar keuntungan guna kesinambungan produksi. Keuntungan yang diperoleh ditentukan pada penetapan harga yang di tawarkan
3. Saluran Distribusi (Place)
4. Promosi (Promotion) Aspek ini berhubungan dengan berbagai usaha untuk memberikan informasi pada pasar tentang produk/ jasa yang dijual, tempat dan saatnya. Promosi terdiri dari: Periklanan ( Adveristing ), Penjualan Pribadi (Personal Selling), Promosi Penjualan (Sales Promotion), Publisitas (Publicity).

## E. Evaluasi pembelajaran

### Soal pilihan ganda

1. Aplikasi akses internet menggunakan peralatan yang bersifat mobile berbasis browser yang bertujuan untuk mengakses layanan data secara wireless dengan menggunakan perangkat mobile seperti handphone adalah ... ?
  - a. Aplikasi Pemasaran Online
  - b. mobile web
  - c. wireless
  - d. mobile up
  - e. mobile instan
  
2. Istilah umum untuk proses pembelian dan penjualan yang didukung oleh sarana elektronik....
  - a. E – commerce
  - b. Compuserve
  - c. Prodigy
  - d. Online komersial
  - e. Internet web
  
3. Pengertian dari download adalah.....
  - a. Memasukkan data ke internet
  - b. Meng-update data ke internet
  - c. Mengirim data
  - d. Memasukkan data dari internet ke komputer
  - e. Mencetak data dari internet
  
4. Alat yang digunakan untuk mencari berita atau informasi , itu disebut.....
  - a. Browser
  - b. Chatting
  - c. Membuka e-mail
  - d. Browsing
  - e. Mailing list
  
5. Langkah menggunakan aplikasi opencart
  1. install extension bahasa Indonesia
  2. mengelola aplikasi opencart
  3. install aplikasi opencartUrutkanlah langkah-langkah menggunakan aplikasi opencart yang ada diatas..
  - a. 1-2-3
  - b. 3-1-2
  - c. 3-1-2
  - d. 2-1-3
  - e. 1-3-2

## Soal uraian

1. Apa yang disebut dengan konsumen dan pesaing?
2. Mengapa seorang pelaku usaha harus tahu pesaingnya?
3. Apa keuntungan mengenali pesaing sebelum memasarkan produk?
4. Apa yang dimaksud dengan strategi pemasaran?
5. Jelaskan strategi yang tepat untuk menunjang keberhasilan pemasaran produk?
6. Apa yang dimaksud rencana pemasaran?
7. Mengapa rencana pemasaran harus dilakukan?
8. Apa tahap proses perencanaan yang harus dilakukan?
9. Apa yang dimaksud media pemasaran?
10. Sebutkan media pemasaran yang bisa diterapkan dalam memasarkan produk!

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Puspitasari, El Ayubbi, Wiliasih. 2013. Akses UMKM Terhadap pembiayaan Mikro Syariah dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha: Kasus BMT Tadbiirul Ummah, Kabupaten Bogor. Jurnal al-Muzara'ah.
- Ayu Costantya. 2020. Kewirausahaan dan Prakarya. Indonesia Jaya Surakarta.
- Agustina, W. 2012. Desain Kemasan dan Label produk Makanan kumpulan Modul Penelitian Subang. UPT B2PTTG.LIPI.
- Fatirul. 2021. Mengembangkan Bahan Ajar. Pena Persada
- Selang. 2013. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Nanado. Jurnal EMBA.
- Soetjipto, Noer. 2020. Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19. K-Media, Yogyakarta
- Werdhaningsih, haryudanti, Jamrianti, Wirnas. 2017. Prakarya dan Kewirausahaan. Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Wulandari, Sodik. 2019. Manajemen Usaha untuk Usaha Kecil. Badan Penerbitan Universitas Widyagama Malang.