



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN ANAK USIA DINI,
PENDIDIKAN DASAR DAN PENDIDIKAN MENENGAH
DIREKTORAT SEKOLAH MENENGAH ATAS
2020



Modul Pembelajaran SMA

Prakarya dan Kewirausahaan



KELAS
XII



**PERENCANAAN USAHA PENGOLAHAN MAKANAN
KHAS DAERAH YANG DIMODIFIKASI
DARI BAHAN PANGAN NABATI DAN HEWANI
PRAKARYA DAN KEWIRAUSAHAAN
KELAS XII**

Penyusun :
ROSSA VINI ANGGALIA,. S.P,. M.M.
SMAN 9 KOTA TANGERANG SELATAN

DAFTAR ISI

PENYUSUN.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
GLOSARIUM	iv
PETA KONSEP	v
PENDAHULUAN	1
A. Identitas Modul.....	1
B. Kompetensi Dasar	1
C. Deskripsi Singkat Materi.....	1
D. Petunjuk Penggunaan Modul	2
E. Materi Pembelajaran	2
KEGIATAN PEMBELAJARAN 1	8
A. Tujuan Pembelajaran	8
B. Uraian Materi.....	8
C. Rangkuman.....	10
D. Penugasan	10
E. Latihan soal.....	10
F. Penilaian Diri	10
KEGIATAN PEMBELAJARAN 2	11
A. Tujuan Pembelajaran	11
B. Uraian Materi.....	11
C. Rangkuman.....	15
D. Penugasan	16
E. Latihan Soal.....	16
F. Penilaian Diri	17
KEGIATAN PEMBELAJARAN 3	18
A. Tujuan Pembelajaran	18
B. Uraian Materi.....	18
C. Rangkuman.....	19
D. Penugasan	20
E. Latihan Soal.....	20
F. Penilaian Diri	21
KEGIATAN PEMBELAJARAN 4	22
A. Tujuan Pembelajaran	22
B. Uraian Materi.....	22
C. Rangkuman.....	24
D. Penugasan	25
EVALUASI.....	26
KUNCI JAWABAN DAN PEMBAHASAN EVALUASI.....	28
DAFTAR PUSTAKA	29

GLOSARIUM

Bagan	:	Gambar rancangan, skema; diagram yang memperlihatkan informasi sebagai serangkaian garis atau blok
Sumber daya	:	Nilai potensi yang dimiliki oleh suatu materi atau unsur tertentu
Pengolahan	:	Kegiatan yang dilakukan untuk,erubah bahan mentah menjadi produk
Riset	:	Pengamatan atau penelitian
Strenght	:	Kekuatan produk
Weeknws	:	Kelemahan produk
Opportunity	:	Peluang suatu produk
Threat	:	Hambatan yang mempengaruhi suatu produk
Modifikasi	:	Cara merubah produk dari yang kurang menarik menjadi lebih menarik
Varian	:	Beraneka ragam atau banyak jenis dari produk
Analisis	:	Proses pemecahan suatu masalah
Perencanaan	:	Proses
Wirausaha	:	Aktivitas dalam mengelola produk
Kreatif	:	Menciptakan sesuatu yang berbeda
Inovatif	:	Memulai sesuatu yang baru
Ide	:	Gagasan
Peluang	:	Kesempatan

PETA KONSEP



PENDAHULUAN

A. Identitas Modul

Mata Pelajaran : Prakarya dan Kewirausahaan
Kelas : XII
Alokasi Waktu : 8 Jam Pelajaran (4 pertemuan)
Judul Modul : Perencanaan Usaha Pengolahan Makanan Khas Daerah yang Dimodifikasi dari Bahan Pangan Nabati dan Hewani

B. Kompetensi

Kompetensi Dasar dan Indikator Pencapaian

- 3.1 Memahami perencanaan usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani meliputi ide dan peluang usaha, sumber daya, administrasi, dan pemasaran.
 - 3.1.1 Menjelaskan perencanaan usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani.
 - 3.1.2 Memahami modifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani meliputi ide dan peluang usaha, sumber daya, administrasi, dan pemasaran.
- 4.1 Menyusun perencanaan usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani meliputi ide dan peluang usaha, sumber daya, administrasi, dan pemasaran.
 - 4.1.1 Memahami proses penyusunan perencanaan usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani meliputi ide dan peluang usaha, sumber daya, administrasi, dan pemasaran.

C. Deskripsi Singkat Materi

Kalian pasti mengetahui bahwa Negara Indonesia memiliki 34 provinsi yang terdiri dari beberapa wilayah didalamnya, setiap wilayah memiliki keanekaragaman sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan menjadi makanan tradisional yang menjadi ciri khas dari daerah tersebut.

Makanan khas tradisional dari daerah-daerah tersebut memiliki potensi yang tinggi untuk dijadikan sebagai usaha karena dapat dikembangkan menjadi olahan yang sangat menarik dengan ciri khas rasa yang beraneka ragam. Makanan tradisional tersebut dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan bagi sebagian warga atau biasa dikenal dengan sebutan oleh-oleh. **Selamat mempelajari dengan semangat!**

D. Petunjuk Penggunaan Modul

Supaya belajar kalian dapat bermakna maka yang perlu kalian lakukan adalah:

1. Pastikan kalian mengerti target kompetensi yang akan dicapai
2. Mulailah dengan membaca materi
3. Mencari referensi dari lingkungan disekitar
4. Jika belum memahami maka cobalah baca kembali materinya dan bertanya kepada guru,

5. Kerjakan soal latihannya
6. Jika sudah lengkap mengerjakan soal latihan, cobalah buka kunci jawaban yang ada pada bagian akhir dari modul ini.
7. usahakan jangan mengerjakan ulang soal yang salah sebelum kalian membaca ulang materinya
8. Jika skor kalian sudah minimal tujuh puluh, kalian bisa melanjutkan pembelajaran berikutnya.

E. Materi Pembelajaran

Adapun cakupan materi di pembelajaran ini adalah:

1. Ide dan peluang meliputi riset dan analisis SWOT
2. Sumber daya
3. Administrasi
4. Pemasaran
5. Menyusun rencana usaha

KEGIATAN PEMBELAJARAN 1

PENGETIAN MODIFIKASI

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran ini diharapkan kalian dapat: memahami pengertian modifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani.

B. Uraian Materi

Gaya hidup manusia zaman sekarang sudah mulai bergeser yakni mengubah kebiasaan tradisi menjadi modern, hal ini menyebabkan makanan tradisional tidak menarik bagi sebagian kalangan, padahal kuliner ini dapat dijadikan sebagai peluang usaha.

Untuk merintis suatu usaha apapun bentuknya dan tentunya harus melihat bagaimana prospek usaha yang dilakukan demikian pula untuk memulai usaha pengolahan makanan khas daerah harus diketahui bagaimana prospek usaha ini setelah mengetahui prospek usaha barulah mempersiapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan peluang usaha tercipta dari pengembangan ide terhadap pengolahan makanan yang telah dimodifikasi dengan melakukan pengembangan ide maka tercipta pula jenis atau modifikasi makanan baru.

Bahan pangan terdiri dari dua jenis, yaitu nabati dan hewani. Makanan Setiap daerah beraneka ragam bahkan menjadi ciri khas dari daerah tersebut. Modifikasi pangan khas daerah adalah cara merubah bentuk dan rasa makanan khas daerah dari yang kurang menarik menjadi lebih menarik tanpa menghilangkan bentuk dan rasa aslinya, serta menampilkan bentuk yang lebih bagus dari aslinya.

Tujuan Modifikasi Makanan Khas Daerah

Pangan khas daerah berasal dari beragam bahan yang bervariasi dan dapat berbeda di setiap daerah. Keragaman bahan tersebut membuka peluang mengembangkan produk pangan khas daerah yang lebih bervariasi lagi. Pengembangan produk pangan dapat dilakukan dengan melakukan modifikasi. Modifikasi dilakukan untuk beberapa tujuan, diantaranya:

1. Memberikan Variasi Bentuk

Bentuk makanan dapat dimodifikasi dengan cara membuat bentuk makanan yang berbeda. Misalnya nasi goreng jika tampilannya biasa saja, pembeli tidak akan tertarik. Coba modifikasi nasi goreng menjadi bentuk lucu yang digemari anak-anak seperti Super Mario.

2. Memberikan Variasi Rasa

Variasi rasa dapat dimodifikasi dengan berbagai cara misalnya dengan cara membuat rasa yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya. Misalnya rasa lumpia semarang dapat divariasikan antara lain: Raja Nusantara (rasa jamur Nusantara) yang berisi campuran jamur dan kacang mete, Kajamu (kambing jantan muda) dengan campuran daging kambing muda. Kemudian, Lumpia Fish dengan campuran daging ikan kakap, Crab atau lumpia berisi daging kepiting, original dengan campuran udang, rebung, dan ayam, serta Plain untuk kalangan vegetarian.

3. Memperpanjang Usia Produk Agar Lebih Awet

Modifikasi cara memperpanjang usia makanan dilakukan dengan cara: penambahan bahan kimia, misalnya asam sitrat, garam, gula, secara biologi misalnya dengan fermentasi, pengasaman, dan pengasinan/pemanisan. Meningkatkan tingkat higienes produk. Cara produksi pangan yang baik sangat berguna bagi kelangsungan hidup industri pangan. Melalui cara produksi pangan yang baik industri pangan dapat menghasilkan pangan yang bermutu, layak dikonsumsi, dan aman bagi kesehatan. Dengan menghasilkan pangan yang bermutu dan aman untuk dikonsumsi, kepercayaan masyarakat niscaya akan meningkat, dan industri pangan yang bersangkutan akan berkembang dengan pesat (sumber: <https://www.mikirbae.com/2016/04/modifikasi-pangan-khas-daerah.html>).



Memberikan variasi bentuk

- contoh : nasi goreng
- <https://www.cookmeindonesian.com/nasi-goreng-indonesian-fried-rice/>



Memberikan variasi rasa

- contoh: lumpia coklat, lumpia keju
- <https://brilicious.brilio.net/>



Memperpanjang usia produk agar lebih awet

- contoh : manisan kering dari buah
- <https://bisnisukm.com/manisnya-peluang-bisnis-manisan-kering.html>

Perhatikan tabel dibawah ini!

Berikut ini disajikan beberapa contoh modifikasi makanan khas daerah.

No.	Nama Makanan	Jenis Makanan/ Minuman	Jenis Modifikasi
1.	Dadiah Minangkabau	Minuman	Inovasi rasa agar lebih disukai oleh banyak kalangan, proses produksi agar lebih higienis dan efisien, serta pengawetan dan pengemasan yang lebih baik.
2.	Ikan Asin	Makanan	Membuat ikan asin yang Ready To Eat (RTE) agar konsumen langsung dapat mengkonsumsinya tanpa harus mengolahnya
3.	Mochi	Makanan	Pengembangan variasi bentuk, rasa dan isi, serta kemasannya.
4.	Keripik Buah	Makanan	Peningkatan mutu produk, inovasi produk dan kemasan
5.	Asinan	Makanan	Peningkatan mutu asinan, tingkat keawetan, dan pengemasan yang lebih baik agar konsumen lebih nyaman.
6.	Rendang	Makanan	Penyediaan rendang dengan berbagai level tingkat kepedasan, peningkatan mutu yang lebih baik dan seragam, serta peningkatan keawetan dengan bantuan pengemasan yang lebih baik.
7.	Fruit Leather	Makanan	Inovasi produk dan kemasan masih sangat terbuka lebar untuk dikembangkan.
8.	Telur Asin	Makanan	Tingkat keasinan yang konsisten dan disesuaikan dengan selera pasar. Pengemasan yang baik dan menarik akan meningkatkan daya saing produk

Tabel 1. modifikasi makanan khas daerah (<https://www.mikirbae.com/2016/04/modifikasi-pangan-khas-daerah.html>)

C. Rangkuman

1. Modifikasi makanan khas daerah memiliki tujuan menambah daya tarik makanan bagi konsumen.
2. Rancangan modifikasi dapat berupa rasa, bentuk dan sistem pengolahannya.
3. Bahan baku pangan yang dapat dimodifikasi adalah bahan nabati dan hewani.

D. Penugasan

Sekarang, cobalah kalian amati di sekitar lingkungan kalian, usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani apakah yang terkenal di wilayahmu! kemudian isilah tabel dibawah ini!

Bahan baku	Modifikasi makanan
Nabati	1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____ 5. _____
Hewani	1. _____ \\\n2. _____ \\\n3. _____ \\\n4. _____ \\\n5. _____ \\\n

E. Latihan Soal

1. Jelaskan apa yang dimaksud dengan modifikasi makanan!
2. Berikan contoh makanan hewani dan nabati!
3. Jelaskan tujuan modifikasi makanan hewani dan nabati!
4. Berikan contoh makanan yang dimodifikasi!
5. Sebutkan jenis makanan yang dapat dimodifikasi!

Kunci Jawaban Latihan Soal Kegiatan Pembelajaran 1

1. Modifikasi makanan adalah cara merubah bentuk dan rasa makanan khas daerah dari yang kurang menarik menjadi lebih menarik tanpa menghilangkan bentuk dan rasa aslinya, serta menampilkan bentuk yang lebih bagus dari aslinya.
2. Contoh makanan hewani meliputi dadih, telur asin, dan rendang. Sedangkan contoh makanan nabati meliputi asinan, keripik buah, Fruit leather
3. Tujuan modifikasi makanan hewani dan nabati, diantaranya adalah memberikan variasi bentuk, memberikan variasi rasa, dan memperpanjang usia produk agar lebih awet
4. Contoh makanan yang dimodifikasi meliputi asinan, dadih, dan fruit leather
5. Jenis makanan yang dapat dimodifikasi: Macaroon Nasi Uduk—Contoh Modifikasi Makanan Khas Daerah Jakarta dan Perancis. Ayam Geprek Mozzarella—Contoh Modifikasi Makanan Khas Daerah Lombok dan Italia.

F. Penilaian Diri

Berilah tanda (√) pada kolom dibawah ini!

No.	Kegiatan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Saya sudah memahami mengenai modifikasi		
2	Saya mampu menentukan dan membedakan makanan modifikasi hewani dan nabati		
3	Saya mampu mengidentifikasi makanan nabati dan hewani		
4	Saya memahami tujuan modifikasi makanan		
5	Saya mengerti mengenai materi pembelajaran ini		

KEGIATAN PEMBELAJARAN 2

IDE DAN PELUANG USAHA

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran ini diharapkan Kalian dapat memahami ide dan peluang usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani yang ada di sekitar lingkungan berdasarkan riset pasar dan analisis SWOT, cermat dan terampil.

B. Uraian Materi

1. Ide dan Peluang

Ciri-ciri peluang usaha yang potensial, antara lain:

- Mempunyai nilai jual tinggi
- Bukan hanya sekedar ambisi tetapi harus bersifat nyata
- Bisa bertahan lama atau berkelanjutan di pasar
- Skala usaha itu dapat diperbesar atau ditingkatkan
- Tidak terlalu banyak modal yang digunakan, investasinya tidak terlalu besar tetapi sangat berpotensi menguntungkan dan lain sebagainya.

Ciri-ciri peluang usaha yang baik yaitu sebagai berikut:

- Peluang usaha tidak meniru orang lain tetapi asli hasil riset dan pemikiran diri sendiri
- Peluang harus dapat mengantisipasi perubahan persaingan di pasar
- Adanya keyakinan dapat mewujudkannya
- Peluang itu harus sesuai dengan kehendak
- Kelayakan usaha tersebut telah teruji
- Adanya rasa senang apabila menjalankannya

Faktor yang mempengaruhi munculnya inspirasi peluang usaha, yakni:

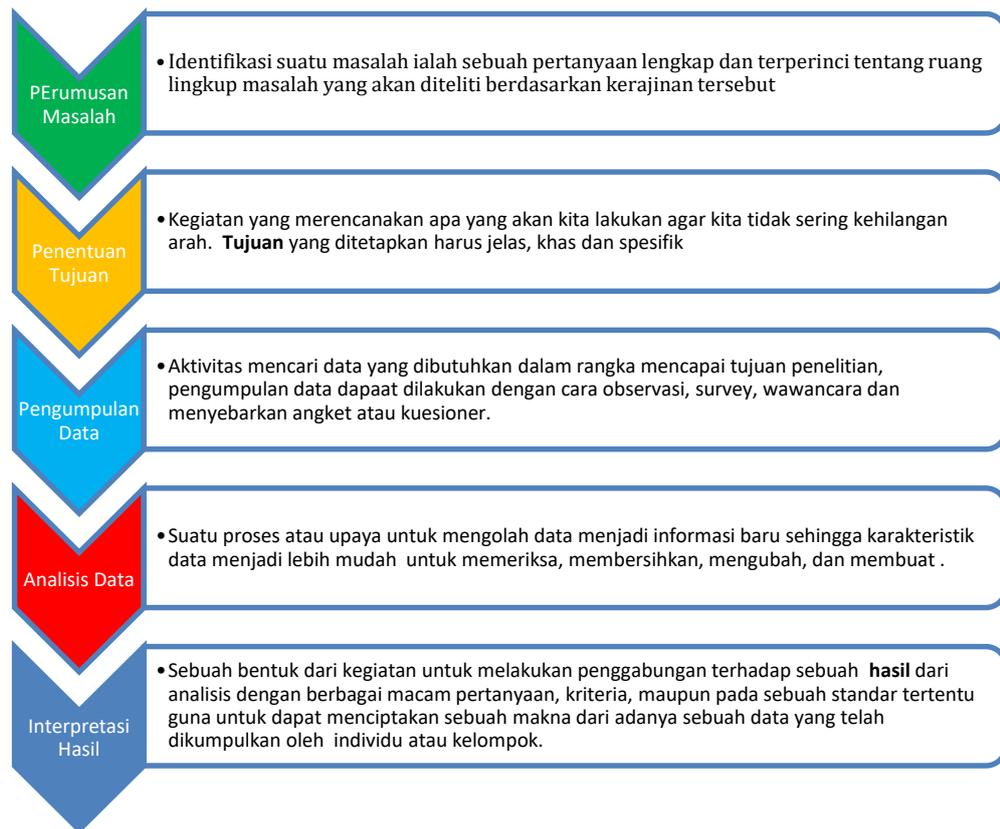
Faktor Internal	Faktor Eksternal
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wawasan atau pengetahuan yang ada pada diri sendiri ▪ Pengalaman pada dunia bisnis atau usaha ▪ Pengalaman dan kemampuan ketika menyelesaikan suatu masalah ▪ Kemampuan atau pemahaman terhadap sesuatu atau situasi kondisi 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Masalah yang muncul dan dihadapi dan belum terselesaikan ▪ Kesulitan dalam mencari solusi masalah ▪ Pemikiran yang baik untuk membuat sesuatu yang baru dari suatu kondisi ▪ Keperluan yang belum tercapai atau terpenuhi untuk diri sendiri ataupun orang lain.

(Sumber : <https://www.seputarpengetahuan.co.id/2020/03/peluang-usaha.html>)

2. Riset Pasar

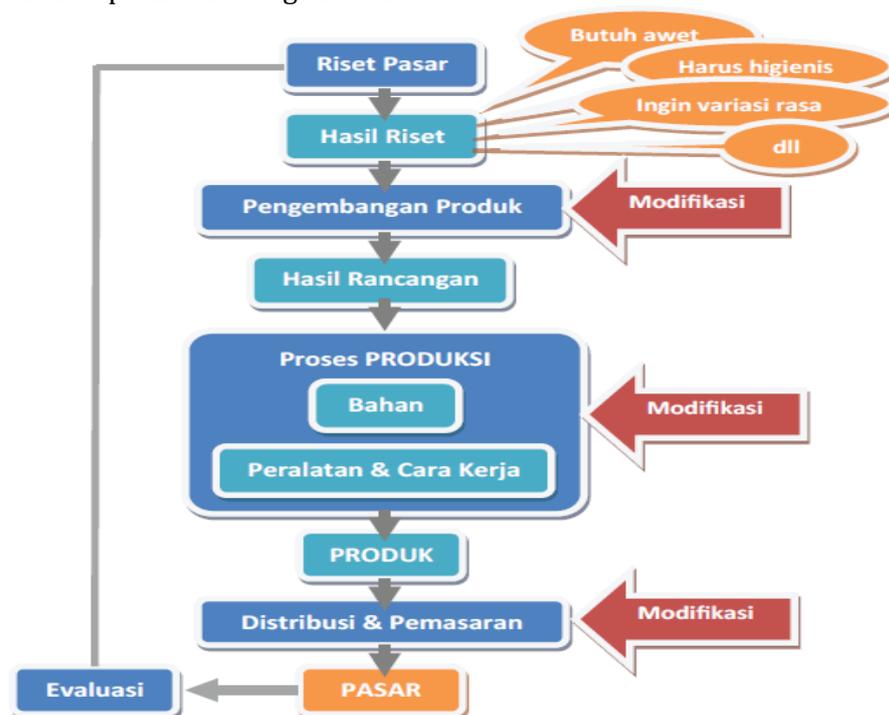
Riset ini dimaksudkan untuk membantu dalam langkah-langkah perencanaan usaha yang akan kalian lakukan dalam merencanakan usaha memodifikasi pangan khas di sekitar.

Kalian perhatikan 13bagan riset pasar dibawah ini!



Bagan 1. Langkah-langkah riset pasar

Coba kalian perhatikan bagan berikut!



Bagan 2. Skema perencanaan usaha, *researchGate*
<https://www.researchgate.net/figure/G>

Menurut *American Marketing Association*, riset pemasaran merupakan fungsi yang dapat menghubungkan antara konsumen dan publik dengan pemasaran melalui adanya informasi dalam mengidentifikasi peluang maupun masalah pemasaran. Dari sini akan dilakukan penyempurnaan hingga evaluasi upaya pemasaran agar kinerja pemasaran bisa dipantau serta aneka masalah yang muncul

Riset pasar atau riset pemasaran dilakukan untuk mengetahui

1. Desain produk, kemasan dll
2. Pengumpulan data
3. Analisis
4. Pelaporan yang sistematis atas data dan segala penemuan yang relevan dengan situasi pemasaran

Sumber. *Jurnal entrepreneur, jurnal.id.blog*

Disajikan contoh riset pasar yang dikembangkan dalam skema langkah-langkah perencanaan usaha:

No.	Proses dan Produk	Tanda sudah di laksanakan	Ide hasil diskusi
1.	Riset Pasar	√	rendang berbahan dasar daging sapi banyak diminati kaum muda terutama yang memiliki rasa pedas dan gurih
2.	Hasil Riset	√	Daging sapi harganya yang relatif fluktuatif dari daging ayam dan sesuai untuk dijadikan sebagai bahan pembuatan rendang.
3.	Pengembangan Produk	√	Bersaing dengan inovasi dengan menciptakan inovasi baru yang belum pernah ada sebelumnya, misalnya dendeng kering
4.	Hasil Rancangan	√	Menciptakan produk-produk baru yang dapat dikonsumsi berbagai kalangan.
5.	Bahan	√	Daging sapi
6.	Peralatan	√	Wajan, cutil
7.	Cara Kerja	√	Siapkan daging sapi segar, potong sesuai selera, siapkan bumbu rempah khas, kemudian panaskan wajan lalu daging dimasak dan diberi bumbu
8.	Produk	√	Rendang
9.	Distribusi	√	Produsen -> Konsumen Akhir
10.	Pemasaran	√	Rendang dihargai berkisar Rp 15.000/ porsi - Rp. 25.000
11.	Evaluasi	√	Dibutuhkan cita rasa yang tinggi

Tabel 1. pengembangan perencanaan usaha

3. Analisa SWOT

Analisis SWOT adalah suatu analisa terhadap lingkungan internal dan eksternal wirausaha. Analisa internal lebih menitikberatkan pada:

a. Kekuatan (*strenght*)

b. Kelemahan (*weakness*)

Analisa eksternal untuk menggali dan mengidentifikasi semua gejala

c. Peluang (*opportunity*) yang ada dan yang akan datang

d. Ancaman (*threat*) dari adanya/kemungkinan adanya pesaing/calon pesaing

Perhatikan bagan berikut!



Bagan 3. Analisis produk makanan, <http://soalujian-45.blogspot.com/>

Setelah menganalisis produk berdasarkan analisis SWOT maka akan menimbulkan sebuah kejadian yang akan menemukan peluang berasal dari kesempatan yang muncul dan menjadi ide bagi seseorang.

Perhatikan contoh berikut!

Rendang merupakan salah satu jenis makanan yang diminati oleh hampir seluruh lapisan masyarakat sehingga peluang usaha sangat terbuka bagi para pelaku usaha pembuatan rendang. Dengan tingkat konsumsi yang tinggi, antara lain hampir sebagian besar masyarakat Indonesia menggunakan menu rendang untuk berbagai acara maupun untuk dikonsumsi sehari-hari berdampak secara langsung kepada upaya pemenuhan kebutuhan makanan bagi masyarakat. Kondisi ini membuat pedagang rendang tidak membutuhkan usaha khusus untuk memasarkan produknya. Pembeli akan datang langsung ke tempat pedagang rendang baik yang di rumah makan maupun di rumah

Analisis SWOT didahului oleh proses identifikasi faktor eksternal dan internal. Untuk menentukan strategi yang terbaik, dilakukan pembobotan terhadap tiap unsur SWOT berdasarkan tingkat kepentingan. Analisis SWOT dilakukan dengan mewawancarai pedagang rendang dengan menggunakan kuisioner. Hal-hal yang perlu diwawancarai seperti aspek sosial, ekonomi, dan teknik pembuatan rendang untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan usaha. Hasil contoh studi kasus analisis SWOT untuk usaha pembuatan rendang sebagai berikut:

Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rendang merupakan salah satu jenis makanan yang disukai oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia; ▪ Harga jual bersaing; ▪ Bahan-bahan untuk pembuatan rendang mudah dicari. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Harga bahan-bahan seringkali tidak stabil. ▪ Daging sapi seringkali dicampur dengan jenis daging lain.

<p>Hal yang perlu dilakukan setelah analisis:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Terus mempertahankan kualitas rasa, jangan sampai berubah; ○ Usahakan terus untuk mempertahankan harga; ○ Semakin menonjolkan keunggulan rendang yang akan dipasarkan tidak menggunakan bahan pengawet dan dijamin sehat. 	<p>Hal yang perlu dilakukan setelah analisis</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Tonjolkan pada bentuk rasa sehingga walaupun porsinya tidak besar, tetapi karena harganya murah makan akan tetap memiliki daya tarik bagi pembeli; ○ Telitilah dalam membeli daging. Kenali bentuk daging sapi asli dan daging lain (misalnya babi) dan bentuk daging sapi yang sudah dicampur dengan daging yang lain.
<p>Kesempatan (Opportunity)</p>	<p>Ancaman (Threat)</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menyiapkan dan mulai menawarkan rendang pada pelanggan yang membutuhkan baik untuk pesta, event tertentu maupun untuk makanan sehari-hari. Mulailah membuat rencana pemasaran rendang dari rumah ke rumah atau melalui jasa online ▪ Mulai membuat rencana untuk membuka warung atau rumah makan yang membuat menu rendang. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Semakin banyak pesaing muncul bila rendang buatan kita disukai konsumen. ▪ Kemungkinan harga pesaing lebih murah dari harga yang kita tawarkan.
<p>Hal yang dapat dilakukan setelah analisis:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Menyiapkan dan mulai menawarkan rendang pada pelanggan yang membutuhkan baik untuk pesta, event tertentu maupun untuk makanan sehari-hari. Mulailah membuat rencana pemasaran rendang dari rumah ke rumah atau melalui jasa online ○ Mulai membuat rencana untuk membuka warung atau rumah makan yang membuat menu rendang. 	<p>Hal yang dapat dilakukan setelah analisis :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Menjaga kualitas rendang yang kita buat sehingga pelanggan tetap akan datang ke tempat usaha makanan kita dan tidak akan berpaling ○ Jangan terlalu cepat menaikkan harga jual ketika harga bahan baku (daging) sedang naik di pasaran. Kita dapat tetap menggunakan harga lama dengan kualitas rasa yang tetap namun dengan porsi yang lebih diperkecil.

C. Rangkuman

1. Perencanaan usaha adalah kegiatan yang dilakukan untuk memulai wirausaha dengan melalui tahapan analisis yang meliputi riset pasar dan analisis SWOT.
2. Riset pasar → hasil riset → pengembangan produk → hasil → rancangan proses produksi → produk
3. Analisis SWOT meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman/hambatan.

D. Penugasan

Untuk lebih memahami perencanaan usaha, coba kalian buatlah analisis SWOT dari pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani yang ada di sekitar lingkungan kalian!

Strenght (kekuatan)	Weekness (Kelemahan)
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
Opportunity (Peluang)	Threat (Ancaman?hambatan)
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

E. Latihan Soal

Pilihlah jawaban yang paling benar dari soal dibawah ini!

- Rendang merupakan salah satu jenis makanan yang disukai oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia, pernyataan tersebut dapat termasuk kedalam analisis ...
 - Peluang
 - Kelemahan
 - Kekuatan
 - Ancaman
 - Hambatan
- Perhatikan pernyataan dibawah ini

No.	Pernyataan
1.	Usahkan terus untuk mempertahankan harga; Semakin menonjolkan keunggulan rendang yang akan dipasarkan tidak menggunakan bahan pengawet dan dijamin sehat.
2.	Menjaga kualitas rendang yang kita buat sehingga pelanggan tetap akan datang ke tempat usaha makanan kita dan tidak akan berpalin
3.	Telitilah dalam membeli daging. Kenali bentuk daging sapi asli dan daging lain (misalnya babi) dan bentuk daging sapi yang sudah dicampur dengan daging yang lain.
4.	Jangan terlalu cepat menaikkan harga jual ketika harga bahan baku (daging) sedang naik di pasaran. Kita dapat tetap menggunakan harga lama dengan kualitas rasa yang tetap namun dengan porsi yang

Dari tabel diatas yang termasuk hal yang harus diperhatikan setelah melakukan analisis ancaman adalah ...

- 1 dan 2
- 1 dan 3
- 1 dan 4
- 2 dan 3
- 2 dan 4

3. Beno ingin melakukan riset pasar dengan bahan baku makanan nabati, maka tahapan yang benar yang dilakukan Beno adalah ...
 - a. Riset pasar, hasil riset, pengembangan produk, hasil rancangan, proses produksi, produk.
 - b. Riset pasar, hasil riset, hasil rancangan, pengembangan produk, proses produksi, produk.
 - c. Riset pasar, hasil rancangan, hasil riset, pengembangan produk, proses produksi, produk.
 - d. Riset pasar, hasil rancangan, pengembangan produk, proses produksi, produk.
 - e. Riset pasar, hasil riset, pengembangan produk, proses produksi, produk.

4. Riset pasar atau riset pemasaran dilakukan untuk mengetahui:
 1. Desain produk, kemasan dll
 2. Pengumpulan data
 3. Analisis
 4. Pelaporan yang sistematis
 5. Menganalisis kelemahan
 6. Menganalisis kekuatanDari pernyataan diatas yang benar adalah ...
 - a. 1, 2, 3, dan 4.
 - b. 1, 2, 3, dan 5.
 - c. 1, 2, 3, dan 6.
 - d. 2, 3, 4, dan 5.
 - e. 2, 3, 4, dan 6.

5. Tini akan membuat usaha dibidang kuliner, tetapi Tini tidak tahu harus memulai usahanya dari mana, maka hal pertama yang harus dilakukan Tini adalah ...
 - a. Analisis internal
 - b. Analisis eksternal
 - c. Analisis SWOT
 - d. Riset pasar
 - e. Merancang produk

Kunci Jawaban Latihan Soal Kegiatan Pembelajaran 2

1. A
2. E
3. A
4. A
5. D

F. PENILAIAN DIRI

Berilah tanda (√) pada kolom dibawah ini!

No.	Kegiatan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Saya sudah memahami mengenai riset pasar dalam perencanaan usaha		
2	Saya mampu menentukan dan membedakan analisis internal		
3	Saya mampu mengidentifikasi analisi internal dalam analisis makanan nabati dan hewani		
4	Saya memahami langkah-langkah dalam riset pasar		
5	Saya mengerti mengenai perencanaan usaha		

KEGIATAN PEMBELAJARAN 3

SUMBER DAYA, ADMINISTRASI DAN PEMASARAN

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran ini diharapkan kalian dapat mengidentifikasi dan memahami sumber daya, administrasi, dan pemasaran usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani

B. Uraian Materi

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 tidak mempunyai daya jual yang bagus. Hal ini 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 dan focus 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.

Administrasi

Menurut *George R. Terry*, pengertian administrasi adalah kegiatan perencanaan, pengendalian, dan pengorganisasian pekerjaan perkantoran, serta penggerakan mereka yang melaksanakannya agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut *Ulbert*, dalam artian luas arti administrasi adalah penyusunan dan pencatatan data/ informasi secara sistematis, agar tertib dan rapi, (*Sumber : <https://www.maxmanroe.com/vid/manajemen/pengertian-administrasi.html>*) Dengan kata lain bahwa dalam perencanaan setiap orang diharuskan untuk bisa berpikir terlebih dahulu mengenai apa yang akan dilakukan, bagaimana melakukannya, dan siapa yang melakukannya serta yang bertanggungjawab atas semua kegiatan yang dilakukannya tersebut. Dengan melakukan pemikiran tersebut diharapkan bahwa tujuan yang sudah ditetapkan bisa dicapai dengan lebih efektif dan efisien.

Untuk menunjang kelancaran kegiatannya, sebaiknya seorang wirausaha mempunyai catatan yang rapi mengenai kegiatan dan kejadian yang terjadi setiap harinya. Catatan tersebut dibuat secara kronologis dan kemudian didokumentasikan:

1. Menyelenggarakan pembukuan,
2. Membuat daftar gaji karyawan,
3. Mencatat penyenggaraan produksi,
4. Melakukan surat-menyurat kedalam dan keluar perusahaan,
5. Mencatat pesanan-pesanan,
6. Melakukan pengarsipan dokumen,
7. Menyusun rencana anggaran perusahaan.

Pemasaran

Pemasaran produk usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani harus lebih ekstra dikarenakan tidak semua konsumen membutuhkan ataupun menginginkan produk usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani oleh karena itu pemasaran produk dapat ditinjau berikut ini :

1. Daya serap pasar dan prospeknya
2. Kondisi pemasaran dan prospeknya

Aktivitas yang terlibat dalam pemasaran produk melibatkan analisis pasar, identifikasi permintaan konsumen, perancangan dan pengembangan produk, penetapan harga, penerapan produk baru, komunikasi, periklanan, penentuan posisi, pendistribusian, penjualan, *review* dan umpan balik.

(*Sumber: <http://shiftindonesia.com/perbedaan-antara-pemasaran-produk-dan-pemasaran-layanan-jasa-yang-penting-untuk-diingat/>*)

C. Rangkuman

1. Sumber daya yang dikelola adalah *man, money, market, method, material*, dan *mechine*.
2. Administrasi dalam usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani adalah:
 - a. Menyelenggarakan pembukuan
 - b. Membuat daftar gaji karyawan
 - c. Mencatat penyenggaraan produksi
 - d. Melakukan surat-menyurat kedalam dan keluar perusahaan
 - e. Mencatat pesanan-pesanan
 - f. Melakukan pengarsipan dokumen
 - g. Menyusun rencana anggaran perusahaan
3. Produk dapat ditinjau berikut ini:
 1. Daya serap pasar dan prospeknya
 2. Kondisi pemasaran dan prospek

D. Penugasan

Sekarang, cobalah kalian amati di sekitar lingkungan kalian, usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani apakah yang terkenal di wilayahmu, kemudian analisislah sumber daya yang dibutuhkan dan isilah tabel dibawah ini!

No	Sumber daya	Uraian
1	<i>Man</i>	
2	<i>Money</i>	
3	<i>Market</i>	
4	<i>Mechine</i>	
5	<i>Methode</i>	
6	<i>Material</i>	

E. Latihan Soal

Berilah tanda silang (x) pada soal dibawah ini!

- Administrasi adalah penyusunan dan pencatatan data/informasi secara sistematis, baik internal maupun eksternal sebagai upaya untuk menyediakan keterangan serta memudahkan untuk mendapatkannya kembali, baik itu sebagian ataupun seluruhnya. Sedangkan definisi administrasi dalam arti sempit dikenal dengan istilah tata usaha. Pengertian tersebut menurut ...
 - George R. Terry
 - Ulbertsilalahi
 - Sondang P. Siagian
 - Willam Leffingwell dan Edwin Robinson
 - Arthur Grager
- Sumber daya yang harus dikelola dalam menentukan bahan baku yang berkualitas untuk memodifikasi makanan dari bahan nabati dan hewani, merupakan
 - Man*
 - Material*
 - Mechine*
 - Method*
 - Market*
- Pengembangan produk pangan dapat dilakukan dengan melakukan modifikasi, tujuan memodifikasi makanan bahan nabati dan hewani adalah ...
 - Menambah daya tarik masyarakat terhadap makanan.
 - Rasa dan bentuknya menjadi aneh.
 - tidak dapat bersaing dengan produk modern.
 - Pemasarannya mudah.
 - Administrasinya mudah.
- Bumbu untuk membuat rendang terdiri atas bawang merah, bawang putih, cabai merah, ketumbar, kemiri, jahe, garam, gula, sereh, lengkuas, dan daun kunyit. Bumbu-bumbu ini berguna untuk pengental, penambah cita rasa dan
 - Penampilan
 - Warna
 - Aroma
 - Manis
 - Asin

5. Berikut faktor-faktor yang dapat memunculkan ide usaha dalam memodifikasi makanan dari bahan pangan nabati dan hewani

1. Pengetahuan yang dimiliki
2. Masalah yang dihadapi dan belum terpecahkan
3. Kesulitan yang dihadapi sehari-hari
4. Pengalaman dari individu itu sendiri
5. Pengalaman saat ia melihat orang lain menyelesaikan masalah
6. Kebutuhan yang belum terpenuhi

Yang termasuk faktor eksternal adalah ...

- A. 1, 2, dan 3.
- B. 1, 4, dan 5.
- C. 2, 3, dan 4.
- D. 2, 3, dan 6.
- E. 3, 4, dan 5.

Kunci Jawaban Latihan Soal Kegiatan Pembelajaran 3

1. B
2. B
3. A
4. C
5. C

F. PENILAIAN DIRI

Berilah tanda (√) pada kolom dibawahh ini!

No.	Indikator	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Saya memahami sumber daya		
2	Saya memahami administrasi		
3	Saya memahami pemasaran		

KEGIATAN PEMBELAJARAN 4

KOMPONEN PENYUSUNAN PERENCANAAN USAHA

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran ini diharapkan kalian dapat:

1. Memahami komponen penyusunan perencanaan usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani
2. Merancang perencanaan usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani berdasarkan kebutuhan dan keinginan pasar lokal.

B. Uraian Materi

Perencanaan Usaha dapat diawali dengan melakukan riset pasar dan analisis SWOT untuk menemukan ide dan peluang dengan cara kreatif dan inovatif. Ide adalah gagasan dan peluang adalah kesempatan, perencanaan usaha yang matang dengan kreatifitas dan inovasi yang tinggi dapat mengembangkan usaha. Sehingga ide dan peluang adalah gagasan atau pemikiran yang baru dalam menciptakan suatu produk yang berpotensi memiliki peluang yang besar dan didukung oleh administrasi serta pemasaran yang baik.

Perencanaan adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengembangkan usaha baik secara individu maupun kelompok. Dengan cara memodifikasi bahan makanan menjadi produk yang berkualitas tinggi yang memanfaatkan bahan tradisional. Dengan kata lain bahwa dalam perencanaan setiap orang diharuskan untuk bisa berfikir terlebih dahulu mengenai apa yang akan dilakukan, bagaimana melakukannya, dan siapa yang melakukannya serta yang bertanggungjawab atas semua kegiatan yang dilakukannya tersebut. Dengan melakukan pemikiran tersebut diharapkan bahwa tujuan yang sudah ditetapkan bisa dicapai dengan lebih efektif dan efisien.

Tentunya semua organisasi mempunyai tujuan hanya saja tujuan setiap organisasi berbeda-beda dan tentunya perencanaan yang dilakukan berbeda-beda pula. Namun pada umumnya tujuan perencanaan dalam suatu organisasi adalah untuk:

1. Menentukan suatu standar tertentu yang harus dipakai dalam melaksanakan semua pekerjaan sehingga akan memudahkan dalam pengawasan.
2. Menghindari atau meminimalkan terjadinya tumpang tindih dan juga pemborosan dalam melaksanakan berbagai pekerjaan.
3. Memberikan suatu arahan kepada para administrator atau non-administrator supaya bisa bekerja sesuai dengan apa yang sudah direncanakan.
4. Mengantisipasi dan juga beradaptasi dari semua perubahan yang mungkin akan terjadi.

Syarat perencanaan yang baik antara lain sebagai berikut:

1. Dilandasi partisipasi
2. Rencana harus luwes atau fleksibel
3. Berdasarkan pada alternatif
4. Harus realistis
5. Perencanaan harus ekonomis

Pada umumnya perencanaan ini dikelompokkan menjadi 3 macam yaitu sebagai berikut:

1. Perencanaan Berdasarkan Jangka Waktu

- **Perencanaan jangka panjang (*short range planning*)**, adalah suatu rencana yang dibuat dan juga berlaku jangka waktu selama kurang dari 1 tahun.
- **Perencanaan jangka menengah (*medium range planning*)**, adalah suatu rencana yang dibuat dan juga berlaku dalam jangka waktu selama 5-7 tahun.
- **Perencanaan jangka panjang (*long range planning*)**, adalah suatu rencana yang dibuat dan berlaku dalam jangka waktu selama 10-25 tahun.

2. Perencanaan Berdasarkan Ruang Lingkup

- **Perencanaan terintegrasi (*integrated planning*)**, adalah suatu rencana yang didalamnya menjelaskan secara menyeluruh, detail, dan sifatnya terpadu.
- **Perencanaan taktis (*tactical planning*)**, adalah suatu rencana yang didalamnya memuat uraian mengenai berbagai kebijakan jangka pendek, dan mudah disesuaikan kegiatannya selama tujuannya sama.
- **Perencanaan strategis (*strategic planning*)**, adalah suatu rencana yang di dalamnya memuat uraian tentang kebijakan jangka panjang dan waktu pelaksanaan yang panjang atau lama. Pada umumnya perencanaan jenis ini sangat sulit untuk diubah.

3. Perencanaan Berdasarkan Tingkatan

- **Perencanaan harian (*day to day planning*)**, adalah suatu rencana yang didalamnya berisikan berbagai kegiatan harian yang sifatnya rutin.
- **Perencanaan operasional (*operational planning*)**, adalah rencana yang hanya focus kepada pedoman atau petunjuk pelaksanaan berbagai macam program organisasi.
- **Perencanaan induk (*master planning*)**, adalah suatu rencana yang hanya focus kepada kebijakan organisasi yang didalamnya berisikan tujuan jangka panjang dan ruang lingkup nya luas.

Fungsi Perencanaan :

1. Suatu perencanaan yang baik akan bisa mendorong tercapainya tujuan dari organisasi. Misalnya seperti tercapainya laba yang diinginkan atau menurunkan biaya yang dikeluarkan organisasi.
2. Untuk menghadapi dan meminimalisir dampak yang ditimbulkan dari ketidakpastian di masa yang akan datang.
3. Untuk mengarahkan dalam pelaksanaan berbagai kegiatan supaya tertib dan teratur menuju tujuan yang sudah ditentukan sebelumnya.
4. Untuk menentukan dan memilih prioritas dari beberapa macam alternative atau pilihan yang ada.
5. Sebagai alat yang digunakan untuk melakukan pengawasan dan pengendalian terhadap pelaksanaan kegiatan organisasi.

Tahap - Tahap Penyusunan Perencanaan

1. Merumuskan dan Menetapkan Tujuan atau Permasalahan yang Akan Dipecahkan

Penetapan tujuan ini harus didasarkan pada falsafah dan misi yang dimiliki oleh organisasi. Perumusan dari tujuan ini dipengaruhi oleh berbagai nilai yang diatur oleh para eksekutif dan berbagai nilai atau tanggungjawab sosial pada saat itu.

2. Melakukan Analisis Kesempatan

Organisasi harus melakukan suatu analisis atau pengamatan terhadap lingkungan sekitar. Lingkungan yang selalu berubah-ubah ini akan selalu memberikan kesempatan dan ancaman apakah akan dimanfaatkan atau dihadapi atau dihindari.

3. Melakukan Analisis Sumber Daya

Selain aspek lingkungan yang harus dianalisis, organisasi juga harus melakukan analisis terhadap sumber daya yang dimiliki.

Dari analisis tersebut bisa diketahui kekuatan dan/atau kelemahan dari organisasi yang bisa dimanfaatkan atau diatasi.

Sumber daya tersebut bisa berupa sumber daya manusia, dan sumber daya lainnya seperti fasilitas, dana, fisik dan lain sebagainya.

4. Identifikasi dan Pengembangan Alternatif

Dalam hubungannya dengan pengambilan suatu keputusan, maka langkah selanjutnya yang harus diambil adalah mengembangkan berbagai alternative/pilihan dari berbagai sumber daya dan data yang dimiliki oleh organisasi.

Dari berbagai macam alternative tersebut bisa dipilih yang terbaik.

5. Implementasi Strategi

Kemudian dilakukan suatu perincian ke dalam bentuk berbagai program dan anggaran yang lebih terperinci atau detail sehingga akan lebih mudah untuk diaplikasikan.

6. Pelaksanaan Keputusan

Rencana yang sudah disusun tidak mempunyai arti jika tidak atau belum diaplikasikan.

Kemudian pelaksanaan rencana memerlukan suatu pengendalian dan pengawasan, sejauh mana penerapan mencapai hasil seperti yang sudah ditetapkan sebelumnya. (sumber : <https://mastahbisnis.com/perencanaan/>)

C. Rangkuman

1. Tujuan Perencanaan

- a) Menentukan suatu standar tertentu yang harus dipakai dalam melaksanakan semua pekerjaan sehingga akan memudahkan dalam pengawasan.
- b) Menghindari atau meminimalkan terjadinya tumpang tindih dan juga pemborosan dalam melaksanakan berbagai pekerjaan.
- c) Memberikan suatu arahan kepada para administrator atau non-administrator supaya bisa bekerja sesuai dengan apa yang sudah direncanakan.
- d) Mengantisipasi dan juga beradaptasi dari semua perubahan yang mungkin akan terjadi.

2. Syarat Perencanaan yang Baik

- a) Dilandasi Partisipasi
- b) Rencana Harus Luwes atau Fleksibel
- c) Berdasarkan Pada Alternatif.
- d) Harus Realistis
- e) Perencanaan Harus Ekonomis

3. Jenis –Jenis Perencanaan

1. Perencanaan Berdasarkan Jangka Waktu
 - Perencanaan jangka panjang (*short range planning*)
 - Perencanaan jangka menengah (*medium range planning*).
 - Perencanaan jangka panjang (*long range planning*)

2. Perencanaan Berdasarkan Ruang Lingkup
 - Perencanaan terintegrasi (*integrated planning*),
 - Perencanaan taktis (*tactical planning*),
 - Perencanaan strategis (*strategic planning*),
3. Perencanaan Berdasarkan Tingkatan
 - Perencanaan harian (*day to day planning*),
 - Perencanaan operasional (*operational planning*), .
 - Perencanaan induk (*master planning*),.
4. Tahap – Tahap Penyusunan Perencanaan
 - a. Merumuskan dan Menetapkan Tujuan atau Permasalahan yang Akan Dipecahkan
 - b. Melakukan Analisis Kesempatan
 - c. Melakukan Analisis Sumber Daya
 - d. Identifikasi dan Pengembangan Alternatif
 - e. Implementasi Strategi
 - f. Pelaksanaan Keputusan

D. Penugasan

Setelah mempelajari materi pembelajaran ini dan sebelumnya maka coba kalian buat penyusunan rencana usaha dengan tema pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani berdasarkan kebutuhan dan pengolahan pasar lokal.

Langkah-langkah pengerjaan:

1. Jika menggunakan komputer/laptop
 - a. Printout menggunakan kertas A4
 - b. Font times new romsn
 - c. Font 12, line spasi 1, margin kiri dan bawah 4cm, margin kanan dan atas 3 cm
 - d. Judul dan sub judul di bold
2. Jika tidak ada computer/laptop
 - a. Tulis dibuku tulis dengan rapi
 - b. Tulisan bisa terbaca (jelas)
 - c. Menggunakan pulpen.

EVALUASI

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang kalian anggap benar!

1. Perhatikan pernyataan dibawah ini!
 1. Harus tepat dan fokus. Membuat metode.
 2. Harus mempertimbangkan tujuan usaha yang ingin dicapai, anggaran uang, waktu produksi dan sumber daya manusia.
 3. Tepat dapat membuat proses produksi berjalan dengan efisien.Pernyataan diatas merupakan standar prosedur yang ada di dalam manajemen sumber daya ...
 - a. *Man*
 - b. *Metode*
 - c. *Material*
 - d. *Market*
 - e. *Machine*
2. Target usaha yang didalamnya terdapat keinginan dan kebutuhan yang akan dipenuhi berupa kesempatan baik untuk individu maupun kelompok disebut ...
 - a. Resiko
 - b. Usaha
 - c. Peluang
 - d. Peluang usaha
 - e. Gagasan
3. Kegiatan yang mengkombinasikan faktor-faktor produksi (*man, material, method, money, market dan machine*) yang ada untuk menghasilkan suatu produk, berupa barang yang dapat diambil nilai lebihnya atau manfaatnya oleh konsumen disebut ...
 - a. Proses produksi
 - b. Produksi
 - c. Sumber daya
 - d. Produksi pabrikasi material
 - e. Proses produksi metode
4. Skema proses dalam perencanaan usaha modifikasi bahan pangan dari bahan nabati dan hewani pada tahap pertama adalah...
 - a. Hasil proses
 - b. Hasil rancangan
 - c. Riset pasar
 - d. Proses produksi
 - e. Distribusi dan pemasaran
5. Rendang adalah makanan berbahan dasar daging sapi, mempunyai citarasa pedas, yang dalam pembuatannya diperkaya dengan campuran dari berbagai bumbu dan rempah-rempah, terutama cabe merah dan kelapa. Makanan ini adalah khas dari ...
 - a. Sukabumi-jawa barat
 - b. Medan-sumatra utara
 - c. Palembang- Sumatera Selatan
 - d. Balikpapan- Kalimantan Timur
 - e. Padang- Sumatera Barat
6. Rani ingin membuka usaha dibidang kuliner, Rani sangat cerdas memanfaatkan kesempatan yang ada dalam bidang makanan khas tradisional dengan menggunakan bahan baku daging yang dimodifikasi menjadi olahan abon, maka Rani Untuk mencapai peluang usaha diperlukan

- a. Modal usaha
 - b. Perhitungan yang rumit
 - c. Kerja keras dan pengorbanan
 - d. Perhitungan laba rugi
 - e. Perencanaan usaha yang baik
7. Santi seorang wirausahawan sukses yang pandai memanfaatkan kesempatan yang ada serta melihat sasaran penjualan yang cukup menjanjikan, maka Santi termasuk wirausahawan yang mampu menganalisis
- a. Tantangan
 - b. Hambatan
 - c. Peluang
 - d. Persaingan
 - e. Kelemahan
8. Perhatikan pernyataan di bawah:
1. Mempunyai pilihan dan yakin bahwa usahanya bisa dilaksanakan,
 2. Menerima gagasan-gagasan baru dalam dunia usaha,
 3. Tidak mampu menguasai diri sendiri,
 4. Bersedia mendengarkan saran-saran orang lain,
 5. Bersemangat dan bergaul,
- Untuk menggali peluang usaha, seorang wirausaha harus berfikir secara positif dan kreatif adalah ...
- a. 1, 2, dan 3.
 - b. 1, 2, dan 4.
 - c. 2, 3, dan 4.
 - d. 2, 3, dan 5.
 - e. 3, 4, dan 5.
9. Perhatikan gambar dibawah ini!



- Gambar tersebut telah mengalami modifikasi
- a. Variasi warna
 - b. Variasi aroma
 - c. Variasi rasa
 - d. Memperpanjang usia produk agar lebih awet
 - e. memperpanjang bentuk produk
10. Kegiatan perencanaan, pengendalian, dan pengorganisasian pekerjaan perkantoran, serta penggerakan mereka yang melaksanakannya agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pengertian ini menurut ...
- a. *George R. Terry*
 - b. *Ulbertsilalahi*
 - c. Sondang P. Siagian
 - d. Willam Leffingwell dan Edwin Robinson
 - e. Arthur Grager

KUNCI JAWABAN DAN PEMBAHASAN EVALUASI

Kunci Jawaban Evaluasi Modul KD 3.1. Perencanaan Usaha Pengolahan Makanan Khas Daerah yang Dimodifikasi dari Bahan Pangan Nabati dan Hewani

1. B
2. D
3. C
4. C
5. E
6. E
7. C
8. B
9. D
10. A

DAFTAR PUSTAKA

Wirausaha Produk Kerajinan Untuk Pasar Lokal Sumber Buku Prakarya dan Kewirausahaan, Kemendikbud Edisi Revisi 2018..

Dari internet

- <https://www.cookmeindonesian.com/nasi-goreng-indonesian-fried-rice/> (diakses tanggal 26 Oktober 2020 Pukul 17.45)
- <https://brilicious.brilio.net/> (diakses tanggal 26 Oktober 2020 Pukul 17.45)
- <https://bisnisukm.com/manisnya-peluang-bisnis-manisan-kering.html> (diakses tanggal 26 Oktober 2020 Pukul 17.45)
- <https://www.maxmanroe.com/vid/manajemen/pengertian-administrasi.html> (diakses tanggal 26 Oktober 2020 Pukul 17.45)
- <http://shiftindonesia.com/perbedaan-antara-pemasaran-produk-dan-pemasaran-layanan-jasa-yang-penting-untuk-diingat/> (diakses tanggal 26 Oktober 2020 Pukul 17.45)
- *Jurnsl entrepreneur, jurnal.id.blog*

Gambar 1. riset pasar, researchGate, <https://www.researchgate.net/figure/G>

Gambar 2. Analisis produk makanan, <http://soalujian-45.blogspot.com/>

Table 1. modifikasi makanan khas daerah,

<https://www.mikirbae.com/2016/04/modifikasi-pangan-khas-daerah.html>
(diakses tanggal 26 Oktober 2020 Pukul 17.45)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN ANAK USIA DINI,
PENDIDIKAN DASAR DAN PENDIDIKAN MENENGAH
DIREKTORAT SEKOLAH MENENGAH ATAS
2020



Modul Pembelajaran SMA

Prakarya dan Kewirausahaan



KELAS
XII



**SISTEM PENGOLAHAN MAKANAN KHAS DAERAH
YANG DIMODIFIKASI
DARI BAHAN NABATI DAN HEWANI**

PRAKARYA DAN KEWIRAUSAHAAN KELAS XII

PENYUSUN

**Fauziah Asri Latifah, S.Si, M.Pd
SMA N 13 Semarang**

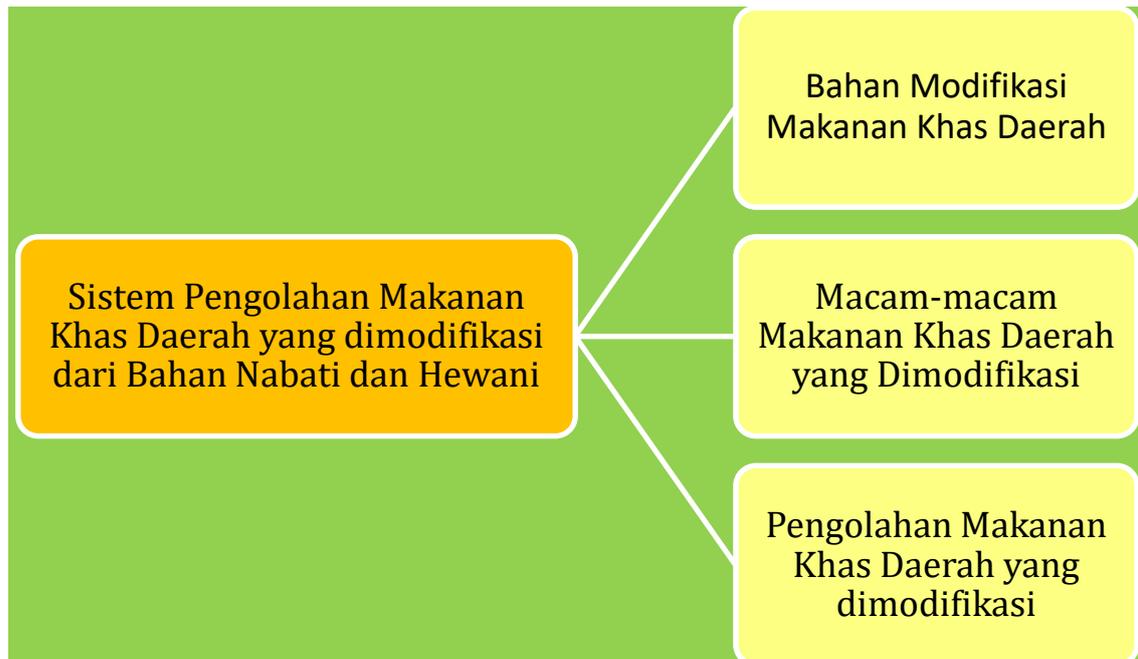
DAFTAR ISI

PENYUSUN	ii
DAFTAR ISI	iii
GLOSARIUM	iv
PETA KONSEP	v
PENDAHULUAN	1
A. Identitas Modul	1
B. Kompetensi Dasar	1
C. Deskripsi Singkat Materi	1
D. Petunjuk Penggunaan Modul	2
E. Materi Pembelajaran	2
KEGIATAN PEMBELAJARAN 1	3
A. Tujuan Pembelajaran	3
B. Uraian Materi	3
E. Latihan Soal	9
F. Penilaian Diri	10
KEGIATAN PEMBELAJARAN 2	11
A. Tujuan Pembelajaran	11
B. Uraian Materi	11
C. Rangkuman	16
D. Penugasan Mandiri	16
E. Latihan Soal	16
F. Penilaian Diri	18
DAFTAR PUSTAKA	22

GLOSARIUM

Bahan baku utama	: bahan yang paling banyak penggunaannya pada sebuah produk
Bahan hewani	: bahan makanan yang berasal dari hewan
Bahan nabati	: bahan makanan yang berasal dari tumbuhan
Bahan tambahan pangan (BTP)	: bahan atau campuran bahan yang secara alami bukan merupakan bagian dari bahan baku pangan, tetapi ditambahkan ke dalam pangan untuk memperbaiki sifat atau bentuk produk pangan
Modifikasi	: Cara merubah sebuah bentuk sebuah barang dari yang kurang menarik menjadi lebih menarik tanpa menghilangkanan fungsi aslinya

PETA KONSEP



PENDAHULUAN

A. Identitas Modul

Mata Pelajaran	: Prakarya dan Kewirausahaan
Kelas	: XII
Alokasi Waktu	: 2 x Pertemuan
Judul Modul	: Sistem Pengolahan Makanan Khas Daerah yang Dimodifikasi dari Bahan Nabati dan Hewani

B. Kompetensi Dasar

- 3.2 Menganalisis sistem pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani berdasarkan daya dukung yang dimiliki oleh daerah setempat
- 4.2 Mengolah makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani berdasarkan daya dukung yang dimiliki oleh daerah setempat

C. Deskripsi Singkat Materi

Indonesia merupakan negara yang kaya akan ragam budaya dan tradisi. Setiap daerah mempunyai ciri khas-nya masing-masing, termasuk ragam makanan khas setiap daerah. Kondisi geografis yang berbeda-beda setiap daerah menyebabkan hasil bumi juga berbeda, sehingga menyebabkan jenis makanan khas setiap daerah juga mempunyai ciri khas yang berbeda pula.

Seiring dengan pesatnya laju perkembangan jaman, makin banyak jenis makanan modern serta makanan internasional bermunculan dan mulai bersaing dengan makanan khas daerah. Banyak orang mulai meninggalkan mengkonsumsi makanan khas daerah dan beralih dengan makanan modern karena beberapa alasan seperti kurang menarik, proses pembuatan rumit, bahan baku susah didapat, dsb. Oleh karena itu, perlu dilakukan modifikasi makanan khas daerah agar makanan khas daerah dapat diterima kembali di tengah moderinsasi kehidupan masyarakat.

Modifikasi makanan khas daerah tidak dapat dilakukan dengan asal-asalan. Perlu pertimbangan serta pengetahuan yang matang. Modul ini berisi materi tentang bahan untuk modifikasi makanan khas daerah, macam-macam modifikasi makanan khas daerah, serta pengolahan modifikasi makanan khas daerah. Semoga modul ini dapat menjadi salah satu pedoman kalian untuk belajar melakukan pengolahan modifikasi makanan khas daerah dari bahan nabati dan hewani.

D. Petunjuk Penggunaan Modul

Untuk mempelajari modul ini, silakan kalian perhatikan petunjuk berikut:

1. Modul ini terdiri dari 2 kegiatan pembelajaran, pelajari modul ini secara berurutan mulai dari kegiatan pembelajaran 1 lalu kegiatan pembelajaran 2.
2. Bacalah peta konsep, materi pelajaran, dan pahami isinya.
3. Setelah membaca dan mempelajari materi pembelajaran, kerjakan penugasan mandiri serta latihan soal.
4. Lakukan penilaian diri.
5. Kerjakan soal evaluasi di akhir materi.
6. Gunakan alat, bahan, dan media sesuai yang tercantum pada setiap penugasan.
7. Carilah referensi dari lingkungan sekitar kalian.
8. Mintalah bimbingan guru jika kalian merasakan kesulitan dalam memahami materi modul.
9. Jika kalian mampu menyelesaikan 75% dari semua materi dan penugasan maka dapat dikatakan TUNTAS belajar modul ini.

E. Materi Pembelajaran

Modul ini terbagi menjadi kegiatan pembelajaran dan di dalamnya terdapat uraian materi, contoh soal, soal latihan, dan soal evaluasi.

Pertama : Bahan Modifikasi Makanan Khas Daerah dan Macam-macam Modifikasi Makanan Khas Daerah

Kedua : Pengolahan Modifikasi Makanan Khas Daerah

KEGIATAN PEMBELAJARAN 1

Bahan untuk Modifikasi dan Macam-macam Bentuk Modifikasi Makanan Khas Daerah

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah kegiatan pembelajaran 1 ini diharapkan kalian dapat:

1. Menganalisis bahan-bahan untuk melakukan modifikasi makanan khas daerah
2. Menganalisis macam-macam bentuk modifikasi makanan khas daerah

B. Uraian Materi

1. Bahan untuk Modifikasi Makanan Khas Daerah

Bahan untuk modifikasi makanan khas daerah meliputi bahan baku atau bahan utama, bumbu, dan bahan tambahan pangan (BTP). Bahan tambahan pangan adalah bahan yang berfungsi untuk memperbaiki mutu produk yang diolah. Untuk memilih bahan baku dan bumbu sebaiknya kalian sesuaikan dengan bahan yang mudah kalian dapatkan di lingkungan sekitar kalian dan bahan tersebut tersedia dalam jumlah yang banyak.

a. Bahan Baku Utama

Bahan baku utama adalah bahan yang paling banyak penggunaannya pada sebuah produk. Bahan baku untuk modifikasi makanan khas daerah dapat berupa bahan nabati maupun bahan hewani. Berikut ini adalah contoh modifikasi makanan khas daerah pada bahan baku.

Tabel 1.1. Modifikasi Bahan Baku Makanan Khas Daerah

Makanan Khas Daerah	Bahan Baku	Modifikasi Bahan Baku	Alasan Modifikasi Bahan baku
Pempek	Ikan tengiri atau ikan gabus	Mengganti ikan tengiri dengan ikan lele	- Menggunakan jenis ikan yang lebih murah dan mudah didapatkan
		Mengganti ikan tengiri dengan nasi (biasa disebut pempek dos)	- Mengganti bahan hewani dengan bahan nabati. - Bahan baku lebih murah - Bahan baku mudah didapatkan
Rendang	Daging sapi	Mengganti daging sapi dengan paru sapi	- Harga paru sapi lebih murah dibandingkan daging sapi - Tekstur paru lebih lembut dibanding daging sapi - Cocok untuk segmen pasar pecinta jeroan
		Mengganti daging sapi dengan jamur tiram	- Harga jauh lebih murah - Tekstur lebih lembut - Cocok untuk segmen pasar vegetarian

Tabel di atas merupakan contoh modifikasi bahan baku makanan khas daerah. Dapatkah kalian memberikan contoh lain modifikasi bahan baku dari makanan khas daerah? Cobalah kalian isikan jawaban kalian pada tabel di bawah ini!

Nama Makanan Khas Daerah	Bahan Baku	Modifikasi Bahan Baku	Alasan Modifikasi Bahan baku

b. Bahan Tambahan Pangan

Bahan Tambahan Pangan (BTP) adalah bahan atau campuran bahan yang secara alami bukan merupakan bagian dari bahan baku pangan, tetapi ditambahkan ke dalam pangan untuk memperbaiki sifat atau bentuk produk pangan. Tidak setiap produk pangan, termasuk makanan khas daerah diharuskan menggunakan BTP, tetapi dapat ditambahkan dengan tujuan untuk memperbaiki mutu produk pangan. Beberapa jenis BTP adalah sebagai berikut:

- 1) Pemanis (sweetener)
- 2) Pembentuk gel (gelling agent)
- 3) Pengatur keasaman (Acidity regulator)
- 4) Pengawet (preservatif)
- 5) Pengembang (Raising agent)
- 6) Pengemulsi (emulsifier)
- 7) Penguat rasa (flavour enhancer)
- 8) Perisa (flavouring)
- 9) Pewarna (colour)

Tahukah kalian makanan khas daerah yang dimodifikasi dengan menggunakan BTP? Berikut ini disajikan sebagian contoh makanan khas daerah yang dimodifikasi dengan menggunakan BTP.

Tabel 1.2 Contoh Modifikasi Makanan Khas Daerah Menggunakan BTP

Nama Makanan Khas Daerah	BTP yang digunakan	Alasan Modifikasi dengan BTP
Cireng	Perisa dan pewarna makanan (contoh rasa keju, rasa balado, rasa jagung)	Membuat rasa cireng yang biasanya hanya asin dan gurih menjadi lebih bervariasi rasanya. Penambahan rasa keju, jagung bakar, atau balado juga dapat secara langsung memberikan variasi warna pada cireng, dari yang warnanya putih menjadi kuning, orange, dan merah.

Klepon	Pewarna makanan	Membuat variasi klepon menjadi berwarna-warni sehingga lebih menarik dari segi penyajian (klepon pelangi)
Sirop markisa	Pemanis buatan	Untuk menambah rasa manis pada sirop

Penggunaan BTP pada produk makanan, termasuk makanan khas daerah tidak boleh sembarangan. Ada 3 hal yang diperhatikan dalam pembuatan BTP. Berikut ini adalah hal yang perlu diperhatikan dalam penggunaan BTP untuk produk makanan:

- 1) Gunakan BTP yang ada ijinnya
- 2) Gunakan dalam jumlah yang dibolehkan
- 3) Gunakan jenis BTP yang sesuai dengan karakter produknya.

Penggunaan BTP yang tepat sesuai takaran batas aman akan memberikan manfaat teknologi terhadap mutu pangan. Namun, penggunaan BTP yang tidak tepat atau melebihi takaran yang aman dapat membahayakan kesehatan.

2. Macam-macam Makanan Khas Daerah yang Dimodifikasi

Modifikasi makanan khas daerah beragam jenis dan contohnya. Bentuk modifikasi makanan khas daerah biasanya disesuaikan dengan tujuan modifikasi makanan khas daerah tersebut. Cobalah kalian perhatikan uraian berikut ini!

a. Makanan Khas Daerah yang Dimodifikasi dengan Variasi Rasa

Salah satu bentuk modifikasi makanan khas daerah dapat dilakukan dengan memberikan variasi rasa. Variasi rasa pada makanan khas daerah dapat dilakukan dengan cara membuat rasa yang berbeda dengan rasa asli makanan khas daerah tersebut.

Tabel 1.3. Contoh Modifikasi dengan Variasi Rasa Makanan Khas Daerah

Makanan Khas Daerah	Modifikasi Rasa
Lumpia rebung	Lumpia jamur Lumpia ikan Lumpia kepiting Lumpia aneka sayur Lumpia udang
Telur asin	Telur asin bakar Telur asin pedas Telur asin panggang Telur asin pindang
Bakpia isi kacang hijau	Bakpia keju Bakpia coklat Bakpia durian Bakpia ubi ungu Bakpia green tea
Bika ambon	Bika ambon rasa pandan Bika mabon rasa moca Bika ambon rasa keju

b. Makanan Khas Daerah yang Dimodifikasi dengan Variasi Bentuk

Makanan khas daerah dapat dimodifikasi menjadi bentuk yang berbeda, meskipun demikian, modifikasi ini dapat dilakukan tanpa meninggalkan cita rasa asli dari makanan khas daerah tersebut.

Tabel. 1.4 Contoh Makanan Khas Daerah yang Dimodifikasi dengan Variasi Bentuk

Modifikasi Makanan Khas Daerah dengan variasi Bentuk	Gambar
<p>Burger Rendang:</p> <p>rendang yang biasanya hanya digunakan sebagai lauk, disajikan dalam tampilan yang lebih modern</p>	 <p>Sumber: tokomesin.com Gambar 1.1. Burger Rendang</p>
<p>Cendol:</p> <p>Cendol yang biasa disajikan dalam bentuk minuman, dimodifikasi bentuknya dengan diolah menjadi puding cendol</p>	 <p>Sumber: gensindo.sindonews.com Gambar 1.2. Puding Cendol</p>
<p>Klepon:</p> <p>Klepon dimodifikasi dengan perpaduan cake.</p>	 <p>Sumber: gensindo.sindonews.com Gambar 1.3. Klepon Cake</p>
<p>Teri balado:</p> <p>Teri balado yang biasanya dijadikan lauk, dimodifikasi bentuk penyajian menjadi sushi teri balado</p>	 <p>Sumber: jajakanberdua.files.wordpress.com Gambar 1.4. Sushi Teri Balado</p>

c. Makanan Khas Daerah yang Dimodifikasi untuk Memperpanjang Usia Produk

Beberapa jenis makanan khas daerah bersifat mudah basi dan tidak tahan lama. Oleh karena itu, perlu dilakukan modifikasi untuk memperpanjang usia makanan khas daerah tersebut. Contohnya adalah dengan menambahkan bahan kimia seperti asam sitrat, dengan fermentasi, penggaraman, pemanisan, pengeringan, pendinginan dll. Contoh: Penambahan asam sitrat pada manisan buah agar lebih tahan lama.

d. Makanan Khas Daerah yang dimodifikasi Cara Pengolahannya

Beberapa jenis makanan khas daerah dimodifikasi cara pengolahannya. Contohnya adalah sebagai berikut:

- 1) Dadih merupakan minuman fermentasi dari susu kerbau khas Minangkabau, dapat dimodifikasi proses pengolahannya menjadi lebih higienis.
- 2) Bakpia khas Jogjakarta proses pengolahannya dengan cara dioven, sekarang ini banyak dikembangkan jenis bakpia yang dikukus.
- 3) Bandeng, dimodifikasi cara pengolahan dengan dipresto agar duri lunak dan bandeng lebih tahan lama.

e. Makanan Khas Daerah yang dimodifikasi Kemasannya

Pengemasan dilakukan untuk menyiapkan makanan khas daerah menjadi siap untuk didistribusikan, disimpan, dan dijual. Adanya kemasan dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan, melindungi produk yang ada di dalamnya, melindungi dari bahaya pencemaran dan gangguan fisik (gesekan, benturan, getaran). Dari segi promosi, kemasan berfungsi sebagai perangsang atau daya tarik pembeli, oleh karena itu bentuk, warna, dekorasi, dari kemasan perlu diperhatikan dengan baik. Berikut ini adalah beberapa contoh modifikasi kemasan makanan khas daerah.

Tabel 1.4. Contoh Modifikasi Kemasan Makanan Khas Daerah

Makanan Daerah	Kemasan Konvensional	Modifikasi Kemasan
Gudeg	 Sumber: merahputih.com Gambar 1.5. Kemasan Besek	 Sumber: jogja.tribunnews.com Gambar 1.6. Gudeg Kemasan Kaleng
Jamu gendong	 Sumber: idntimes.com Gambar 1.7. Jamu Gendong	 Sumber: travelingyuk.com Gambar 1.8. Jamu Kemasan Botol

Telur Asin	 <p>Sumber: sophee.co.id Gambar 1.9 Kemasan Besek</p>	 <p>Sumber:rajasthanboardf.blogspot Gambar 1.10. Kemasan Kardus</p>
------------	--	--

Uraian di atas hanyalah sebagian kecil contoh modifikasi makanan khas daerah dari bahan nabati dan hewani. Cobalah kalian eksplorasi, berikanlah contoh bentuk-bentuk modifikasi makanan khas daerah yang kalian ketahui atau bahkan yang mungkin dapat kalian kembangkan sendiri.

C. Rangkuman

Bahan untuk modifikasi makanan khas daerah meliputi bahan baku atau bahan utama, bumbu, dan bahan tambahan pangan (BTP). Bahan tambahan pangan adalah bahan yang berfungsi untuk memperbaiki mutu produk yang diolah. Untuk memilih bahan baku dan bumbu sebaiknya kalian sesuaikan dengan bahan yang mudah kalian dapatkan di lingkungan sekitar kalian dan bahan tersebut tersedia dalam jumlah yang banyak.

Modifikasi makanan khas daerah beragam macamnya. Beberapa macam bentuk modifikasi makanan khas daerah adalah modifikasi dengan memberikan variasi rasa, bentuk, cara pengolahan, serta cara pengemasannya. Modifikasi makanan khas daerah ada kalanya juga dilakukan untuk memperpanjang masa simpan makanan khas daerah karena banyak jenis makanan khas daerah yang mudah basi.

D. Penugasan Mandiri (optional)

Lakukan pengamatan dan observasi di sekitar kalian. Lengkapi tabel berikut ini!

Sebutkan makanan khas daerah di sekitar kalian tinggal, kemudian jelaskan bentuk modifikasi yang sudah ada selama ini serta jelaskan pula bentuk modifikasi yang mungkin masih bisa dikembangkan tetapi belum dikembangkan oleh masyarakat.

Buatlah dalam buku catatan kalian dalam bentuk tabel seperti berikut ini!

Nama Makanan Khas Daerah	Bentuk Modifikasi yang Sudah Dikembangkan Masyarakat	Bentuk Modifikasi yang Ingin Kalian Kembangkan

E. Latihan Soal

Kerjakan soal berikut ini!

1. Jelaskan macam-macam bahan untuk modifikasi makanan khas daerah!
2. Jelaskan manfaat modifikasi bahan baku pada pengolahan makanan khas daerah?
3. Mengapa penggunaan bahan tambahan pangan (BTP) pada pengolahan modifikasi makanan khas daerah harus sesuai aturan penggunaannya?
4. Sebutkan dan jelaskan beberapa contoh modifikasi bentuk makanan khas daerah!
5. Jelaskan kelebihan modifikasi kemasan makanan khas daerah jika dilihat dari sisi promosi!

Pembahasan Latihan Soal Kegiatan Pembelajaran 1

1. Bahan untuk modifikasi makanan khas daerah meliputi bahan baku atau bahan utama, bumbu, dan bahan tambahan pangan (BTP).
 Bahan baku atau bahan utama berasal dari bahan pangan nabati dan hewani.
 Bahan tambahan pangan adalah bahan yang berfungsi untuk memperbaiki mutu produk yang diolah, contohnya perasa, pengawet, pemanis, dan pengental makanan.
2. Modifikasi bahan baku ditujukan untuk beberapa alasan, di antaranya adalah untuk mengganti bahan baku yang lebih mudah di dapatkan di daerah setempat, untuk menghemat biaya bahan baku, serta untuk menyesuaikan dengan selera konsumen.
3. Agar dapat memberikan manfaat terhadap peningkatan mutu makanan khas daerah dan tidak membahayakan bagi kesetahatan, karena penggunaan yang tidak sesuai aturan dapat memberikan dampak yang tidak baik pada kesehatan.
4. Burger Rendang: yang biasanya hanya digunakan sebagai lauk, disajikan dalam tampilan yang lebih modern
 Cendol: yang biasa disajikan dalam bentuk minuman, dimodifikasi bentuknya dengan diolah menjadi puding cendol
 Teri balado: yang biasanya dijadikan lauk, dimodifikasi bentuk penyajian menjadi sushi teri balado
5. Untuk meningkatkan daya tarik konsumen agar membeli produk makanan khas daerah kita serta meningkatkan daya saing dengan usaha sejenis lainnya.

F. Penilaian Diri

No.	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Saya mampu mempelajari kegiatan pembelajaran 1 dengan baik	Ya	Tidak
2	Saya mampu menganalisis bahan untuk modifikasi makanan khas daerah	Ya	Tidak
3	Saya mampu menjelaskan modifikasi makanan khas daerah dengan variasi rasa	Ya	Tidak
4	Saya mampu menjelaskan modifikasi makanan khas daerah dengan variasi bentuk	Ya	Tidak
5	Saya mampu menjelaskan modifikasi makanan khas daerah dengan variasi cara pengolahan	Ya	Tidak
6	Saya mampu menjelaskan modifikasi makanan khas daerah dengan variasi kemasan	Ya	Tidak

Jika ada jawaban "**Tidak**", maka segera lakukan review pembelajaran, terutama pada bagian yang masih "**Tidak**".

Jika semua jawaban "**Ya**", maka Anda dapat melanjutkan ke modul berikutnya.

KEGIATAN PEMBELAJARAN 2

Pengolahan Modifikasi Makanan Khas Daerah dari Bahan Nabati dan hewani

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran 2 ini, diharapkan kalian dapat melakukan pengolahan modifikasi makanan khas daerah dari bahan nabati dan hewani.

B. Uraian Materi

Pengolahan modifikasi makanan khas daerah dari bahan nabati dan hewani sangat bervariasi. Seperti telah dijelaskan pada kegiatan pembelajaran 1, modifikasi makanan khas daerah sangat beragam jenisnya, dan bahkan masih sangat bisa untuk kalian kembangkan lagi. Pada kegiatan pembelajaran 2 ini, hanya akan diuraikan beberapa contoh cara pengolahan modifikasi makanan khas daerah dari bahan nabati dan hewani.

1. Pengolahan Makanan Khas Daerah dengan Modifikasi Bahan Baku

Contoh yang akan diuraikan berikut ini untuk makanan khas daerah yang dimodifikasi bahan bakunya adalah pempek. Pada materi ini, akan dijelaskan cara pembuatan pempek dengan mengganti bahan baku ikan tenggiri dengan ikan lele.

Pempek Ikan Lele

Bahan:

- 1) 2000 gram ikan lele
- 2) 2 mangkok tepung kanji
- 3) 1 sendok teh garam
- 4) 1 bungkus penyedap rasa
- 5) 3 siung bawang putih
- 6) 1 mangkok air

Bahan isian:

3 buah telur, direbus terlebih dahulu, dibagi 4

Kuah cuko:

- 1) 250 gram gula jawa
- 2) 10 siung bawang putih
- 3) 2 buah asam jawa
- 4) 10 buah cabai rawit
- 5) 5 buah cabai merah
- 6) 2 sdm ebi
- 7) 1 sdm cuka

Cara Pembuatan:

- 1) Masukkan ikan, garam, bawang putih, campur rata
- 2) Masukkan tepung kanji aduk rata sampai kalis, jangan terlalu diaduk supaya tekstur tidak terlalu padat
- 3) Bentuk-bentuk pempek dan isikan telur, kemudian rebus selama 20 menit sampai mengapung, lalu siap digoreng
- 4) Cara membuat cuco: haluskan semua bahan dan masukkan gula jawa, rebus semua bahan hingga matang. Angkat lalu saring.



Sumber: Coockpad.com
Gambar 2.1 Pempek Lele

2. Pengolahan Modifikasi Makanan Khas Daerah dengan Variasi Rasa

Contoh pengolahan modifikasi makanan khas daerah dengan variasi rasa yang akan diuraikan berikut ini adalah bakpia dengan variasi rasa keju susu. Semakin menjamurnya usaha pengolahan bakpia di Jogjakarta, banyak produsen berlomba-lomba menginovasi bakpia. Bakpia yang dahulu hanya berisi kacang hijau, saat ini dimodifikasi aneka macam rasa.

Berikut ini adalah contoh cara pengolahan bakpia dengan modifikasi rasa keju dan susu.

Bakpia Isi Keju Susu

Bahan Kulit Luar Bakpia Isi Keju Susu

- 1) 150 gram tepung terigu protein sedang
- 2) 100 gram tepung terigu protein sedang
- 3) $\frac{1}{2}$ sendok teh garam
- 4) 30 gram gula tepung
- 5) 60 gram mentega tawar
- 6) 125 gram air
- 7) Bahan Kulit dalam Bakpia Isi Keju Susu
- 8) 100 gram mentega tawar
- 9) 150 gram tepung terigu protein sedang

Bahan Isian Bakpia Isi Keju Susu

- 1) 50 gram susu bubuk
- 2) 65 gram mentega tawar
- 3) 50 gram keju parmesan
- 4) $\frac{1}{4}$ sendok teh garam
- 5) 100 gram keju cheddar parut

- 6) 200 gram gula cair
- 7) 100 gram tepung terigu

Cara pembuatan isian bakpia:

- 1) Kocok mentega, gula cair, dan garam, kocok sampai semuanya lembut
- 2) Tambahkan atau masukkan tepung terigu dan susu bubuk sambil diayak dan diaduk rata
- 3) Tambahkan juga keju parmesan dan keju cheddar, aduk sampai merata
- 4) Dinginkan kurang lebih 15 menit dalam lemari es
- 5) Timbang isi masing-masing sebanyak 25 gram. Bentuk bulat isi tersebut lalu timbang lagi.

Cara pembuatan kulit bakpia:

- 1) Campurkan bahan untuk kulit luar
- 2) Tambahkan air sedikit demi sedikit. Lalu uleni sampai adonan kalis
- 3) Masukkan mentega tawar. Uleni sampai adonan menjadi licin
- 4) Dinginkan selama 15 menit. Timbang adonan masing-masing sebanyak 30 gram. Jika sudah sisihkan.
- 5) Campurkan tepung terigu dan mentega tawar yang sudah disiapkan untuk kulit dalam . aduk sampai merata
- 6) Timbang adonan masing-masing 15 gram bentuk bulat
- 7) Pipihkan adonan kulit luar, lalu letakkan adonan dalam. Rapatkan, kemudian bentuk bulat.
- 8) Giling tipis adonan bentuk bulat, lalu beri isian bakpia yang telah dibuat. Bentuk bulat, selanjutnya pipihkan dan simpan di atas loyang yang sudah diolesi margarin.
- 9) Kerat bagian atas adonan menggunakan cutter
- 10) Oven adonan selama 15 menit dengan suhu 180 derajat celcius hingga setengah matang atau coklat kekuningan.
- 11) Balikkan bakpia, dan oven kembali selama 20 menit sampai benar-benar matang.
- 12) Bakpia siap dihidangkan.



Sumber: selerarasa.com
Gambar 2.2. Bakpia Rasa Keju Susu

3. Pengolahan Modifikasi Makanan Khas Daerah dengan Variasi Bentuk

Makanan khas daerah dapat dimodifikasi menjadi berbagai macam bentuk yang berbeda. Salah satunya adalah dimodifikasi dengan tampilan lebih modern. Contoh yang akan diuraikan berikut ini adalah pizza rendang. Pizza rendang merupakan perpaduan makanan khas Padang dengan Italia.

Pizza Rendang

Bahan Rendang

- 1) 250 gram daging sapi
- 2) 6 siung bawang merah
- 3) 3 siung bawang putih
- 4) 1 ruas kunyit sebesar ibu jari
- 5) ½ ruas jahe sebesar ½ ibu jari
- 6) 1 buah lengkuas
- 7) 10 buah cabai rawit merah
- 8) 5 buah cabai kriting
- 9) 250 gram santan kental
- 10) 2 gelas air putih
- 11) 5 lembar daun salam
- 12) 1 buah sereh geprek
- 13) Jinten secukupnya
- 14) Gula dan garam secukupnya
- 15) Minyak secukupnya untuk menumis

Bahan Roti Pizza:

- 1) 500 gram tepung terigu
- 2) 1 sdt fermipan
- 3) 3 sdm minyak goreng kualitas baik
- 4) ½ sdm garam
- 5) 1 sdt gula
- 6) 350 ml air

Bahan Topping Pizza Selain Rendang:

- 1) Keju mozzarella parut
- 2) Bawang bombai
- 3) Keju cheddar
- 4) Oregano
- 5) Saos sambal

Cara Pembuatan:

- 1) Potong daging dan cuci bersih
- 2) Haluskan bumbu rendang (bawang merah, bawang putih, kunyit, jahe, lengkuas, cabe rawit merah, cabai kriting)
- 3) Tumis bumbu yang dihaluskan saat minyak sudah panas, kemudian masukkan gula, garam, jintan bubuk, pala bubuk secukupnya beserta daun salam dan daun sereh. Ketika bumbu sudah mulai wangi masukkan santan sambil diaduk kemudian masukkan daging. Masak hingga empuk dan bumbu agak pekat.

- 4) Adonan roti pizza : masukkan tepung, ragi, gula, garam, minyak goreng, dan air kemudian uleni adonan hingga kalis dan tidak lengket. Lalu adonan roti dibanting dalam wadah berulang kali. Proses selanjutnya adonan ditutup dengan kain lap dan tunggu kurang lebih 20 menit hingga adonan mengembang sempurna.
- 5) Setelah adonan roti pizza terlihat mengembang, maka adonan bisa dibentuk di loyang pizza yang diolesi dengan mentega.
- 6) Beri topping pizza awalnya dengan bumbu rendang dan pinggirannya diberi saus sambel kemudian ditaburi dengan keju mozzarella, keju ceddar, bawang bombay iris, dan oregano. Kemudian taruh daging rendang yang dipotong atau disuwir di atasnya.
- 7) Panaskan oven terlebih dahulu pada suhu 250 derajat Celcius dan gunakan api atas bawah selama 15 menit sebelum masukkan pizza.
- 8) Oven selama 20 menit hingga pizza matang
- 9) Pizza siap dipotong dan dihidangkan



Sumber: Kaltimtribunnews.com
Gambar 2.3 Pizza Rendang

Berbagai uraian di atas, merupakan contoh pembuatan modifikasi makanan khas daerah. Tentunya dalam mengolah makanan kita tetap harus memperhatikan prinsip K3 (Keamanan, Kesehatan, dan Keselamatan Kerja). Berikut ini adalah beberapa hal yang dapat kalian lakukan saat melakukan pengolahan modifikasi makanan khas daerah di dapur:

1. Pastikan dapur atau tempat memasak serta peralatan memasak sudah dalam keadaan bersih
2. Jauhkan barang-barang yang mudah terbakar dari kompor (seperti kain lap, kertas, plastik, apalagi korek api)
3. Segera pel atau keringkan dengan kain tumpahan air atau minyak yang jatuh ke lantai.
4. Gunakan pisau yang tajam untuk memotong bahan makanan, hati-hati dalam menggunakannya.
5. Hati-hati saat menggunakan peralatan yang mudah pecah.
6. Bersihkan kembali peralatan setelah memasak.
7. Segera matikan kompor dan listrik setelah tidak digunakan.

Untuk menjaga kebersihan dan kualitas makanan yang kita buat, berikut ini adalah beberapa cara yang dapat kita lakukan saat mengolah makanan khas daerah yang dimodifikasi:

1. Cuci tangan sebelum mulai memasak dengan menggunakan sabun dan air mengalir
2. Pastikan bahan makanan dalam keadaan segar, tidak busuk atau kadaluarsa.
3. Cuci sayur, buah, ikan, atau bahan makanan lainnya dengan air mengalir sebelum dimasak
4. Letakkan potongan bahan makanan dalam wadah yang bersih
5. Gunakan celemek agar pakain kalian tidak mudah kotor
6. Cicip makanan dengan menggunakan sendok.
7. Hindari bersin atau batuk di depan makanan yang akan disajikan

Setelah mempelajari cara pengolahan beberapa contoh modifikasi makanan khas daerah, apakah kalian merasa tertarik untuk melakukan modifikasi? Sangat memungkinkan bukan, untuk kalian bisa lebih mengembangkan makanan khas daerah yang jumlah dan jenisnya sudah sangat beragam?

C. Rangkuman

Makanan khas daerah di Indonesia mempunyai jenis dan karakteristik yang sangat beragam. Saat ini banyak bentuk modifikasi makanan khas daerah yang telah dikembangkan masyarakat. Proses modifikasi pada makanan khas daerah tentunya didasarkan pada alasan tertentu. Cara pengolahan modifikasi makanan khas daerah juga sangat bervariasi. Oleh karena proses modifikasi merupakan suatu kegiatan pengembangan, maka modifikasi makanan khas daerah dapat menjadi sangat beragam cara jenisnya, tergantung dari daya inovasi dan kreasi pembuatnya. Seperti pada pengolahan makanan lainnya, pengolahan modifikasi makanan khas daerah tentunya juga harus memperhatikan prinsip K3.

D. Penugasan Mandiri

1. Lakukan pengamatan terhadap makanan khas daerah yang sudah dimodifikasi di sekitar kalian tinggal.
2. Jelaskan mengapa masyarakat di sekitar kalian tinggal melakukan modifikasi tersebut!
3. Tulislah resep dan langkah pembuatan dari modifikasi makanan tersebut
4. Lakukan modifikasi tambahan yang masih mungkin bisa kalian lakukan
5. Praktekkan di rumah kalian
6. Buatlah laporan tertulis di kertas folio, jika memungkinkan lengkapi dengan foto kegiatan kalian mengolah setiap langkah pengolahan modifikasi makanan daerah tersebut tersebut

E. Latihan Soal

1. Jelaskan cara pembuatan pempek lele!
2. Jelaskan tentang modifikasi yang dilakukan pada pizza rendang!
3. Jelaskan bahan-bahan yang digunakan dalam pengolahan bakpia keju susu!
4. Jelaskan bagaimana bagaimana menjaga keamanan dan keselamatan kerja saat melakukan pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi!
5. Semakin merebaknya kasus pandemi corona di seluruh dunia, memaksa kita semua untuk belajar hidup lebih higienis. Bagaimana cara menjaga kebersihan dan kualitas modifikasi makanan khas daerah yang kita buat agar kebersihannya terjaga?

Pembahasan Latihan Soal Kegiatan Pembelajaran 2

1. Cara pembuatan pempek lele:
 - 1) Masukkan ikan, garam, bawang putih, campur rata
 - 2) Masukkan tepung kanji aduk rata sampai kalis, jangan terlalu diaduk supaya tekstur tidak terlalu padat
 - 3) Bentuk-bentuk pempek dan isikan telur, kemudian rebus selama 20 menit sampai mengapung, lalu siap digoreng
 - 4) Cara membuat cuco: haluskan semua bahan dan masukkan gula jawa, rebus semua bahan hingga matang. Angkat lalu saring.

2. Pizza rendang merupakan jenis modifikasi bentuk. Rendang yang biasanya hanya disajikan dalam bentuk lauk, pada modifikasi ini rendang digunakan sebagai topping pizza yang merupakan makanan khas italia, sehingga bentuk tampilan rendang menjadi lebih modern.

3. Bahan Kulit Luar Bakpia Isi Keju Susu
 - 1) 150 gram tepung terigu protein sedang
 - 2) 100 gram tepung terigu protein sedang
 - 3) ½ sendok teh garam
 - 4) 30 gram gula tepung
 - 5) 60 gram mentega tawar
 - 6) 125 gram air
 - 7) Bahan Kulit dalam Bakpia Isi Keju Susu
 - 8) 100 gram mentega tawar
 - 9) 150 gram tepung terigu protein sedang

Bahan Isian Bakpia Isi Keju Susu

 - 1) 50 gram susu bubuk
 - 2) 65 gram mentega tawar
 - 3) 50 gram keju parmesan
 - 4) ¼ sendok teh garam
 - 5) 100 gram keju cheddar parut

4. Cara menjaga keamanan dan keselamatan kerja saat melakukan pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi!
 - 1) Memastikan dapur atau tempat memasak serta peralatan memasak sudah dalam keadaan bersih
 - 2) Menjauhkan barang-barang yang mudah terbakar dari kompor (seperti kain lap, kertas, plastik, apalagi korek api)
 - 3) Segera mengepel pel atau mengeringkan dengan kain, tumpahan air atau minyak yang jatuh ke lantai.
 - 4) Menggunakan pisau yang tajam untuk memotong bahan makanan, hati-hati dalam menggunakannya.
 - 5) Berhati-hati saat menggunakan peralatan yang mudah pecah.
 - 6) Membersihkan kembali peralatan setelah memasak.
 - 7) Segera mematikan kompor dan listrik setelah tidak digunakan.

5. Cara menjaga higienitas modifikasi makanan yang diolah:
 - 1) mencuci tangan sebelum mulai memasak dengan menggunakan sabun dan air mengalir
 - 2) memastikan bahan makanan dalam keadaan segar, tidak busuk atau kadularsa.

- 3) mencuci sayur, buah, ikan, atau bahan makanan lainnya dengan air mengalir sebelum dimasak
- 4) meletakkan potongan bahan makanan dalam wadah yang bersih
- 5) menggunakan celemek agar pakain kalian tidak mudah kotor
- 6) mencicip makanan dengan menggunakan sendok.
- 7) menghindari bersin atau batuk di depan makanan yang akan disajikan
- 8) Menggunakan masker saat memasak dan menghadirkan makanan

F. Penilaian Diri

Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut dengan jujur dan bertanggung jawab!

No.	Pertanyaan	Jawaban	
1	Saya mampu mempelajari kegiatan pembelajaran II dengan baik	Ya	Tidak
2	Saya mampu menjelaskan cara pengolahan modifikasi beberapa makanan khas daerah	Ya	Tidak
4	Saya mampu mengolah makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan nabati dan hewani sesuai dengan resep dan langkah yang benar	Ya	Tidak
5	Saya mampu menerapkan prinsip K3 dan higiene saat mengolah makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan nabati dan hewani	Ya	Tidak

Jika ada jawaban "**Tidak**", maka segera lakukan review pembelajaran, terutama pada bagian yang masih "**Tidak**".

Jika semua jawaban "**Ya**", maka Anda dapat melanjutkan ke modul berikutnya.

EVALUASI

Pilihlah satu jawaban yang paling benar dari pilihan jawaban a, b, c, d, atau e.

- Berikut ini adalah contoh modifikasi makanan khas daerah dari yang dimodifikasi bahan bakunya adalah....
 - Telur asin asap
 - Burger rendang
 - Jamu kemasan botol
 - Pempek lele
 - Puding cendol
- Perhatikan pernyataan berikut ini!
 - menggunakan BTP yang ada ijinnya
 - menggunakan BTP dalam jumlah yang dibolehkan
 - menggunakan jenis BTP yang sesuai dengan karakter produknya
 - menggunakan BTP yang banyak agar tampilan makanan sangat menarikPernyataan yang paling tepat terkait pemakaian BTP pada modifikasi makanan khas daerah adalah....
 - (1), (2), dan (3)
 - (1), (2), dan (4)
 - (2), (3), dan (4)
 - (3) dan (4)
 - (4) saja
- Bahan dasar pembuatan lumpia khas Semarang adalah rebung. Modifikasi isian lumpia yang dapat dilakukan untuk seorang vegetarian yang tidak menyukai rebung adalah...
 - Mengganti rebung dengan ikan
 - Mengganti rebung dengan kepiting
 - Mengganti rebung dengan udang
 - Mengganti rebung dengan ayam
 - Mengganti rebung dengan jamur tiram
- Bentuk variasi rasa yang dapat dilakukan untuk mengembangkan telur asin adalah...
 - Memberikan variasi telur asin asap
 - Memberikan variasi telur asin pedas
 - Memberikan variasi telur asin pindang
 - Mengganti telur bebek dengan telur ayam
 - Memberikan variasi telur asin oven
- Perhatikan gambar berikut ini!



Tujuan modifikasi kemasan pada jamu tradisional yang dahulu dijual dengan cara digendong keliling kampung dengan kemasan seperti gambar di atas adalah...

- Agar lebih praktis dan menarik minat konsumen
- Agar produk jamu lebih tahan lama
- Agar jamu menjadi lebih enak rasanya
- Agar jamu lebih manis rasanya
- Agar jamu tidak mudah basi

6. Makanan khas daerah berikut ini yang dapat dilakukan modifikasi agar proses pengolahannya lebih higienis adalah...
 - a. Dadih dari Minangkabau
 - b. Bika ambon dari Medan
 - c. Gudeg dari Yogyakarta
 - d. Asinan dari Bogor
 - e. Telur asin dari Brebes

7. Berikut ini adalah bahan yang tidak diperlukan dalam pengolahan bakpia keju susu adalah...
 - a. Tepung terigu
 - b. Mentega
 - c. Gula
 - d. Kacang hijau
 - e. Garam

8. Berikut ini yang tidak termasuk bahan untuk topping pizza rendang adalah...
 - a. Rendang
 - b. Tepung terigu
 - c. Keju mozzarella
 - d. Keju cheddar
 - e. Bawang bombai

9. Tujuan dari modifikasi pempek dengan menggunakan ikan lele adalah...
 - a. Ikan lele harganya lebih mahal dan mudah didapatkan
 - b. Ikan lele harganya lebih murah dan mudah didapatkan
 - c. Ikan lele bersifat musiman dan harganya murah
 - d. Ikan lele bersifat musiman dan harganya mahal
 - e. Ikan lele bersifat musiman, harga mahal, dan susah didapatkan

10. Berikut ini yang tidak termasuk cara dalam menjaga higienitas dari makanan khas daerah yang diolah, kecuali...
 - a. Mencuci tangan sebelum memasak
 - b. Menggunakan masker saat memasak maupun menghadirkan makanan
 - c. Mencuci sayur dan bahan dengan cara mencelupkan pada wadah/baskom
 - d. Menghindari berisik atau batuk di depan makanan yang disajikan
 - e. Bahan makanan dalam keadaan segar

KUNCI JAWABAN EVALUASI

1. D
2. A
3. E
4. D
5. A
6. A
7. A
8. B
9. B
10. C

Nilai = Jumlah Jawaban Benar X 10

DAFTAR PUSTAKA

Sugiyanto, dkk. 2019. *Prakarya dan Kewirausahaan Jilid 3 untuk SMA/ MA Kelas XII*. Jakarta: E book- Erlangga.

Werdhaningsih, Hendriana, dkk. 2018. *Prakarya dan Kewirausahaan Kelas XII*. Semarang: CV Bumi Pustaka

<https://segalaserbaserbi.blogspot.com/2020/04/karakteristik-makanan-khas-tiap-tiap.html>. Diakses tanggal 27 Oktober 2020 Pukul 20.00.

<https://rsnas.kulonprogokab.go.id/detil/254/bahan-pangan-hewani-i>. Diakses tanggal 27 Oktober 2020 Pukul 16.00

<https://hellosehat.com/hidup-sehat/nutrisi/11-sumber-protein-nabati-terbaik/#gref>
<https://www.blanja.com/katalog/p/fnb/rendang-daging-sapi-uda-gembul-level-3-15724401> Diakses tanggal 27 Oktober 2020 Pukul 19.00

<https://kaltim.tribunnews.com/2016/09/10/pizza-rendang-hmmm-pedasnya-berpadu-gurih-dan-renyah> Diakses tanggal 27 Oktober 2020 Pukul 15.00

<https://cookpad.com/id/resep/202737-pempek-ikan-lele-gurih> Diakses tanggal 27 Oktober 2020 Pukul 17.00

https://cookpad.com/id/step_attachment/images/27265a99c4111601 Diakses tanggal 27 Oktober 2020 Pukul 15.00

https://id.wikipedia.org/wiki/Bakpia_Pathuk Diakses tanggal 27 Oktober 2020 Pukul 15.00

<https://selerasa.com/resep-dan-cara-membuat-bakpia-isi-keju-susu-yang-spesial-lezat-dan-nikmat>. Diakses tanggal 27 Oktober 2020 Pukul 15.00

<https://www.pustakamadani.com/2019/10/3-teknik-pengolahan-makanan-khas-daerah.html> Diakses tanggal 27 Oktober 2020 Pukul 15.00

<https://istanaumkm.pom.go.id/id/regulasi/pangan/penggunaan-btp> Diakses tanggal 27 Oktober 2020 Pukul 15.00

<https://merahputih.com/post/read/ini-rekomendasi-makan-gudeg-lazis-di-jogja> Diakses tanggal 27 Oktober 2020 Pukul 14.00

<https://jajakanberdua.files.wordpress.com/2015/06/sunti-ang-7.jpg>. Diakses tanggal 27 Oktober 2020 Pukul 17.00



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN ANAK USIA DINI,
PENDIDIKAN DASAR DAN PENDIDIKAN MENENGAH
DIREKTORAT SEKOLAH MENENGAH ATAS
2020



Modul Pembelajaran SMA

Prakarya dan Kewirausahaan



KELAS
XII



**EVALUASI KEGIATAN USAHA
PENGOLAHAN MAKANAN KHAS DAERAH
YANG DIMODIFIKASI DARI BAHAN NABATI DAN HEWANI**

KELAS XII

PENYUSUN

Fauziah Asri Latifah, S.Si, M.Pd

SMA N 13 Semarang

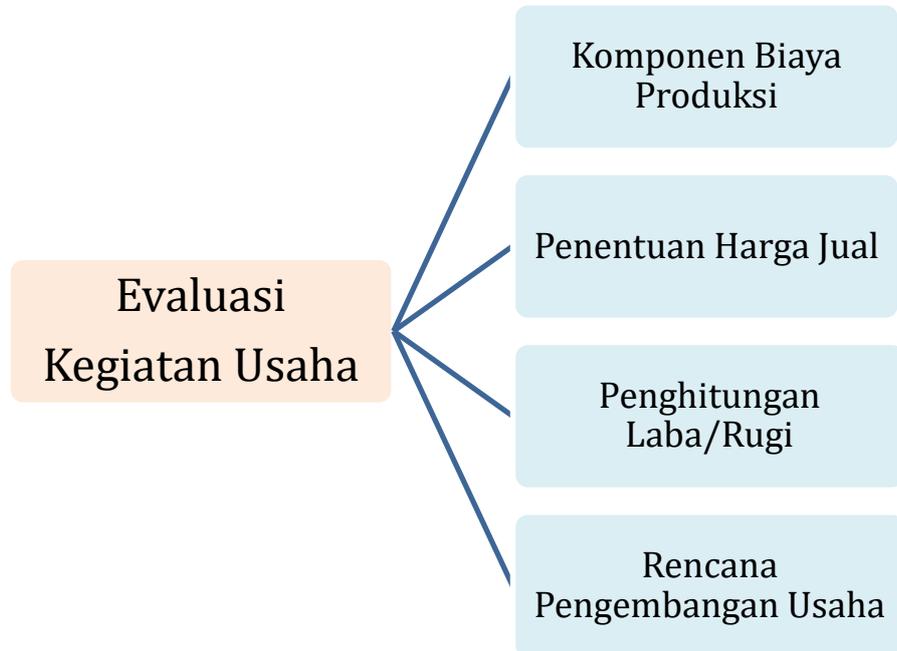
DAFTAR ISI

PENYUSUN	ii
DAFTAR ISI	iii
GLOSARIUM	iv
PETA KONSEP	v
PENDAHULUAN	1
A. Identitas Modul	1
B. Kompetensi Dasar	1
C. Deskripsi Singkat Materi	1
D. Petunjuk Penggunaan Modul	2
E. Materi Pembelajaran	2
KEGIATAN PEMBELAJARAN I	3
A. Tujuan Pembelajaran	3
B. Uraian Materi	3
C. Rangkuman	8
D. Penugasan Mandiri	8
E. Latihan Soal	9
F. Penilaian Diri	11
KEGIATAN PEMBELAJARAN 2	12
A. Tujuan Pembelajaran	12
B. Uraian Materi	12
C. Rangkuman	15
D. Penugasan Mandiri	15
E. Latihan Soal	15
F. Penilaian Diri	16
EVALUASI	17
DAFTAR PUSTAKA	21

GLOSARIUM

Biaya tetap (<i>fixed cost</i>)	: biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi, yang jumlahnya tetap setiap bulannya, berapapun jumlah produksinya.
Biaya variabel (<i>variable cost</i>)	: biaya yang dikeluarkan sesuai dengan jumlah produksi, jadi sifatnya tidak tetap, bisa berubah sesuai jumlah produksinya.
Diversifikasi usaha	: mengembangkan usaha pada berbagai jenis usaha.
Harga pokok produksi	: semua biaya yang muncul dalam rangka menghasilkan suatu produk hingga produk tersebut siap dijual.
Pendapatan bersih atau laba	: jumlah penerimaan uang dalam penjualan produk yang didapatkan setelah dikurangi total biaya
Pengembangan usaha	: Proses memperbaiki suatu usaha yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi dengan dengan menggerakkan pikiran dan tenaga untuk mencapai tujuan tertentu.

PETA KONSEP



PENDAHULUAN

A. Identitas Modul

Mata Pelajaran	: Prakarya dan Kewirausahaan
Kelas	:XII
Alokasi Waktu	:6 Jam Pelajaran (3 x pertemuan)
Judul Modul	:Evaluasi Kegiatan Usaha

B. Kompetensi Dasar

- 3.3 Mengevaluasi kegiatan usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani.
- 4.3 Menyusun rencana pengembangan usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani.

C. Deskripsi Singkat Materi

Dalam kegiatan berwirausaha, evaluasi kegiatan usaha menjadi salah satu komponen yang sangat penting untuk dilakukan, termasuk pula evaluasi kegiatan usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan nabati dan hewani. Seperti kalian ketahui, saat ini banyak orang berlomba-lomba untuk menciptakan produk olahan makanan khas daerah yang dimodifikasi untuk menyesuaikan kondisi pasar saat ini. Contohnya adalah olahan rendang dengan berbagai level pedas yang dimodifikasi dengan kemasan yang begitu menarik; Telur asin dengan berbagai varian rasa, mulai telur asin dengan berbagai tingkat keasinan, dengan modifikasi pengasapan, dengan penambahan cabai, serta dikemas dengan kemasan yang menarik. Selain itu, saat ini juga banyak muncul berbagai makanan khas daerah yang disajikan secara kekinian. Semua bentuk modifikasi makanan khas daerah tersebut tentunya bertujuan agar usaha tersebut dapat bersaing di tengah ketatnya persaingan pasar saat ini.

Komponen yang sangat penting yang perlu dipertimbangkan untuk mengelola suatu usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan nabati dan hewani adalah menentukan harga jual produk. Penentuan harga jual produk sangat penting dilakukan agar usaha pengolahan pangan tidak mengalami kerugian serta harga jual produk kita dapat bersaing dengan usaha sejenis lainnya. Penentuan harga jual akan sangat mempengaruhi keuntungan yang akan didapatkan, kesalahan dalam menentukan harga jual dapat menyebabkan usaha kita mengalami kerugian.

Modul ini berisi materi tentang evaluasi kegiatan usaha yang dimulai dengan penentuan harga jual produk dan cara penghitungan laba/rugi suatu usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati maupun hewani. Hasil Evaluasi kegiatan diharapkan dapat digunakan untuk rencana pengembangan usaha ke depannya. Semoga kalian dapat mempelajari dan memahami materi modul ini dengan baik.

D. Petunjuk Penggunaan Modul

Untuk mempelajari modul ini, silakan kalian perhatikan petunjuk berikut ini:

1. Modul ini terdiri dari 2 kegiatan pembelajaran, pelajari modul ini secara berurutan mulai dari kegiatan pembelajaran 1 lalu kegiatan pembelajaran 2.
2. Bacalah peta konsep, materi pelajaran, dan pahami isinya.
3. Setelah membaca dan mempelajari materi pembelajaran, kerjakan penugasan mandiri serta latihan soal.
4. Lakukan penilaian diri.
5. Kerjakan soal evaluasi di akhir materi.
6. Gunakan alat, bahan, dan media sesuai yang tercantum pada setiap penugasan.
7. Carilah referensi dari lingkungan sekitar kalian.
8. Mintalah bimbingan guru jika kalian merasakan kesulitan dalam memahami materi modul.
9. Jika kalian mampu menyelesaikan 75% dari semua materi dan penugasan maka dapat dikatakan TUNTAS belajar modul ini.

E. Materi Pembelajaran

Modul ini terbagi menjadi 2 kegiatan pembelajaran dan di dalamnya terdapat uraian materi, contoh soal, soal latihan, dan soal evaluasi.

- Pertama : Komponen biaya produksi, penentuan harga jual, dan penghitungan laba rugi
- Kedua : rencana pengembangan usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani.

KEGIATAN PEMBELAJARAN I

Biaya Produksi, Harga Jual, dan Penghitungan Laba Rugi

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran 1 ini, diharapkan kalian dapat:

1. Menganalisis komponen biaya produksi usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan nabati dan hewani.
2. Menentukan harga jual produk makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan nabati dan hewani.
3. Menghitung laba atau rugi usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan nabati atau hewani.

B. Uraian Materi

a. Komponen Biaya Produksi

Untuk menentukan harga jual produk, ada beberapa komponen biaya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap (*fixed cost*) merupakan biaya yang tidak bergantung pada volume produksi. Adapun biaya variabel (*variable cost*) merupakan biaya yang jumlahnya bergantung pada volume produksi.

b. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi, yang jumlahnya tetap setiap bulannya, berapapun jumlah produksinya. Biaya tetap meliputi: tenaga kerja, listrik/air, gas, serta penyusutan alat.

Apa itu biaya penyusutan alat? Jika kalian merencanakan sebuah usaha produksi makanan khas daerah yang dimodifikasi, tentunya kalian harus membeli alat dan mesin untuk proses produksi. Biaya untuk pembelian berbagai alat produksi serta mesin tentunya tidak sedikit, dan tidak mungkin akan dibebankan seluruhnya dalam satu kali proses produksi, oleh karena itu perlu dihitung biaya penyusutan alat, agar biaya pembelian alat dapat dibebankan setiap bulannya.

Untuk memahami lebih jelas, silakan kalian perhatikan tabel Investasi Alat untuk Produksi Rendang Level Pedas.

Tabel 1. Investasi Alat Produksi Rendang Level Pedas

No	Jenis Alat	Jumlah	Harga satuan	Jumlah
1.	Pisau	5	Rp 10.000,00	Rp 50.000,00
2.	Talenan besar	4	Rp 25.000,00	Rp 100.000,00
3.	Wajan besar	3	Rp 150.000,00	Rp 450.000,00
4.	Kompore	2	Rp 250.000,00	Rp 500.000,00
5.	Timbangan	1	Rp 150.000,00	Rp 150.000,00
6.	Baskom Stenleestel	10	Rp 35.000,00	Rp 350.000,00
7.	Gelas Ukur	2	Rp 15.000,00	Rp 30.000,00
8.	Mesin Parutan kelapa	1	Rp 250.000,00	Rp 250.000,00
9.	Saringan	4	Rp 25.000,00	Rp 100.000,00
10.	Blender	1	Rp 250.000,00	Rp 250.000,00
11.	Cobek dan ulekan	1	Rp 100.000,00	Rp 100.000,00

12.	Spatula	5	Rp 10.000,00	Rp 50.000,00
13.	Sendok	10	Rp 2.000,00	Rp 20.000,00
Jumlah				Rp 2.400.000,00
<p>Total biaya untuk membeli peralatan adalah Rp 2.400.000-. Jika diasumsikan peralatan tersebut dapat digunakan 4 tahun, maka penghitungan biaya penyusutan alatnya adalah sebagai berikut:</p> <p>4 tahun = 48 bulan</p> <p>Biaya penyusutan alat = $\frac{\text{Rp } 2.400.000,00}{48}$</p> <p style="text-align: center;">= Rp 50.000,00</p> <p>Jadi, Biaya penyusutan alatnya adalah Rp 50.000,00</p>				

Setelah kalian menghitung biaya penyusutan alat, tahap selanjutnya kalian dapat menentukan jumlah biaya tetap. Berikut ini contoh biaya tetap untuk usaha modifikasi makanan khas daerah “Rendang Level Pedas” selama 1 bulan.

Tabel 2. Biaya Tetap Produksi Rendang Level Pedas

No	Keterangan	Jumlah
1.	Tenaga kerja (3 x Rp 1.750.000,00)	Rp 5.250.000,00
2.	Listrik dan air	Rp 500.000,00
3.	Gas	Rp 450.000,00
4.	Penyusutan alat	Rp 50.000,00
Jumlah biaya tetap per bulan		Rp 6.250.000,00

c. Biaya Tidak Tetap / Biaya Variabel

Biaya tidak tetap/ biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang dikeluarkan sesuai dengan jumlah produksi, jadi sifatnya tidak tetap, bisa berubah sesuai jumlah produksinya. Biaya tidak tetap ini, biasanya meliputi bahan baku dan kemasan (Werdharningsih, dkk, 2018).

Untuk mengetahui lebih rinci tentang biaya tetap, silakan kalian perhatikan contoh tabel biaya tidak tetap pada usaha pengolahan rendang level pedas berikut ini!

Tabel 1.3. Biaya Tidak Tetap Produksi Rendang Level Pedas

No.	Bahan Baku	Jumlah	Harga satuan (@)	Harga Total
1.	Daging	10 kg	Rp 120.000,00	Rp 1.200.000,00
2.	Kelapa	30 butir	Rp 8.000,00	Rp 240.000,00
3.	Bumbu-bumbu	10 paket	Rp35.000,00	Rp 350.000,00
4.	Cabai	5 kg	Rp10.000,00	Rp 50.000,00
5.	Toples plastik	40	Rp 3.000,00	Rp 120.000,00
6	Plastik sealer	40	Rp1.000,00	Rp 40.000,00
Jumlah Biaya Tidak Tetap dalam 1 kali produksi				Rp 2.000.000,00
<p>Jika asumsi dalam 1 bulan, produksi rendang adalah 25 kali, jadi biaya tidak tetap (variabel) dalam 1 bulan adalah</p> <p>Rp 2.000.000,00 X 25 = Rp 50.000.000,00</p> <p style="text-align: center;">Jadi, Biaya tidak tetap selama 1 bulan adalah</p>				Rp. 50.000.000,00

Uraian di atas adalah salah satu contoh penghitungan biaya tetap dan tidak tetap usaha pengolahan modifikasi makanan khas daerah Rendang Pedas Level, semoga kalian dapat memahami materi tersebut dengan baik dan dapat menganalisis perbedaan biaya tetap serta biaya tidak tetap (variabel)

Penentuan Harga Jual

Sebelum menentukan harga jual produk, yang perlu kalian lakukan adalah menghitung harga pokok produksi. Apa itu harga pokok produksi? Harga pokok produksi merupakan semua biaya yang muncul dalam rangka menghasilkan suatu produk hingga produk tersebut siap dijual. Untuk menentukan harga pokok produksi, dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$\text{Harga Pokok Produksi} = \frac{\text{FC} + \text{VC}}{\text{TS}}$$

Keterangan :

FC = *Fixed Cost* (Biaya Tetap)

VC = *Variable Cost* (Biaya tidak tetap/biaya variabel)

TS = *Total Sales* (Total penjualan)

Untuk memahami lebih jelas tentang harga pokok produksi, kalian dapat mempelajari contoh berikut ini!

Contoh

Berdasarkan data produksi usaha pengolahan Rendang Pedas Level selama 1 bulan:

Biaya tetapnya adalah Rp. 6.250.000, sementara itu biaya tidak tetap/variabelnya adalah Rp 50.000.000,00. Jika per bulan bisa memproduksi dan menjual rendang sebanyak 1000 toples rendang dengan berat per toples 250 gram, berapakah harga pokok produksinya?

Jawab:

Biaya tetap (fixed cost) = FC
= Rp 6.250.000

Biaya Variabel (variable cost) = VC
= Rp 50.000.000,00

Total penjualan (total sales)/ TC = 1.000

HPP = $\frac{\text{FC} + \text{VC}}{\text{TS}}$

$$= \frac{\text{Rp } 6.250.000,00 + \text{Rp } 50.000.000,00}{1000}$$

$$= \frac{\text{Rp } 56.250.000,00}{1000}$$

$$= \text{Rp } 56.000,00$$

Jadi, harga pokok produksi rendang pedas level untuk 1 toples rendang dengan berat 250 gram adalah Rp **56.000,00**

Untuk menentukan harga jual produk makanan khas daerah yang dimodifikasi, perlu dipertimbangkan beberapa hal, di antaranya adalah harga pokok produksi. Jika kalian tidak ingin rugi, maka jangan menentukan harga jual di bawah harga pokok produksi. Meskipun demikian, kalian juga tidak boleh serta merta menentukan harga jual jauh di atas harga pokok produksi agar memperoleh laba sebanyak banyaknya. Kalian perlu mempertimbangkan pelanggan atau customer,

karena harga yang sangat tinggi atau tidak wajar dengan kualitas produk tentunya akan menjadi tidak laku. Selain itu, kalian perlu juga memperhatikan harga pesaing usaha sejenis yang ada di sekitar kalian. Kalian juga perlu mempertimbangkan saluran distribusi produk, apakah kalian akan menjual produk tersebut secara langsung, atau dititipkan kepada pihak lainnya.

Berikut ini dapat kalian simak, contoh penentuan harga jual, berdasarkan data harga pokok produksi usaha rendang pedas level pada kegiatan sebelumnya.

Berdasarkan uraian sebelumnya, harga pokok produksi 1 toples rendang dengan berat 250 gram adalah **Rp 56.000**

Harga Jual = harga pokok produksi + keuntungan yang diinginkan

Contoh 1:
Berapakah harga jual per kemasan rendang level pedas jika kalian ingin mendapatkan keuntungan 20% dari harga pokok produksi

Keuntungan yang diharapkan = $20\% \times \text{Rp } 56.000,00$
 $= \frac{20}{100} \times \text{Rp } 56.000,00$
 $= \text{Rp } 11.200,00$

Jadi, jika kalian ingin mengharapkan keuntungan 20 % dari usaha pengolahan rendang pedas level, maka harga jual setiap kemasan toples rendang adalah
 $\text{Rp } 56.000,00 + \text{Rp } 11.200,00$
 $= \text{Rp } 67.200,00$

Harga jual tiap kemasan rendang jika keuntungan yang diharapkan 20% adalah **Rp 67.200,00**

Catatan:
Jika kalian ingin mendapatkan keuntungan 10 %, maka harga pokok produksi kalian kalikan 10 %, jika 25 % maka dikalikan 25%, dan seterusnya.

Semoga kalian dapat memahami tentang cara penentuan harga jual produk sehingga nantinya kalian akan bisa menentukan harga jual dengan sejumlah keuntungan yang kalian inginkan jika kalian kelak akan memulai suatu usaha.

Penghitungan Laba/Rugi

Pendapatan bersih atau biasa disebut sebagai laba merupakan jumlah penerimaan uang yang didapatkan setelah dikurangi total biaya. Jika jumlah penerimaan uang hasil penjualan lebih kecil dari total biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produk, maka akan mengalami kerugian (rugi).

$$\text{Pendapatan bersih} = \text{Penerimaan kotor} - \text{Total biaya}$$

Jika hasil pengurangan (+) maka diperoleh laba

Jika hasil pengurangan (-) maka akan rugi

Untuk menghitung laba rugi suatu usaha, perhatikan contoh berikut ini.

Contoh 1.

Diketahui harga pokok produksi (HPP) usaha modifikasi makanan khas daerah rendang pedas level untuk 1 kemasan 250 gram adalah Rp 56.000,00, dengan jumlah produksi dan penjualan per bulan mencapai 1000 kemasan. Jika harga jual rendang untuk 1 kemasan adalah Rp 65.000,00. Berapakah keuntungan dari usaha tersebut?

Jawab:

$$\begin{aligned} \text{Laba} &= \text{penerimaan kotor} - \text{total biaya} \\ &= (1000 \times \text{Rp } 65.000,00) - (1000 \times \text{Rp } 56.000,00) \\ &= \text{Rp } 65.000.000,00 - \text{Rp } 56.000.000,00 \\ &= \text{Rp } 9.000.000,00 \end{aligned}$$

Jadi, keuntungan atau laba dari usaha tersebut adalah Rp 9.000.000,00

Contoh 2:

Seorang Wirausahawan pempek menjual 100 porsi pempek dengan harga per porsi pempek adalah Rp 12.000,00. Jika biaya tetap yang dikeluarkan dalam produksi pempek adalah Rp 200.000,00, dan biaya variabel Rp 700.000,00. Apakah wirausahawan tersebut memperoleh laba dari usahanya?

Jawab:

$$\begin{aligned} \text{Penerimaan kotor} &= 100 \times \text{Rp } 12.000,00 = \text{Rp } 1.200.000,00 \\ \text{Total biaya} &= \text{Biaya tetap} + \text{Biaya Tidak tetap} \\ &= \text{Rp } 200.000,00 + \text{Rp } 700.000,00 \\ &= \text{Rp } 900.000,00 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Pendapatan bersih} &= \text{Penerimaan kotor} - \text{Total biaya} \\ &= \text{Rp } 1.200.000,00 - \text{Rp } 900.000,00 \\ &= \text{Rp } 300.000,00 \end{aligned}$$

Jadi, wirausahawan tersebut memperoleh laba Rp 300.000,00

Hasil penghitungan laba/ rugi usaha makanan khas daerah dapat digunakan sebagai salah satu alat untuk melakukan evaluasi kegiatan usaha yang nantinya diharapkan dapat dijadikan dasar untuk rencana pengembangan usaha ke depannya.

C. Rangkuman

Untuk menentukan harga jual produk, ada beberapa komponen biaya, yaitu biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya tidak tetap/biaya variabel (*variable cost*). Biaya tetap (*fixed cost*) merupakan biaya yang tidak bergantung pada volume produksi. Biaya tetap di antaranya meliputi: tenaga kerja, listrik/air, gas, serta penyusutan alat. Sedangkan biaya tidak tetap/ variabel (*variable cost*) merupakan biaya yang jumlahnya tergantung dari volume produksi. Biaya variabel atau biaya tidak tetap contohnya adalah bahan baku dan kemasan produk.

Harga pokok produksi merupakan semua biaya yang muncul dalam rangka menghasilkan suatu produk hingga produk tersebut siap dijual. Agar suatu usaha tidak mengalami kerugian, maka dalam menentukan harga jual tidak boleh di bawah harga pokok produksi. Komponen lain yang perlu dipertimbangkan untuk menentukan harga jual adalah pelanggan atau customer, pesaing usaha sejenis, serta saluran distribusi.

Pendapatan bersih atau laba disebut sebagai laba merupakan jumlah penerimaan uang yang didapatkan setelah dikurangi total biaya. Jika jumlah penerimaan uang hasil penjualan lebih kecil dari total biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produk, maka akan mengalami kerugian (rugi).

D. Penugasan Mandiri

Lakukan observasi dan wawancara pada suatu pemilik usaha pengolahan makanan khas daerah atau modifikasi makanan khas daerah di sekitar kalian tinggal. Kemudian lakukan langkah berikut ini!

1. Buatlah daftar pertanyaan mengenai hal-hal berikut!
 - a. Alat dan bahan apa saja yang digunakan?
 - b. Berapa jumlah tenaga kerjanya?
 - c. Berapa besarnya biaya produksi dalam 1 bulan?
 - d. Berapa jumlah produksi dalam 1 bulan?
 - e. Berapa kira-kira pendapatan bersih dalam 1 bulan?
 - f. Pernahkah usaha tersebut mengalami kerugian?
 - g. Langkah apa yang diambil wirausahawan tersebut agar tidak mengalami kerugian?

E. Latihan Soal

Kerjakan soal di bawah ini, pada buku tulis kalian!

1. Analisislah perbedaan antara biaya tetap dan biaya tidak tetap! Berikan pula masing-masing contohnya!
2. Nota pembelian alat untuk usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi, yaitu Telur Asin Asap adalah Rp 1.200.000,00. Jika diasumsikan alat tersebut dapat dipakai dalam kurun waktu 4 tahun, berapakah biaya penyusutan alatnya per bulan? Jawablah lengkap dengan penjelasannya.
3. Seorang wirausahawan muda memproduksi telur asin asap dengan biaya variabel sebesar Rp. 3.500.000,00, dan biaya tetap nya adalah Rp 1.500.000,00. Jika total penjualan telur asin asap tersebut mencapai 250 butir telur . Berapakah harga pokok produksi untuk 1 butir telur asin asap tersebut?
4. Diketahui harga pokok produksi untuk pembuatan 1 buah lumpia Semarang adalah Rp 8.000,00. Jika kalian ingin mendapatkan keuntungan sebesar 25% dari harga produksi, berapakah harga jual setiap 1 buah lumpianya?
5. Harga jual untuk 1 kemasan gethuk keju adalah Rp 10.000,00. Jika kalian mampu menjual gethuk keju 100 kemasan per bulan, biaya tetap yang kalian keluarkan adalah Rp 300.000,00, biaya variabel Rp 500.000,00. Apakah kalian memperoleh keuntungan dari usaha yang kalian jalankan? Jelaskan!

Pembahasan Latihan Soal Kegiatan Pembelajaran 1

- Biaya tetap (fixed cost) merupakan biaya yang tidak bergantung pada volume produksi. Biaya tetap di antaranya meliputi: tenaga kerja, listrik/air, gas, serta penyusutan alat. Sedangkan biaya tidak tetap/ variabel (*variable cost*) merupakan biaya yang jumlahnya tergantung dari volume produksi. Biaya variabel atau biaya tidak tetap contohnya adalah bahan baku dan kemasan produk.
- Total investasi alat = Rp 1.200.000,00
Usia alat = 4 tahun = 4 x 12 bulan = 48
Biaya Investasi alat = Rp 1.200.000,0 / 48
= Rp 25.000,00
- Biaya variabel = Rp 3.500.000,00
Biaya tetap = Rp 1.500.000
Jumlah produksi = 250
Harga pokok produksi = $\frac{\text{Rp 3.500.000,00} + \text{Rp 1.500.000,00}}{250}$
= Rp 20.000,00
- HPP = Rp 8.000,00
Keuntungan yang diinginkan = 25 % X Rp 8.000,00 = Rp 2.000,00
Harga Jual = HPP + keuntungan yang diinginkan
= Rp 8.000,00 + Rp 2.000,00
= Rp 10.000,00
- Harga jual = Rp 10.000,00
Jumlah produksi = 100

Penjualan kotor = Rp 10.000,00 X 100
= Rp 1.000.000,00

Total biaya = Rp 300.000,00 + Rp 500.000,00
= Rp 800.000,00

Pendapatan bersih = Penjualan kotor - Total biaya
= Rp 1.000.000,00 - Rp 800.000,00
Laba = Rp 200.000,00

F. Penilaian Diri

Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut dengan jujur dan bertanggung jawab!

No.	Pertanyaan	Jawaban	
1	Saya mampu mempelajari kegiatan pembelajaran I dengan baik	Ya	Tidak
2	Saya mampu menganalisis perbedaan biaya tetap dan biaya variabel	Ya	Tidak
3	Saya mampu menghitung harga pokok produksi usaha makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan nabati dan hewani	Ya	Tidak
4	Saya mampu menentukan harga jual produk usaha makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan nabati dan hewani	Ya	Tidak
5	Saya mampu menghitung laba/ rugi usaha makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan nabati dan hewani	Ya	Tidak
6	Saya mampu menghitung biaya tetap dan biaya variabel	Ya	Tidak

Jika ada jawaban "**Tidak**", maka segera lakukan review pembelajaran, terutama pada bagian yang masih "**Tidak**".

Jika semua jawaban "**Ya**", maka Anda dapat melanjutkan ke pembelajaran berikutnya.

KEGIATAN PEMBELAJARAN 2

Rencana Pengembangan Usaha Pengolahan Makanan Khas Daerah dari Bahan Nabati dan hewani

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran 2 ini diharapkan kalian dapat menyusun rencana pengembangan usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan nabati dan hewani.

B. Uraian Materi

Setelah melakukan kegiatan produksi dan penjualan produk makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan nabati dan hewani, tahap selanjutnya adalah melakukan evaluasi dari usaha tersebut. Salah satu cara evaluasi adalah dengan menghitung laba/rugi dari hasil produksi dan penjualan produk modifikasi makanan khas daerah tersebut. Hasil dari evaluasi tersebut dilakukan untuk melakukan rencana pengembangan usaha.

Sebelum kalian mencoba merancang rencana pengembangan usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi, pelajarilah beberapa konsep tentang pengembangan usaha berikut ini!

1. Pengertian Pengembangan Usaha

Usaha adalah suatu kegiatan yang di dalamnya mencakup kegiatan produksi dan distribusi dengan menggunakan tenaga dan pikiran untuk mencapai suatu tujuan. Pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi dengan dengan menggerakkan pikiran dan tenaga untuk mencapai tujuan tertentu.

Pengembangan suatu usaha merupakan tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausahawan yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi, dan kreativitas. Pada umumnya pemilik usaha dalam mengembangkan usahanya harus mampu melihat dan menangkap peluang serta memulai pengembangan usaha.

2. Jenis-jenis Pengembangan Usaha

Menurut Subagyo dalam Riadi (2020), secara umum pengembangan usaha dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

a. Pengembangan vertikal

Pengembangan vertikal adalah perluasan usaha dengan cara membangun inti bisnis baru yang masih memiliki hubungan langsung dengan bisnis utamanya.

- b. Pengembangan horizontal.
Pengembangan horizontal adalah pembangunan usaha baru yang bertujuan memperkuat bisnis utama untuk mendapatkan keunggulan komparatif, yang secara garis produk tidak memiliki hubungan dengan pusat bisnisnya.

Berdasarkan caranya, pengembangan usaha dibagi menjadi tiga jenis (Humaizar dalam Riadi (2020), yaitu:

- a. Perluasan ke hulu atau ke hilir.
Arah pengembangan usaha disesuaikan dengan posisi usaha anda saat ini, jika usaha tersebut berada di hilir, maka pengembangannya kearah hulu. Kelebihan: pengembangan pada posisi ini lebih muda, karena telah mengetahui pasar, sumber material, dan teknologi. Kekurangan: jika terjadi permintaan produk pada bisnis ini melemah, maka tingkat penjualan akan menurun.
- b. Diversifikasi usaha
Diversifikasi usaha adalah mengembangkan usaha ke berbagai jenis usaha. Kelebihan: jika salah satu jenis usaha mengalami penurunan permintaan pasar (rugi), maka usaha yang lain masih dapat menutupi kerugiannya. Kekurangan: pengembangan cara ini cukup sulit dilakukan karena harus mempelajari dari awal baik pasar, sumber material, ataupun teknologinya dan sebagainya.
- c. Menjual bisnis (*franchise*).
Arti dari menjual bisnis disini adalah menjual hak patennya. Ini dilakukan ketika usaha tersebut sudah memiliki hak paten atas produk atau jasa dan konsep pemasarannya.

3. Strategi Pengembangan Usaha

Terdapat beberapa strategi yang biasa digunakan dalam pengembangan usaha, yaitu sebagai berikut:

- a. Mengembangkan pasar dari sisi produknya
Mengembangkan pasar dari sisi produknya adalah langkah yang paling memungkinkan untuk dilakukan pertama kali karena produk utamanya telah diperkenalkan dan sudah tumbuh, sehingga masalah profitabilitas (kemampuan mendapatkan laba) serta popularitas dan kualitas sudah diterima di pasar. Contohnya adalah:
- 2) Memperbesar variasi produk, misalnya: melalui kemasan botol, sachet, gelas, dan lain-lain.
 - 3) Melalui kategori produk, misalnya: kategori untuk dewasa, kategori untuk remaja, kategori untuk ibu-ibu, kategori untuk anak-anak, kategori untuk usia diatas 50 tahun, dan lain-lain. Masing-masing kategori produk bisa dibedakan secara dosis, ukuran atau kadarnya, dan hal-hal lain yang disesuaikan dengan kepentingan pemakainya.
 - 4) Berdasarkan lini produk, misalnya: untuk produk dengan bahan herbal, untuk produk tanpa bahan pengawet, dll.
 - 5) Berdasarkan fungsinya
 - 6) Menentukan produk baru dengan pasar yang baru. Dengan pengembangan produk, maka diharapkan penjualan akan meningkat karena pasar yang dibidiknya semakin berkembang dan bervariasi.

- b. Pengembangan pasar dari sisi sistem penjualannya
Beberapa strategi pengembangan pasar , antara lain:
 - 1) Mengembangkan sistem distribusi penjualan ke dalam (internal), antara lain: Mengembangkan sendiri, seperti: membuka cabang baru di kota-kota besar, membuka outlet, agen, atau sejenisnya atas dana sendiri dan membuka jalur distribusi sendiri.
 - 2) Mengembangkan sistem jaringan pemasaran dengan pihak lain, antara lain: Membuat jaringan pemasaran secara berjenjang
 - 3) Mengembangkan pasar dengan menggabungkan bisnis yang lain dalam satu industri.

4. Tahapan Pengembangan Usaha

Tahap pengembangan usaha adalah sebagai berikut:

- a. Miliki ide usaha
Awal usaha seorang wirausaha berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain dengan pengamatan. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya *sense of bussiness* yang kuat dari seorang wirausaha.
- b. Penyaringan ide/konsep usaha
Pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktivitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.
- c. Pengembangan rencana usaha (*business plan*)
Perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausaha adalah perhitungan proyeksi rugi-laba dari bisnis yang dijalankan. Proyeksi laba-rugi merupakan muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional. Dalam menyusun rencana usaha (*business plan*), para wirausahawan memiliki perbedaan yang dalam membuat rincian rencana usaha.
- d. Implementasi rencana usaha dan pengendalian usaha
Rencana usaha yang telah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.

Uraian di atas merupakan beberapa konsep tentang pengembangan usaha secara umum. Nah, setelah kalian memahami materi tentang konsep pengembangan usaha secara umum, berikut ini disajikan satu contoh rencana pengembangan usaha untuk usaha modifikasi makanan khas daerah.

Contoh Rencana Pengembangan Usaha Pengolahan Rendang Level Pedas:

Pengembangan Produk:

- Menambahkan variasi rasa
Variasi rasa rendang level pedas, mulai dari rasa original, level pedas 0 hingga level tertentu.
Tujuannya: level 0 (tidak pedas), untuk mengembangkan produk agar diminati segmen pasar anak-anak; rasa rendang original: untuk segmen pasar orang tua, rasa rendang dengan level pedas yang tinggi : untuk segmen pasar remaja yang menyukai makanan pedas.
- Mengembangkan variasi bentuk
Mengembangkan rendang level pedas dalam bentuk makanan internasional, serti burger rendang level pedas, pizza rendang, sushi rendang, dll. Tujuan pengembangan ini adalah agar rendang dapat dinikmati dalam bentuk kekinian, sehingga diharapkan dapat menjamah segmen pasar remaja yang lebih luas, karena remaja pada umumnya menyukai makanan kekinian.
- Mengembangkan kemasan rendang level pedas yang lebih menarik dan membuat produk lebih tahan lama. Untuk mengembangkan segmen pasar masyarakat yang lebih luas di daerah lain, misal sebagai produk oleh-oleh.

C. Rangkuman

Pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi dengan dengan menggerakkan pikiran dan tenaga untuk mencapai tujuan tertentu. Tahapan untuk pengembangan usaha di antaranya adalah pemilihan ide, penyaringan ide, pengembangan rencana usaha, implementasi rencana usaha.

D. Penugasan Mandiri

Lakukanlah wawancara tentang evaluasi usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi di daerah sekitar kalian tinggal. Ajukan beberapa pertanyaan seperti contoh berikut ini:

1. Produk modifikasi makanan khas daerah apa yang selama ini telah dikembangkan, diproduksi, dan dijual? Sejak kapan usaha tersebut telah berdiri? Siapakah segmen pasar dari usaha tersebut ?
2. Berdasarkan hasil wawancara kalian, buatlah contoh rencana pengembangan usaha modifikasi makanan khas daerah tersebut!

E. Latihan Soal

Kerjakan soal berikut dengan cermat pada buku tulis kalian!

1. Jelaskan hubungan antara evaluasi usaha dengan pengembangan usaha?
2. Mengapa pengembangan usaha perlu dilakukan?
3. Bagaimanakah langkah dalam mengembangkan usaha?
4. Buatlah contoh rencana pengembangan usaha untuk pengolahan modifikasi makanan khas daerah!

Pembahasan Soal Latihan

1. Hasil dari evaluasi tersebut dilakukan untuk melakukan rencana pengembangan usaha.
2. Pengembangan Usaha perlu dilakukan untuk memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang untuk meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi sehingga dapat meningkatkan keuntungan.
3. Langkah dalam pengembangan usaha di antaranya memiliki ide usaha, melakukan penyaringan ide/ konsep usaha, penyaringan ide/ konsep usaha, pengembangan rencana usaha, serta implementasi rencana usaha dan pengendalian usaha.
4. Contoh rencana pengembangan usaha pengolahan modifikasi makanan khas daerah (Jawaban dapat bervariasi sesuai dengan kreativitas kalian, konsultasikan dengan guru kalian)

Menambahkan variasi rasa

Variasi rasa rendang level pedas, mulai dari rasa original, level pedas 0 hingga level tertentu.

Tujuannya: level 0 (tidak pedas), untuk mengembangkan produk agar diminati segmen pasar anak-anak; rasa rendang original: untuk segmen pasar orang tua, rasa rendang dengan level pedas yang tinggi : untuk segmen pasar remaja yang menyukai makanan pedas.

Mengembangkan variasi bentuk

Mengembangkan rendang level pedas dalam bentuk makanan internasional, serti burger rendang level pedas, pizza rendang, sushi rendang, dll. Tujuan pengembangan ini adalah agar rendang dapat dinikmati dalam bentuk kekinian, sehingga diharapkan dapat menjamah segmen pasar remaja yang lebih luas, karena remaja pada umumnya menyukai makanan kekinian.

Mengembangkan kemasan rendang level pedas yang lebih menarik dan membuat produk lebih tahan lama. Untuk mengembangkan segmen pasar masyarakat yang lebih luas di daerah lain, misal sebagai produk oleh-oleh.

F. Penilaian Diri

No.	Pertanyaan	Jawaban	
1	Saya mampu mempelajari kegiatan pembelajaran II dengan baik	Ya	Tidak
2	Saya mampu menjelaskan pengertian pengembangan usaha	Ya	Tidak
3	saya menyusun rencana pengembangan usaha	Ya	Tidak

Jika ada jawaban "**Tidak**", maka segera lakukan review pembelajaran, terutama pada bagian yang masih "**Tidak**".

Jika semua jawaban "**Ya**", maka Anda dapat melanjutkan ke pembelajaran berikutnya.

EVALUASI

Pilihlah satu jawaban yang paling tepat dengan memberikan tanda silang pada pilihan jawaban a, b, c, d, atau e!

1. Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan jumlah produksi yang sifatnya tidak tetap, bisa berubah sesuai jumlah produksinya disebut sebagai...
 - a. Biaya tetap
 - b. Biaya variabel
 - c. Biaya Total
 - d. Biaya pokok produksi
 - e. Biaya distribusi

2. Perhatikan hal-hal yang berkaitan dengan usaha pengolahan singkong keju berikut ini!
 - 1) Kardus kemasan
 - 2) Singkong
 - 3) Keju
 - 4) Kompor
 - 5) PanciBerdasarkan data di atas, yang termasuk ke dalam biaya variabel adalah...
 - a. (1), (2), dan (3)
 - b. (1), (2), dan (4)
 - c. (1), (3), dan (4)
 - d. (1), (3), dan (5)
 - e. (1), (4), dan (5)

3. Berikut ini, yang termasuk biaya tetap dalam usaha pengolahan pempek adalah...
 - a. tepung kanji, ikan tengiri, telur
 - b. plastik mika kemasan pempek, tepung kanji, ikan tengiri
 - c. plastik mika kemasan, biaya penyusutan alat, bahan baku ikan tengiri
 - d. upah tenaga kerja, plastik mika kemasan, biaya penyusutan alat
 - e. upah tenaga kerja, biaya penyusutan alat, tagihan listrik

4. Jika dalam 1 kali produksi usaha dihasilkan 100 bakpia lumer dengan harga jual Rp 2.000,00 dihasilkan laba Rp 50.000,00 dengan biaya tetap sebesar Rp 60.000,00. Berapakah biaya variabel yang dibutuhkan untuk pembuatan lumpia lumer tersebut!
 - a. Rp 100.000,00
 - b. Rp 90.000,00
 - c. Rp 80.000,00
 - d. Rp 70.000,00
 - e. Rp 60.000,00

5. Jika biaya variabel suatu usaha pembuatan pempek dalam 1 kali produksi dengan 100 porsi pempek adalah Rp 1.000.000, biaya tetap nya adalah Rp 650.000,00, Harga pokok produksinya adalah...
 - a. Rp 12.500,00
 - b. Rp 13.500,00
 - c. Rp 14.500
 - d. Rp 15.500,00
 - e. Rp 16.500,00

6. Suatu usaha pembuatan rendang menghabiskan total biaya produksi Rp 5.000.000,00. Jika dari usaha tersebut mampu menghasilkan 100 kaleng kemasan rendang untuk

dijual. Jika pengusaha ingin memperoleh keuntungan 20 % dari biaya produksi. Harga jual untuk tiap keleng kemasan rendang yang harus ditetapkan adalah...

- a. Rp 50.000,00
- b. Rp 60.000,00
- c. Rp 70.000,00
- d. Rp 80.000,00
- e. Rp 90.000,00

7. Perhatikan hal-hal yang berkaitan dengan penjualan berikut ini:

- 1) Harga pokok produksi
- 2) Saluran distribusi
- 3) Harga jual pesaing usaha wingko babat lainnya
- 4) Ambisi laba sebesar-besarnya

Untuk menentukan harga jual bakpia di toko oleh-oleh khas Yogyakarta, hal yang perlu dipertimbangkan agar usaha tidak mengalami kerugian adalah...

- a. 1, 2, 3
- b. 1 dan 3
- c. 2 dan 4
- d. 4 saja
- e. 1, 2, 3, 4

8. Data administrasi keuangan usaha pembuatan "Gethuk Keju" menunjukkan bahwa total biaya variabel adalah Rp 1.500.000,00 dan biaya tetap Rp 500.000,00. Jika dari produksi tersebut dihasilkan 200 pack gethuk dengan harga jual Rp 12.000,00, keuntungan yang diperoleh adalah...

- a. Rp 300.000,00
- b. Rp 350.000,00
- c. Rp 400.000,00
- d. Rp 450.000,00
- e. Rp.500.000,00

9. Proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi dengan dengan menggerakkan pikiran dan tenaga untuk mencapai tujuan tertentu disebut sebagai....

- a. Pemasaran usaha
- b. Perencanaan usaha
- c. Pengembangan usaha
- d. Produksi suatu usaha
- e. Penjualan suatu usaha

10. Berikut ini yang tidak termasuk contoh rencana pengembangan usaha modifikasi makanan khas daerah yang dilihat dari sisi produknya adalah....

- a. Mengembangkan variasi rasa makanan khas daerah
- b. Mengembangkan variasi kemasan makanan khas daerah
- c. Mengembangkan variasi bentuk makanan khas daerah
- d. Mengembangkan sasaran segmen pasar remaja
- e. Mengembangkan produk menjadi lebih awet

KUNCI JAWABAN EVALUASI

1. B (biaya variabel)
Biaya tidak tetap/ biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang dikeluarkan sesuai dengan jumlah produksi, jadi sifatnya tidak tetap, bisa berubah sesuai jumlah produksinya.
2. A. (1) , (2) , dan (3)
Biaya variabel mencakup biaya bahan baku serta kemasan untuk produk
3. E. upah tenaga kerja, biaya penyusutan alat, tagihan listrik
Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi, yang jumlahnya tetap setiap bulannya, berapapun jumlah produksinya. Biaya tetap meliputi: tenaga kerja, listrik/air, gas, serta penyusutan alat.
4. B (Rp 90.000)

$$\text{Penghasilan kotor} = 100 \times \text{Rp } 2.000,00 = \text{Rp } 200.000,00$$

$$\text{Laba} = \text{penghasilan kotor} - \text{total biaya}$$

$$\text{Jadi, total biaya} = \text{penghasilan kotor} - \text{laba}$$

$$\text{Total biaya} = \text{Rp } 200.000 - \text{Rp } 50.000,00$$

$$= \text{Rp } 150.000,00$$

$$\text{Total biaya} = \text{biaya variabel} + \text{biaya tetap}$$

$$\text{Jadi, Biaya variabel} = \text{Tota biaya} - \text{biaya tetap}$$

$$= \text{Rp } 150.000 - \text{Rp } 60.000,00$$

$$= \text{Rp } 90.000,00$$
5. E (Rp 16.500)

$$\text{HPP} = \frac{\text{FC} + \text{VC}}{\text{TS}}$$

$$= \frac{\text{Rp } 650.000 + \text{Rp } 1.000.000}{100}$$

$$= \text{Rp } 16.500,00$$
6. B (Rp 60.000,00)

$$\text{Total biaya} = \text{Rp } 5.000.000,00$$

$$\text{HPP} = \frac{\text{Rp } 5.000.000}{100}$$

$$= \text{Rp } 50.000,00$$

$$\text{Keuntungan} = 20 \% \times \text{Rp } 50\ 000,00$$

$$= \text{Rp } 10.000,00$$

$$\text{Jadi harga jual} = \text{HPP} + \text{laba yang diinginkan}$$

$$= \text{Rp } 50.000,00 + \text{Rp } 10.000,00$$

$$= \text{Rp } 60.000,00$$
7. A. (1,2, dan 3)
Dalam menentukan harga jual, hal yang harus diperhatikan adalah harga pokok produksi, saluran distribusi, serta tentunya harus memperhatikan harga pesaing usaha sejenis.
8. C. Rp 400.000,00

$$\text{Total Biaya} = \text{Biaya tetap} + \text{biaya tidak tetap}$$

$$= \text{Rp } 500.000,00 + \text{Rp } 1.500.000,00$$

$$= \text{Rp } 2.000.000,00$$

$$\text{Penerimaan kotor} = \text{harga jual} \times \text{total penjualan}$$

$$= \text{Rp } 12.000,00 \times 200$$

$$= \text{Rp } 2.400.000,00$$

$$\text{Laba} = \text{Penerimaan kotor} - \text{total biaya}$$

$$= \text{Rp } 2.400.000,00 - \text{Rp } 2.000.000$$

$$= \text{Rp } 400.000,00$$

9. C

10. D

DAFTAR PUSTAKA

Sugiyanto, dkk. 2019. *Prakarya dan Kewirausahaan Jilid 3 untuk SMA/ MA Kelas XII*. Jakarta: E book- Erlangga.

Werdhaningsih, Hendriana, dkk. 2018. *Prakarya dan Kewirausahaan Kelas XII*. Semarang: CV Bumi Pustaka

<https://www.kajianpustaka.com/2020/03/pengembangan-usaha-pengertian-jenis-strategi-dan-tahapan.html>. Diakses 27 Oktober 2020 Pukul 19.00.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN ANAK USIA DINI,
PENDIDIKAN DASAR DAN PENDIDIKAN MENENGAH
DIREKTORAT SEKOLAH MENENGAH ATAS
2020



Modul Pembelajaran SMA

Prakarya dan Kewirausahaan



KELAS
XII



**MEDIA PROMOSI PRODUK
USAHA PENGOLAHAN MAKANAN KHAS
DAERAH YANG DIMODIFIKASI DARIBAHAN
PANGAN BATA DAN HEWANI**

**PRAKARYA DAN KEWIRAUSAHAAN
KELAS XII**

**PENYUSUN :
ROSSA VINI ANGGALIA, S.P., M.M.
SMAN 9 KOTA TANGERANG SELATAN**

DAFTAR ISI

PENYUSUN	ii
DAFTAR ISI	iii
GLOSSARIUM	iv
PETA KONSEP.....	v
PENDAHULUAN.....	1
A. Identitas Modul.....	1
B. Kompetensi Dasar.....	1
C. Deskripsi Singkat Materi.....	1
D. Petunjuk Penggunaan Modul.....	1
E. Materi Pembelajaran.....	2
KEGIATAN PEMBELAJARAN 1	3
A. Tujuan Pembelajaran.....	3
B. Uraian Materi.....	3
C. Rangkuman.....	6
D. Penugasan.....	6
E. Latihan Soal	7
F. Penilaian Diri	9
KEGIATAN PEMBELAJARAN 2	10
A. Tujuan Pembelajaran	10
B. Uraian Materi.....	10
C. Rangkuman.....	15
D. Penugasan.....	16
E. Latihan Soal	16
F. PENILAIAN DIRI	18
KEGIATAN PEMBELAJARAN 3	19
A. Tujuan Pembelajaran.....	19
B. Uraian Materi.....	19
C. Rangkuman.....	20
D. Penugasan	20
E. Latihan Soal	21
F. PENILAIAN DIRI	22
EVALUASI	23
DAFTAR PUSTAKA	27

GLOSSARIUM

Sumber daya	:	Nilai potensi yang dimiliki oleh suatu materi atau unsur tertentu.
Pengolahan	:	Kegiatan yang dilakukan untuk merubah bahan mentah menjadi produk.
Strategi	:	Tindakan atau aksi yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan
Promosi	:	Upaya untuk memberitahukan produk kepada khalayak atau masyarakat
Hewani	:	Bahan makanan yang berasal dari hewan
Nabati	:	Bahan makanan yang berasal dari tumbuhan
Bauran	:	Mesarkan produk dengan beberapa strategi
Modifikasi	:	Cara merubah produk dari yang kurang menarik menjadi lebih menarik.
Varian	:	Beraneka ragam atau banyak jenis dari produk.
Pemasaran	:	Aktivitas dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, serta masyarakat umum
Wirausaha	:	Aktivitas dalam mengelola produk.
Kreatif	:	Menciptakan sesuatu yang berbeda.
Inovatif	:	Memulai sesuatu yang baru.
Target	:	Sasaran/ batas ketentuan yang telah ditetapkan untuk dicapai.
Transaksi	:	Kegiatan yang dilakukan untuk menjual produk
Informecial	:	Pertelevisian baik stasiun lokal maupun nasional

PETA KONSEP



PENDAHULUAN

A. Identitas Modul

Mata Pelajaran	: Prakarya dan Kewirausahaan
Kelas	: XII
Alokasi Waktu	: 6 x 45 menit
Judul Modul	: Media promosi produk usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani

B. Kompetensi Dasar

- 3.4 Menganalisis media promosi produk usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani
 - 3.4.1 Menentukan media promosi produk usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani
- 4.4 Merancang media promosi produk usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani
 - 4.4.1 Membuat media promosi produk usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani

C. Deskripsi Singkat Materi

Promosi merupakan bagian dari strategi pemasaran. Modul ini disajikan untuk mengetahui media promosi yang akan digunakan dalam memasarkan produk usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani.

D. Petunjuk Penggunaan Modul

- Supaya belajar dapat bermakna maka yang perlu dilakukan adalah :
1. Pastikan mengerti target kompetensi yang akan dicapai.
 2. Mulailah dengan membaca materi.
 3. Mencari referensi dari lingkungan disekitar.
 4. Jika belum memahami maka cobalah baca kembali materinya dan bertanya kepada guru.
 5. Kerjakan soal latihannya.
 6. Jika sudah lengkap mengerjakan soal latihan, cobalah buka kunci jawaban yang ada pada bagian akhir dari modul ini.
 7. Usahakan jangan mengerjakan latihan soal sebelum membaca ulang materinya.
 8. Jika skor sudah minimal tujuh puluh, bisa melanjutkan pembelajaran berikutnya.

E. Materi Pembelajaran

Adapun cakupan materi di pembelajaran ini adalah :

1. Pengertian promosi
2. Tujuan dan fungsi promosi
2. Karakteristik promosi
3. Komponen promosi
4. Bauran promosi (*promotion mix*)
5. Tahapan promosi

KEGIATAN PEMBELAJARAN 1

Pengertian, Tujuan, dan Fungsi Promosi

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari materi ini diharapkan kalian dapat memahami pengertian, tujuan, dan fungsi promosi.

B. Uraian Materi

1. Pengertian Promosi

Promosi merupakan bagian dari strategi pemasaran. Menurut Sistaningrum, promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau dimasa yang akan datang. Menurut Gitosudarmo, promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Menurut Kotler, Promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar, dengan menggunakan komposisi bauran promosi (*promotional mix*). Menurut Rambat Lupiyoadi, promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

2. Tujuan Promosi

Tahukah kalian, untuk apa promosi dilakukan? Berikut ini dijelaskan tujuan promosi!

- 1) Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial.
- 2) Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit/laba.
- 3) Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan.
- 4) Untuk menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar.

3. Fungsi Promosi

Fungsi promosi di antaranya adalah sebagai berikut:

1) Memberikan Informasi

Promosi dapat menambah nilai suatu barang dengan memberikan informasi kepada konsumen. Promosi dapat memberikan informasi baik tentang barangnya, harganya, ataupun informasi lain yang mempunyai kegunaan kepada konsumen. Tanpa adanya informasi seperti itu orang segan atau tidak akan mengetahui banyak tentang suatu barang. Dengan demikian promosi merupakan suatu alat bagi penjual dan pembeli untuk memberitahu kepada pihak lain tentang kebutuhan dan keinginan mereka, sehingga kebutuhan dan keinginan tersebut dapat dipengaruhi dengan mengadakan pertukaran yang memuaskan.

- 2) Membujuk dan mempengaruhi.
Promosi selain bersifat memberitahu juga bersifat untuk membujuk terutama kepada pembeli-pembeli potensial, dengan mengatakan bahwa suatu produk adalah lebih baik dari pada produk yang lainnya.
- 3) Menciptakan Kesan (*image*)
Promosi dapat memberikan kesan tersendiri bagi calon konsumen untuk produk yang diiklankan, sehingga pemasar menciptakan promosi sebaik-baiknya misalnya untuk promosi periklanan (*advertising*) dengan menggunakan warna, ilustrasi, bentuk atau layout yang menarik.
- 4) Promosi merupakan suatu alat mencapai tujuan
Promosi dapat digunakan untuk mencapai tujuan, yaitu untuk menciptakan pertukaran yang menguntungkan melalui komunikasi, sehingga keinginan mereka dapat terpenuhi. Dalam hal ini komunikasi dapat menunjukkan cara-cara untuk mengadakan pertukaran yang saling memuaskan

Karakteristik promosi penjualan dipercaya mampu mengubah nilai harga yang diterima konsumen dengan menaikkan nilai dan/atau menurunkan harga, membutuhkan perhatian khusus menyangkut strategi pengembangannya, sebagai senjata kompetitif dengan memberikan dorongan ekstra bagi sasarannya, serta memaksa penjualan.

4. Jenis Promosi

Berikut ini beberapa jenis promosi:

- 1) Promosi periklanan
Jenis promosi atau iklan ini berbentuk non-pribadi dan menggunakan berbagai macam media seperti televisi, radio, internet, dan lain-lain. Hal ini dilakukan sendiruntuk menarik perhatian konsumen. Pengiklan menawarkan dan mengungkapkan produk dengan mengungkapkan keistimewaan dari produk tersebut.

Kelebihan promosi periklanan adalah sebagai berikut:

- Cakupan yang melihat iklan tersebut banyak, karena dapat disiarkan melalui media cetak dan siar.
- Dapat digunakan sebagai pencitraan suatu produk.
- Menjadi indikator posisi perusahaan, apakah mampu melakukan *product positioning*.
- Mempermudah terjadinya *produk positioning* karena iklan dilihat dalam kehidupan sehari-hari.
- Dapat memperkenalkan produk baru dengan cara yang lebih ringan dan santai, misalnya saja iklan televisi hanya 3 menit. Jika iklan tersebut menarik akan membuat konsumen tertarik akan produk tersebut karena selalu ada di benak konsumen.
- Dengan membuat iklan yang baik dan menarik, perusahaan mampu membuat produknya lebih tampil, memberikan kesan yang beda dan lebih menarik dari produk lain.
- Mengingatkan konsumen kepada suatu produk yang telah memiliki jam terbang tinggi, agar konsumen selalu menggunakan produk tersebut tidak beralih pada produk lain.
- Membantu memperkenalkan *feature* baru suatu produk.
- Mempermudah penyampaian informasi mengenai suatu produk

Kelemahan promosi periklanan

- Membutuhkan biaya yang tinggi untuk memproduksi sebuah iklan, serta *mengupdate* suatu iklan dengan iklan yang lebih mutakhir agar konsumen tidak melihat iklan yang itu-itu saja.
- Sering kali hanya diabaikan.

2) Penjualan tatap muka

Penjualan tatap muka atau *personal selling* merupakan salah satu jenis promosi yang dilakukan secara langsung. Cara biasa digunakan para penjual untuk memengaruhi konsumen agar melakukan pembelian. Kegiatan ini biasanya dilakukan dengan cara mendatangi ke tempat konsumen.

Kelebihan penjualan tatap muka antara lain adalah sebagai berikut:

- Terjadinya komunikasi 2 arah dengan calon konsumen dan *sales representative*.
- Calon konsumen mendapatkan segala informasi yang diperlukan dengan menanyakan segala hal yang ingin diketahui kepada *sales representative*. Jadi, calon konsumen terhindar dari ketidakjelasan informasi produk.
- Calon konsumen biasanya berakhir dengan "terpaksa" membeli produk tersebut karena adanya perasaan menjaga perasaan penjual karena telah berhadapan langsung dan tidak enak untuk menolak.
- Pencitraan produk akan lebih baik dengan *sales representative* yang handal.
- Menghindari gangguan dan hambatan jadi calon konsumen bisa fokus pada penjelasan *sales representative*.

Kelemahan penjualan tatap muka antara lain adalah sebagai berikut:

- Cara promosi ini menguras waktu dan tenaga yang sangat banyak beralih dari calon konsumen yang satu ke calon konsumen lainnya.
- Sering kali setelah penjelasan yang panjang lebar dan karena *sales representative* tidak terlalu persuasif calon konsumen pergi dan tidak jadi membeli.
- Membutuhkan banyak *sales representative* yang handal, menguasai dan mengenali produk sehingga mampu menjualnya.
- Dibutuhkan strategi untuk membuat para *sales representative* termotivasi dalam menjual, seperti bonus dan semacamnya yang secara tidak langsung menambah biaya pemasaran.
- Berpotensi menimbulkan masalah etika, seperti membohongi calon konsumen yang bisa membawa dampak buruk bagi perusahaan.

3) Promosi *publiscity*

Promosi publiscity merupakan jenis promosi non personal mengenai pelayanan usaha tertentu dengan cara membahas informasi dan berita tentang produk yang dijual. Jenis promosi ini dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti wawancara yang begitu populer di media.

Kelebihan promosi *publiscity* antara lain adalah sebagai berikut:

- Adanya atensi yang besar dari calon konsumen. Karena diadakan di tempat keramaian, seperti pusat perbelanjaan dengan

mengadakan *big sale* membuat banyaknya pengunjung dan konsumen meningkat dengan drastis.

- Konsumen kembali mengingat produk yang popularitasnya sudah mengalami penurunan karena adanya promosi bukan tidak mungkin konsumen akan kembali menggunakan produk tersebut untuk keperluan sehari-hari.
- Efektif digunakan sebagai media pengenalan suatu produk.
- Promosi penjualan biasanya dibarengi dengan pemasaran dari mulut ke mulut oleh konsumen sebelumnya.

Kelemahan:

- Dibutuhkan biaya yang cukup tinggi untuk *event* seperti ini.
- Promosi penjualan dengan pemberian *discount* biasanya mengurangi jumlah keuntungan produk yang pada saat itu berhasil dijual terkadang hanya mampu menutupi biaya produksi.
- Antusiasme konsumen hanya sementara.

C. Rangkuman

Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Promosi dapat juga diartikan bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar, dengan menggunakan komposisi bauran promosi (*promotional mix*).

Tujuan promosi antara lain menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial, untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit/laba, untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan, untuk menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar.

Fungsi Promosi antara lain memberikan informasi, membujuk dan mempengaruhi, serta menciptakan kesan (*image*). Promosi merupakan suatu alat mencapai tujuan. Jenis promosi antara lain promosi periklanan, penjualan tatap muka, promosi *publicity*.

D. Penugasan

Setelah mempelajari materi ini, silahkan kalian identifikasi jenis periklanan yang ada di sekitar kalian tinggal.

No.	Produk modifikasi pengolahan makanan	Bahan baku		Jenis promosi		
		Nabati	Hewani	Promosi periklanan	Penjualan tatap muka	Promosi publicity

E. Latihan Soal

1. Perhatikan pernyataan di bawah ini !
 - 1) Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial.
 - 2) Memberikan Informasi
 - 3) Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan.
 - 4) Promosi merupakan suatu alat mencapai tujuan.Yang termasuk tujuan promosi adalah
 - a. 1 dan 2
 - b. 1 dan 3
 - c. 1 dan 4
 - d. 2 dan 3
 - e. 2 dan 4
2. Pernyataan di bawah ini yang termasuk kelebihan dari promosi periklanan adalah ...
 - a. Cakupan yang melihat iklan tersebut banyak, karena dapat disiarkan melalui media cetak dan siar.
 - b. Pencitraan produk akan lebih baik dengan *sales representative* yang handal.
 - c. Menghindari gangguan dan hambatan jadi calon konsumen bisa fokus pada penjelasan *sales representative*.
 - d. Adanya atensi yang besar dari calon konsumen.
 - e. Karena diadakan di tempat keramaian, seperti pusat perbelanjaan dengan mengadakan *big sale* membuat banyaknya pengunjung dan konsumen meningkat dengan drastis.
3. Perhatikan pernyataan di bawah ini !
 - 1) Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial.
 - 2) Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit/laba.
 - 3) Menciptakan kesan (Image).
 - 4) Promosi merupakan suatu alat mencapai tujuan.Yang termasuk fungsi promosi adalah ...
 - a. 1 dan 2
 - b. 1 dan 3
 - c. 2 dan 3
 - d. 2 dan 4
 - e. 3 dan 4
4. Jenis promosi non personal mengenai pelayanan usaha tertentu dengan cara membahas informasi dan berita tentang produk yang dijual. Jenis promosi ini dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti wawancara yang begitu populer di media, hal tersebut merupakan ...
 - a. Publicity.
 - b. Tatap muka.
 - c. Periklanan.
 - d. Publicity dan periklanan.
 - e. Publicity dan tatap muka.
5. Promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensia agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atas di masa yang akan datang, merupakan pendapat dari ...
 - a. Sistaningrum
 - b. Gitosudarmo
 - c. Kotler
 - d. Sistaningrum dan Gitosudarmo
 - e. Sistaningrum dan Kotler

Kunci Jawaban dan Pembahasan Latihan Soal

No.	Jawaban	Pembahasan	Skor
1.	d. 2 dan 3	<p>Tujuan promosi antara lain :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Menyebarakan informasi produk kepada target pasar potensial. 2) Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit/laba. 3) Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan. 4) Untuk menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar. 	20
2.	a. Cakupan yang melihat iklan tersebut banyak, karena dapat disiarkan melalui media cetak dan siar	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cakupan yang melihat iklan tersebut banyak, karena dapat disiarkan melalui media cetak dan siar. ▪ Dapat digunakan sebagai pencitraan suatu produk. ▪ Menjadi indikator posisi perusahaan, apakah mampu melakukan <i>product positioning</i>. ▪ Mempermudah terjadinya <i>produk positioning</i> karena iklan dilihat dalam kehidupanehari-hari. ▪ Dapat memperkenalkan produk baru dengan cara yang lebih ringan dan santai, misalnya saja iklan televisi hanya 3 menit. Jika iklan tersebut menarik akan membuat konsumen tertarik akan produk tersebut karena selalu ada di benak konsumen. ▪ Dengan membuat iklan yang baik dan menarik, perusahaan mampu membuat produknya lebih tampil, memberikan kesan yang beda dan lebih menarik dari produk lain. ▪ Mengingatkon konsumen kepada suatu produk yang telah memiliki jam terbang tinggi, agar konsumen selalu menggunakan produk tersebut tidak beralih pada produk lain. ▪ Membantu memperkenalkan <i>feature</i> baru suatu produk. ▪ Mempermudah penyampaian informasi mengenai suatu produk. <p>Kelemahan:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Membutuhkan biaya yang tinggi untuk memproduksi sebuah iklan, serta meng-update suatu iklan dengan iklan yang lebih mutakhir agar konsumen tidak melihat iklan yang itu-itu saja. ▪ Sering kali hanya diabaikan. 	20
3.	e. 3 dan 4	<p>Fungsi Promosi antara lain :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Memberikan Informasi . 2) Membujuk dan mempengaruhi . 3) Menciptakan kesan (image) . 4) Promosi merupakan suatu alat mencapai tujuan. 	20
4.	a. publicity	<p>Promosi <i>publiscity</i> merupakan jenis promosi non personal mengenai pelayanan usaha tertentu dengan cara membahas informasi dan berita tentang produk yang dijual. Jenis promosi ini dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti wawancara yang begitu populer di media.</p>	20

5.	a. Sistaningrum	Menurut Sistaningrum (2002:98), Promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau di masa yang akan datang.	20
----	-----------------	---	----

F. Penilaian Diri

Berilah tanda (√) pada kolom dibawah ini!

No.	Kegiatan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Saya sudah memahami mengenai promosi		
2	Saya mampu memahami jenis promosi untuk makanan modifikasi hewani dan nabati		
3	Saya mampu memahami tujuan promosi untuk modifikasi makanan nabati dan hewani		
4	Saya memahami fungsi promosi modifikasi makanan nabati dan hewani		
5	Saya memahami karakteristik dan jenis untuk promosi modifikasi makanan nabati dan hewani		

KEGIATAN PEMBELAJARAN 2

BAURAN PROMOSI

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran ini diharapkan kalian dapat memahami bauran promosi untuk produk modifikasi makanan khas daerah dari bahan pangan nabati dan hewani dengan cermat dan terampil.

B. Uraian Materi

Bauran promosi adalah bagian dari variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) dimana terdapat 6 (enam) strategi didalamnya, Bauran promosi merupakan kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, *personal selling* dan alat-alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Cobalah kalian perhatikan skema berikut ini!



Bagan 1. Skema Variabel Bauran Promosi

1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan (*advertising*) merupakan bentuk komunikasi non individu dengan sejumlah biaya menggunakan media tertentu yang dilaksanakan oleh perusahaan, organisasi nonlaba ataupun para individu. Tujuan utama periklanan adalah meningkatkan permintaan atas produk yang ditawarkan.

Sedangkan manfaat periklanan adalah :

- 1) Memungkinkan penjual untuk berkomunikasi dengan banyak orang sekaligus.
- 2) Memungkinkan penjual untuk menyebarkan informasi tentang produk dan perusahaan.
- 3) Memungkinkan penjual untuk mendramatisir perusahaan dan produknya melalui penggunaan cetakan, suara dan warna yang menarik perhatian.

Advertising umumnya bersifat masal, tidak ditujukan untuk individu tertentu secara khusus. Segala bentuk promosi menggunakan media visual termasuk didalamnya poster, brosur, iklan televisi, spanduk, videotron, dan lainnya adalah contoh *advertising*.

2. Penjualan pribadi/ tatap muka (*Personal selling*)

Personal selling merupakan usaha untuk memperkenalkan suatu produk melalui komunikasi langsung (tatap muka) agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Sebagai salah satu variabel dari promosi *personal selling* memungkinkan penjual untuk:

- 1) Mengadakan hubungan langsung dengan calon pembeli sehingga penjual lebih dapat mengamati karakteristik beserta kebutuhan pembeli.
- 2) Memperoleh tanggapan dari calon pembeli.
- 3) Membina berbagai macam hubungan dengan pembeli baik dalam hubungan bisnis maupun persahabatan yang erat. Jadi, dalam *personal selling* terjadi interaksi langsung, saling bertemu muka antara pembeli dengan penjual, sehingga dapat diketahui secara langsung keinginan, perilaku dan motif pembelian dari konsumen, sekaligus dapat melihat reaksi konsumen. Dengan demikian perubahan dapat lebih segera mengadakan penyesuaian penyesuaian.

Apakah kalian pernah didatangi salesman langsung ke rumah? secara eksklusif menerangkan secara detail mengenai produk, mengajak kalian terlibat didalamnya pada komunikasi dua arah. Hal demikian disebut *personal selling*.

3. Hubungan masyarakat (*Publisitas/ Public Relation*)

Publisitas merupakan bagian fungsi yang lebih luas. Disebut juga hubungan masyarakat dan meliputi usaha-usaha untuk menciptakan dan mempertahankan hubungan yang menguntungkan antara organisasi dengan masyarakat, disamping juga calon pembeli.

Hampir sama dengan periklanan, publisitas ini merupakan salah satu kegiatan promosi yang dilakukan melalui suatu media. Namun informasi yang tercantum tidak berupa iklan tapi berupa berita .

Publisitas adalah sejumlah informasi tentang seseorang, barang, atau organisasi yang disebarluaskan ke masyarakat melalui media tanpa dipungut biaya, ataupun tanpa pengawasan dari sponsor. Jika dibandingkan dengan alat promosi yang lain, publisitas memiliki beberapa kebaikan antara lain :

- 1) Lebih dapat dipercaya, sebab berupa suatu berita bukan iklan
- 2) Dapat menjangkau orang-orang yang tidak mau membaca iklan
- 3) Jauh lebih murah, karena tanpa biaya.
- 4) Dapat ditempatkan pada halaman depan dari sebuah surat kabar atau pada posisi lain yang menyolok.

Public relation, membina hubungan baik dengan publik merupakan upaya branding yang sangat efektif. Ikut berpartisipasi dalam kegiatan sosial dengan memakai atribut perusahaan juga produk memiliki nilai positif dimata masyarakat. Mereka (masyarakat) memberikan penilaian positif terhadap perusahaan, yang terpenting dari itu semua “brand image” perusahaan semakin bertambah kuat.

4. Promosi penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan merupakan kegiatan promosi selain periklanan, personal selling, maupun publisitas. Kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam promosi penjualan antara lain peragaan, pertunjukan dan pameran, demonstrasi dan sebagainya. Kegiatan promosi penjualan lebih fleksibel karena dapat dilakukan setiap saat dengan biaya yang tersedia dan dimana saja

Beberapa contoh metode promosi penjualan :

- 1) Pemberian contoh barang secara cuma-cuma, ini merupakan salah satu alat promosi penjualan yang dianggap paling mahal tapi juga paling efektif.
- 2) Kupon hadiah, cara ini sangat efektif karena membuat orang mudah tertarik.
- 3) Rabat, merupakan pengurangan harga yang diberikan kepada pembeli.
- 4) Potongan harga langsung.
- 5) Peragaan, memamerkan barang-barang pada waktu tertentu, tempat dan situasi tertentu.

Semua promosi penjualan bersifat memengaruhi pembelian secara psikologis. Sebagian besar perusahaan akan menaikkan harga kemudian menurunkannya sehingga seolah-olah produk yang dijualnya sedang dalam masa diskon, cuci gudang dsb. Selain itu menetapkan harga tidak bulat juga dapat mendorong meningkatnya penjualan, misalnya Rp 1.999.000,00 untuk harga produk Rp 2.000.000,00.

5. Pemasaran langsung (*Direct marketing*)

Menurut Kotler & Gary Armstrong, *direct marketing* adalah pemasaran yang menggunakan berbagai media untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, biasanya menelepon konsumen untuk mendapat respons langsung. Sedangkan menurut Duncan, *direct marketing* adalah ketika perusahaan ingin menjalin komunikasi langsung dengan pelanggan, mereka menggunakan strategi komunikasi langsung, dimana lebih bisa berinteraksi, database yang memicu proses komunikasi pemasaran menggunakan media untuk mendorong respon pelanggan.

Direct Marketing bisa menjadi salah satu sistem pemasaran interaktif yang dapat dikembangkan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan langsung dari pelanggan yang ditargetkan. Dengan melakukan dengan teknik promosi ini, pihak perusahaan akan mampu menciptakan hubungan baik dengan pelanggan. Contoh bentuk promosi *direct marketing* diantaranya pemasaran *direct mail*, telemarketing, pemasaran melalui katalog (*catalog marketing*), dan Saluran online (*online channel*), penggunaan surat, telepon, faksimil, e-mail dan alat penghubung nonpersonal lain untuk berkomunikasi secara langsung atau mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan tertentu dan calon pelanggan.

Berikut ini salah satu contoh cara promosi usaha pengolahan modifikasi makanan khas daerah dari rendang

1. Konsisten Menjaga Kualitas Makanan

Cara promosi usaha makanan yang pertama dan terbaik yang bisa kita lakukan adalah dengan menjaga kualitas dan rasa makanan. Promosi ke luar secara gencar hanya akan sia-sia jika kita tidak bisa memberikan kualitas yang baik kepada konsumen.

Selain itu, mempertahankan kualitas yang sudah diciptakan sejak awal merupakan hal berikutnya yang harus tetap dijaga. Kita pasti pernah menemukan usaha makanan yang tidak konsisten dengan rasa makanan yang dijual ketika konsumen mereka sedang ramai. Ini bukan hal yang bagus karena akan membuat kecewa pelanggan. Perhatikan standar dan prosedur memasak di bisnis Kalian agar kualitas makanan bisa tetap sama.

2. Cara Promosi Usaha Makanan dengan Memanfaatkan Momentum

Tidak setiap hari sebuah usaha makanan mendapat banyak kunjungan, bahkan terkadang bisa sangat sepi pembeli. Kita bisa melakukan berbagai upaya agar bisnis makanan yang dibangun mendapat pelanggan baru dan pelanggan tetap.

Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan ikut serta dalam kegiatan bazar atau event-event lain yang mengundang keramaian. Berpartisipasi dalam kegiatan bazar, eksibisi, pasar malam, dan perayaan momen tertentu akan membuat usaha makanan Kalian selalu mendapat konsumen baru. Misalnya pada momen acara peringatan Hari Kemerdekaan, Kalian bisa memberikan diskon untuk paket makanan tertentu. Promosi ini juga bisa dilakukan melalui media sosial untuk menjangkau lebih banyak orang.



Sumber: jatenglive.com

Gambar Brosur untuk Pelaksanaan Festival Kuliner

3. Membuat dan Menyebarkan Selebaran

Cara promosi usaha makanan dengan trik yang satu ini terbukti cukup efektif untuk mendapatkan perhatian dari orang-orang baru dan belum mengenal usaha makanan Kalian. Usahakan selebaran tersebut dibuat dengan desain dan informasi yang mudah diingat oleh orang lain.

Jangan lupa untuk mencantumkan alamat dan kontak tempat usaha. Selain itu, brosur tersebut juga bisa ditambahkan resep makanan yang menjadi andalan di tempat Kalian, atau informasi dan pengetahuan tentang bahan-bahan makanan, dan informasi lain yang masih relevan.



sumber: pergikuliner.com
Gambar Selebaran

4. Membuat Stiker dan Memasanginya di Tempat yang Mudah Terlihat
 Trik seperti ini sudah cukup sering kita lihat. Biasanya stiker ini dipasang di tempat yang cukup sering dilalui oleh orang-orang sehingga mudah terlihat khalayak ramai. Namun, pastikan tidak memasang stiker di tempat yang dilarang. Misalnya di fasilitas umum dan properti pribadi, ini bisa mengakibatkan orang lain merasa tidak nyaman.



<http://swzpicture.blogspot.com>
Gambar Contoh stiker

5. Membuat Peta Lokasi Usaha Pada Kemasan Produk
 Trik ini bisa dilakukan bila tempat usaha kuliner memang kurang strategis. Kualitas dan rasa makanan yang dijual mungkin sangat baik, tapi jika orang lain tidak mengetahui lokasi usaha maka proses pemasaran akan terhambat.
6. Bergabung dengan Komunitas Tertentu
 Untuk memperkenalkan kuliner andalan, maka ada baiknya bila bergabung dengan komunitas yang masih relevan. Dengan memiliki komunitas yang aktif, kegiatan saling berbagi informasi antar anggota akan memberikan peluang baru bagi Kalian.



Gambar: komunita.id
Sumber: Contoh Logo Komunitas Pengusaha Kuliner

7. Memanfaatkan Media Sosial untuk Promosi
Hari gini siapa sih yang tidak pakai media sosial, terutama kaum milenial. Nah, kita bisa memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan kuliner yang ingin dijual.



Sumber: pedialuqman.blogspot.com
Gambar Contoh Media Sosial

C. Rangkuman

1. Bauran promosi merupakan kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling dan alat-alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.
2. Tujuan utama periklanan adalah meningkatkan permintaan atas produk yang ditawarkan.
3. Manfaat periklanan adalah :
 - a. Memungkinkan penjual untuk berkomunikasi dengan banyak orang sekaligus.
 - b. Memungkinkan penjual untuk menyebarkan informasi tentang produk dan perusahaan.
 - c. Memungkinkan penjual untuk mendramatisir perusahaan dan produknya melalui penggunaan cetakan, suara dan warna yang menarik perhatian.
4. Variabel dari promosi personal selling memungkinkan penjual untuk :
 - a. Mengadakan hubungan langsung dengan calon pembeli sehingga penjual lebih dapat mengamati karakteristik beserta kebutuhan pembeli.
 - b. Memperoleh tanggapan dari calon pembeli.
5. Publisitas memiliki beberapa kebaikan antara lain :
 - a. Lebih dapat dipercaya, sebab berupa suatu berita bukan iklan.
 - b. Dapat menjangkau orang-orang yang tidak mau membaca iklan.
 - c. Jauh lebih murah, karena tanpa biaya.
 - d. Dapat ditempatkan pada halaman depan dari sebuah surat kabar atau pada posisi lain yang menyolok.
6. Beberapa contoh metode promosi penjualan :
 - a. Pemberian contoh barang secara cuma-cuma, ini merupakan salah satu alat promosi penjualan yang dianggap paling mahal tapi juga paling efektif.
 - b. Kupon hadiah, cara ini sangat efektif karena membuat orang mudah tertarik.
 - c. Rabat, merupakan pengurangan harga yang diberikan kepada pembeli.
 - d. Potongan harga langsung.
 - e. Peragaan, memamerkan barang-barang pada waktu tertentu, tempat dan situasi tertentu.

D. Penugasan

Setelah mempelajari bauran promosi, coba amati bauran promosi untuk produk usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani di sekitarmu kemudian amati variabel bauran promosi dari produk tersebut.

No.	Nama produk	Bahan baku makanan		Bauran promosi				
		Nabati	Hewani	Iklan (Advertising)	Penjualan pribadi/tatap muka (Personal Selling)	Promosi Penjualan (Sales Promotion)	Hubungan Masyarakat (Public Relation)	Pemasaran Langsung (Market Selling)
1.								
2.								
3.								
4.								
5.								

E. Latihan Soal

Pilihlah jawaban yang paling benar dari soal di bawah ini !

1. Perhatikan pernyataan berikut ini !
 - 1) Memungkinkan penjual untuk menyebarkan informasi tentang produk dan perusahaan.
 - 2) Memungkinkan penjual untuk mendramatisir perusahaan dan produknya melalui penguunaan cetakan, suara dan warna yang menarik perhatian.
 - 3) Lebih dapat dipercaya, sebab berupa suatu berita bukan iklan.
 - 4) Dapat menjangkau orang-orang yang tidak mau membaca iklan.

Yang termasuk manfaat iklan adalah ...

 - a. 1 dan 2
 - b. 1 dan 3
 - c. 1 dan 4.
 - d. 2 dan 3
 - e. 2 dan 4

2. Iklan yang berhasil adalah ...
 - a. Iklan yang mampu menciptakan jargon baru pada masyarakat.
 - b. Iklan yang penayangannya atau pemuatannya ditunggu-tunggu audiens.
 - c. iklan televisi. Iklan yang berhasil adalah iklan yang disaksikan pemirsa dari awal sampai selesai.
 - d. Iklan yang secara penjualan maupun komunikasi memenuhi sasaran.
 - e. Iklan yang memiliki share of mind terbesar. Artinya, iklan yang paling kuat menempati memori audiens.

3. Promosi penjualan dapat merangsang pembelian segera. Karena itu, promosi penjualan paling tepat digunakan dalam situasi ...
 - a. Konsumen masih ragu-ragu untuk membeli produk karena belum yakin akan kualitas produk.
 - b. Konsumen sudah siap membeli. Produk kita merupakan salah merek yang dipertimbangkan. Namun, konsumen belum mengambil keputusan dan masih ada dalam tahap mengevaluasi merek mana yang akan dibeli.
 - c. Kualitas produk rendah, sehingga konsumen tidak berniat membelinya. Niat membeli baru dapat dirangsang dengan menawarkan hadiah atau insentif.
 - d. Konsumen kecewa dengan produk, sehingga untuk mengimbanginya, diberikanlah hadiah atau insentif untuk mengurangi kekecewaan itu.
 - e. Kuantitas produk di kota banyak.

4. Penjualan personal memungkinkan timbulnya berbagai jenis hubungan, mulai dari hubungan penjualan sampai hubungan persahabatan. Bagi perusahaan, hubungan persahabatan antara wiraniaga dengan pelanggan dapat ...
 - a. Menguntungkan karena dengan demikian pelanggan akan selalu membeli produk dari perusahaan melalui wiraniaga itu.
 - b. Merugikan karena hubungan persahabatan itu dapat mencemari hubungan bisnis antara perusahaan dan pelanggan yang seharusnya terjadi tanpa hubungan personal.
 - c. Tidak ada hubungannya dengan perusahaan sebab hubungan persahabatan adalah hal berbeda dari hubungan bisnis antara perusahaan dan pelanggannya.
 - d. Dapat merugikan kalau pada akhirnya kesetiaan pelanggan terjadi pada wiraniaga secara pribadi bukan lagi dengan perusahaan.
 - e. Merugikan dan menguntungkan tergantung dari rekanan usahanya.

5. Ada beberapa trend yang membuat pemasaran langsung semakin banyak dipakai saat ini. Diantaranya adalah ...
 - a. Waktu belanja yang semakin sempit bagi banyak rumah tangga di kota.
 - b. Tersedianya banyak pilihan tempat belanja modern.
 - c. Pendapatan masyarakat perkotaan yang semakin tinggi sehingga memiliki daya beli lebih tinggi.
 - d. Gaya hidup masyarakat yang semakin materialistis.
 - e. Masyarakat tidak suka dengan keramaian pasar.

Kunci Jawaban dan Pembahasan Latihan Soal

No.	Jawaban	Pembahasan	Skor
1.	a. 1 dan 2	1) Memungkinkan penjual untuk berkomunikasi dengan banyak orang sekaligus. 2) Memungkinkan penjual untuk menyebarkan informasi tentang produk dan perusahaan. 3) Memungkinkan penjual untuk mendramatisir perusahaan dan produknya melalui penggunaan cetakan, suara dan warna yang menarik perhatian.	20
2.	e. Iklan yang memiliki <i>share of mind</i> terbesar. Artinya, iklan yang paling kuat menempati memori audiens.	Karena iklan yang mudah diingat dan menarik itu yang biasanya di simpan dalam memori manusia.	20
3.	a. Konsumen masih ragu-ragu untuk membeli produk karena belum yakin akan kualitas produk.	Promosi penjualan dapat dilakukan dengan peragaan dan pertunjukan.	20
4.	a. Menguntungkan karena dengan demikian pelanggan akan selalu membeli produk dari perusahaan melalui wiraniaga itu.	Ketika persahabatan terjalin, maka terjadi saling mempercayai dalam wiraniaga.	20
5.	b. Tersedianya banyak pilihan tempat belanja modern.	Karena pemasaran langsung dapat dilakukan dengan offline dan online sehingga memiliki berbagai cara transaksi.	20

F. PENILAIAN DIRI

Berilah tanda(√) pada kolom di bawah ini!

No.	Indikator	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Saya memahami bauran promosi		
2	Saya mengidentifikasi bauran promosi		
3	Saya mampu memahami materi pembelajaran 2 dengan baik		

KEGIATAN PEMBELAJARAN 3

Strategi Promosi Produk Makanan Khas Daerah yang Dimodifikasi dari Bahan Nabati dan Hewani

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran 3 ini, diharapkan kalian dapat menyusun strategi promosi untuk produk makanan modifikasi dari bahan nabati dan hewani.

B. Uraian Materi

Bagaimana cara promosi usaha makanan yang tepat sasaran agar lebih banyak pelanggan? Topik ini adalah salah satu pembahasan yang cukup menarik karena usaha makanan saat ini menjadi salah satu primadona dalam dunia usaha.

Tidak jarang sebuah usaha makanan berawal dari bisnis sampingan seseorang yang berbekal pujian dari orang terdekat. Keahlian membuat jenis makanan tertentu dan disukai oleh orang-orang terdekat bisa memberikan motivasi pada seseorang untuk membuka usaha makanan. Cara promosi usaha makanan merupakan salah satu faktor penting dalam perjalanan sebuah bisnis kuliner. Menjalankan strategi yang efektif dalam mempromosikan produk kuliner yang dijual dapat memberikan dampak yang luar biasa.

Nah, bagi pecinta kuliner dan pemilik usaha makanan, berikut ini adalah beberapa cara promosi usaha makanan yang bisa dipelajari dan diterapkan pada bisnis Kalian. Untuk lebih memahami langkah-langkah promosi mari perhatikan penjelasan di bawah ini agar aktivitas promosi yang dilakukan dapat berjalan efektif tentu diperlukan perencanaan promosi.

Berikut adalah langkah-langkah yang dapat ditempuh dalam merencanakan promosi:

1. Tentukan tujuan promosi. Tentukanlah tujuan dan apa yang ingin dicapai. Hal ini akan membuat aktivitas promosi berjalan efisien. Apakah tujuan promosi tersebut untuk membangun *brand awareness*, mendongkrak penjualan atau meluncurkan produk baru.
2. Tentukan target pasar
Tentukan segmentasi yang lebih spesifik untuk menghadapi perilaku konsumen yang bermacam-macam. Langkah ini penting untuk menghadapi persaingan. Dengan mengetahui target pasar secara jelas dan spesifik makadapat membuat anggaran promosi yang efektif.
3. Tentukan pesan
Sebagai pengusaha atau marketer harus mampu membangun komunikasi dua arah dengan konsumen. Kalian harus menentukan pesan apa yang ingin disampaikan untuk mendukung kegiatan promosi. Gunakan bahasa yang mudah dipahami oleh target market serta membuat pesan yang menarik, rasional, dan informatif.

4. Membuat anggaran promosi
Dalam membuat anggaran promosi penting mempertimbangkan *goal* yang ingin dicapai, bagaimana mencapainya, kemudian baru membuat anggaran. Besaran anggaran yang dibuat juga tergantung pada pemilihan media yang digunakan.
5. Pilih media promosi.
Pilih media yang sesuai dengan target pasar. Penggunaan media sosial akan sangat membantu dalam memberikan informasi produk dalam jangkauan yang lebih luas. Tetapi tetap harus fokus pada pasar yang dituju, kenali perilaku konsumen, dan tentukan media yang sesuai.
6. Pengukuran efektivitas promosi
Banyak pelaku usaha yang biasanya melupakan pengukuran efektivitas promosi yang telah dilakukan. Padahal ini penting untuk mereview efektivitas kegiatan promosi. Pengukuran ini dapat dilakukan dengan riset *brand awareness* atau mengukur *impact digital marketing* dalam mendongkrak penjualan.

C. Rangkuman

Langkah-langkah yang dapat ditempuh dalam merencanakan promosi sebagai berikut :

1. Tentukan tujuan promosi.
2. Tentukan target pasar.
3. Tentukan pesan.
4. Membuat anggaran promosi.
5. Pilih media promosi.
6. Pengukuran efektivitas promosi.

D. Penugasan

Sekarang, cobalah amati keadaan sekitar kalian, kemudian buat strategi promosi untuk produk makanan khas daerah yang kalian modifikasi dari bahan nabati dan hewani yang akan dipromosikan.

1. Jika memiliki laptop/komputer.
Ketik dikertas A4, font times new roman, margin kiri dan bawah 4 cm, margin atas dan kanan 3 cm,.
2. jika tidak ada laptop atau komputer.
Tulis dibuku tulis atau kertas polio bergaris dengann menggunakan pulpen berwarna hitam dan tulisan yang rapi dan jelas.

E. Latihan Soal

Berilah tanda silang (x) pada soal di bawah ini!

1. Hal ini akan membuat aktivitas promosi berjalan efisien. Apakah tujuan promosi tersebut untuk membangun *brand awareness*, mendongkrak penjualan atau meluncurkan produk baru adalah ...
 - a. Tujuan promosi
 - b. Target pasar.
 - c. Pesan
 - d. Membuat anggaran promosi
 - e. Pilih media promosi
2. Segmentasi yang lebih spesifik untuk menghadapi perilaku konsumen yang bermacam-macam disebut ...
 - a. Tujuan promosi
 - b. Target pasar.
 - c. Pesan.
 - d. Membuat anggaran promosi.
 - e. Pilih media promosi.
3. Banyak pelaku usaha yang biasanya melupakan pengukuran efektivitas promosi yang telah dilakukan termasuk dalam menentukan ...
 - a. Tujuan promosi.
 - b. Target pasar.
 - c. Pesan.
 - d. Anggaran promosi.
 - e. Pengukuran efektivitas promosi.
4. Mempertimbangkan *goal* yang ingin dicapai, bagaimana mencapainya termasuk dalam menentukan ...
 - a. Tujuan promosi.
 - b. Target pasar.
 - c. Pesan.
 - d. Anggaran promosi.
 - e. Pengukuran efektivitas promosi.
5. Promosi produk yang menggunakan website disebut...
 - a. Media elektronik.
 - b. Media cetak.
 - c. Media internet.
 - d. Media produk.
 - e. Media pemasaran.

Kunci Jawaban dan Pembahasan Latihan Soal

No	Jawaban	Pembahasan	Skor
1.	a. Tentukan tujuan promosi	Tentukanlah tujuan dan apa yang ingin dicapai. Hal ini akan membuat aktivitas promosi berjalan efisien. Apakah tujuan promosi tersebut untuk membangun <i>brand awareness</i> , mendongkrak penjualan atau meluncurkan produk baru.	20
2.	b. Tentukan target pasar	Tentukan segmentasi yang lebih spesifik untuk menghadapi perilaku konsumen yang bermacam-macam. Langkah ini penting untuk menghadapi persaingan. Dengan mengetahui target pasar secara jelas dan spesifik maka dapat membuat anggaran promosi yang efektif.	20
3.	e. Pengukuran efektivitas promosi	Banyak pelaku usaha yang biasanya melupakan pengukuran efektivitas promosi yang telah dilakukan. Padahal ini penting untuk mereview efektivitas kegiatan promosi. Pengukuran ini dapat dilakukan dengan riset <i>brand awareness</i> atau mengukur <i>impact digital marketing</i> dalam mendongkrak penjualan.	20
4.	d. Membuat anggaran promosi	Dalam membuat anggaran promosi penting mempertimbangkan <i>goal</i> yang ingin dicapai, bagaimana mencapainya, kemudian baru membuat anggaran. Besaran anggaran yang dibuat juga tergantung pada pemilihan media yang digunakan.	20
5.	c. Media internet	Penjualan produk modern memerlukan alat atau teknologi yang terbaru karena itu media internet merupakan media yang sering digunakan untuk memperkenalkan produk.	20

F. PENILAIAN DIRI

Berilah tanda(√) pada kolom dibawah ini!

No.	Indikator	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Saya memahami langkah langkah promosi		
2.	Saya mengidentifikasi langkah-langkah promosi		
3.	Saya mampu menyusun langkah-langkah promosi		



Berani Untuk Sukses
Berarti
Kalian Berani Untuk Belajar Lebih Keras

EVALUASI

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang kalian anggap benar!

1. Perhatikan pernyataan di bawah ini !
Terbitan tidak berkala yang dapat terdiri dari satu hingga sejumlah kecil halaman, tidak terkait dengan terbitan lain, dan selesai dalam sekali terbit disebut
 - a. Pamphlet
 - b. Brosur
 - c. Flyer
 - d. Poster
 - e. Baliho
2. Kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dengan pameran, periklanan, demonstrasi, dan usaha lain yang bersifat persuasif (membujuk secara halus) disebut ...
 - a. Promosi
 - b. Iklan
 - c. Penjualan
 - d. Peminjaman
 - e. Pemasaran
3. Suatu alat untuk mengkomunikasikan suatu produk/jasa/image/perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas adalah ...
 - a. Media pembelajaran
 - b. Media komunikasi
 - c. Media demonstrasi
 - d. Media promosi
 - e. Media transaksi
4. Pesan mengenai produk yang disampaikan melalui media televisi akan diwujudkan dalam bentuk ...
 - a. Audio
 - b. Audio dan Visual
 - c. Visual
 - d. Gambar bergerak
 - e. Gambar tidak bergerak
5. Promosi produk yang menggunakan website disebut...
 - a. Media elektronik
 - b. Media cetak
 - c. Media internet
 - d. Media produk
 - e. Media pemasaran
6. Media promosi sebagai plakat yang dicetak pada kertas yang biasanya berukuran besar, berisi pengumuman atau iklan dalam bentuk gambar ataupun tulisan dan ditempelkan di dinding maupun tembok yang berada di tempat-tempat umum adalah...
 - a. Pamphlet
 - b. Brosur
 - c. Flyer
 - d. Poster
 - e. Brosur

7. Pernyataan di bawah ini yang merupakan pertimbangan pemilihan media promosi cetak diantaranya...
 - a. Khalayak sasaran yang ingin dituju
 - b. Nama produk
 - c. Kemampuan produksi
 - d. Pendapatan perusahaan
 - a. e, Peta lokasi
8. Media mempromosikan produk dengan jumlah banyak dengan penjelasan spesifikasi dan gambar masing-masing produk adalah....
 - a. Booklet
 - b. Catalog
 - c. Pamphlet
 - d. Brosur
 - e. Koran
9. Media promosi outdoor dengan ukuran besar yang diletakkan di tempat tertinggi yang dilalui orang disebut....
 - a. Billboard
 - b. Megatron
 - c. Videotron
 - d. Baliho
 - e. Pamflet
10. Media promosi sejenis billboard yang telah menggunakan teknologi elektronik gambar bergerak disebut...
 - a. Megatron
 - b. Videotron
 - c. Billboard
 - d. Baliho
 - e. Pamflet
11. Media promosi berikut ini yang tidak termasuk ke dalam klasifikasi pamflet adalah ...
 - a. Booklet
 - b. Catalog
 - c. Kartu nama
 - d. Poster
 - e. Brosur
12. Perhatikan pernyataan di bawah ini!
 - 1) Dapat mendemonstrasikan bagaimana cara penggunaan produk
 - 2) Muncul tanpa diharapkan
 - 3) Efektif jika dipadukan dengan sales marketing
 - 4) Tidak memerlukan keahlian dan kemampuan membaca seperti media cetakDari pernyataan di atas merupakan kelebihan dari media...
 - a. Radio
 - b. Internet
 - c. Infomercial
 - d. Televisi
 - e. Majalah
13. Di bawah ini yang tidak termasuk fungsi media promosi surat adalah....
 - a. Sarana pemeritahuan gagasan
 - b. Alat bukti tertulis
 - c. Alat pengingat
 - d. Tanda bukti yang sah
 - e. Sarana transaksi

14. Acara televisi yang diperuntukan secara khusus untuk mempromosikan barang atau jasa dan biasanya berdurasi 30 – 60 menit disebut ...
 - a. Advertensi
 - b. Informecial
 - c. Sponsorship
 - d. Iklan
 - e. Market promotion
15. Berikut ini yang merupakan kekurangan dari media promosi informesial adalah...
 - a. Adanya kemungkinan produk palsu
 - b. Keaslian dari data tidak terjamin
 - c. Biaya terlalu tinggi untuk bisnis kecil
 - d. Penempatan iklan tidak beraturan
 - e. Biaya murah
16. Media yang biasa ditempel di tepi jalan dengan bahan dasar banner adalah ...
 - a. Round tag
 - b. Baliho
 - c. Neon box
 - d. Poster
 - e. Pamflet
17. Media promosi yang sering digunakan untuk memberikan informasi promosi jangka pendek tentang acara atau promosi komersil adalah ...
 - a. Round tag
 - b. Baliho
 - c. Neon box
 - d. Poster
 - e. Pamflet
18. Media promosi berbentuk kotak yang diterangi cahaya dari lampu neon yang dipasangkan di dalamnya. Media ini cocok digunakan sebagai media promosi di malam hari disebut....
 - a. Round tag
 - b. Baliho
 - c. Neon box
 - d. Poster
 - e. Pamflet
19. Contoh penggunaan katalog antara lain digunakan oleh ...
 - a. Detik
 - b. Supermarket
 - c. Okezone
 - d. Liputan
 - e. Berita
20. Media komunikasi massa yang bertujuan untuk menyampaikan pesan yang bersifat promosi, anjuran, larangan-larangan kepada khalayak massa dan berbentuk cetakan...
 - a. Majalah
 - b. Ebook
 - c. Booklet
 - d. Koran
 - e. Pamflet

KUNCI JAWABAN EVALUASI

1. a. Pamphlet
2. a. Promosi
3. d. Media promosi
4. b. Audio dan Visual
5. c. Media internet
6. d. Poster
7. a. Khalayak sasaran yang ingin dituju
8. b. Catalog
9. a. Billboard
10. a. Megatron
11. d. Poster
12. d. Televisi
13. d. Tanda bukti yang sah
14. b. Informecial
15. a. Adanya kemungkinan produk palsu
16. a. Round tag
17. b. Baliho
18. c. Neon box
19. b. Supermarket
20. d. Pamflet

DAFTAR PUSTAKA

Prakarya dan kewirausahaan, Sumber Buku Prakarya dan Kewirausahaan, Kelas XII, Kemendikbud Edisi Revisi 2018.

[https://www.kajianpustaka.com/2016/11/pengertian-tujuan-dan-bauran-promosi.html#:~:text=Berikut%20adalah%20beberapa%20definisi%2Fpengertian%20promosi%20berdasarkan%20beberapa%20sumber%2C%20yaitu%3A&text=Menurut%20Kotler%20\(2000%3A119\),bauran%20promosi%20\(promotional%20mix\).](https://www.kajianpustaka.com/2016/11/pengertian-tujuan-dan-bauran-promosi.html#:~:text=Berikut%20adalah%20beberapa%20definisi%2Fpengertian%20promosi%20berdasarkan%20beberapa%20sumber%2C%20yaitu%3A&text=Menurut%20Kotler%20(2000%3A119),bauran%20promosi%20(promotional%20mix).) Diakses 27 Oktober 2019.

<https://www.merdeka.com/jateng/5-tujuan-promosi-produk-penjualan-beserta-jenis-jenisnya-kln.html>. Diakses 27 Oktober 2019.

<http://mirahbudiaستی.blogspot.com/2014/02/karakteristik-alatcara-promosi.html>. Diakses 27 Oktober 2019

<https://thidiweb.com/bauran-promosi/>. Diakses 27 Oktober 2019

www.gosbiz.com/6-tahapan-merencanakan-promosi/. Diakses 27 Oktober 2019

<https://gramho.com/explore-hashtag/dagingmurah>. Diakses 27 Oktober 2019

jatenglive.com/event/event-solo---SOLO-INDONESIA-CULINARY-FESTIVAL-2019

<https://pergikuliner.com/restaurants/bumbu-balado-minang-makasar/menus>. Diakses 27 Oktober 2019

<http://swzpicture.blogspot.com/p/portofolio-swz-picture.html>. Diakses 27 Oktober 2019

<https://www.tokopedia.com/citraaksara/sticker-vinyl-label-kemasan>. Diakses 27 Oktober 2019

<https://komunita.id/listing/komunitas-pengusaha-kuliner-kompak-indonesia/>. Diakses 27 Oktober 2019

<https://pedialuqman.blogspot.com/2019/09/CARA-MENAIKAN-Omset-PENJUALAN-Melalui-SOSIAL-MEDIA.html>. Diakses 27 Oktober 2019

<https://www.alona.co.id/bisnis/8-strategi-promosi-yang-wajib-diterapkan-start-business/>. Diakses 27 Oktober 2019



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN ANAK USIA DINI,
PENDIDIKAN DASAR DAN PENDIDIKAN MENENGAH
DIREKTORAT SEKOLAH MENENGAH ATAS
2020



Modul Pembelajaran SMA

Prakarya dan Kewirausahaan



KELAS
XII



**SISTEM KONSINYASI PRODUK USAHA PENGOLAHAN
MAKANAN KHAS DAERAH YANG DIMODIFIKASI DARI
BAHAN PANGAN NABATI DAN HEWANI
PRAKARYA DAN KEWIRAUSAHAAN
(KERAJINAN)**

KELAS XII

**PENYUSUN
ROSSA VINI ANGGALIA,. S.P., M.M.
SMAN 9 KOTA TANGERANG SELATAN**

DAFTAR ISI

PENYUSUN	ii
DAFTAR ISI	iii
GLOSARIUM	iv
PETA KONSEP.....	v
PENDAHULUAN.....	1
A. Identitas Modul	1
B. Kompetensi Dasar	1
C. Deskripsi Singkat Materi.....	1
D. Petunjuk Penggunaan Modul.....	1
E. Materi Pembelajaran	2
KEGIATAN PEMBELAJARAN 1	3
A. Tujuan Pembelajaran	3
B. Uraian Materi	3
C. Rangkuman	4
D. Penugasan Mandiri	4
E. Latihan Soal.....	4
F. Penilaian Diri.....	5
KEGIATAN PEMBELAJARAN 2	6
A. Tujuan Pembelajaran	6
B. Uraian Materi	6
C. Rangkuman	9
D. Penugasan Mandiri.....	9
E. Latihan Soal.....	9
F. Penilaian Diri.....	10
KEGIATAN PEMBELAJARAN 3	11
A. Tujuan Pembelajaran	11
B. Uraian Materi	11
C. Rangkuman	16
D. Penugasan Mandiri.....	16
E. Latihan Soal.....	16
F. Penilaian Diri.....	17
EVALUASI	18
DAFTAR PUSTAKA	21

GLOSARIUM

Bagan	: Gambar rancangan, skema; diagram yang memperlihatkan informasi sebagai serangkaian garis atau blok.
Consignee	: Penerima produk
Cogsignor	: Pemilik produk
Kerajinan	: Kegiatan membuat produk berbasis keterampilan
Konsinyasi	: Kegiatan menitipkan produk ke toko
Sistem	: Bagian yang saling berhubungan
Pemasaran	: Kegiatan menjual produk
Penjualan	: Melakukan pertukaran produk dengan nilai uang
Kebutuhan	: Dipergunakan untuk kegiatan sehari-hari
Keinginan	: Produk yang digunakan tidak terikat berdasarkan keperluan
Varian	: Beraneka ragam atau banyak jenis dari produk
Analisis	: Proses pemecahan suatu masalah
Perencanaan	: Proses
Wirausaha	: Aktivitas dalam mengelola produk
Kreatif	: Menciptakan sesuatu yang berbeda
Inovatif	: Memulai sesuatu yang baru
Ide	: Gagasan
Peluang	: Kesempatan

PETA KONSEP



PENDAHULUAN

A. Identitas Modul

Mata Pelajaran	: Prakarya dan Kewirausahaan
Kelas	: XII
Alokasi Waktu	: 4 x 45 menit
Judul Modul	: Sistem Konsinyasi Produk Usaha Pengolahan Makanan Khas Daerah yang dimodifikasi dari Bahan Pangan Nabati dan Hewani.

B. Kompetensi Dasar

3. 5. Menganalisis sistem konsinyasi produk usaha pengolahan makanan khas
 - 3.5.1. Menganalisis sistem konsinyasi produk usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani.
- 4.5. Memasarkan produk usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani dengan sistem konsinyasi.
 - 4.5.1. Merancang memasarkan produk usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani dengan sistem konsinyasi.

C. Deskripsi Singkat Materi

Kalian pasti mengetahui bahwa euforia dunia usaha sekarang ini semakin berkembang dengan pesat, bahkan cara memasarkan produk pun sudah menggunakan teknologi yang sangat canggih, maka dari itu mari kita mempelajari sistem atau cara penjualan yang mengikuti zaman. Pada kompetensi ini kita akan membahas mengenai pemasaran, seperti yang kalian sudah pelajari di kompetensi dasar 3.1 dan 4.1 mengenai perencanaan, jika kalian sudah melakukan perencanaan usaha, nah kali ini kita akan membahas bagaimana memasarkan produk yang sudah kalian riset dan dianalisis menggunakan analisis SWOT.

Selamat mempelajari materi dengan semangat!

D. Petunjuk Penggunaan Modul

Supaya belajar kalian dapat bermakna maka yang perlu kalian lakukan adalah

1. Pastikan kalian mengerti target kompetensi yang akan dicapai.
2. Mulailah dengan membaca materi.
3. Mencari referensi dari lingkungan disekitar.
4. Jika belum memahami maka cobalah baca kembali materinya dan bertanya kepada guru.
5. Kerjakan soal latihannya.
6. Jika sudah lengkap mengerjakan soal latihan, cobalah buka kunci jawaban yang ada pada bagian akhir dari modul ini.
7. Usahakan jangan mengerjakan ulang soal yang salah sebelum kalian membaca ulang materinya.
8. Jika skor kalian sudah minimal tujuh puluh, kalian bisa melanjutkan pembelajaran berikutnya.

E. Materi Pembelajaran

Modul ini terbagi menjadi 3 kegiatan pembelajaran dan di dalamnya terdapat uraian materi, contoh soal, soal latihan dan soal evaluasi.

Pertama : Pengertian dan Sistem Penjualan Konsinyasi

Kedua : Mengidentifikasi Karakteristik Pelaku Konsinyasi

Ketiga : Komponen Pemasaran dan Perancangan Pemasaran Produk Usaha dengan Sistem Konsinyasi

KEGIATAN PEMBELAJARAN 1

Pengertian dan Sistem Penjualan Konsinyasi

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran ini diharapkan kalian dapat memahami pengertian konsinyasi dan sistem penjualan konsinyasi.

B. Uraian Materi

Pengertian konsinyasi

Sistem penjualan konsinyasi banyak disukai oleh pedagang pemula, karena sangat bermanfaat khususnya bagi mereka yang masih belum berpengalaman untuk menghadapi konsumen secara langsung. Konsinyasi adalah sistem penjualan dengan cara titip jual dari pemilik produk sebagai *supplier*, kepada penjual atau pemilik toko dengan beberapa syarat dan ketentuan yang telah disepakati bersama.

Dengan sistem konsinyasi pemilik produk tidak langsung menerima pembayaran dari toko melainkan namun secara sementara hanya menitipkan produk mereka, jika kemudian ada konsumen yang membeli produknya maka baru pembayaran dilakukan sejumlah banyaknya produk yang terjual.

Sistem penjualan Konsinyasi adalah salah satu sistem transaksi penjualan dimana terdapat suatu perjanjian antara kedua belah pihak yang berisi penyerahan barang (produk) dari pihak pertama (pemilik barang) kepada pihak kedua (pemilik toko) untuk menjual kembali kepada konsumen dengan harga dan syarat yang sudah diatur di dalam perjanjian. Dalam perjanjian ini, biasanya pihak kedua (pemilik toko) akan mendapatkan komisi dari pihak pertama (pemilik barang), jika barang/produknya laku terjual.

Pihak yang menyerahkan barang/produk (pemilik barang) disebut *consignor*, sementara pihak yang dititipi barang disebut *consignee*. Barang (produk) yang dititipkan disebut barang konsinyasi.

Melihat cara kerja bisnis konsinyasi memang sebenarnya sangat mirip dengan sistem *dropshipping* yang cukup populer di Indonesia. Namun, apa yang membedakan kedua jenis sistem penjualan tersebut dan kenapa konsinyasi dianggap lebih menguntungkan dan aman bagi mereka yang baru ingin memulai usaha? Karena sistem konsinyasi memberikan dampak keuntungan dari kedua belah pihak, pihak yang menitipkan tidak memerlukan biaya sewa tempat untuk menjual produknya sedangkan pihak yang dititipi barang juga tidak perlu modal banyak untuk menambahkan barang dalam tokonya, bahkan pihak toko/tempat yang dititipi juga tidak menanggung resiko akan barang yang tidak laku terjual.

Dalam hal pemasaran/penjualan makanan yang di modifikasi kalian dapat menggunakan sistem konsinyasi ini, akan tetapi dalam usaha sejenis makanan, kalian harus memperhatikan masa kadaluarsa/*expire* dari produk yang kalian jual. Ketika memulai bisnis konsinyasi, sebaiknya jangan menitipkan kue/jajanan pasar terlalu banyak. Karena mengingat kue/jajanan pasar tidak dapat bertahan lama atau

cepat basi. Jadi, kalian perlu melakukan tes pasar terlebih dahulu, apakah penjualan dapat berjalan bagus atau tidak. Jika penjualan dapat berjalan bagus kalian dapat meningkatkannya secara bertahap, setelah itu kalian dapat melakukan pembuatan variasi kue/jajanan pasar setiap hari atau minggunya, agar konsumen/pembeli tidak merasa bosan dan memiliki beragam pilihan.

C. Rangkuman

1. Konsinyasi adalah sistem penjualan dengan cara titip jual dari pemilik produk sebagai supplier, kepada penjual atau pemilik toko dengan beberapa syarat dan ketentuan yang telah di sepakati bersama.
2. Sistem penjualan konsinyasi adalah salah satu sistem transaksi penjualan dimana terdapat suatu perjanjian antara kedua belah pihak yang berisi penyerahan barang (produk) dari pihak pertama (pemilik barang) kepada pihak kedua (pemilik toko) untuk menjualkan kembali kepada konsumen dengan harga dan syarat yang sudah diatur di dalam perjanjian.
3. Pihak yang menyerahkan barang/produk (pemilik barang) disebut consignor, sementara pihak yang dititipi barang disebut *consignee*. Dan untuk barang (produk) yang dititipkan disebut barang konsinyasi.

D. Penugasan Mandiri

Coba kalian amati kerajinan yang ada disekitar lingkungan kalian kemudian identifikasi kemungkinan usaha kerajinan berdasarkan pada kebutuhan dan keinginan tersebut dapat dipasarkan melalui konsinyasi.

No	Jenis Makanan	Bahan Baku	
		Kebutuhan	Keinginan

E. Latihan Soal

Kerjakan latihan soal di bawah ini secara lengkap meliputi jawaban dan pembahasan.

1. Jelaskan apa yang dimaksud dengan konsinyasi!
2. Jelaskan apa yang dimaksud dengan sistem penjualan konsinyasi!
3. Apa yang dimaksud dengan consignor!
4. Apa yang dimaksud dengan cogsisnee!
5. Apakah kerajinan berdasarkan kebutuhan dan keinginan dapat dipasarkan dengan konsinyasi? Mengapa?

Pembahasan Latihan Soal

1. Konsinyasi merupakan kegiatan menitipkan produk ke took.
2. Sistem Konsinyasi adalah sebuah sistem penjualan produk dimana produsen menitipkan barangnya kepada took/tempat penjualan dengan pembagian keuntungan yang telah disepakati.
3. *Consignee* adalah Penerima produk dalam sistem penjualan konsinyasi.
4. *Cosignor* adalah Pemilik produk dalam sistem penjualan konsinyasi.
5. Semua jenis usaha penjualan dalam bentuk produk dapat menggunakan sistem penjualan konsinyasi, karena sistem penjualan konsinyasi adalah sistem penjualan dengan pola menitipkan barang, ini mungkin tidak dapat berlaku maksimal dalam jenis usaha dalam bentuk jasa, walaupun dalam prakteknya tetap dapat dilakukan seperti mekanik yang bekerja dalam sebuah bengkel namun pengupahannya bergantung pada jumlah pekerjaan yang dia lakukan.

F. Penilaian Diri

Berilah tanda (√) pada kolom dibawah I ni!

No.	Kegiatan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Saya memahami pengertian konsinyasi		
2	Saya memeahami pengertian sistem penjualan konsinyasi		
3	Saya memahami pembelajaran ini		

KEGIATAN PEMBELAJARAN 2

Mengidentifikasi Karakteristik Pelaku Konsinyasi

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran ini diharapkan kalian dapat memahami dan mengidentifikasi karakteristik, kelebihan, kekurangan, dan kewajiban pelaku dalam konsinyasi.

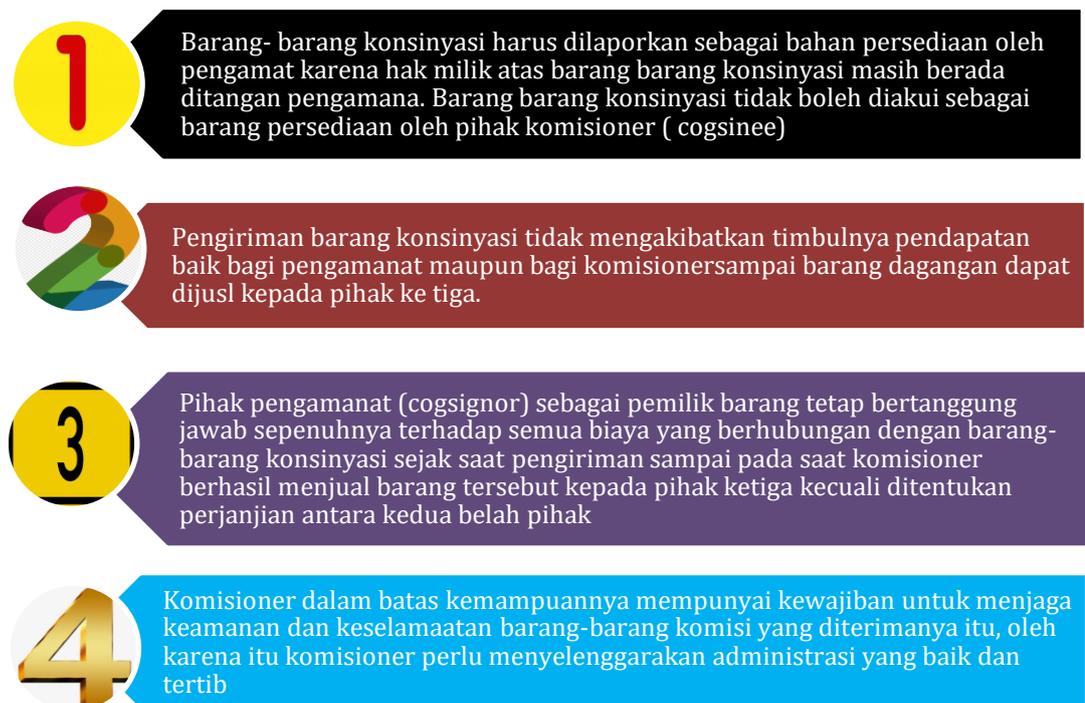
B. Uraian Materi

Karakteristik Penjualan Konsinyasi

1. Peluang Sistem Konsinyasi:
 - a. Bagi produsen (*consignor*); memberikan kesempatan pada pemilik toko untuk memasarkan produknya ke pembeli.
 - b. Bagi pemilik toko (*consignee*); pemilik toko dapat mengembalikan produk yang tidak laku terjual dan menukarnya dengan produk lainnya.
2. Resiko Sistem Konsinyasi:
 - a. Bagi produsen (*consignor*); produsen perlu memberikan imbalan, hadiah, atau komisi yang menarik kepada pemilik toko yang telah menjualkan produknya.
 - b. Bagi pemilik toko (*consignee*); tidak mendapat keuntungan atau komisi hingga barang titipan tersebut laku terjual.

Sumber : <https://www.slideshare.net/iqbalclever/perancangan-usaha>

Coba kalian perhatikan bagan dibawah ini :



Gambar 1. Bagan Konsinyasi

Kelebihan Sistem Konsinyasi

1. Keuntungan sistem konsinyasi bagi pihak pemilik barang (*Consignor*)
 - a. Menghemat biaya pelayanan dan penambahan tenaga kerja (sdm).
 - b. Sebagai pemilik barang, Kalian dapat menghemat biaya pelayanan dan biaya tenaga kerja.
 - c. Karena tidak perlu lagi merekrut pegawai baru untuk melayani konsumen dan menjualkan produk Kalian secara langsung
 - d. Lebih fokus pada penyediaan produk (proses produksi).
 - e. Melalui sistem konsinyasi, Kalian bisa lebih fokus pada penyediaan produk (proses produksi), karena Kalian sudah mempunyai bagian pemasaran dan penjualan sendiri (sudah di-*handle* oleh pihak pemilik toko).
 - f. Tentunya, Kalian juga bisa lebih leluasa untuk melakukan inovasi-inovasi terbaru agar produk Kalian lebih unggul dari tampilan dan kualitasnya.
 - g. Memperluas pasar dan menghemat biaya promosi.
 - h. Dengan adanya sistem konsinyasi, pihak pemilik barang akan merasa diuntungkan.
 - i. Pasalnya, produk Kalian dapat dipasarkan di toko yang sudah memiliki banyak pelanggan, sehingga pasaran yang dijangkau semakin luas, tergantung dari seberapa besar jaringan yang dimiliki pemilik toko tersebut. Pihak pemilik barang pun tidak perlu mengeluarkan biaya promosi, karena hal itu sudah menjadi tanggung jawab pihak pemilik toko.
2. Keuntungan Sistem Konsinyasi Bagi Pihak Pemilik Toko (*Consignee*)
 - a. Resiko kerugian relatif kecil.

Kemungkinan terburuk bagi pemilik toko adalah tidak akan mendapatkan komisi jika barang rusak atau tidak laku terjual. Namun, pihak *consignee* tidak akan mengalami kerugian atas produk yang rusak tersebut.
 - b. Stok produk bertambah.

Melalui sistem konsinyasi ini, penjual tidak akan kekurangan stok dagangan, karena produk akan terus dikirimkan oleh pihak *consignor*. Adanya penitipan-penitipan barang (produk) tersebut akan menambah jumlah barang yang dijual dalam etalase *display* tokonya.
 - c. Mendapat Keuntungan tanpa Mengeluarkan Modal.

Karena disini tugas *consignee* hanya menjual produk. Biaya produksi akan dikeluarkan oleh pihak *consignor* sebagai pihak yang memiliki barang. Sekalipun tanpa mengeluarkan modal, pihak *consignee* tetap mendapatkan komisi dari pihak *consignor*, dengan catatan produk yang ditawarkan laku dibeli konsumen. Biasanya pihak *consignee* akan menambahkan harga dari harga yang ditetapkan. Tambahan harga tersebut merupakan keuntungan yang akan diperoleh pihak *consignee*. Selain itu, pihak *consignee* juga akan mendapatkan *fee* dari pihak *consignor*.

Kekurangan Sistem Konsinyasi

1. Bagi Pemilik Produk atau Consignor
 - a. Risiko Kerugian
Adapun risiko kerugian yang dimaksud disebabkan jika salah dalam pemilihan tempat penitipan barang/penjual. Jika tempat penitipan barang/penjual yang Kalian pilih tidak menjual produk dengan baik atau produk yang ada lakunya sangat lama maka Kalian dapat mengalami kerugian. Oleh karena itu, Kalian juga harus memastikan penjual atau penyalur atau pihak *consignee* merupakan penjual yang baik dan dapat diandalkan.

- b. Promosi Tidak Sesuai
Karena pihak pemilik produk tidak melakukan penjualannya secara langsung, maka ada kemungkinan jika promosi yang dilakukan oleh penjual tidak sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini wajar jika Kalian menitipkan produk kepada toko-toko kelontong, biasanya mereka tidak akan mempromosikan produk Kalian. Untuk mengatasi hal ini, Kalian dapat menempatkan SPG di supermarket atau mall. Sementara untuk toko kelontong, dapat Kalian berikan tawaran *fee* atau bonus yang menarik.
 - c. Uang Tidak Dapat Langsung Diterima
Kelemahan terakhir dari penjualan konsinyasi bagi pemilik produk adalah pembayaran yang tidak langsung atau uang tidak dapat langsung diterima setelah produk terjual. Hal ini karena sistem pembayaran yang ada mengikuti sistem pembayaran dari penjual biasanya per minggu atau per bulan
2. Bagi Penjual atau Consignee
- Pihak Pemilik Toko (*consignee*) harus merawat dan menjaga barang yang dititipkan dengan benar dan harus rajin melakukan pemantauan stok. Karena biasanya dalam perjanjian kesepakatan, kehilangan barang merupakan tanggung jawab pihak pemilik toko dan akan ditagihkan sebagai barang yang laku terjual oleh pemilik barang (*consignor*).

Kewajiban *Consignee* Dalam Konsinyasi

- a. Melindungi keamanan dan keselamatan barang-barang yang diterima dari pihak pengamat.
- b. Mematuhi dan berusaha semaksimal mungkin untuk menjual barang-barang milik pengamat sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang diatur dalam perjanjian.
- c. Mengelola secara terpisah baik dari segi fisik maupun administratif terhadap barang-barang milik pengamat, sehingga identitas barang-barang tersebut tetap dapat diketahui setiap saat.
- d. Membuat laporan secara periodik tentang barang yang diterima, barang-barang yang berhasil dijual dan barang-barang yang masih dalam persediaan serta mengadakan penyelesaian keuangan seperti dinyatakan dalam perjanjian

Hak *Consignee* Dalam Konsinyasi

- a. Untuk mendapatkan komisi dan meminta penggantian atas beban-beban yang telah dikeluarkannya sehubungan dengan penerimaan dan penjualan barang-barang konsinyasi.
- b. Untuk dapat memberikan jaminan kepada pelanggannya atas barang-barang komisi yang terjual, dan pengamat wajib untuk menanggung beban jika ada kerusakan atau mutu yang kurang baik dari barang-barang konsinyasi yang telah diberikan jaminan oleh komisioner kepada pelanggannya.
- c. Untuk bisa menjamin pemasaran barang-barang konsinyasi, komisioner berhak memberikan syarat-syarat pembayaran kepada pelanggan seperti yang berlaku pada umumnya untuk barang-barang yang sejenis, meskipun pengamat dapat mengadakan pembatasan-pembatasan yang harus dinyatakan dalam perjanjian.

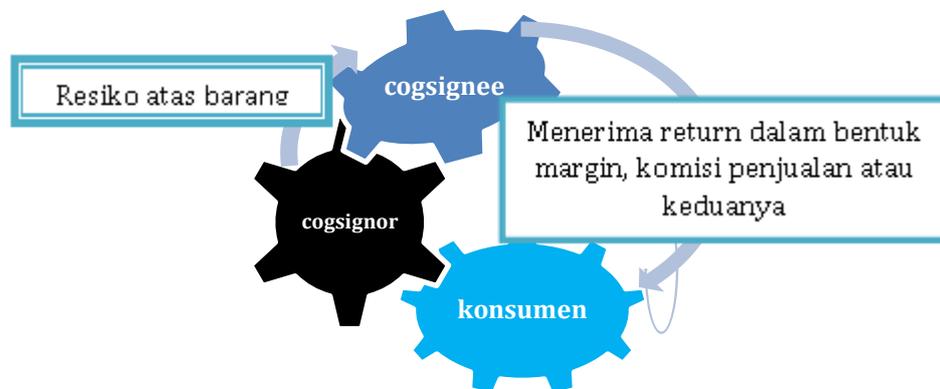
(sumber : <https://sarjanaekonomi.co.id/konsinyasi/>)

C. Rangkuman

1. Kekurangan sistem konsinyasi dibagi berdasarkan pihak:
 - a. Pemilik Produk atau *Consignor*
 - b. Penjual atau *Consignee*
2. Kelebihan sistem konsinyasi dibagi berdasarkan pihak:
 - a. Pemilik Barang (*Consignor*)
 - b. Pihak Pemilik Toko (*Consignee*)

D. Penugasan Mandiri

Untuk lebih memahami sistem konsinyasi, coba kamu amati skema penjualan konsinyasi dibawah ini dan coba jelaskan.



E. Latihan Soal

Kerjakan latihan soal di bawah ini dengan tepat dan jelas!

1. Sebutkan hak dan kewajiban *consignee* dalam konsinyasi!
2. Sebutkan keuntungan sistem konsinyasi bagi *consignee*!
3. Jelaskan peluang konsinyasi menurut pendapat kalian!
4. Jelaskan resiko menggunakan konsinyasi!
5. Sebutkan kekurangan konsinyasi!

Pembahasan Latihan Soal

1. Hak Consignee dalam sistem penjualan konsinyasi adalah sebagai berikut:
 - a. Mendapatkan komisi dan meminta penggantian atas beban-beban yang telah dikeluarkannya sehubungan dengan penerimaan dan penjualan barang-barang konsinyasi.
 - b. Dapatpatat memberikan jaminan kepada pelanggannya atas barang-barang komisi yang terjual, dan pengamat wajib untuk menanggung beban jika ada kerusakan atau mutu yang kurang baik dari barang-barang konsinyasi yang telah diberikan jaminan oleh komisioner kepada pelanggannya.
 - c. Dapat menjamin pemasaran barang-barang konsinyasi, komisioner berhak memberikan syarat-syarat pembayaran kepada pelanggan seperti ang berlaku pada umumnya untuk barang-barang yang sejenis, meskipun pengamat dapat mengadakan pembatasan-pembatasan yang harus dinyatakan dalam perjanjian.
2. Keuntungan sistem konsinyasi bagi consignee adalah sebagai berikut:
 - a. Resiko kerugian relatif kecil.
 - b. Stok produk bertambah.
 - c. Mendapat Keuntungan tanpa Mengeluarkan Modal.
3. Sistem konsinyasi harus dapat bersifat saling menguntungkan antar dua belah pihak yang terlibat.
4. Resiko Sistem Konsinyasi:
 - a. Bagi produsen (consignor); produsen perlu memberikan imbalan, hadiah, atau komisi yang menarik kepada pemilik toko yang telah menjualkan produknya.
 - b. Bagi pemilik toko (consignee); tidak mendapat keuntungan atau komisi hingga barang titipan tersebut laku terjual.
5. Bagi Pemilik Produk atau Consignor adalah Risiko Kerugian, Promosi Tidak Sesuai, Uang Tidak Dapat Langsung Diterima.

F. Penilaian Diri

Berilah tanda (√) pada kolom dibawah ini!

No.	Kegiatan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Saya sudah memahami hak dan kewajiban cinsidgnee		
2	Saya mampu mengidentifikasi kekurangan dan kelebihan dari system konsinyasi		
3	Saya mampu memahami peluang dan resiko menggunakan konsinyasi		
4	Saya memahami karakteristik konsinyasi		
5	Saya mampu menentukan jenis jenis usaha yang dapat menggunakan system konsinyasi		

KEGIATAN PEMBELAJARAN 3

Komponen Pemasaran dan Perancangan Pemasaran Produk Usaha dengan Sistem Konsinyasi

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran ini diharapkan kalian dapat memahami komponen pemasaran dan merancang pemasaran produk usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani dengan sistem konsinyasi.

B. Uraian Materi

Komponen pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan *managerial* yang didalamnya terdapat individu dan kelompok dimana mereka mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Transaksi adalah perdagangan nilai-nilai antara kedua belah pihak atau lebih. Sebuah transaksi melibatkan beberapa aspek sekurang-kurangnya dua benda yang bernilai, prasyarat disetujui waktu persetujuan dan tempat persetujuan. Agar pertukaran dapat berhasil pemasar menganalisa apa yang diharapkan akan didapat dan diberikan oleh masing masing pihak dari suatu transaksi suatu pertukaran sederhana dapat dipetakan dengan menggambarkan dua pelaku dan keinginan serta penawaran yang ada disekitar mereka proses untuk mendapatkan syarat yang disepakati bersama dinamakan negosiasi, negosiasi mengarah pada persyaratan persayratan yang disepakati bersama atau sebuah keputusan untuk tidak melakukan transaksi.

Pemasaran adalah seseorang yang mencari satu atau lebih calon pembeli yang akan terlibat dalam pertukaran nilai (*value*). Calon pembeli adalah seseorang yang diidentifikasi oleh pemasar sebagai orang yang mungkin bersedia dan mampu terlibat dalam pertukaran

Sebelum kita membahas lebih jauh mengenai pemasaran produk makanan modifikasi dari nabati dan hewani dengan sistem konsinyasi. Mari kita pahami terlebih dahulu komponen pemasaran dalam bentuk unsur-unsur pemasaran yang tergabung dalam bauran pemasaran. Hal yang kita lakukan adalah menentukan strategi pemasaran terlebih dahulu, strategi tersebut biasa dikenal dengan unsur pemasaran atau *Marketing mix*. Bauran pemasaran adalah strategi yang memadukan kegiatan-kegiatan pemasaran dalam satu waktu untuk meningkatkan penjualan produk.

Perhatikan skema bauran pemasaran dibawah ini !



Gambar 2. Bauran Pemasaran
(Sumber: <https://www.freepng.fr/png-066oz9/>)

1. Produk
Produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dan kemudian dibeli lalu dapat dipergunakan atau dikonsumsi, yang mana produk ini dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.
2. Harga
Harga adalah nilai uang yang ditukarkan oleh konsumen untuk mempunyai atau menggunakan produk dan mendapatkan manfaat dari produk itu sendiri.
3. Tempat (*Place*)
Tempat usaha merupakan lokasi dimana kita akan melakukan proses jual beli. Bagi usaha konvensional aspek ini memang sangat penting. Kalian harus memperhatikan apakah lokasi tersebut cukup strategis dan mudah dikunjungi konsumen.
4. Promosi
Promosi merupakan suatu komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada pasar sasaran akan adanya produk dengan cara membujuk, mempengaruhi, dan meyakinkan target pembeli.

Disajikan contoh 4 P kerajinan berdasarkan kebutuhan dan keinginan pada Tabel berikut :

Tabel 1. Bauran Pemasaran modifikasi makanan kentang menjadi keripik

Produk	Produk keripik kentang memiliki berbagai varian rasa dan keberadaan produk makanan ringan kemasan tersebut di sesuaikan dengan segmentasi masyarakat luas bahkan hanya disukai oleh anak-anak, remaja, maupun dewasa. Macam-macam varian rasa Chitato yaitu keripik kentang ayam barbeque, rasa sapi bumbu bakar, rasa keju, rasa sapi panggang, rasa ayam bumbu dan rasa original.
Harga (price)	Harga produknya yang terjangkau dan kualitas terbaik menjadikan produk keripik kentang menjadi favorit masyarakat terkadang dijumpai juga produk keripik kentang dengan diskon yang lumayan menguntungkan bagi konsumen jHal ini tentu saja menarik daya beli konsumen pada produknya. Chitato dengan berat 35g harga yang biasa dipasarkan Rp.4500 – Rp.5500, sedangkan dengan berat 168g seharga Rp.18.000-Rp.19.000.
Tempat (Place)	Lokasi atau tempat yang dimasuki menentukan keberhasilan target pasar dari produk kami. Produk keripik kentang sering dipasarkan di supermarket, minimarket, toko, kantin sekolah, klontongan, maupun di warung.
Promosi	Promosi produk keripik menggunakan berbagai media, baik itu menggunakan media cetak maupun media elektronik seperti brosur, iklan maupun mobil-mobil yang sudah di cat gambar produk tersebut. dan tak jarang juga produk keripik kentang sering menjadi sponsor pada berbagai event yang di adakan di sekolah ataupun kampus.

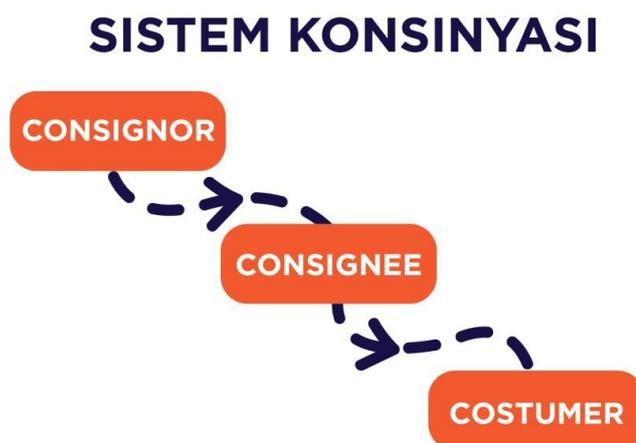
Merancang Pemasaran Dengan Sistem Konsinyasi

Sebelum memulai wirausaha konsinyasi, ada baiknya merancang pemasaran agar wirausaha yang akan dijalani sukses. Berikut beberapa rancangan yang dapat dijadikan referensi bagi wirausahawan konsinyasi, antara lain:

1. Menerapkan promo dan mekanisme kerjasama yang menarik.
2. Melakukan riset untuk memilih toko penyalur yang tepat.
3. Perbanyak jumlah toko penyalur yang akan diajak kerjasama,
4. Manfaatkan momen yang tepat untuk menjual produk,
5. Pastikan produk yang dijual memenuhi selera pasar yang dituju.
6. Memperhitungkan dengan matang dan ambil peluang yang ada.
7. Lakukan pembagian dan pemetaan area distribusi bisnis konsinyasi Kalian.
8. Lakukan Monitoring.
9. Pastikan toko penyalur kredibel.
10. Usahakan produk yang dijual berbeda dan unik.
11. Perencanaan Keuangan.
12. Punya Business Plan (Perencanaan Bisnis).

Jika Kalian sudah merancang pemasaran konsinya maka setelah itu harus memahami alur sitem konsinyasi, yang disajikan di bawah ini :

Alur Konsinyasi



Gambar 3. Alur Sistem Konsinyasi (Sumber : <https://invent.id/blog/berbisnis-produk-branded-dengan-marketplace-yang-tepat/>)

Sistem konsinyasi bukan satu-satunya cara dalam pemasaran atau penjualan produk, agar kalian dapat membedakan beberapa sistem pemasaran maka perhatikan Tabel dibawah ini:

Tabel 2. Tabel sistem pemasaran *Resseller* dan *Dropshiper*

Indikator	Sistem pemasaran / penjualan	
	Reseller	Dropshipper
Pengertian	Orang yang membeli produk dari seorang distributor/ <i>supplier</i> dengan harga yang lebih murah dari pasaran untuk dijual kembali dengan harapan mendapatkan sejumlah keuntungan dari penjualan produk tersebut.	Teknik pemasaran dimana penjual tidak mempunyai/menyimpan stok barang, dan jika penjual mendapatkan order maka penjual akan meneruskan orderan tersebut ke distributor/ <i>supplier</i> . Selanjutnya <i>supplier</i> akan mengirim barang tersebut dengan menggunakan nama penjual. Dengan cara ini maka penjual seolah-olah memiliki toko pribadi dengan stok barang yang lengkap
Kelemahan	<ul style="list-style-type: none"> • Harus memiliki modal yang cukup untuk memiliki stock barang. • Memiliki resiko jika produk tidak laku / tidak terjual • Masih direpotkan dengan proses packaging dan pengiriman • Menanggung kerugian jika ada barang yang tidak laku atau stock 	<ul style="list-style-type: none"> • Kalian tidak bisa mengetahui secara langsung stok produk apa saja yang <i>ready</i>. Maka dari itu cari <i>supplier</i> yang bisa menyediakan tabel stok secara <i>online</i> dan <i>update</i> terus. • Tidak punya kendali penuh terhadap stok. • Kalian tidak bisa mengetahui jenis bahan produk tersebut seperti apa,

	yang ketinggalan jaman.	<p>kondisi sebenarnya seperti apa, apakah cacat atau tidak. Tidak jarang pula calon pembeli yang ingin difotokan langsung dulu produknya. Karena mereka sadar bahwa foto yang di <i>showcase</i> itu foto yang sudah di-<i>edit</i> kualitas fotonya.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apabila <i>supplier</i> melakukan kesalahan, reputasi <i>dropshiper</i>-lah yang akan hancur. Kesalahan <i>supplier</i> yang sering terjadi adalah salah ukuran, salah jenis barang, salah alamat, dan kesalahan-kesalahan yang lain. Jika kesalahan ini terjadi yang menanggung dana kerugian adalah pihak <i>suppliernya</i> sendiri. • Kalian harus siap untuk menerima komplain/ komentar pelanggan karena barang yang mereka pesan tidak sesuai dengan gambar. • Diskon yang didapat biasanya tidak terlalu besar bila dibanding dengan reseller yang men-<i>stock</i> barang sendiri.
Kelebihan	<ul style="list-style-type: none"> • Bebas menentukan harga jual sendiri. • Mudah dalam menawarkan barang secara langsung karena bisa memperlihatkan produknya. Sebab tak jarang banyak konsumen yang bertanya-tanya mengenai produk terbuat dari bahan apa dan bagaimana kualitas dari produk tersebut. • Bebas menjual secara langsung maupun melalui website toko <i>online</i>. • Bisa mengelola stok dan mengecek ketersediaan barang yang dijualnya. • Memiliki <i>product knowledge</i> yang baik, karena memiliki produk fisiknya. • Minim kesalahan dan resiko kerugiannya bisa di kelola sendiri. • Dengan menjadi <i>reseller</i> Kalian bisa belajar bagaimana cara <i>manage</i> keuangan yang baik dan sangat diperlukan untuk para pebisnis <i>online</i> jika ingin berkembang pesat dengan syarat tekun dan ulet saat menjalani bisnis tersebut. 	<ul style="list-style-type: none"> • Minim modal untuk memulai usaha karena tidak memerlukan <i>stock</i> barang. • Tidak perlu memikirkan tentang produksi produk beserta <i>quality control</i>. Jadi Kalian hanya fokus memasarkan saja. • Tidak perlu repot mengurus packing dan proses pengirimannya. Ia hanya bertugas mencari pelanggan dan menghubungi pihak pemasok, sehingga pekerjaannya lebih sederhana. • Tidak perlu takut rugi jika ada barang yang tidak laku. • Bisa ganti-ganti <i>supplier</i> atau lebih dari 1 <i>supplier</i> bila dirasa <i>supplier</i> tersebut tidak cocok.

Sumber https://digitalentrepreneur.id/perbedaan-dropship-dengan-reseller/?bot_test=1

Nah, setelah melihat tabel sistem pemasaran/penjualan lain, kalian bisa memilih sistem pemasaran yang mudah dan kalian pahami.

C. Rangkuman

1. Bauran pemasaran meliputi harga, tempat, promosi, produk.
2. Pemasaran adalah seseorang yang mencari satu atau lebih calon pembeli yang akan terlibat dalam pertukaran nilai (*value*).
3. Calon pembeli adalah seseorang yang diidentifikasi oleh pemasar sebagai orang yang mungkin bersedia dan mampu terlibat dalam pertukaran.

D. Penugasan Mandiri

Sekarang cobalah kalian amati keadaan sekeliling kalian, kemudian tentukan satu jenis produk yang akan kalian pasarkan dengan membuat bauran pemasaran terlebih dahulu, lalu hitung konsinyasi dari produk tersebut menggunakan format tabel bauran pemasaran dibawah ini.

Tabel bauran pemasaran

Nama produk : _____

Bahan baku : _____

Bauran Pemasaran	Uraian/Keterangan
<i>Product</i>	
<i>Price</i>	
<i>Place</i>	
<i>Promotion</i>	

E. Latihan Soal

Silahkan kalian isi pertanyaan dibawah ini menurut pendapat dan referensi yang kalian ketahui!

1. Modifikasi makanan berbahan nabati dan hewani merupakan produk yang bisa dikatakan sebagai bahan makan kebutuhan, oleh sebab itu produk in harus berkualitas serta bergizi laku mengapa produk itu menjadi bagian dari aspek bauran pemasaran, jelaskan pendapatmu!
2. Promosi suatu produk pada zaman sekarang dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi yang sangat canggih, jika seorang pedagang ingin mempromosikan produknya dan dia tidak bisa menggunakan aplikasi tersebut, lalu bagaimanakah cara dia menjual produknya, jelaskan pendapatmu!
3. Basri ingin menjual makannnya di warung-warung terdekat, Basri ingin menggunakan system penjualan konsinyasi, lalu apakah konsinyasi ini adalah cara pemasaran yang baik?! Jelaskan menurut pendapat kalian!
4. Apa yang dimaksud strategi harga dalam bauran pemasaran? Jelaskan!
5. Memodifikasi makanan adalah salah satu cara agar konsumen tertarik dengan produk kita, bagaimanakah cara agar konsumen tersebut bisa menjadi pelanggan di tokomu, jelaskan!

Kunci Jawaban

1. Produk merupakan benda yang menjadi objek untuk di jual dengan nilai guna yang baik maka produk ini sangat penting.
2. Cara yang dapat dilakukan adalah menggunakan system konsinyasi yaitu dengan menitipkan produk di toko orang lain dengan syarat ada kesepakatan yang dibuat bersama antara consignor dan consignee.
3. Konsinyasi adalah cara pemasaran yang tidak saling merugikan dikarenakan system konsinyasi, jika produk tidak laku maka produk akan dikembalikan.
4. Harga adalah ukuran nominal yang akan dilontarkan kepada konsumen, oleh sebab itu harga harus benar dihitung disesuaikan dengan biaya produksi yang dikeluarkan.
5. Memodifikasi makanan merupakan cara yang baik untuk menarik pelanggan akan tetapi selain itu produsen harus mampu bersaing harga, bersaing dalam hal promosi dan melihat tempat yang strategis sehingga konsumen dapat menjadi pelanggan karena nyaman, pemasaran dengan cara konsinyasi pun jika terjalin hubungan yang baik maka consignor dan consignee akan berjalan sesuai kesepakatan dan menjadi pelanggan atau bekerjasama dalam berwirausaha.

F. Penilaian Diri

Berilah tanda (√) pada kolom dibawah ini!

No.	Indikator	Ya	Tidak
1.	Saya memahami pengertian bauran pemasaran untuk kerajinan berdasarkan pada kebutuhan dan keinginan		
2	Saya dapat membedakan strategi pemasaran untuk kerajinan berdasarkan pada kebutuhan dan keinginan		
3	Saya mampu memasarkan produk dengan sistem konsinyasi		

EVALUASI

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang kalian anggap benar!

1. Salah satu strategi yang bisa ditempuh perusahaan jika ingin memiliki posisi yang kuat pada satu segmen saja adalah strategi....
 - a. Bauran Pemasaran.
 - b. Konsentrasi segmen ganda.
 - c. Konsentrasi segmen tunggal.
 - d. Memasuki pasar.
 - e. Tukar Guling
2. Pada perjanjian konsinyansi, apa keuntungan yang akan diperoleh pihak *consignee*?
 - a. Barang akan cepat dikenal oleh konsumen.
 - b. Harga jual dan syarat penjualan dapat dikendalikan.
 - c. Daerah pemasaran akan menjadi semakin luas.
 - d. Jaminan akan kembalinya barang tetap terjamin
 - e. Menghemat kebutuhan modal kerja dan menghemat biaya karena sebagian biaya ditanggung *consignor*.
3. Suatu bentuk perjanjian dimana salah satu pihak yang memiliki barang menyerahkan sejumlah barang kepada pihak lain untuk dijual dengan memberikan komisi tertentu disebut....
 - a. Kosinyasi
 - b. Lease Purchase
 - c. Komisi
 - d. Sales Contract
 - e. Salesman
4. Pihak yang menyerahkan barang dalam kosinyasi disebut...
 - a. Cosignee
 - b. Commision Merchan
 - c. Faktor
 - d. Consignor
 - e. Conduktor
5. Yang **bukan** merupakan karakteristik konsinyasi adalah...
 - a. Barang-barang konsinyasi harus dilaporkan sebagai persediaan oleh pengamat.
 - b. Pengiriman barang konsinyasi tidak mengakibatkan timbulnya pendapatan dan tidak boleh dipakai sebagai kriteria untuk mengakui pendapatan.
 - c. Pihak pengamat sebagai pemilik, tetap bertanggung jawab terhadap semua biaya yang berhubungan dengan barang konsinyasi.
 - d. Barang-barang konsinyasi boleh diperhitungkan sebagai persediaan oleh komisioner.
 - e. Komisioner dalam batas kemampuannya mempunyai kewajiban untuk menjaga keamanan keselamatan barang konsinyasi yang diterimanya.
6. Memilih sasaran pelanggan, mengidentifikasi kebutuhan dan keinginannya, serta menetapkan bauran pemasaran yang sesuai merupakan contoh implementasi fungsi perencanaan manajemen dari
 - a. Penjualan
 - b. Strategi
 - c. Tujuan
 - d. Sasaran
 - e. Pemasaran

7. Perhatikan pernyataan dibawah ini.
1. Menjual barang pengamanat sesuai harga yang ditentukan oleh pihak pengamanat.
 2. Laba dari penjualan konsinyasi tidak terpisah dari laba penjualan regular.
 3. Melindungi barang pengamanat
 4. Laba dari penjualan konsinyasi dicatat terpisah dari laba penjualan regular.
- Yang **bukan** merupakan hak dan kewajiban komisioner adalah....
- a. 1 dan 2
 - b. 1 dan 3
 - c. 1 dan 4
 - d. 2 dan 3
 - e. 2 dan 4
8. Dibawah ini merupakan keuntungan yang akan diperoleh *consignor* pada perjanjian konsinyasi, **kecuali**....
- a. Barang akan cepat dikenal oleh konsumen.
 - b. Harga jual dan syarat penjualan dapat dikendalikan.
 - c. Daerah pemasaran akan menjadi semakin luas.
 - d. Jaminan akan kembalinya barang tetap terjamin.
 - e. Menghemat kebutuhan modal kerja
9. Penyerahan barang dari pihak pemilik kepada pihak lain yang bertindak sebagai agen penjual, disertai amanat untuk dijual dengan upah berupa komisi. Sebutan yang sering muncul dalam penjualan konsinyasi merupakan ...
- a. Pengamanat
 - b. Consignee
 - c. Cogsignor
 - d. Konsinyasi
 - e. Sistem penjualan konsinyasi
10. Banu memiliki usaha kerajinan topi anyaman yang akan menitipkan produknya ke toko-toko yang berada dekat dengan tempat wisata, Banu melakukan penjualan dengan sistem konsinyasi, maka toko yang dititipkan produk oleh Banu dapat dikatakan sebagai ...
- a. Consignee
 - b. Consignor
 - c. Pemasok
 - d. Distributor
 - e. Konsumen

KUNCI JAWABAN

1. C. Konsentrasi segmen tunggal.
2. D. Jaminan akan kembalinya barang tetap terjamin
3. A. Konsinyasi
4. D. Consignor
5. B. Pengiriman barang konsinyasi tidak mengakibatkan timbulnya pendapatan dan tidak boleh dipakai sebagai kriteria untuk mengakui pendapatan.
6. E. Pemasaran
7. E. 2 dan 4
8. E. Menghemat kebutuhan modal kerja
9. D. Konsinyasi
10. A. Consignee

DAFTAR PUSTAKA

Wirausaha Produk Kerajinan Untuk Pasar Lokal Sumber Buku Prakarya dan Kewirausahaan, Kemendikbud Edisi Revisi 2018..

Dari internet

- <https://www.cookmeindonesian.com/nasi-goreng-indonesian-fried-rice/>
- <https://brilicious.brilio.net/>
- <https://bisnisukm.com/manisnya-peluang-bisnis-manisan-kering.html>
- <https://www.maxmanroe.com/vid/manajemen/pengertian-administrasi.html>
- <http://shiftindonesia.com/perbedaan-antara-pemasaran-produk-dan-pemasaran-layanan-jasa-yang-penting-untuk-diingat/>
- *Jurnsl entrepreneur, jurnal.id.blog*

Gambar 1. riset pasar, researchGate, <https://www.researchgate.net/figure/G>

Gambar 2. Analisis produk makanan, <http://soalujian-45.blogspot.com/>

*Tabel 1. modifikasi makanan khas daerah,
<https://www.mikirbae.com/2016/04/modifikasi-pangan-khas-daerah.html>*



Modul Pembelajaran SMA

Prakarya dan Kewirausahaan



KELAS
XII

DAFTAR ISI

PENYUSUN.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
GLOSARIUM	iv
PETA KONSEP	v
PENDAHULUAN	1
A. Identitas Modul.....	1
B. Kompetensi Dasar.....	1
C. Deskripsi Singkat Materi.....	1
D. Petunjuk Penggunaan Modul	2
E. Materi Pembelajaran	2
KEGIATAN PEMBELAJARAN 1	8
A. Tujuan Pembelajaran	8
B. Uraian Materi.....	8
C. Rangkuman.....	9
D. Latihan Soal.....	10
E. Penilaian Diri	10
KEGIATAN PEMBELAJARAN 2	11
A. Tujuan Pembelajaran	11
B. Uraian Materi	11
C. Rangkuman.....	15
D. Latihan Soal.....	15
E. Penilaian Diri	16
KEGIATAN PEMBELAJARAN 3	18
A. Tujuan Pembelajaran	18
B. Uraian Materi.....	18
C. Rangkuman.....	20
D. Latihan Soal.....	20
E. Penilaian Diri	20
KEGIATAN PEMBELAJARAN 4	22
A. Tujuan Pembelajaran	22
B. Uraian Materi.....	22
C. Rangkuman	
D. Penugasan.....	23
E. Rangkuman.....	23
EVALUASI.....	24
KUNCI JAWABAN DAN PEMBAHASAN EVALUASI	26
DAFTAR PUSTAKA	vi

GLOSARIUM

Bagan	:	Gambar rancangan, skema; diagram yang memperlihatkan informasi sebagai serangkaian garis atau blok.
Makanan Fungsional	:	Makanan yang dapat memberikan manfaat
Pengolaha	:	Kegiatan merubah bahan mentah menjadi produk
Riset	:	Pengamatan atau penelitian
strenght	:	Kekuatan produk
weeknws	:	Kelemahan produk
Opportunity	:	Peluang suatu produk
Threat	:	Hambatan yang mempengaruhi suatu produk
modifikasi	:	Cara merubang produk dari yang kurang menarik menjadi lebih menarik
Varian	:	Beraneka ragam atau banyak jenis dari produk
Analisis	:	Proses pemecahan suatu masalah
Perencanaan	:	Proses
Wirausaha	:	Aktivitas dalam mengelola produk
Kreatif	:	Menciptakan sesuatu yang berbeda
Inovatif	:	Memulai sesuatu yang baru
Ide	:	Gagasan
Peluang	:	Kesempatan

PETA KONSEP



PENDAHULUAN

A. Identitas Modul

Mata Pelajaran	: Prakarya dan Kewirausahaan
Kelas / Semester	: XII
Alokasi Waktu	: 8 Jam Pelajaran (4 x pertemuan)
Judul Modul	: Perencanaan Usaha Pengolahan Makanan Fungsional.

B. Kompetensi Dasar

- 3.6 Memahami perencanaan usaha pengolahan makanan fungsional meliputi ide dan peluang usaha, sumber daya, administrasi, dan pemasaran.
- 4.6 Menyusun perencanaan usaha pengolahan makanan fungsional meliputi ide dan peluang usaha, sumber daya, administrasi, dan pemasaran.

C. Deskripsi Singkat Materi

Pada tahun 2020 kalian pasti mengetahui bahwa hampir seluruh negara sedang dilanda wabah virus Covid-19, wabah ini menyerang daya tahan tubuh manusia. Untuk meningkatkan daya tahan tubuh maka kita harus menjaga stamina dengan makana atau minuman yang sehat dan higienis. Nah, Indonesia merupakan negara yang sangat luas dengan memiliki 34 provinsi yang terdiri dari beberapa wilayah didalamnya, setiap wilayah memiliki keanekaragaman sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan menjadi makanan fungsional yang menjadi ciri khas dari daerah tersebut.

Makanan khas tradisional dari daerah-daerah tersebut memiliki potensi yang tinggi untuk dijadikan sebagai usaha karena dapat dikembangkan menjadi olahan dalam bentuk kesehatan yang sangat menarik dengan ciri khas rasa yang beraneka ragam. Bahan rempah-rempah dijadikan sebagai sumber pendapatan bagi sebagian warga. **Selamat mempelajari dengan semangat!**

D. Petunjuk Penggunaan Modul

Supaya belajar kalian dapat bermakna maka yang perlu kalian lakukan adalah:

1. Pastikan kalian mengerti target kompetensi yang akan dicapai
2. Mulailah dengan membaca materi
3. Mencari referensi dari lingkungan disekitar
4. Jika belum memahami maka cobalah baca kembali materinya dan bertanya kepada guru,
5. Kerjakan soal latihannya
6. Jika sudah lengkap mengerjakan soal latihan, cobalah buka kunci jawaban yang ada pada bagian akhir dari modul ini.
7. usahakan jangan mengerjakan ulang soal yang salah sebelum kalian membaca ulang materinya
8. Jika skor kalian sudah minimal tujuh puluh, kalian bisa melanjutkan pembelajaran berikutnya.

E. MATERI PEMBELAJARAN

Materi yang tercakup didalam modul antara lain:

1. Ide dan peluang meliputi riset pasar dan analisis SWOT
2. Sumber daya
3. Administrasi
4. Pemasaran
5. Menyusun Perencanaan usaha

seorang pengusaha yang tidak bisa membuat perencanaan sebenarnya merencanakan kegagalan (David H. Bangs, Jr)

SELAMAT BELAJAR

KEGIATAN PEMBELAJARAN 1

PERENCANAAN USAHA PENGOLAHAN MAKANAN FUNGSIONAL

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran ini diharapkan Kalian dapat memahami pengertian:

1. Perencanaan usaha
2. Pengolahan makanan fungsional

B. Uraian Materi

1. Pengertian Perencanaan Usaha

Perencanaan usaha adalah merupakan suatu fungsi manajemen yang berhubungan dengan pemilihan visi, misi dan tujuan, strategi, kebijakan, prosedur, aturan, program dan anggaran.

Pengolahan makanan adalah kumpulan teknik yang digunakan untuk mengubah bahan mentah menjadi produk makanan jadi.

Makanan fungsional adalah makanan yang mengandung nutrisi atau zat tertentu yang sudah ada dimakanan tersebut. Makanan fungsional memberikan nilai tambah dan kelebihan yaitu memiliki nilai gizi dan berpengaruh positif bagi kesehatan tubuh.

Makanan fungsional terbagi dalam dua jenis, yaitu:

- a. Konvensional adalah makanan dan minuman yang memiliki nutrisi alami. Itu artinya, segala macam vitamin, zat mineral, antioksidan, dan lemak baik yang dikandungnya langsung diberikan oleh alam, tanpa ada campur tangan manusia.

Contoh makanannya adalah:

- Sayuran: bayam, kangkung, kembang kol, brokoli
- Kacang-kacangan: almond, mete, pistachio
- Legum: buncis, kacang hitam, lentil
- Biji-bijian utuh: gandum, soba, beras merah
- Makanan laut: sarden, salmon, mackerel, cod
- Makanan fermentasi: tempe, kombucha, kimchi, kefir
- Rempah: kunyit, kayu manis, jahe, cabai rawit
- Minuman: kopi, teh hijau, teh hitam

- b. Termodifikasi. Adalah makanan yang telah diperkaya dengan bahan tambahan, seperti vitamin, zat mineral, probiotik, atau serat, untuk meningkatkan manfaat kesehatan makanan tersebut.

Contoh makanannya adalah:

- Susu
- Yogurt
- Jus buah dalam kemasan
- Susu almond
- Santan
- Roti
- Pasta
- Sereal
- Granola

Berdasarkan sumbernya, makanan fungsional digolongkan menjadi dua, yaitu makanan fungsional nabati dan makanan fungsional hewani.

- Makanan fungsional nabati merupakan makanan fungsional yang bersumber dari bahan tumbuhan. Contohnya kedelai, beras merah, tomat, bawang putih, brokoli, jeruk, anggur, dan teh.
- Makanan fungsional hewani merupakan makanan fungsional yang bersumber dari bahan hewan. Contohnya ikan, daging sapi, serta susu dan produk-produk olahannya.

Sumber : <https://www.gurupendidikan.co.id/pangan-fungsional/>

Berikut beberapa manfaat makanan fungsional ini:

- Mencegah terjadinya kekurangan nutrisi
- Mencegah penyakit
- Mendukung tumbuh kembang anak
- Regulasi kondisi ritme fisik tubuh,
- Memperlambat proses penuaan, dan
- Menyehatkan kembali (*recovery*).

Sumber: <https://medium.com/@sehatq123/jenis-jenis-makanan-fungsional-yang-baik-untuk-kesehatan-2b785d7e83c7>

Kriteria yang harus dipenuhi agar menjadi pangan fungsional antara lain:

- Sensory* (warna dan penampilannya yang menarik dan cita rasanya yang enak).
- Nutritional* (bernilai gizi tinggi).
- Physiological* (memberikan pengaruh fisiologis yang menguntungkan bagi tubuh).

Setelah mengetahui fungsi, sumber makanan, kriteria dan jenis makanan fungsional maka muncullah ide dan peluang Untuk merintis suatu usaha apapun bentuknya dan tentunya harus melihat bagaimana prospek usaha yang dilakukan.

Perhatikan tabel dibawah ini!

Berikut ini disajikan beberapa contoh makanan fungsional.

No.	Nama Makanan	Jenis Makanan/ Minuman	Khasiat/ fungsional untuk Tubuh
1.	Kacang	Makanan	Sebagai sumber protein yang baik bagi fungsi otak
2.	Sayuran	Makanan	Sebagai sumber vitamin dan mineral yang baik untuk pencernaan
3.	Teh	Minuman	Sebagai sumber anti oksidan yang baik untuk kulit
4.	Wortel	Makanan	Sebagai sumber betakaroten yang baik untuk fungsi mata
5.	Buah-buahan	Makanan	Sumber vitamin dan serat yang baik untuk pencernaan dan kulit

Table 1. modifikasi makanan khas daerah

<https://www.mikirbae.com/2016/04/modifikasi-pangan-khas-daerah.html>

C. Rangkuman

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa:

- Makanan dan minuman pada dasarnya dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan gizi bagi konsumennya, tetapi sejak zaman nenek moyang kita dulu yang diyakini mempunyai dampak kesehatan bagi tubuh yang disebut sebagai makanan tradisional. Sejalan dengan perkembangan ilmu dan teknologi makanan, makanan atau minuman yang mempunyai dampak kesehatan ini disebut dengan makanan fungsional.

2. Makanan fungsional memiliki kandungan nutrisi yang baik atau positif bagi tubuh.
3. Makanan fungsional jenis menjadi dua yaitu makanan konvensional tradisional dan makanan konvensional modern.
4. Suatu pangan bisa disebut sebagai pangan fungsional jika memiliki kriteria dapat meningkatkan fungsi diet dan kesehatan, Nilai positif gizi dan aman.
5. Makanan fungsional ini sering disebut juga dengan makanan yang mempunyai fungsi kesehatan, khususnya untuk pencegahan (*prevention*) penyakit.

D. Latihan Soal

Kerjakan latihan soal ini dengan memberikan jawaban yang paling tepat.

1. Jelaskan pengertian makanan fungsional!
2. Sebutkan jenis makanan fungsional berdasarkan sumbernya!
3. Jelaskan perbedaan makan fungsional tradisional dan modern!
4. Sebutkan kriteria makanan fungsional yang baik!
5. Sebutkan manfaat makanan fungsional!

Kunci Jawaban Latihan Soal Kegiatan Pembelajaran 1

1. Makanan fungsional adalah makanan yang mengandung nutrisi atau zat tertentu yang sudah ada dimakanan tersebut. Makanan fungsional memberikan nilai tambah dan kelebihan yaitu memiliki nilai gizi dan berpengaruh positif bagi kesehatan tubuh.
2. Berdasarkan sumbernya, makanan fungsional digolongkan menjadi dua, yaitu makanan fungsional nabati dan makanan fungsional hewani.
3. Perbedaan makanan tradisional dengan makanan modern:

Tradisional	Modern
<ul style="list-style-type: none"> - Dimasak dengan peralatan sederhana - Bahan bakunya mudah didapat dan tradisional 	<ul style="list-style-type: none"> - Dimasak dengan modifikasi yang signifikan, alat pun sudah serba otomatis - Bahan bakunya terkadang perlu diimpor

4. Kriteria makanan fungsional yang baik:
 - a. *Sensory* (warna dan penampilannya yang menarik dan cita rasanya yang enak).
 - b. *Nutritional* (bernilai gizi tinggi).
 - c. *Physiological* (memberikan pengaruh fisiologis yang menguntungkan bagi tubuh).
5. Manfaat makanan fungsional
 - Mencegah terjadinya kekurangan nutrisi,
 - Mencegah penyakit,
 - Mendukung tumbuh kembang anak,
 - Regulasi kondisi ritme fisik tubuh,
 - Memperlambat proses penuaan, dan
 - Menyehatkan kembali (*recovery*).

E. Penilaian Diri

Berilah tanda (√) pada kolom dibawah ini!

No.	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Saya mampu mempelajari kegiatan pembelajaran I dengan baik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Saya mampu menjelaskan definisi makanan fungsional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Saya mampu menjelaskan jenis makanan fungsional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Saya dapat memberikan beberapa contoh makanan fungsional bagi setiap jenisnya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Saya mampu menjelaskan manfaat makanan fungsional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

KEGIATAN PEMBELAJARAN 2

IDE DAN PELUANG USAHA

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran ini diharapkan kalian dapat:

1. Menjelaskan langkah-langkah riset pasar
2. Memahami skema wirausaha makanan fungsional
3. Menganalisis analisis SWOT
4. Menemukan ide dan peluang dari makanan fungsional

B. Uraian Materi

1. Ide dan Peluang

Untuk menggali ide dan peluang wirausaha makanan fungsional maka kita akan mengenal mengenai:

a. Riset Pasar

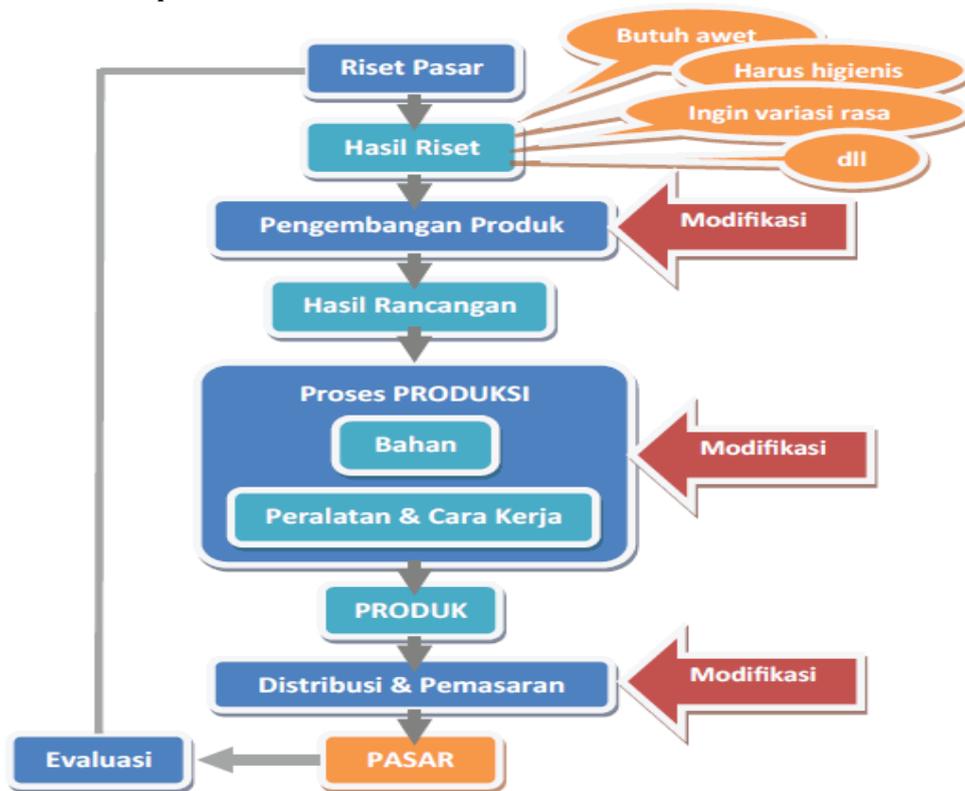
Riset ini dimaksudkan untuk membantu dalam langkah-langkah perencanaan usaha yang akan kalian lakukan dalam merencanakan usaha memodifikasi pangan khas di sekitar.

Kalian perhatikan bagan riset pasar di bawah ini!



Bagan 1. Langkah-langkah riset.

Coba kalian perhatikan skema berikut!



Bagan 2. 1. Perencanaan usaha , researchGate
<https://www.researchgate.net/figure/G>

Menurut *American Marketing Association*, riset pemasaran merupakan fungsi yang dapat menghubungkan antara konsumen dan publik dengan pemasar melalui adanya informasi dalam mengidentifikasi peluang maupun masalah pemasaran. Dari sini akan dilakukan penyempurnaan hingga evaluasi upaya pemasaran agar kinerja pemasaran bisa dipantau serta aneka masalah yang muncul.

Riset pasar atau riset pemasaran dilakukan untuk mengetahui:

1. Desain produk, kemasan dll
2. Pengumpulan data
3. Analisis
4. Pelaporan yang sistematis atas data dan segala penemuan yang relevan dengan situasi pemasaran

Disajikan contoh riset pasar yang dikembangkan dalam skema langkah-langkah perencanaan usaha:

No	Proses dan Produk	Tanda sudah dilaksanakan	Ide hasil diskusi
1.	Riset Pasar	√	Permen jahe berbahan dasar jahe banyak diminati terutama anak-anak
2.	Hasil Riset	√	Jahe harganya yang relatif terjangkau dan sesuai untuk dijadikan sebagai bahan pembuatan permen
3.	Pengembangan Produk	√	Bersaing dengan inovasi dengan menciptakan inovasi baru yang belum pernah ada sebelumnya, misalnya kue jahe
4.	Hasil Rancangan	√	Menciptakan produk-produk baru yang dapat dikonsumsi berbagai kalangan.
5.	Bahan	√	Jahe
6.	Peralatan	√	Wajan, cutil

7.	Cara Kerja	√	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk adonan pertama, campurkan tepung ketan, tepung maizena serta setengah sari jahe diaduk hingga rata. 2. Untuk adonan kedua, panaskan mentega, kayu manis bubuk, garam serta sisa sari jahe hingga mendidih. 3. Dimasukkan adonan 1 ke dalam adonan 2, aduk rata sampai matang. 4. Kemudian tambahkan larutan gula dan diduk sampai tercampur rata hingga matang. 5. Masukkan sisa tepung ketan, diaduk hingga kental. Bentuk serta kemas permen jahe sesuai selera. 6. Biarkan permen jahe menjadi dingin dan permen siap untuk disajikan. 7. Biarkan dingin. Kerjakan sampai habis.
8.	Produk	√	Rending
9.	Distribusi	√	Produsen -> Konsumen Akhir
10.	Pemasaran	√	Kerajinan tote bag dihargai berkisar Rp 7.000/ packi - Rp. 10.000/pack
11.	Evaluasi	√	Dibutuhkan cita rasa yang tinggi dan bahan baku yang berkualitas

Tabel 1. Pengembangan Perencanaan Usaha

2. Analisa SWOT

Analisis SWOT adalah suatu analisa terhadap lingkungan internal dan eksternal wirausaha.

Analisa internal lebih menitikberatkan pada:

1. Kekuatan (*strenght*)
2. Kelemahan (*weakness*)

Analisa eksternal untuk menggali dan mengidentifikasi semua gejala:

1. Peluang (*opportunity*) yang ada dan yang akan datang
2. Ancaman (*threat*) dari adanya/kemungkinan adanya pesaing/calon pesaing.

Perhatikan bagan berikut ini!



Bagan 2. Analisis SWOT,

<https://artmlab.wordpress.com/2015/03/12/pengertian-analisis-swot/>

Setelah menganalisis produk berdasarkan analisis SWOT maka akan menimbulkan sebuah kejadian yang akan menemukan peluang berasal dari kesempatan yang muncul dan menjadi ide bagi seseorang.

Perhatikan contoh berikut!

Analisis SWOT didahului oleh proses identifikasi faktor eksternal dan internal. Untuk menentukan strategi yang terbaik, dilakukan pembobotan terhadap tiap unsur SWOT berdasarkan tingkat kepentingan. Analisis SWOT dilakukan dengan mewawancarai pedagang rendang dengan menggunakan kuesioner. Hal-hal yang perlu diwawancarai seperti aspek sosial, ekonomi, dan teknik pembuatan rendang untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan usaha.

Hasil contoh studi kasus analisis SWOT untuk usaha pembuatan rendang sebagai berikut:

Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ permen jahe merupakan salah satu jenis makanan yang disukai oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia; ▪ Harga jual bersaing; ▪ Bahan-bahan untuk pembuatan permen mudah dicari. 	<ul style="list-style-type: none"> • Permen jahe biasanya lembek dan lengket. Cara mengatasinya adalah dengan memakai kemasan kertas minyak atau menggunakan plastik. • Kalau menggunakan plastik pengemasannya harus rapat, simpan permen yang sudah dikemas di suhu normal (24-27° C).
Kesempatan (Opportunity)	Ancaman (Threat)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menyiapkan dan mulai menawarkan permen jahe pada pelanggan yang membutuhkan baik untuk kesehatan atau hanya sekedar suka dengan permen jahe. Mulailah membuat rencana pemasaran permen dari rumah ke rumah atau melalui jasa online ▪ Mulai membuat rencana untuk membuka warung atau rumah makan yang membuat menu rendang. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Semakin banyak pesaing bermunculan permen modern yang disukai konsumen. ▪ Kemungkinan harga pesaing lebih murah dari harga yang kita tawarkan.

C. Rangkuman

1. Perencanaan usaha adalah kegiatan yang dilakukan untuk memulai wirausaha makanan fungsional dengan melalui tahapan analisis yang meliputi riset pasar dan analisis SWOT.
2. skema wirausaha makanan fungsional yaitu Riset pasar → hasil riset pengembangan produk → hasil rancangan → proses produksi → produk.
3. Analisis SWOT meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman/hambatan.

D. Penugasan

Untuk lebih memahami perencanaan usaha makanan fungsional, coba kamu buat analisis SWOT dari makanan asal daerah kalian!

<i>Strength</i> (kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)

<i>Opportunity (Peluang)</i>	<i>Threat (Ancaman/Hambatan)</i>
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

E. Latihan Soal

Pilihlah jawaban yang paling benar dari soal dibawah ini!

1. Rendang merupakan salah satu jenis makanan yang disukai oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia, pernyataan tersebut dapat termasuk kedalam analisis ...
 - a. Peluang
 - b. Kelemahan
 - c. Kekuatan
 - d. Ancaman
 - e. Hambatan

2. Perhatikan pernyataan dibawah ini:

No.	Pernyataan
1.	Usahakan terus untuk mempertahankan harga; Semakin menonjolkan keunggulan rendang yang akan dipasarkan tidak menggunakan bahan pengawet dan dijamin sehat.
2.	Menjaga kualitas rendang yang kita buat sehingga pelanggan tetap akan datang ke tempat usaha makanan kita dan tidak akan berpaling
3.	Telitilah dalam membeli daging. Kenali bentuk daging sapi asli dan daging lain (misalnya babi) dan bentuk daging sapi yang sudah dicampur dengan daging yang lain.
4.	Jangan terlalu cepat menaikkan harga jual ketika harga bahan baku (daging) sedang naik di pasaran. Kita dapat tetap menggunakan harga lama dengan kualitas rasa yang tetap namun dengan porsi yang

Dari table diatas yang termasuk hal yang harus diperhatikan setelah melakukan analisis ancaman adalah ...

- a. 1 dan 2.
 - b. 1 dan 3.
 - c. 1 dan 4.
 - d. 2 dan 3.
 - e. 2 dan 4.
3. Beno ingin melakukan riset pasar dengan bahan baku makaanan nabati, maka tahapan yang benar yang dilakukan Beno adalah ...
 - a. Riset pasar, hasil riset, pengembangan produk, hasil rancangan, proses produksi, produk.
 - b. Riset pasar, hasil riset, hasil rancangan, pengembangan produk, proses produksi, produk.
 - c. Riset pasar, hasil rancangan, hasil riset, pengembangan produk, proses produksi, produk.
 - d. Riset pasar, hasil rancangan, pengembangan produk, proses produksi, produk.
 - e. Riset pasar, hasil riset, pengembangan produk, proses produksi, produk.

4. Riset pasar atau riset pemasaran dilakukan untuk mengetahui:
 1. Desain produk, kemasan dll
 2. Pengumpulan data
 3. Analisis
 4. Pelaporan yang sistematis
 5. Menganalisis kelemahan
 6. Menganalisis kekuatanDari pernyataan diatas yang benar adalah ...
 - a. 1, 2, 3, dan 4.
 - b. 1, 2, 3, dan 5.
 - c. 1, 2, 3, dan 6.
 - d. 2, 3, 4, dan 5.
 - e. 2, 3, 4, dan 6.

5. Tini akan membuat usaha dibidang kuliner, tetapi Tini tidak tahu harus memulai usahanya dari mana, maka hal pertama yang harus dilakukan tini adalah
 - a. Analisis internal
 - b. Analisis eksternal
 - c. Analisis SWOT
 - d. Riset pasar
 - e. Merancang produk

Kunci Jawaban Latihan Soal Kegiatan Pembelajaran 2

1. A
2. E
3. A
4. A
5. D

F. PENILAIAN DIRI

Berilah tanda (√) pada kolom dibawah ini!

No.	Kegiatan	Ya	Tidak
1	Saya sudah memahami mengenai riset pasar dalam perencanaan usaha		
2	Saya mampu menentukan dan membedakan analisis internal		
3	Saya mampu mengidentifikasi analisis internal dalam analisis makanan fungsional		
4	Saya memahami langkah-langkah dalam riset pasar		
5	Saya mengerti mengenai perencanaan usaha		

KEGIATAN PEMBELAJARAN 3

SUMBER DAYA

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran ini diharapkan kalian dapat:

1. Menjelaskan sumber daya untuk makanan fungsional,
2. Mengidentifikasi sumber daya ,
3. Menjelaskan administrasi,
4. Menyebutkan tujuan administrasi,
5. Menjelaskan pemasaran,
6. Menjelaskan strategi pemasaran.

B. Uraian Materi

1. Sumber daya yang dibutuhkan

Sumber daya yang dibutuhkan dalam perencanaan usaha memodifikasi makanan dari bahan pangan nabati dan hewani antara lain:

a. *Money (Uang)*

Uang sangat dibutuhkan untuk menjalankan usaha yang dirintis, akan tetapi dikarenakan makanan fungsional banyak bahan baku dari alam sehingga sebagian masyarakat menanam bahan baku sendiri kemudian di produksi sendiri dan itu akan sedikit menghemat pengeluaran.

b. *Man (Manusia)*

Sumber daya manusia dalam pengolahan makanan fungsional harus memiliki kemampuan yang dibutuhkan. Sangat penting untuk memperhatikan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki oleh sumber daya manusia tersebut

c. *Machine (Mesin)*

Mesin sangat penting untuk menjalankan kegiatan usaha. Dengan adanya bantuan mesin, pekerjaan yang sulit dalam mengolah makan fungsional dapat dikerjakan dengan lebih mudah dan menghemat waktu produksi. Seiring dengan perkembangan teknologi, sudah banyak mesin penggiling yang modern atau disesuaikan dengan kegiatan produksi yang dibutuhkan.

d. *Material (Bahan baku)*

Material atau bahan baku yang dibutuhkan harus memiliki kualitas yang baik karena berhubungan dengan keehatan tubuh,. Bahan baku yang berkualitas dapat menghasilkan produk yang juga berkualitas.

e. *Market (Pemasaran)*

Market atau pasar untuk makanan fungsional harus memperhatikan target atau sasaran pasar karena tidak semua kalangan menginginkan atau butuh produk ini.

f. *Methods (Cara Kerja)*

Membuat metode harus 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.

2. Administrasi

Menurut *Ulbert*, dalam artian luas arti administrasi adalah penyusunan dan pencatatan data/informasi secara sistematis, baik internal maupun eksternal sebagai upaya untuk menyediakan keterangan serta memudahkan untuk

mendapatkannya kembali, baik itu sebagian ataupun seluruhnya. Sedangkan definisi administrasi dalam arti sempit dikenal dengan istilah tata usaha.

(Sumber : <https://www.maxmanroe.com/vid/manajemen/pengertian-administrasi.html>)

Ciri-ciri administrasi, yaitu:

- a. Adanya suatu kelompok atau organisasi yang terdiri dari dua atau lebih.
- b. Terdapat kerja sama antar pegawai dan atasan.
- c. Terdapat suatu proses atau usaha.
- d. Adanya sebuah bimbingan, dalam kepemimpinan dan dalam pengawasan.
- e. Dalam sebuah perusahaan, organisasi, atau instansi harus memiliki satu tujuan.

Tujuan Administrasi, yaitu:

- a. Administrasi bertujuan untuk memonitoring kegiatan atau data yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi.
- b. Agar pengelola usaha bisa mengevaluasi suatu kegiatan-kegiatan dalam pengorganisasian perusahaan.
- c. Administrasi bertujuan untuk menyusun suatu program pengembangan usaha dan suatu kegiatan pengorganisasian.
- d. Administrasi bertujuan untuk mengamankan data atau catatan atau mengamankan suatu kegiatan usaha dan organisasi perusahaan.

Itulah pengertian administrasi, hingga ciri-ciri, fungsi, dan juga tujuannya. Di dalam sebuah organisasi, perusahaan, atau instansi, administrasi adalah suatu hal yang penting. Jika tidak ada administrasi maka sebuah perusahaan, organisasi, atau instansi tidak akan berkembang dan tidak tertata.

(sumber : <https://hot.liputan6.com/read/3941304/fungsi-administrasi-ini-ciri-ciri-dan-tujuannya>)

Beberapa catatan kegiatan administrasi usaha antara lain:

- Surat menyurat
- Perjanjian dagang
- Pemesanan dan pengiriman produk
- Produk pemasaran
- Pembekalan atau persediaan
- Kepegawaian
- Proses produksi
- Gudang

Perlengkapan administrasi usaha buku pembelian, yaitu:

- Buku persediaan barang,
- Buku pembelian,
- Buku penjualan,
- Buku perlengkapan,
- Kuitansi, faktur, catatan, dan sebagainya.

3. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis ditujukan untuk merencanakan ,menentukan harga, promosi, barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan kepada pembelil. Strategi pemasaran mencakup tentang:

- Siapa target pasarnya, dimana lokasinya, dan berapa daya serapnya.
- Bagaimana teknik produksi yang efektif dan efisien.
- Bagaimana perubahan harga barang dan jasa di pasar.
- Bagaimana saluran distribusinya.
- Bagaimana keadaan saingannya.
- Bagaimana analisis swot dari perusahaannya.
- Bagaimana sumber daya manusianya dan fasilitasnya.

Menentukan strategi promosi yang tepat untuk penjualan produk makanan fungsional, baik dari kemasan sampai kepada brand yang akan di gunakan.)

sumber :

https://www.academia.edu/39857404/prakarya_dan_kewirausahaan_produk_makanan_fungsional_oleh_komang_tri_maysa_darmawan_21_xii_mipa_3_sma_negeri_1_gianyar_tahun_2018

C. Rangkuman

1. Makanan fungsional memiliki peluang di pasaran melihat dari fungsi produk untuk tubuh sehingga memiliki tujuan menambah daya tarik makanan bagi konsumen.
2. Peralatan yang digunakan dapat berupa tradisional dan modern.
3. Bahan baku makanan fungsional relatif murah dan mudah di dapat.

D. Penugasan

Setelah mempelajari sumber daya yang harus dikelola, silahkan kalian mencoba mengidentifikasi sumberdaya berdasarkan produk makanan fungsional.

No	Sumber daya	Hasil identifikasi
1	<i>Man</i>	
2	<i>Money</i>	
3	<i>Material</i>	
4	<i>Methode</i>	
5	<i>Market</i>	
6	<i>Mechine</i>	

E. Latihan Soal

1. Jelaskan tujuan dari administrasi!
2. Mengapa sumber daya harus diidentifikasi?
3. Bagaimana pemasaran yang baik untuk makanan fungsional?
4. Jelaskan sumber daya yang baik!
5. Jelaskan strategi pemasaran untuk makanan fungsional!

Kunci Jawaban Latihan Soal Kegiatan Pembelajaran 3

1. Tujuan Administrasi, yaitu:
 - a. Administrasi bertujuan untuk memonitoring kegiatan atau data yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi.
 - b. Agar pengelola usaha bisa mengevaluasi suatu kegiatan-kegiatan dalam pengorganisasian perusahaan.
 - c. Administrasi bertujuan untuk menyusun suatu program pengembangan usaha dan suatu kegiatan pengorganisasian.
 - d. Administrasi bertujuan untuk mengamankan data atau catatan atau mengamankan suatu kegiatan usaha dan organisasi perusahaan.

2. Sumber daya harus diidentifikasi karena untuk melakukan proses produksi, kita membutuhkan sumber daya yang baik dengan terlebih dahulu merinci apa saja yang dibutuhkan oleh produsen, agar menghasilkan produk secara efisien dan berkualitas.

3. Pemasaran yang baik didukung oleh strategi pemasaran yang efektif. Dengan strategi tersebut, proses marketing dapat dipertahankan, bahkan cara baru dalam memasarkan produk juga bisa ditemukan dan membuat pelanggan semakin royal.

4. Sumber daya yang baik yaitu sumber daya yang dikelola dengan baik oleh produsen sehingga dapat menghasilkan produk yang efisien dan berkualitas.

5. Strategi pemasaran mencakup tentang:
 - Siapa target pasarnya, dimana lokasinya, dan berapa daya serapnya.
 - Bagaimana teknik produksi yang efektif dan efisien.
 - Bagaimana perubahan harga barang dan jasa di pasar.
 - Bagaimana saluran distribusinya.
 - Bagaimana keadaan saingannya.
 - Bagaimana analisis swot dari perusahaannya.
 - Bagaimana sumber daya manusianya dan fasilitasnya.

F. Penilaian Diri

Berilah tanda (√) pada kolom dibawah ini!

No.	Indikator	Ya	Tidak
1.	Saya memahami ide dan peluang kewirausahaan makanan fungsional		
2	Saya mampu membuat perencanaan usaha		
3	Saya mampu mengidentifikasi jenis makanan fungsional		

KEGIATAN PEMBELAJARAN 4

KOMPONEN DAN PENYUSUNAN PERENCANAAN USAHA

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah kalian mempelajari materi pembelajaran ini diharapkan kalian dapat:

1. Menjelaskan komponen perencanaan usaha.
2. Menyusun perencanaan usaha.

B. Uraian Materi

Lemahnya pemahaman mengenai perencanaan usaha sering menyebabkan kegagalan bagi sebuah bisnis. Hal itu menyebabkan perencanaan strategis adalah kunci sukses untuk mengembangkan bisnis. Rencana bisnis berfokus pada tercapainya sebuah tujuan. Tentunya tujuan bagi sebuah usaha adalah keuntungan dan keberlangsungan usaha. Sukses sebuah bisnis ditentukan dalam perencanaan strategis dan langkah-langkah usaha untuk menerapkan rencana tersebut.

Perencanaan Usaha dapat diawali dengan melakukan riset pasar dan analisis SWOT untuk menemukan ide dan peluang dengan cara kreatif dan inovatif, Ide adalah gagasan dan peluang adalah kesempatan, perencanaan usaha yang matang dengan kreatifitas dan inovasi yang tinggi dapat mengembangkan usaha. Sehingga ide dan peluang adalah gagasan atau pemikiran yang baru dalam menciptakan suatu produk yang berpotensi memiliki peluang yang besar dan didukung oleh administrasi serta pemasaran yang baik.

Perencanaan adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengembangkan usaha baik secara individu maupun kelompok. Dengan cara pengolahan makanan fungsional menjadi produk yang berkualitas tinggi yang memanfaatkan bahan tradisional menjadi olahan dalam bentuk produk kesehatan.

Berikut adalah komponen-komponen penting dalam menyusun sebuah rencana usaha:

- Ulasan Deskripsi usaha
- Strategi Pemasaran
- Analisa Pesaing
- Rencana Desain dan Pengembangan
- Rencana Operasional dan Manajeen
- Pembiayaan
- Kesimpulan Usaha

Sumber :

https://www.academia.edu/39857404/PRAKARYA_DAN_KEWIRAUSAHAAN_PRODUK_MAKANAN_FUNGSIONAL_Oleh_Komang_Tri_Maysa_Darmawan_21_XII_MIPA_3_SMA_NEGERI_1_GIANYAR_TAHU_N_2018

Kerangka Perencanaan Usaha:

- 1) Penelitian (riset dan analisis swot untuk menentukan produk yang akan dibuat berdasarkan keputusan hasil ide dan peluang).
- 2) Profil perusahaan meliputi nama, lokasi, visi dan misi, tujuan.
- 3) Pembiayaan (Jumlah modal yang diharapkan dan yang tersedia).
- 4) Produksi meliputi Peralatan perusahaan yang perlu disediakan.
- 5) Pemasaran meliputi semen pasar dan promosi.

D. Penugasan

Setelah mempelajari materi pembelajaran ini dan sebelumnya maka coba kalian buat penyusunan rencana usaha dengan tema makanan fungsional yang ada disekitar kalian,

Langkah pengerjaan, yaitu:

1. Jika menggunakan computer/laptop
 - a. Printout menggunakan kertas A4
 - b. Font times new roman
 - c. Font 12, line spasi 1, margin kiri dan bawah 4cm, margin kanan dan atas 3 cm
 - d. Judul dan sub judul di bold
2. Jika tidak ada computer/laptop
 - a. Tulis dibuku tulis dengan rapi
 - b. Tulisan bisa terbaca (jelas)
 - c. Menggunakan pulpen hitam/biru.

E. Rangkuman

1. Rencana bisnis merupakan dokumen tertulis yang menjelaskan rencana perusahaan/pengusaha untuk memanfaatkan peluang-peluang usaha yang terdapat di lingkungan.
2. *Business Plan* merupakan suatu dokumen yang menyatakan keyakinan akan kemampuan sebuah bisnis untuk menjual barang atau jasa dengan menghasilkan keuntungan yang memuaskan.

EVALUASI

I. Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang kalian anggap benar!

1. Kegiatan yang mengkombinasikan faktor-faktor produksi (*man, material, method, money, market dan machine*) yang ada untuk menghasilkan suatu produk, berupa barang yang dapat diambil nilai lebihnya atau manfaatnya oleh konsumen disebut ...
 - a. Produksi
 - b. Sumber daya
 - c. Proses produksi
 - d. Proses produksi metode
 - e. Produksi pabrikasi material

2. Skema proses dalam perencanaan usaha makanan fungsional pada tahap pertama adalah ...
 - a. Riset pasar
 - b. Hasil proses
 - c. Hasil rancangan
 - d. Proses produksi
 - e. Distribusi dan pemasaran

3. Rinto seorang wirausahawan sukses dibidang kuliner yang pandai memanfaatkan kesempatan yang ada serta melihat sasaran penjualan yang cukup menjanjikan, maka Rinto termasuk wirausahawan yang mampu menganalisis ...
 - a. Peluang
 - b. Tantangan
 - c. Hambatan
 - d. Persaingan
 - e. Kelemahan

4. Perhatikan pernyataan dibawah ini:
 - 1) Mempunyai pilihan dan yakin bahwa usahanya bisa dilaksanakan.
 - 2) Menerima gagasan-gagasan baru dalam dunia usaha.
 - 3) Tidak mampu menguasai diri sendiri.
 - 4) Bersedia mendengarkan saran-saran orang lain.
 - 5) Bersemangat dan bergaul.Untuk menggali peluang usaha, seorang wirausaha harus berfikir secara positif dan kreatif adalah ...
 - a. 1), 2), dan 3).
 - b. 1), 2), dan 4).
 - c. 2), 3), dan 4).
 - d. 2), 3), dan 5).
 - e. 3), 4), dan 5).

5. Satrio pengusaha herbal yang cukup terkenal, karena herbal ini tidak semua kalangan menyukai maka satrio membuat gebrakan baru dengan inovasinya, dengan inovasi ini Satrio berarti ...
 - a. Menciptakan barang baru.
 - b. Mempertahankan produk lama.
 - c. Mempertahankan cara tradisional.
 - d. Merasa tersaingi dengan lawan bisnisnya.
 - e. Melakukan sesuatu dengan cara - cara baru.

6. Memulai usaha dibidang makanan fungsional dilakukan analisis terhadap produk tersebut agar pondasi dasar untuk menciptakan suatu produk makanan fungsional
 - a. Ide
 - b. Tujuan
 - c. Peluang
 - d. Peranan
 - e. Tren atau gaya
7. Faktor penentu untuk membuat suatu tujuan dan melakukan proses untuk mencapai tujuan tersebut adalah
 - a. *Man*
 - b. *Money*
 - c. *Market*
 - d. *Methods*
 - e. *Machine*
8. Sumber daya yang harus dikelola dalam menentukan bahan baku yang berkualitas untuk mengolah makanan fungsional adalah
 - a. *Man*
 - b. *Material*
 - c. *Mechine*
 - d. *Method*
 - e. *Market*
9. Luna melakukan riset pasar mengenai makanan fungsional, setelah melakukan riset maka luna menganalisis, hasil dari analisis luna bahwa makanan fungsional sangat dibutuhkan oleh masyarakat di masa pandemic, lalu untuk meningkatkan penjualan produk yang akan diproduksi adalah ...
 - a. Menambah daya tarik masyarakat.
 - b. Rasa dan bentuknya menjadi aneh.
 - c. Membeli mesin yang canggih.
 - d. Bahan baku yang biasa saja.
 - e. Membuat administrasi.
10. Berikut faktor-faktor yang dapat memunculkan ide usaha dalam mengolah makanan fungsional adalah ...
 1. Pengetahuan yang dimiliki.
 2. Masalah yang dihadapi dan belum terpecahkan.
 3. Kesulitan yang dihadapi sehari-hari.
 4. Pengalaman dari individu itu sendiri.
 5. Pengalaman saat ia melihat orang lain menyelesaikan masalah.
 6. Kebutuhan yang belum terpenuhi.Yang termasuk faktor eksternal adalah ...
 - a. 1, 2, dan 3.
 - b. 1, 4, dan 5.
 - c. 2, 3, dan 4.
 - d. 2, 3, dan 6.
 - e. 3, 4, dan 5.

Kunci Jawaban Evaluasi

1. B
2. A
3. A
4. B
5. A
6. A
7. D
8. B
9. C
10. C

DAFTAR PUSTAKA

Wirausaha Produk Kerajinan Untuk Pasar Lokal Sumber Buku Prakarya dan Kewirausahaan, Kemendikbud Edisi Revisi 2018

Dari internet

- <https://www.cookmeindonesian.com/nasi-goreng-indonesian-fried-rice/> (diakses tanggal 26 Oktober 2020 Pukul 17.45)
- <https://brilicious.brilio.net/> (diakses tanggal 26 Oktober 2020 Pukul 17.45)
- <https://bisnisukm.com/manisnya-peluang-bisnis-manisan-kering.html> (diakses tanggal 26 Oktober 2020 Pukul 17.45)
- <https://www.maxmanroe.com/vid/manajemen/pengertian-administrasi.html> (diakses tanggal 26 Oktober 2020 Pukul 17.45)
- <http://shiftindonesia.com/perbedaan-antara-pemasaran-produk-dan-pemasaran-layanan-jasa-yang-penting-untuk-diingat/> (diakses tanggal 26 Oktober 2020 Pukul 17.45)
- *Jurnsl entrepreneur, jurnal.id.blog*

Gambar 1. riset pasar, researchGate, <https://www.researchgate.net/figure/G>

Gambar 2. Analisis produk makanan, <http://soalujian-45.blogspot.com/>

Table 1. modifikasi makanan khas daerah,

<https://www.mikirbae.com/2016/04/modifikasi-pangan-khas-daerah.html>
(diakses tanggal 26 Oktober 2020 Pukul 17.45)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN ANAK USIA DINI,
PENDIDIKAN DASAR DAN PENDIDIKAN MENENGAH
DIREKTORAT SEKOLAH MENENGAH ATAS
2020



Modul Pembelajaran SMA

Prakarya dan Kewirausahaan



KELAS
XII



**SISTEM PENGOLAHAN MAKANAN FUNGSIONAL
PRAKARYA DAN KEWIRAUSAHAAN KELAS XII**

PENYUSUN

Fauziah Asri Latifah, S.Si, M.Pd

SMA N 13 Semarang

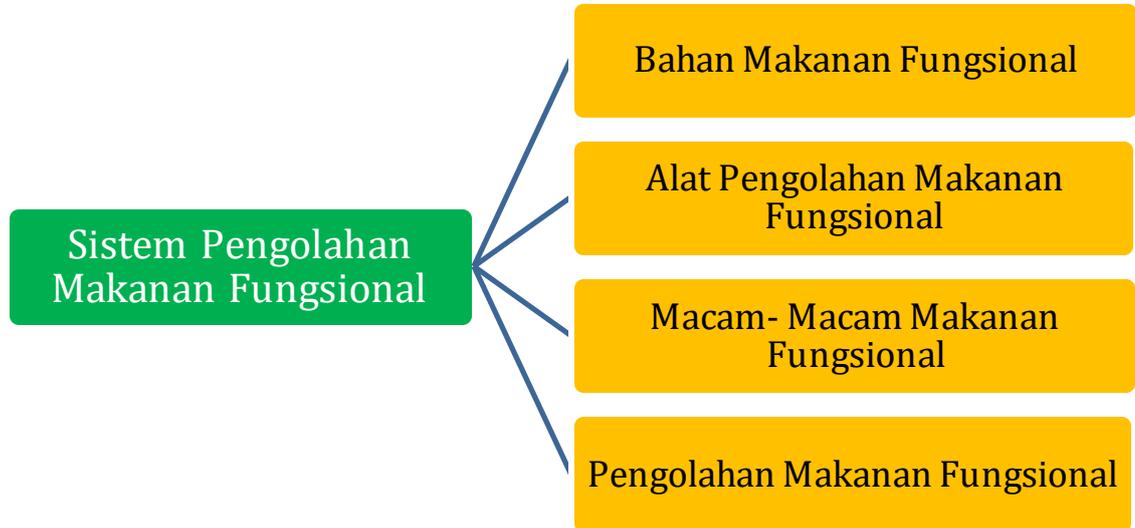
DAFTAR ISI

PENYUSUN	ii
DAFTAR ISI.....	iii
GLOSARIUM.....	iv
PETA KONSEP	v
PENDAHULUAN.....	1
A. Identitas Modul	1
B. Kompetensi Dasar.....	1
C. Deskripsi Singkat Materi	1
D. Petunjuk Penggunaan Modul	1
E. Materi Pembelajaran.....	2
A. Tujuan Pembelajaran	3
B. Uraian Materi.....	3
C. Rangkuman	7
D. Penugasan Mandiri (optional).....	8
E. Latihan Soal	8
A. Tujuan Pembelajaran	11
C. Rangkuman	17
D. Penugasan Mandiri (optional).....	17
E. Latihan Soal	18
F. Penilaian Diri	20
EVALUASI	21

GLOSARIUM

Bahan nabati	: bahan makanan yang berasal dari tumbuhan
Bahan hewani	: bahan makanan yang berasal dari hewan
Makanan fungsional	: makanan hasil olahan dari bahan baku hewani dan nabati, yang memiliki tiga fungsi, yaitu pemenuhan gizi, nutrisi, dan kesehatan.
Prinsip K3	: prinsip keamanan, kesehatan, dan keselamatan kerja
Wedang uwuh	: minuman yang terbuat dari daun cengkeh, kayu manis, daun pala, jahe, kayu secang hingga gula batu.

PETA KONSEP



PENDAHULUAN

A. Identitas Modul

Mata Pelajaran	: Prakarya dan Kewirausahaan
Kelas	: XII
Alokasi Waktu	: 2 pertemuan
Judul Modul	: Sistem Pengolahan Makanan Fungsional

B. Kompetensi Dasar

- 3.7 Menganalisis sistem pengolahan makanan fungsional berdasarkan daya dukung yang dimiliki oleh daerah setempat
- 4.7 Mengolah/membuat makanan fungsional berdasarkan daya dukung yang dimiliki oleh daerah setempat

C. Deskripsi Singkat Materi

Tahukah kalian, apa itu makanan fungsional? Sesuai dengan namanya, makanan fungsional merupakan makanan yang mempunyai fungsi tertentu untuk kesehatan tubuh. Dapatkah kalian menyebutkan contoh makanan fungsional?

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan beragam suku dan budaya. Tidak hanya suku dan budaya, setiap daerah juga mempunyai makanan khas masing-masing yang sangat legendaris dan terkenal, bahkan sampai mendunia. Dari sekian banyaknya makanan khas Indonesia, banyak pula yang termasuk kategori makanan fungsional, yang mempunyai khasiat baik untuk kesehatan tubuh, seperti aneka jamu gendong (kunyit asam, beras kencur, brotowali, dll, aneka wedang (wedang ronde, wedang jahe, sekoteng, dll), aneka olahan sayur, ikan, dsb.

Tidak hanya makanan khas daerah dari Indonesia, makanan internasional maupun makanan modern juga banyak yang termasuk katagori makanan fungsional. Dapatkah kalian menyebutkan contohnya?

Beragamnya jenis makanan fungsional, tentunya memiliki komposisi berbagai jenis bahan makanan yang berbeda. Setiap bahan makanan fungsional mempunyai karakteristik yang berbeda serta memerlukan teknik pengolahan yang berbeda pula agar dapat diolah dengan tepat sehingga fungsi dari bahan makanan dapat diserap oleh tubuh.

Modul ini berisi tentang bahan dan alat pengolahan makanan fungsional; macam-macam makanan fungsional; serta pengolahan makanan fungsional. Semua materi ini perlu kalian pelajari agar kalian nantinya dapat mengolah makanan fungsional dengan tepat.

D. Petunjuk Penggunaan Modul

Untuk mempelajari modul ini, silakan kalian perhatikan petunjuk berikut ini:

1. Mempelajari modul Sistem Pengolahan Makanan Fungsional sangat disarankan untuk dilakukan secara berurutan. Modul ini terdiri atas 2 Kegiatan Pembelajaran yaitu (1) Bahan dan alat Pengolahan Makanan Fungsional, (2) Pengolahan Makanan Fungsional.

Kedua kegiatan pembelajaran tersebut merupakan materi yang berkesinambungan sehingga harus kalian pelajari secara berurutan.

2. Menggunakan sumber daya, kearifan lokal khas daerah sebagai ciri khas mata pelajaran.
3. Bacalah peta konsep materi dan pahami isinya
4. Setelah membaca dan mempelajari materi pembelajaran, kerjakan penugasan mandiri serta latihan soal.
5. Lakukan penilaian diri
6. Kerjakan soal evaluasi di akhir materi
7. Menggunakan alat, bahan dan media sesuai yang tercantum pada setiap penugasan.
8. Menggunakan berbagai referensi yang mendukung atau terkait dengan materi pembelajaran.
9. Meminta bimbingan guru jika merasakan kesulitan dalam memahami materi modul
10. Mampu menyelesaikan 75% dari semua materi dan penugasan maka Anda dapat dikatakan TUNTAS belajar modul ini.

E. Materi Pembelajaran

Modul ini terbagi menjadi **2** kegiatan pembelajaran dan di dalamnya terdapat uraian materi, soal latihan, dan soal evaluasi.

Pertama : Bahan dan Alat Pengolahan Makanan Fungsional

Kedua : Pengolahan Makanan Fungsional

KEGIATAN PEMBELAJARAN 1

Bahan dan Alat Pengolahan Makanan Fungsional

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah kegiatan pembelajaran 1 ini diharapkan kalian dapat:

1. Menjelaskan jenis-jenis bahan makanan fungsional
2. Menganalisis karakteristik bahan makanan fungsional
3. Menjelaskan jenis alat pengolahan makanan fungsional
4. Menganalisis karakteristik alat pengolahan makanan fungsional

B. Uraian Materi

1. Jenis dan Karakteristik Bahan Makanan Fungsional

Definisi pangan fungsional menurut Badan POM adalah pangan yang secara alamiah maupun telah melalui proses, mengandung satu atau lebih senyawa yang berdasarkan kajian-kajian ilmiah dianggap mempunyai fungsi fisiologis tertentu yang bermanfaat bagi kesehatan. Serta dikonsumsi sebagaimana layaknya makanan atau minuman, mempunyai karakteristik sensori berupa penampakan, warna, tekstur dan cita rasa yang dapat diterima oleh konsumen.

Jepang merupakan negara pertama yang mengembangkan makanan fungsional serta membuat peraturan dan prosedur registrasi terhadap Foods for Specified Health Use (FOSHU). Menurut para ilmuwan negeri matahari terbit itu, suatu produk pangan dapat dikategorikan sebagai makanan fungsional bila memenuhi persyaratan:

- a. Produk tersebut harus berupa produk pangan (bukan kapsul, tablet atau powder) yang berasal dari bahan yang terdapat secara alami pada bahan pangan.
- b. Produk tersebut dapat dikonsumsi sebagai bagian dari makanan sehari-hari.
- c. Produk tersebut mempunyai fungsi tertentu pada saat dicerna serta memberikan peranan tertentu dalam proses metabolisme di dalam tubuh, antara lain memperkuat mekanisme pertahanan tubuh atau meningkatkan kekebalan terhadap suatu penyakit, mencegah timbulnya penyakit tertentu (contoh : penyakit jantung, kanker, osteoporosis, dll), membantu mengembalikan kondisi tubuh setelah sakit, menjaga kondisi fisik dan mental, serta memperlambat proses penuaan.

Ada kriteria yang harus dipenuhi agar makanan dapat disebut sebagai makanan fungsional. Kriteria yang harus dipenuhi agar menjadi pangan fungsional antara lain *sensory* (warna dan penampilannya yang menarik dan cita rasanya yang enak); *nutritional* (bernilai gizi tinggi), dan *physiological* (memberikan pengaruh fisiologis yang menguntungkan bagi tubuh).

Sesuai namanya, makanan fungsional mempunyai beberapa fungsi fisiologis bagi tubuh. Beberapa fungsi fisiologis yang diharapkan dari pangan fungsional antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan daya tahan tubuh
- b. Mencegah timbulnya berbagai macam penyakit
- c. Menjaga keteraturan kondisi ritme tubuh
- d. Mempercepat proses pengobatan pada berbagai macam penyakit
- e. Memperlambat proses penuaan

Seperti jenis makanan yang lain, bahan makanan fungsional terbagi menjadi dua macam, yaitu bahan nabati dan bahan hewani.

a. Bahan Nabati

Bahan nabati adalah bahan pangan yang bersumber dari tumbuhan, seperti buah-buahan, sayur-mayur, kacang-kacangan, serta umbi-umbian. Buah dan sayuran merupakan sumber vitamin dan mineral, serat makanan, dan sejumlah zat non nutrisi bermanfaat lainnya seperti sterol, flavonoid dan sterol. Kacang-kacangan mengandung banyak protein. Umbi-umbian banyak mengandung karbohidrat yang penting sebagai sumber energi.



Sumber: suara.com

Gambar 1.1. Bahan Nabati

aliam tentunya sudah sangat mengenal aneka jenis sayur dan buah bukan? Sayur dan buah sangat beragam jenisnya. Berikut ini adalah contoh jenis sayur dan buah.

Tabel 1.1. Jenis Sayuran Berdasarkan Iklimnya.

Sayuran Iklim Tropis	Sayuran Iklim Sedang
Daun dan bunga pepaya	Wortel
Petai	Kol
Jengkol	Selada
Cabai	Brokoli
Terong	Seledri
Ubi jalar	Jamur
Kunyit	kentang
Jahe	
Daun singkong	

Bahan nabati lain selain sayur adalah buah. Berikut ini adalah beberapa contoh buah berdasarkan iklimnya

Tabel 1.2. Jenis Buah Berdasarkan Iklimnya

Buah Iklim Tropis/panas	Buah iklim subtropis
Nanas	Anggur
Pisang	Apel
Pepaya	Jeruk
Alpukat	Berry
Mangga	
Rambutan	
Durian	

Kacang-kacangan beragam jenisnya. Ada banyak sekali jenis kacang-kacangan yang bisa ditemukan dengan mudah di Indonesia. Beberapa jenis kacang-kacangan adalah kacang tanah, kacang kedelai, kacang tolo, kacang koro, kacang merah, kacang hijau, kacang mete, dan kacang kapri/polong/ercis.

Seperti kacang-kacangan, umbi-umbian juga banyak sekali dengan mudah tumbuh di negara yang subur Indonesia. Beberapa contoh umbi-umbian adalah kentang, ketela pohon/singkong, ubi jalar, dan talas.

b. Bahan Hewani

Bahan hewani, yaitu bahan pangan yang berasal dari hewan. Jenis bahan pangan hewani di antaranya adalah, ikan, daging telur, susu, dsb.

1) Telur

Telur mempunyai kandungan gizi tinggi seperti air, protein, karbohidrat, mineral, lemak, dan vitamin. Namun, terkadang telur mengandung bakteri Salmonella yang berasal dari kotoran ayam. Oleh karenanya, telur harus dimasak dengan penanganan tepat agar bakteri dapat mati.

2) Ikan

Ikan terbagi atas beberapa jenis, yaitu ikan air laut, ikan air tawar, dan ikan air payau. Ikan mempunyai kandungan gizi diantaranya protein. Kandungan protein pada ikan lebih tinggi dari sereal. Kandungan protein ikan sangat mudah dicerna sehingga baik bagi balita. Ikan juga mengandung asam lemak tak jenuh yang sangat bermanfaat untuk kesehatan tubuh. Ikan juga mengandung vitamin dan mineral.

3) Daging

Terdapat beberapa jenis daging, di antaranya daging sapi, daging kambing, daging kerbau, dll. Setiap jenis daging mempunyai karakteristik yang berbeda. Pada umumnya daging mengandung protein, lemak, serat mineral dan vitamin.

4) Susu

Susu merupakan pangan dengan nilai gizi tinggi, yaitu memiliki kandungan air, lemak, protein, karbohidrat, vitamin, asam folat, dan mineral

Bahan pangan nabati dan hewani mempunyai karakteristik yang berbeda. Perbedaan karakteristik antara bahan nabati dan bahan hewani dapat kalian lihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.3. 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 sebagai sumber karbohidrat, mineral, dan vitamin	Umumnya merupakan sumber protein dan lemak



Sumber: dosenpendidikan.com
Gambar 2. Bahan Hewani
 Sumber: dosenpendidikan.com

Gambar 1.2. Bahan Hewani

2. Alat Pengolahan Makanan Fungsional

a. Jenis Alat Pengolahan Makanan Fungsional

Alat pengolahan makanan fungsional pada dasarnya sama dengan alat pengolahan makanan pada umumnya. Jenis dan alat yang digunakan untuk memasak makanan fungsional dipergunakan sesuai dengan keperluannya. Secara umum, alat pengolahan makanan dibedakan menjadi 4, yaitu:

- 1) Alat persiapan pengolahan (*preparation equipment*)
Peralatan ini dipakai untuk keperluan menyiapkan segala sesuatunya secara lengkap, rapi, dan detil bagi tiap proses mengolah sesuatu makanan. Contoh peralatannya, adalah talenan, pemat, bermacam-macam pisau, timbangan, penyaring dll.
- 2) Alat pengolahan (*processing equipment*).
Banyak jenis peralatan untuk proses pengolahan makanan, di antaranya adalah alat perebus, penumis, penggoreng, pengukus, dll.
- 3) Alat Penghidang Makanan
Alat penghidang makanan merupakan semua alat yang digunakan untuk menghidangkan atau menyajikan makanan atau minuman. Contoh mangkuk untuk penghidang makanan berkuah, piring besar, botol, dll.
- 4) Alat makan dan minum
Merupakan alat-alat yang digunakan untuk makan dan minum makanan atau minuman yang diolah, seperti piring, sendok, gelas, dll.

b. Karakteristik Alat Pengolahan Makanan Fungsional

Sifat dan karakteristik alat pengolahan makanan tergantung dari bahan atau material yang digunakan untuk membuat alat itu. Macam material/bahan dasar peralatan, termasuk peralatan pengolahan makanan fungsional antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Alumunium
Alumunium bersifat ringan, mudah dibentuk, cepat panas, sebagai konduktor yang baik untuk panas dan listrik. Alumunium tidak tahan larutan yang bersifat asam atau alkali, sehingga alumunium tidak dianjurkan untuk masakan yang asam karena panci akan menjadi cepat rusak dan warna akan berubah menjadi buram dan dapat mempengaruhi rasa masakan. Cara pemeliharaan alat dari alumunium dicuci dengan sabun atau deterjen yang lunak atau yang khusus dan alat penggosok dipakai yang tidak dapat membuat goresan pada panci atau yang dapat merusak panci.
- 2) Besi
Besi bersifat berat sehingga jarang digunakan untuk alat masak. Besi mudah berkarat, mempengaruhi rasa masakan, berbahaya, sulit pemeliharaannya dan tidak menarik serta lambat menyerap panas tetapi lama menahan panas. Cara pemeliharaan besi adalah setelah alat dipakai segera dicuci dan dikeringkan, diulas minyak terdahulu jika akan disimpan. Hal ini untuk mencegah timbulnya karat.
- 3) Steel atau logam berat
Steel atau logam berat lebih berat dari pada besi, dapat berkarat, kuat dan awet. Dapat digunakan sebagai pengganti besi. Cara pemeliharaannya seperti alat dari besi

4) Stainless steel

Stainless steel atau baja nirkarat atau logam yang sebagian zat karbonnya diganti dengan chromium atau nikel. Alat dari stainless steel bersifat kuat, menarik, dan mudah dibersihkan, tidak berkarat, tahan asam atau basa. Stainless steel tidak mempengaruhi warna atau rasa masakakan. Cara membersihkannya tidak boleh dicuci dengan menggunakan abu gosok atau vim.

5) Tanah atau earthenware

Alat masak tradisional banyak terbuat dari tanah liat sekarang sudah jarang ditemukan, namun ada masakan tertentu yang justru lebih enak jika menggunakan alat terbuat dari tanah liat. Kelebihan peralatan dari tanah liat adalah dapat mengunci nutrisi dari bahan makanan sehingga tidak banyak hilang saat proses pemasakan.

6) Plastik, linoleum, venyl atau melamin

Plastik, linoleum, venyl atau melamin sering digunakan untuk lapisan atau pembungkus suatu alat yang sifatnya melindungi dari benturan dan panas. Alat yang berkualitas baik mudah dibersihkan dengan sabun biasa. Tahan zat-zat kimia yang biasa digunakan saat memasak. Melamin atau venyl tahan cairan atau masakan panas yang berkualitas tinggi, tidak mudah pecah, tahan banting, dan tidak mempengaruhi bau makanan.

Untuk pengolahan makanan, ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi agar hasil olahan makanan berkualitas baik. Alat yang digunakan untuk memasak harus mempunyai kriteria berikut ini:

- 1) Peralatan harus berfungsi maksimal
- 2) Memberikan tingkat kematangan sempurna walaupun memasaknya menggunakan api sedang
- 3) Tidak mempengaruhi kualitas makanan
- 4) Tidak mudah rusak
- 5) Tidak luntur agar tidak menurunkan kualitas makanan
- 6) Tidak mengandung bahan kimia yang berbahaya bagi tubuh

C. Rangkuman

Makanan fungsional adalah makanan yang secara alamiah maupun telah melalui proses, mengandung satu atau lebih senyawa yang berdasarkan kajian-kajian ilmiah dianggap mempunyai fungsi fisiologis tertentu yang bermanfaat bagi kesehatan. Bahan untuk pengolahan makanan fungsional ada dua jenis, yaitu dari bahan pangan nabati seperti sayuran dan buah, serta bahan pangan hewani, seperti telur, susu, dan daging. Setiap jenis bahan mempunyai karakteristik masing-masing.

Alat pengolahan makanan fungsional pada umumnya sama seperti alat pengolahan makanan yang lain. Penggunaan jenis bahan peralatan harus tepat dan sesuai dengan karakteristik bahan makanan yang dimasak sehingga tidak menghilangkan fungsi makanan fungsional yang diolah.

D. Penugasan Mandiri (optional)

Lakukan pengamatan di sekitar tempat tinggal kalian, kemudian buatlah daftar bahan makanan nabati atau hewani yang biasanya digunakan sebagai bahan dasar makanan fungsional. Buatlah laporan dalam bentuk tabel seperti contoh berikut.

Nama Bahan Makanan	Jenis Bahan Makanan (Nabati/ Hewani)	Karakteristik bahan makanan	Kandungan Manfaat Bahan Makanan

E. Latihan Soal

Kerjakan soal di bawah ini!

1. Sebutkan dan jelaskan macam-macam bahan makanan fungsional!
2. Jelaskan perbedaan karakteristik antara bahan nabati dan bahan hewani!
3. Jelaskan perbedaan karakteristik peralatan pengolahan makanan yang menggunakan bahan alumunium dan stenlesstel!
4. Mengapa dalam pemilihan jenis peralatan untuk mengolah makanan harus disesuaikan dengan karakteristik bahan makanan yang akan diolah? Jelaskan, jika perlu lengkapi dengan contoh.

PEMBAHASAN SOAL LATIHAN KEGIATAN PEMBELAJARAN 1

1. Bahan makanan fungsional ada 2 macam, yaitu bahan nabati dan bahan hewani. Bahan nabati berasal dari tumbuhan, contohnya sayur-mayur, buah-buahan, kacang-kacangan, umbi-umbian. Bahan hewani berasal dari hewan, contohnya ikan, daging ayam, daging sapi, susu, dan telur.
2. Perbedaan karakteristik antara 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 sebagai sumber karbohidrat, mineral, dan vitamin	Umumnya merupakan sumber protein dan lemak

3. Aluminium bersifat ringan, mudah dibentuk, cepat panas, sebagai konduktor yang baik untuk panas dan listrik. Tidak tahan larutan yang bersifat asam atau alkali. Sedangkan Alat dari stainless steel bersifat kuat, menarik, dan mudah dibersihkan, tidak berkarat, tahan asam atau basa.
4. Pemilihan jenis peralatan mengolah makanan harus disesuaikan dengan karakteristik bahan makanan yang akan diolah agar tidak merusak makanan sehingga fungsi atau manfaat dari bahan makanan tidak hilang. Contoh: saat membuat minuman kunyit asam, tidak direbus dengan alat yang berbahan aluminium, karena aluminium tidak tahan terhadap asam.

F. Penilaian Diri

Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut dengan jujur dan bertanggung jawab!

No.	Pertanyaan	Jawaban	
1	Saya mampu mempelajari kegiatan pembelajaran 1 dengan baik	Ya	Tidak
2	Saya mampu menjelaskan jenis-jenis bahan makanan fungsional	Ya	Tidak
3	Saya mampu menjelaskan perbedaan karakteristik bahan nabati dan hewani sebagai bahan pengolahan makanan fungsional	Ya	Tidak
4	Saya mampu menjelaskan jenis-jenis peralatan untuk mengolah makanan fungsional	Ya	Tidak
5	Saya mampu menjelaskan karakteristik peralatan untuk mengolah makanan fungsional	Ya	Tidak

Jika ada jawaban "**Tidak**", maka segera lakukan review pembelajaran, terutama pada bagian yang masih "**Tidak**".

Jika semua jawaban "**Ya**", maka Anda dapat melanjutkan ke modul berikutnya.

KEGIATAN PEMBELAJARAN 2 PENGOLAHAN MAKANAN FUNGSIONAL

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah kegiatan pembelajaran 2 ini diharapkan kalian dapat:

1. Mengetahui berbagai macam makanan fungsional
2. Memahami berbagai teknik pengolahan makanan fungsional
3. Mengetahui tahapan proses pengolahan makanan fungsional
4. Mengolah makanan fungsional dengan teknik dan tahap pengolahan yang tepat

B. Materi

1. Macam-macam Makanan Fungsional

Jenis makanan fungsional umumnya dibagi berdasarkan sumber makanan dan cara pengolahannya.

a. Berdasarkan Sumber Makanannya

Berdasarkan sumber makannya, makanan fungsional dibedakan menjadi dua:

- Makanan fungsional dari bahan tanaman
Contoh: kedelai, beras merah, tomat, dll.
- Makanan fungsional dari bahan hewani
Contoh : daging, ikan, susu, telur

b. Berdasarkan Cara Pengolahannya

Berdasarkan cara pengolahannya, makanan fungsional dibedakan menjadi tiga:

- Makanan fungsional alami
Makanan fungsional alami dapat dimakan langsung tanpa perlu proses pengolahan
Contoh: buah segar (mangga, jeruk, stroberi, pisang, dll)
- Makanan Fungsional Tradisional
Makanan fungsional tradisional diproses secara tradisional mengikuti cara pengolahan yang diturunkan dari generasi ke generasi.
Contoh: Minuman beras kencur, kunyit asam, tempe, dll.
- Makanan fungsional modern
Makanan fungsional modern diolah secara modern dengan resep-resep baru yang diriset dan diuji secara berkala.
Contoh: suplemen makanan untuk penderita diabetes.

2. Teknik Pengolahan Makanan Fungsional

Pada dasarnya, teknik yang digunakan untuk pengolahan makanan fungsional hampir sama dengan teknik untuk pengolahan makanan pada umumnya. Secara garis besar, prinsip pengolahan terbagi menjadi 5, yaitu:

- a. Pengolahan makanan dengan menggunakan panas
- b. Pengolahan makanan dengan suhu rendah
- c. Pengolahan makanan dengan fermentasi
- d. Pengolahan makanan dengan tambahan bahan kimiawi
- e. Pengolahan makanan dengan pengeringan

Penggunaan prinsip pengolahan pangan tersebut di atas sangat tergantung pada bahan baku yang digunakan dan bentuk produk jadi yang ingin dihasilkan. Proses pengolahan harus tepat agar tidak merusak atau menghilangkan kandungan bahan pentingnya.

3. Pengolahan Makanan Fungsional

a. Wedang Uwuh

Secara etimologi, wedang artinya minuman, sedangkan uwuh adalah sampah. Meskipun demikian, wedang uwuh bukanlah minuman sampah, tetapi yang dimaksud adalah adanya dedaunan dalam minuman ini. Wedang uwuh ini, merupakan minuman yang berasal dari Yogyakarta, tepatnya dari Kecamatan Imogiri.

Wedang uwuh terbuat dari daun cengkeh, kayu manis, daun pala, jahe, kayu secang hingga gula batu. Untuk mengetahui bagaimana manfaat wedang uwuh, silakan kalian perhatikan manfaat setiap komposisi wedang uwuh berikut ini.

Tabel 1. Komposisi Wedang Uwuh dan Manfaatnya

Komposisi Wedang Uwuh	Manfaat/ Khasiat
Jahe	sebagai antikoagulan yang bisa mencegah penyumbatan darah, menurunkan kadar kolesterol, serta menurunkan tekanan darah tinggi
Kayu secang	memiliki kandungan antioksidan, antikanker, melancarkan peredaran darah dan melegakan pernapasan
Kayu manis	Mengurangi flu, sakit perut dan cegah hipertensi
Daun pala	mengandung antiinflamasi dan mengatur sirkulasi dan tekanan darah.
Cengkih	meningkatkan kekebalan tubuh dan membunuh bakteri

Melihat kaya manfaat wedang uwuh, tertarikkah kalian membuatnya? Di tengah pandemi corona seperti saat ini, wedang uwuh dapat menjadi pilihan untuk meningkatkan daya tahan tubuh.

Untuk mengetahui bagaimana cara membuat wedang uwuh, dapat kalian perhatikan contoh berikut ini!

Cara Membuat Wedang Uwuh:

Bahan:

- 1) 700 ml air
- 2) 40 gram serutan kayu secang kering
- 3) 50 gram gula batu
- 4) 6 cm jahe
- 5) 2 lembar daun kayu manis kering
- 6) 3 lembar daun cengkih kering
- 7) 3 lembar daun pala kering



Sumber: travelkompas.com

Gambar 2.1 Wedang Uwuh

Langkah pembuatan:

- 1) Bakar jahe dan geprek hingga pipih
- 2) Rebus jahe hingga sarinya keluar dan campurkan cengkeh, daun cengkeh, kayu manis, daun pala, kayu secang dan gula batu
- 3) Rebus semua bahan selama 15 menit
- 4) Angkat setelah warna rebusan berubah menjadi merah
- 5) Sajikan tanpa disaring

b. Minuman Beras Kencur

Pernahkan kalian minum jamu beras kencur? Beras kencur adalah jamu tradisional Indonesia yang menggunakan bahan utama berupa beras dan kencur. Jamu beras kencur mengandung antioksidan yang dapat menangkal berbagai penyakit kronis pada tubuh, menyembuhkan sakit mag, menambah nafsu makan. Itulah sebabnya, saat kita masih anak-anak, orang tua kita sering membelikan minuman beras kencur untuk menambah nafsu makan kita. Khasiat dari jamu beras kencur hanya dapat dirasakan jika proses pembuatannya tepat. Adakalanya beras kencur ditambahkan sedikit jahe untuk memberikan rasa hangat.

Untuk mengetahui bagaimana cara membuat jamu beras kencur, silakan kalian perhatikan langkah pembuatannya berikut ini:

Bahan bahan:

- 1) 200 gram beras putih
- 2) 6 ruas kencur
- 3) 2 ruas jahe
- 4) 600 ml air
- 5) 1 sdm asam jawa
- 6) 240 gram gula jawa
- 7) 50 gram gula pasir



Sumber: sehatq.com

Gambar 2.2. Minuman Beras Kencur

Langkah Pembuatan:

- 1) Rendam beras selama minimal 3 jam atau semalaman
- 2) Rebus air, kencur, jahe, asam jawa, gula jawa dan gula pasir hingga mendidih
- 3) Setelah beras yang direndam lunak, tumbuk beras hingga menjadi seperti tepung
- 4) Tuang beras yang sudah dihancurkan ke dalam rebusan jamu, aduk hingga rata
- 5) Tuang jamu ke dalam gelas atau botol sambil disaring.

c. Pecel

Tahukah kalian makanan pecel? Makanan yang satu ini tentu sudah tidak asing lagi bagi rakyat Indonesia, khususnya yang berdomisili di pulau Jawa. Pecel merupakan makanan dengan bumbu sambal kacang sebagai bahan utamanya yang dicampur dengan aneka jenis sayuran. Untuk mengetahui manfaat pecel bagi kesehatan tubuh, perhatikan tabel berikut ini!

Komposisi sayuran di dalam pecel sangat beragam, dan tiap-tiap daerah mempunyai ciri khas pecel tersendiri.

Jenis Bahan	Bahan	Manfaat
Bumbu	Gula jawa/gula merah	Mencegah anemia, mengatasi masalah pencernaan, membersihkan darah
	Cabai	Meningkatkan imunitas, mengurangi pegal-pegal pada badan, mengurangi rasa sakit
	Kacang tanah	Mengandung omega 3 dan omega 9
	Bawang putih	Sebagai antibiotik untuk tubuh
Aneka Sayuran	Taoge	Bagus untuk kesuburan karena kaya akan vitamin E
	Bunga turi	Obat sariawan, membantu penyembuhan luka, mengobati sakit kepala, memperlancar ASI
	Kacang panjang	Menurunkan gula darah untuk penderita diabetes, menurunkan resiko kanker karena kandungan antioksidan dan asam folat di dalamnya
	mentimun	Mengandung vitamin C, K, magnesium dan potasium dalam jumlah yang berlebihan
	Dau kemangi	Mempunyai bau wangi, menghilangkan bau mulut
	bayam	Baik untuk penglihatan krn mengandung betakaroten
	kol	Mengandung antioksidan, mengandung radikal bebas dan mencegah kanker
	kenikir	Memiliki kandungan kalsium yang tinggi, mencegah osteoporosis

Setelah melihat kaya manfaat aneka jenis sayuran, masihkah sebagian dari kalian tidak menyukai sayur? Untuk kalian yang tidak menyukai sayur, mulai sekarang saatnya kalian belajar untuk banyak mengonsumsi sayur.

Bahan untuk pembuatan pecel:

Bahan untuk bumbu kacang:

- 1) 1 sdm asam jawa
- 2) 100 gr gula merah, sisir
- 3) 100 gr kacang tanah, goreng dan haluskan
- 4) 4 lembar daun jeruk
- 5) 7 siung bawang putih
- 6) air secukupnya
- 7) cabai rawit sesuai selera
- 8) garam secukupnya

Sayuran:

- 1) kacang panjang
 - 2) bayam
 - 3) kenikir
 - 4) tauge
 - 5) mentimun
 - 6) kol
 - 7) bunga turi
 - 8) daun kemangi
- jenis sayuran dapat disesuaikan dengan selera pembuatnya.



sumber: sajianbunda.com

Gambar 2.3 Pecel

Langkah Pembuatan:

- 1) Rebus semua sayur yang sudah di iris dan di potong hingga matang, tiriskan.
- 2) Goreng kacang tanah, tiriskan.
- 3) Tumis bawang putih, cabe rawit dan daun jeruk.
- 4) Larutkan gula merah yang sudah di sisir dan asam jawa dengan 1/2 gelas air.
- 5) Ulek atau haluskan kacang tanah, bawang putih, cabe rawit dan daun jeruk yang sudah di goreng tadi.
- 6) Tuang larutan gula merah dan asam jawa ke bumbu kacang yang sudah dihaluskan.
- 7) Tambahkan garam secukupnya dan aduk rata.
- 8) Ambil secukupnya bumbu pecel untuk porsi sayuran yang diinginkan dan tambahkan air.
- 9) Tata sayuran di piring saji.
- 10) Siram dengan bumbu kacang dan siap dinikmati.

d. Salad

Di era seperti sekarang ini, banyak sekali aneka jenis makanan maupun minuman dikembangkan untuk usaha. Seiring berkembangnya jaman, masyarakat juga semakin sadar akan pentingnya kesehatan tubuh. Pola hidup masyarakat saat ini juga banyak berubah, banyak masyarakat yang mengubah pola makan dan hanya mengkonsumsi makanan yang hanya mengandung manfaat tertentu bagi kesehatan, terlebih di masa pandemi corona seperti sekarang ini. Salah satu jenis makanan yang banyak dikembangkan saat ini adalah salad buah.

Tahukah kalian salad? Menurut Menurut *National Restaurant Association Educational Foundation* (NRAEF), salad punya berbagai macam jenis, seperti *Bound Salad* yang terbuat dari bahan utama seperti daging, ikan dan telur. Kemudian ada *Vegetable Salad* dari sayuran mentah atau yang sudah diolah. Lalu, ada *Fruit Salad* dari buah-buahan dan yang terakhir *Combination Salad*. Pada modul ini, akan dibahas tentang salad buah.

Salad buah menjadi salah satu makanan kesukaan banyak orang karena selain mengandung banyak vitamin dan mineral, salad buah juga memiliki beragam rasa yang segar. Salad buah merupakan makanan yang enak dan menyehatkan, berikut ini adalah manfaat salad buah bagi tubuh:

- 1) Mengandung banyak serat yang baik untuk pencernaan
- 2) Mengandung banyak vitamin yang baik untuk kulit
- 3) Cocok untuk diet dan mengontrol berat badan
- 4) Dapat membantu mencegah kanker
- 5) Salad akan mencukupi kebutuhan mineral tubuh
- 6) Memaksimalkan fungsi otak
- 7) Mengurangi lemak buruk dan meningkatkan lemak baik

Melihat kaya manfaat dari salad buah, tertarik kah kalian untuk membuatnya serta menjadikan ide bisnis untuk kalian memulai membuat usaha sampingan? Untuk mengetagui bagaimana cara pembuatannya, perhatikan langkah berikut ini!

Salad *dressing*:

- 1) 100 gram mayonese
- 2) 200 ml yoghurt
- 3) 200 gram susu kental manis
- 4) Keju parut (untuk taburan)

Potongan Buah (sesuai selera):

- 1) Anggur
- 2) Melon
- 3) Semangka
- 4) Buah naga
- 5) Kiwi
- 6) Strawberry
- 7) Mangga
- 8) Jeruk
- 9) Apel



Sumber: tastynesia.com

Gambar 4. 2 Salad Buah

Cara pembuatan:

- 1) Cuci bersih buah-buahan, lalu tiriskan
- 2) Potong dengan ukuran dadu aneka buah-buahan yang sudah dicuci tadi, taruh ke dalam baskom atau mangkuk besar
- 3) Adukrata semua bahan sause dressing kecuali keju parut, lalu tuangkan ke dalam potongan buah kemudian aduk sause dressing dengan potongan buah
- 4) Tambahkan parutan keju di atasnya.
- 5) Salad buah lebih nikmat dinikmati dalam keadaan dingin.

Mudah sekali bukan, cara pembuatan salad? Bagaimana makin penasaran untuk mencobanya? Kalian bisa menyesuaikan buah-buahan yang ada di sekitar kalian tinggal, variasi buah-buahan juga sesuai dengan selera kalian. Kalian dapat menambahkan atau mengurangi jenis buah yang kalian inginkan.

Berbagai uraian di atas, merupakan contoh langkah atau tahap dalam pembuatan makanan fungsional. Tentunya dalam mengolah makanan kita tetap harus memperhatikan prinsip K3 (Keamanan, Kesehatan, dan Keselamatan Kerja). Berikut ini adalah beberapa hal yang dapat kalian lakukan saat mengolah makanan atau minuman di dapur agar makanan yang disajikan sehat dan kalian yang memasak juga tetap aman.

Keamanan dan keselamatan kerja di dapur:

1. Pastikan dapur atau tempat memasak serta peralatan memasak sudah dalam keadaan bersih
2. Jauhkan barang-barang yang mudah terbakar dari kompor (seperti kain lap, kertas, plastik, apalagi korek api)
3. Segera pel atau keringkan dengan kain tumpahan air atau minyak yang jatuh ke lantai.
4. Gunakan pisau yang tajam untuk memotong bahan makanan, hati-hati dalam menggunakannya.
5. Hati-hati saat menggunakan peralatan yang mudah pecah.
6. Bersihkan kembali peralatan setelah memasak.
7. Segera matikan kompor dan listrik setelah tidak digunakan.

Untuk menjaga kebersihandan kualitas makanan yang kita buat, berikut ini adalah beberapa cara yang dapat kalian lakukan saat mengolah makanan fungsional:

1. Cuci tangan kalian sebelum mulai memasak dengan menggunakan sabun dan air mengalir
2. Pastikan bahan makanan dalam keadaan segar, tidak busuk atau kadaularsa.
3. Cuci sayur, buah, ikan, atau bahan makanan lainnya dengan air mengalir sebelum dimasak
4. Letakkan potongan bahan makanan dalam wadah yang bersih
5. Gunakan celemek agar pakain kalian tidak mudah kotor
6. Cicip makanan dengan menggunakan sendok.
7. Hindari bersin atau batuk di depan makanan yang akan disajikan

C. Rangkuman

Berdasarkan sumber makannya, makanan fungsional dibedakan menjadi dua, yaitu makanan fungsional dari bahan tanaman (Contoh: kedelai, beras merah, tomat, dll) Serta makanan fungsional dari bahan hewani (contoh : daging, ikan, susu, telur). Berdasarkan cara pengolahannya, makanan fungsional dibedakan menjadi makanan fungsional alami, makanan fungsional tradisonal, dan makanan fungsional modern.

Teknik pengolahan makanan fungsional beragam caranya. Penggunaan teknik pengolahan pangan tersebut sangat tergantung pada bahan baku yang digunakan dan bentuk produk jadi yang ingin dihasilkan. Proses pengolahan harus tepat agar tidak merusak atau menghilangkan kandungan bahan pentingnya.

Makanan fungsional beragam jenis dan contohnya. Setiap makanan fungsional mempunyai langkah-langkah pembuatan sendiri-sendiri. Resep dan cara pembuatan makanan fungsional khas daerah bahkan telah ada beratus-ratus tahun sebelumnya, dan turun temurun sampai saat ini. Dalam mengolah makanan fungsional harus diperhatikansetiap langkah dengan tepat agar makanan fungsional dapat memberikan khasiat atau manfaat yang baik bagi tubuh. Tidak lupa, dalam mengolah makanan fungsional perlu diperhatikan prinsip K3 saat bekerja di dapur serta selalu menjaga kebersihan agar makanan tidak terkontaminasi mikroorganisme yang tidak baik bagi kesehatan tubuh.

D. Penugasan Mandiri (optional)

Mengolah Makanan Fungsional

Lakukan kegiatan berikut:

1. Lakukan wawancara atau observasi di sekitar kalian tinggal. Carilah informasi terkait makanan atau minuman fungsional yang khas di daerah sekitar kalian tinggal
2. Pilihlah 1 makanan atau minuman fungsional khas di daerah sekitar kalian tinggal
3. Tulislah resep serta cara pembuatan makanan atau minuman fungsional tersebut.
4. Masak atau olah makanan fungsional tersebut sesuai dengan resep dan langkah pembuatannya
5. Jika memungkinkan dokumentasikan dalam bentuk foto setiap tahap kalian membuatnya lengkap dengan hasil masakan kalian

Selamat berkarya, semoga dapat menambah wawasan dan kecintaan kita pada makanan fungsional khas daerah.

E. Latihan Soal

Kerjakan soal di bawah ini!

1. Jelaskan macam-macam makanan fungsional!
2. Lengkapilah tabel di bawah ini!

No.	Makanan/ Minuman Fungsional	Manfaat /Khasiat
a.	Jamu beras kencur	
b.	Pecel	
c.	Wedang uwuh	
d.	Salad buah	

3. Bagaimanakah langkah membuat wedang uwuh? Jika dikaitkan dengan kondisi pandemi corona saat ini, menurut kalian apa manfaat jika kita meminum wedang uwuh?
4. Jelaskan bagaimana cara kalian menghindari kecelakaan kerja saat mengolah makanan di dapur!

PEMBAHASAN SOAL LATIHAN KEGIATAN PEMBELAJARAN 2

1. Macam makanan fungsional:

Berdasarkan sumber makannya, makanan fungsional dibedakan menjadi dua:

- Makanan fungsional dari bahan tanaman
Contoh: kedelai, beras merah, tomat, dll.
- Makanan fungsional dari bahan hewani
Contoh : daging, ikan, susu, telur

Berdasarkan cara pengolahannya, makanan fungsional dibedakan menjadi tiga:

- Makanan fungsional alami
Makanan fungsional alami dapat dimakan langsung tanpa perlu proses pengolahan
Contoh: buah segar (mangga, jeruk, stroberi, pisang, dll)
- Makanan Fungsional Tradisional
Makanan fungsional tradisional diproses secara tradisional mengikuti carapengolahan yang diturunkan dari generasi ke generasi.
Contoh: Minuman beras kencur, kunyit asam, tempe, dll.
- Makanan fungsional modern
Makanan fungsional modern diolah secara modern dengan resep-resep baru yang diriset dan diuji secara berkala.
Contoh: suplemen makanan untuk penderita diabetes.

2.

No.	Makanan/ Minuman Fungsional	Manfaat /Khasiat
a.	Jamu beras kencur	mengandung antioksidan yang dapat menangkal berbagai penyakit kronis pada tubuh, menyembuhkan sakit mag, menambah nafsu makan
b.	Pecel	Sumber serat, vitamin, dan mineral
c.	Wedang uwuh	Menjaga daya tahan tubuh
d.	Salad buah	Mengandung banyak serat yang baik untuk pencernaan, Mengandung banyak vitamin yang baik untuk kulit, Cocok untuk diet dan mengontrol berat badan, Dapat membantu mencegah kanker, Salad akan mencukupi kebutuhan mineral tubuh

3. Cara pembuatan wedang uwuh:

Bakar jahe dan geprek hingga pipih

Rebus jahe hingga sarinya keluar dan campurkan cengkeh, daun cengkeh, kayu manis, daun pala, kayu secang dan gula batu

Rebus semua bahan selama 15 menit

Angkat setelah warna rebusan berubah menjadi merah

Sajikan tanpa disaring

Manfaat membuat dan meminum wedang uwuh di masa pandemi corona seperti ini adalah diharapkan wedang uwuh dapat menjaga daya tahan tubuh kita, sehingga sistem kekebalan tubuh kita dapat menangkal virus yang mungkin masuk ke tubuh.

4. Untuk menghindari kecelakaan kerja di dapur, dapat diikuti beberapa cara berikut ini!

- Dapur atau tempat memasak serta peralatan memasak sudah dalam keadaan bersih

- Barang-barang yang mudah terbakar dijauhkan dari kompor (seperti kain lap, kertas, plastik, apalagi korek api)
- Tumpahan air atau minyak dilantai segera dibersihkan agar lantai tidak licin.
- Pisau dalam keadaan tajam saat digunakan
- Hati-hati saat menggunakan peralatan yang mudah pecah.
- Peralatan dibersihkan setelah memasak

F. Penilaian Diri

Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut dengan jujur dan bertanggung jawab!

No.	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Saya mampu mempelajari kegiatan pembelajaran II dengan baik	Ya	Tidak
2	Saya mampu menyebutkan teknik pengolahan makanan fungsional	Ya	Tidak
3	Saya mampu menjelaskan langkah-langkah dalam mengolah makanan fungsional	Ya	Tidak
4	Saya mampu mengolah makanan fungsional sesuai dengan cara yang benar	Ya	Tidak
5	Saya mampu menerapkan prinsip K3 dan higiene saat mengolah makanan fungsional	Ya	Tidak

Jika ada jawaban "**Tidak**", maka segera lakukan review pembelajaran, terutama pada bagian yang masih "**Tidak**".

Jika semua jawaban "**Ya**", maka Anda dapat melanjutkan ke modul berikutnya.

EVALUASI

Pilihlah satu jawaban yang paling tepat dengan memberikan tanda silang pada pilihan jawaban a, b, c, d, atau e!

1. Dalam definisi pangan fungsional, hal penting yang diutamakan adalah terkait...
 - a. daya beli masyarakat
 - b. manfaat untuk kesehatan
 - c. popularitas jenis makanan saat ini
 - d. teknik pemasaran
 - e. kemasan makanan yang menarik

2. Berikut ini yang tidak termasuk fungsi dari makanan fungsional adalah.
 - a. Meningkatkan daya tahan tubuh
 - b. Mengikuti tren makanan kekinian
 - c. Mencegah timbulnya berbagai macam penyakit
 - d. Menjaga keteraturan kondisi ritme tubuh
 - e. Mempercepat proses pengobatan pada berbagai macam penyakit

3. Berikut ini yang tidak termasuk perbedaan antara karakteristik bahan pangan nabati dan hewani adalah....

	Karakteristik Bahan Nabati	Karakteristik Bahan Hewani
a.	Umumnya memiliki daya awet yang tinggi	Umumnya mudah rusak (daya awetnya rendah)
b.	Cenderung tahan terhadap tekanan dan tidak gampang rusak	Umumnya bersifat lunak, tidak tahan tekanan, dan hantaman
c.	Meski sifat bahan spesifik, namun masih dapat dicari sifat umumnya	Sifat setiap bahan sangat spesifik dan sangat sulit digeneralisasi
d.	Umumnya sumber karbohidrat, mineral, dan vitamin	Umumnya merupakan sumber protein dan lemak
e.	Rasanya enak	Rasanya tidak enak

4. Kelemahan dari alat pengolahan makanan fungsional dengan bahan alumunium adalah...
 - a. Mengandung bahan berbahaya
 - b. Tidak tahan panas
 - c. Tidak dapat menghantarkan panas dengan baik
 - d. Tidak cocok untuk mengolah makanan yang bersifat asam
 - e. Ringan

5. Perhatikan jenis makanan fungsional berikut!
 - a. Tempe
 - b. Apel
 - c. Yoghurt
 - d. Anggur
 - e. Pisang

Jenis makanan fungsional di atas yang termasuk makanan fungsional alami adalah....

 - a. 1, 2, 3
 - b. 1, 3, 5
 - c. 2, 3, 4
 - d. 2, 4, 5
 - e. 3, 4, 5

6. Makanan fungsional berikut ini yang diolah dengan menggunakan teknik fermentasi adalah...
 - a. Keju, yoghurt, tempe
 - b. Beras kencur, kunyit asam, wedang uwuh
 - c. Pecel, gado-gado, rujak
 - d. Salad buah, asinan buah, manisan buah
 - e. Tempe, tahu, oncom

7. Makanan fungsional berikut ini yang proses pengolahan bahan utamanya tanpa perebusan adalah...
 - a. Pecel
 - b. Wedang uwuh
 - c. Beras kencur
 - d. Salad buah
 - e. Kunyit asam

8. Minuman fungsional berikut yang menggunakan bahan dasar bahan nabati adalah...
 - a. Yohurt, kunyit asam, wedang uwuh
 - b. Beras kencur, yoghurt, kunyit asam
 - c. Wedang uwuh, yoghurt, beras kencur
 - d. Beras kencur, wedang uwuh, kunyit asam
 - e. Wedang uwuh, beras kencur, yoghurt

9. Bahan berikut ini yang umumnya tidak digunakan untuk membuat wedang uwuh adalah...
 - a. Kayu manis
 - b. Daun cengkih
 - c. Kayu secang
 - d. Jahe
 - e. Daun salam

10. Salad buah merupakan salah satu makanan fungsional yang enak dan menyehatkan. Salad buah mempunyai manfaat...
 - a. Mengandung omega 3
 - b. Menghangatkan tubuh
 - c. Kaya serat yang baik untuk pencernaan
 - d. Memperlancar asi
 - e. Mengandung banyak vitamin E sehingga baik untuk kesuburan

DAFTAR PUSTAKA

Sugiyanto, dkk. 2019. *Prakarya dan Kewirausahaan Jilid 3 untuk SMA/ MA Kelas XII*. Jakarta: E book- Erlangga.

Werdhaningsih, Hendriana, dkk. 2018. *Prakarya dan Kewirausahaan Kelas XII*. Semarang: CV Bumi Pustaka

<https://www.ilmucerdasku.com/2019/08/jenis-dan-karakteristik-bahan-pangan.html>

<https://www.gurupendidikan.co.id/pangan-fungsional/>

<https://www.dosenpendidikan.co.id/protein-hewani/>

http://dewilarasati29.blogspot.com/p/blog-page_9.html

<https://food.detik.com/info-sehat/d-4954599/wedang-uwuh-begini-cara-membuat-dan-khasiatnya-bagi-tubuh>

<https://travel.kompas.com/read/2020/03/25/142117227/cara-membuat-wedang-uwuh-minuman-sampah-yang-menghangatkan-tubuh?page=all> [diakses 1 September 2020]
<https://www.sehatq.com/artikel/sudah-tahu-cara-membuat-beras-kencur-ini-resepnya>

<https://www.brilio.net/creator/6-bahan-dalam-pecel-madiun-ini-bisa-menjaga-berat-badan-seimbang-962365.html> [diakses 1 September 2020]

<https://style.tribunnews.com/2019/11/13/manfaat-8-sayuran-sehat-yang-ada-dalam-pecel-dari-taoge-hingga-kacang-panjang> [diakses 1 September 2020]

<http://www.sajianbunda.com/wp-content/uploads/2017/02/Resep-Cara-Membuat-Masakan-Pecel-Madiun-Asli-Sedap.jpg> [diakses 1 September 2020]

<http://blog.sayurbox.com/9-manfaat-salad-buah/> [diakses 1 September 2020]

<https://tastynesia.com/buah/salad/> [diakses 1 September 2020]

<https://zetizen.jawapos.com/show/14433/kenalan-dengan-salad-makanan-sehat-tapi-enak> [diakses 1 September 2020]

<https://kantorsehat.wordpress.com/tag/keselamatan-di-dapur/> [diakses 1 September 2020]

<http://temanggung.dosen.unimus.ac.id/perikanan-peternakan/perikanan/kandungan-gizi-pada-ikan/> [diakses 1 September 2020]

<https://www.sarihusada.co.id/Nutrisi-Untuk-Bangsa/Kesehatan/Umum/Yuk-Intip-Kandungan-Gizi-Sayur-dan-Buah> [diakses 1 September 2020]

<http://tokopastri.com/blog/pengetahuan-tentang-peralatan-pengolahan-makanan>
<https://resepkoki.id/12-jenis-kacang-yang-bisa-dijumpai-di-indonesia/> [diakses 1 September 2020]



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN ANAK USIA DINI,
PENDIDIKAN DASAR DAN PENDIDIKAN MENENGAH
DIREKTORAT SEKOLAH MENENGAH ATAS
2020



Modul Pembelajaran SMA

Prakarya dan Kewirausahaan



KELAS
XII



**MENGEVALUASI KEGIATAN USAHA PENGOLAHAN
MAKANAN FUNGSIONAL**

**PRAKARYA DAN KEWIRAUSAHAAN
KELAS XII**

Penyusun :

ROSSA VINI ANGGALIA,, S.P., M.M.
SMAN 9 KOTA TANGERANG SELATAN

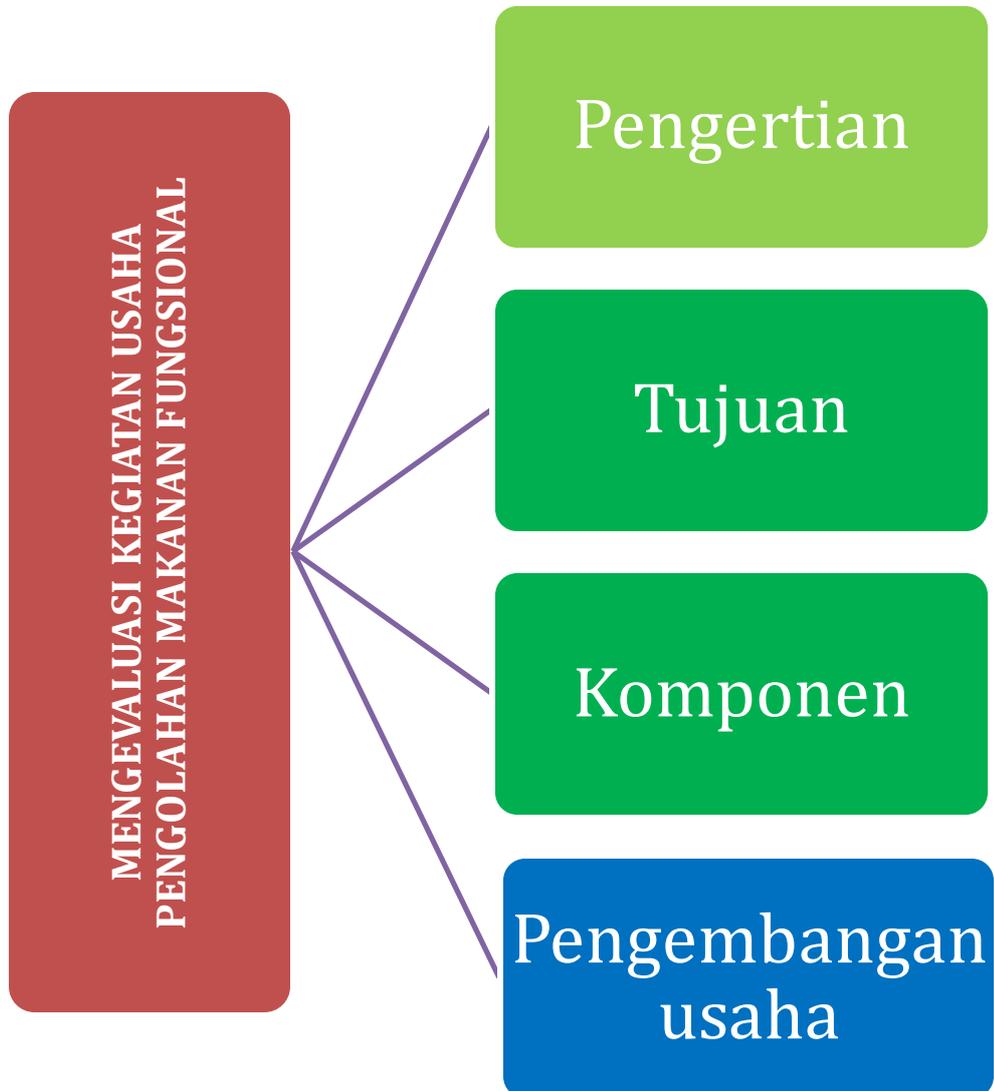
DAFTAR ISI

PENYUSUN.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
GLOSARIUM.....	iv
PETA KONSEP.....	v
PENDAHULUAN.....	1
A. Identitas Modul.....	1
B. Kompetensi.....	1
C. Deskripsi Singkat Materi.....	1
D. Petunjuk Penggunaan Modul.....	1
E. Materi Pembelajaran.....	1
KEGIATAN PEMBELAJARAN 1.....	2
A. Tujuan Pembelajaran.....	2
B. Uraian Materi.....	6
C. Rangkuman.....	6
D. Penugasan.....	6
E. Latihan soal.....	6
F. Penilaian Diri.....	8
KEGIATAN PEMBELAJARAN 2.....	9
A. Tujuan Pembelajaran.....	9
B. Uraian Materi.....	9
C. Rangkuman.....	16
D. Penugasan.....	17
E. Latihan Soal.....	17
F. Penilaian Diri.....	19
EVALUASI.....	17
DAFTAR PUSTAKA.....	23

GLOSARIUM

Bagan	:	Gambar rancangan, skema, diagram yang memperlihatkan informasi sebagai serangkaian garis atau blok.
Sumber daya	:	Nilai potensi yang dimiliki oleh suatu materi atau unsur tertentu.
Pengolahan	:	Kegiatan yang dilakukan untuk merubah bahan mentah menjadi produk.
Strategi	:	Tindakan atau aksi yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan
Promosi	:	Upaya untuk memberitahukan produk kepada khalayak atau masyarakat
Fungsional evaluasi	:	Produk kesehatan Kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui perkembangan usaha
Sumber daya	:	Nilai potensi yang dimiliki oleh seseorang atau suatu unsur
Komunikasi	:	Kelompok atau individu untuk menyampaikan informasi
Laporan	:	Pertanggungjawaban atas kegiatan yang telah dilaksanakan
Maerket	:	Pemasaran
Perencanaan	:	Proses.
Wirausaha	:	Aktivitas dalam mengelola produk.
Kreatif	:	Menciptakan sesuatu yang berbeda.
Inovatif	:	Memulai sesuatu yang baru.
Target	:	Tujuan
Transaksi	:	Kegiatan yang dilakukan untuk menjual produk

PETA KONSEP



PENDAHULUAN

A. Identitas Modul

Mata Pelajaran : Prakarya dan Kewirausahaan
Kelas : XII
Alokasi Waktu : 4 x 45 menit
Judul Modul : Media promosi produk usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani.

B. Kompetensi

Kompetensi Dasar dan Indikator Pencapaian

- 3.8 Mengevaluasi kegiatan usaha pengolahan makanan fungsional
 - 3.8.1 Menentukan kegiatan usaha pengolahan makanan fungsional
- 4.8 Menyusun rencana pengembangan usaha pengolahan makanan fungsional
 - 4.8.1 Membuat rencana pengembangan usaha pengolahan makanan fungsional

C. Deskripsi Singkat Materi

Modul ini disajikan untuk mengetahui evaluasi kegiatan usaha dan rencana pengembangan pengolahan makanan fungsional, di kompetensi dasar sebelumnya sudah dibahas materi-materi yang berkaitan dengan pengolahan makanan fungsional, Nah, di modul pembelajaran kali ini akan di bahas lebih lanjut bagaimanakah evaluasi dari kegiatan usaha oleh karena itu mari kita mempelajari materi ini dengan cermat. **Selamat mempelajari dengan semangat!**

D. Petunjuk Penggunaan Modul

Supaya belajar dapat bermakna maka yang perlu lakukan adalah :

1. Pastikan mengerti target kompetensi yang akan dicapai.
2. Mulailah dengan membaca materi.
3. Mencari referensi dari lingkungan disekitar.
4. Jika belum memahami maka cobalah baca kembali materinya dan bertanya kepada guru.
5. Kerjakan soal latihannya.
6. Jika sudah lengkap mengerjakan soal latihan, cobalah buka kunci jawaban yang ada pada bagian akhir dari modul ini.
7. usahakan jangan mengerjakan ulang soal yang salah sebelum membaca ulang materinya.
8. Jika skor sudah minimal tujuh puluh, bisa melanjutkan pembelajaran berikutnya.

E. Materi Pembelajaran

Adapun cakupan materi di pembelajaran ini adalah :

1. Pengertian.
2. Tujuan evaluasi.
2. Komponen evaluasi.
3. Langkah/tahapan pengembangan usaha.

KEGIATAN PEMBELAJARAN 1

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari materi ini diharapkan dapat memahami pengertian, tujuan dan komponen evaluasi kegiatan rencana usaha pengolahan makanan fungsionali.

B. Uraian Materi

Pengertian

Evaluasi Usaha adalah Suatu aktivitas untuk melakukan analisis kinerja suatu usaha bisnis. Evaluasi usaha prinsip dasar utamanya adalah membandingkan rencana usaha yang telah dibuat sebelum kegiatan dimulai dengan apa yang telah dicapai pada akhir masa produksi.

Suatu usaha dikatakan berhasil apabila usaha tersebut dapat memenuhi kewajiban membayar bunga modal, alat - alat luar yang digunakan, upah tenaga kerja luar serta sarana produksi yang lain dan termasuk kewajiban pada pihak ketiga.

Kalian pasti mengetahui bahwa setiap usaha tidak selamanya lancar dan ini sesuatu yang tidak dikehendaki. Tentu setiap orang menginginkan selalu mengalami kemajuan Usaha dari waktu ke waktu. Banyak hal yang bisa mempengaruhi kondisi usaha kita diantaranya :

- Pasar yang mulai lesu.
- Persaingan yang makin ketat.
- Produktifitas menurun.
- Biaya produksi yang meningkat dan lain-lain.

Bagaimana agar usaha selalu mengalami kemajuan ? Setelah rencana usaha yang kita buat dengan baik apakah sudah cukup? tentu tidak kita perlu melakukan evaluasi dan monitoring usaha.



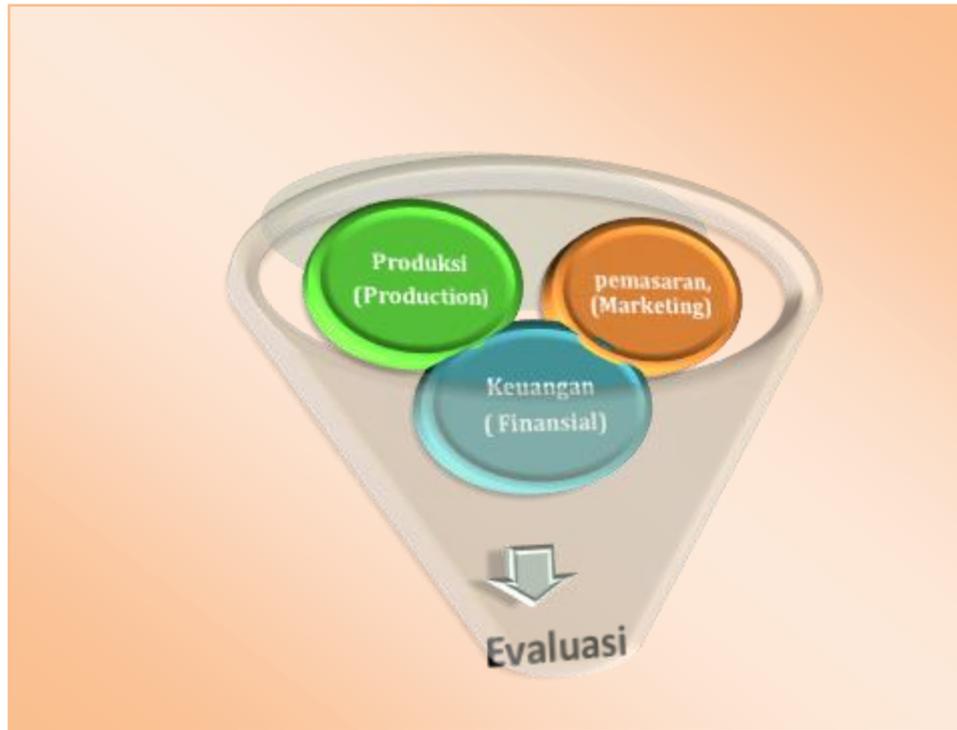
Sumber : <https://seoanaksholeh.com/bisnis/kunci-sukses-bisnis>

Kunci untuk menuju sukses usaha adalah melakukan evaluasi terhadap usaha yang sudah dilaksanakan

Melakukan evaluasi kemajuan usaha merupakan proses yang berlangsung terus menerus dan berkesinambungan. Evaluasi berangkat dari kegiatan monitoring setiap proses dalam usaha yang dijalankan, dari hasil monitoring dapat dibuat analisis kemajuan, kemunduran dan pencapaian apa yang sudah dilaksanakan. Evaluasi dan monitoring bagi seorang enterpreneur/ wirausaha sekaligus menjadi sarana belajar dan proses mengupgrade diri dalam proses ini bisa jadi ditemukan hal-hal baru dan strategi baru mencapai sukses dalam berwirausaha.

Aspek Evslusdi ysdrrbsgsi prndukung susuai atau tidaknya rencana usaha.

Disajikan skema aspek evaluasi dari kegiatan pengolahan makanan fungsional adalah :



Gambar 1. Skema aspek evaluasi

1) Tujuan Evaluasi Kelayakan Usaha

Evaluasi kelayakan usaha merupakan suatu kegiatan untuk mengetahui sejauh mana tingkat keberhasilan pelaksanaan usaha, apakah usaha tersebut berjalan sesuai rencana dan akan memberikan hasil seperti yang diharapkan. Terdapat beberapa kegunaan dari kelayakan usaha, yaitu:

- (1) Memandu pemilik dana untuk mengoptimalkan penggunaan dana yang dimilikinya.
- (2) Memperkecil resiko kegagalan investasi dan bisa memperbesar peluang keberhasilan investasi yang bersangkutan. (Umar : 2003).

2) Tahap-tahap Evaluasi Kelayakan Usaha

Secara umum studi kelayakan usaha akan mencakup beberapa aspek yaitu:

- (1) Aspek pemasaran
- (2) Aspek teknis
- (3) Aspek finansial (keuangan),
- (4) Aspek lingkungan.

Dalam kenyataan tidak semua aspek harus diteliti, hanya aspek yang dibutuhkan saja yang perlu dianalisis lebih lanjut. Untuk ini dalam pembelajaran ini hanya mempelajari aspek pasar, aspek finansial, aspek teknis dan aspek finansial saja.

3) Monitoring Dan Evaluasi Usaha

Hal yang menjadi dasar setiap pelaku usaha untuk maju adalah keyakinan diri bahwa ia mampu untuk maju dan sukses dalam bisnis, jika cara berfikir ini cukup kuat maka satu tiket untuk sukses sudah didapat. Langkah selanjutnya adalah melaksanakan dan belajar dengan melakukan (*learning by doing*).

Yang perlu dievaluasi dalam wirausaha antara lain :

a. Posisi Keseluruhan Usaha

Posisi keseluruhan usaha digunakan untuk mengetahui berapa jumlah harta (modal/pendapatan usaha), berapa jumlah hutang-hutang pada pihak lain, berapa rata-rata pengeluaran dalam sebulan, dan berapa

pendapatan bersih yang diperoleh setiap bulannya. Hal ini dilakukan untuk mengetahui jika terjadi penyimpangan dalam keuangan sehingga perlu dilakukan pengecekan secara berkala.

b. *Apakah Ada kemajuan atau Kemunduran usaha*

Posisi keuangan biasanya menjadi patokan utama dalam evaluasi kemajuan atau kemunduran sebuah usaha, meski bukan yang segalanya. Setelah mengetahui posisi keuangan, selanjutnya melakukan evaluasi terhadap kegiatan usaha. Apakah usaha mengalami kemajuan atau kemunduran? Cara mudahnya adalah dengan membandingkan pada saat awal kalian menjalankan usaha dengan setelahnya (biasanya dengan jangka waktu pembandingan yang waktunya dapat ditentukan sendiri, misalnya seperti 3 bulan, 6 bulan, atau satu tahun sekali setelah usaha berjalan).

c. *Lakukan langkah perbaikan atau pengembangan*

Hasil evaluasi usaha yang menunjukkan beberapa parameter dipergunakan sebagai bahan untuk melakukan langkah selanjutnya. Caranya, berikanlah perhatian pada penjualan yang menurun. Dimana kira-kira letak kesalahannya, sehingga kalian bisa melakukan langkah-langkah efektif untuk mengatasinya, dan bisa segera melakukan 'penyehatan' agar usaha kalian kembali berjalan baik. Tetapi apabila kondisi keuangan dan penjualan kalian telah sehat dan mengalami peningkatan, usahakan janganlah 'cepat puas' dulu.

d. *Pikirkan target usaha Kalian selanjutnya*

Evaluasi sebuah usaha juga bisa dimanfaatkan sebagai bahan untuk mencapai merencanakan target pertumbuhan usaha selanjutnya. Kalian dituntut untuk memikirkan 'target' selanjutnya dengan upaya melakukan perbaikan atau pengembangan usaha. Coba pikirkan secara cermat, apakah dengan kondisi saat ini kalian ingin mendongkrak penjualan usaha karena angka penjualan mengalami kerugian yang cukup besar? Coba kalian cari peluang target apa yang kira-kira tepat untuk lakukan. Misalnya seperti saatnya kalian melakukan promosi lebih gencar? Apa sudah waktunya kalian melakukan ekspansi usaha ke tempat lain yang lebih ramai?

4) *Kapan Melakukan Evaluasi Usaha*

Evaluasi memiliki periode yang dapat dilakukan, waktu yang tepat dalam melakukan evaluasi. Evaluasi terhadap perkembangan usaha dapat dilakukan dalam beberapa kondisi yaitu :

a. Secara rutin/berkala.

Kalian bisa melakukan evaluasi bulanan, triwulan, ataupun tahunan. Biasanya yang paling sering dilakukan adalah evaluasi triwulan menyangkut evaluasi kegiatan sehari-hari (seperti pendapatan dan pengeluaran), dan tahunan untuk evaluasi secara lengkap yang mencakup laporan keuangan, persaingan usaha, SDM, dan lain sebagainya. Evaluasi berkala sangat baik manfaatnya, karena dengan adanya evaluasi secara rutin maka masalah-masalah yang timbul bisa lebih cepat diatasi dan peluang untuk pengembangan bisa lebih cepat dimanfaatkan.

b. Secara Insidental

Evaluasi secara insidental dilakukan setiap saat apabila (umumnya) terjadi masalah yang dirasakan cukup signifikan pada usaha kalian. Evaluasi seperti ini biasanya dilakukan apabila terjadi masalah atau kemunduran pada usaha.

5) **Atur jadwal evaluasi.**

Setelah membangun sistem evaluasi kinerja :

- Formulir evaluasi, pengukuran kinerja, pedoman umpan balik dan prosedur disipliner .
- Kalian hanya perlu memutuskan kapan untuk melakukan evaluasi kinerja.

Beberapa praktek melakukan semua evaluasi, sementara yang Anda memutuskan untuk jadwal evaluasi, pastikan bahwa setiap penilai konsisten memenuhi batas waktu evaluasi

Sistem evaluasi kinerja dalam kelompok harus merupakan komponen kunci dari struktur latihan kalian. Bila diterapkan secara efektif, hal ini menjamin keadilan, mendorong pertumbuhan dan pembangunan dan mendorong rasa bangga kontribusi anggota kelompok kalian.

Hal-Hal yang Perlu Dievaluasi :

Salah satu seminar *Gerald Abraham* salah seorang penasehat bisnis pada sebuah firma hukum, juga pemilik dan direktur sebuah konsultan keuangan di tahun 2006, berisi tentang menjadi sukses dengan memahami 9 aspek penting sebelum memulai usaha. Aspek tersebut yaitu :

- a) Memahami konsep produk atau jasa secara baik.
- b) Membuat visi dan misi usaha.
- c) Perlunya winning, positive dan learning attitude untuk menjadi sukses.
- d) Membuat perencanaan dan strategi usaha yang efektif akan menghindari usaha daripada resiko usaha dan keuangan.
- e) Menghindari usaha dari pada resiko manajemen.
- f) Optimalisasi sumber daya manusia.
- g) Kreatifitas, kepemimpinan dan proses pembuatan keputusan sangat penting?
- h) Pengetahuan dasar pengelolaan keuangan dan pembiayaan.
- i) Pemasaran, pelayanan dan produk brand (merk).

Metoda Evaluasi Usaha :

Adapun metode evaluasi usaha yang dapat kalian dilakukan dalam wirausaha makan fungsional antara lain :

- a) Menggunakan daftar pertanyaan untuk menganalisis masalah.
- b) Menggunakan laporan kinerja organisasi.
- c) Menyusun flow-chart (grafik) untuk mengetahui kemungkinan-kemungkinan terjadi resiko pada masing-masing tahap.
- d) Inspeksi (pemeriksaan) langsung.
- e) Melakukan interaksi intensif dengan unit dalam kelompok organisasi.
- f) Mengadakan benchmarking (perbandingan) dengan pihak luar untuk berbagi pengalaman.
- g) Melakukan analisis terhadap bentuk-bentuk kerjasama.
- h) Melakukan analisis lingkungan.

MAKA,

setelah mempelajari materi diatas dapat disimpulkan

Menjalankan usaha tanpa melakukan evaluasi, seperti kalian berpergian ketempat asing tanpa peta atau petunjuk jalan.



Sumber :
[//smkn3sibolga.sch.id/blog/cara-belajar-efektif/](https://smkn3sibolga.sch.id/blog/cara-belajar-efektif/)

C. Rangkuman

1. Evaluasi Usaha adalah Suatu aktivitas untuk melakukan analisis kinerja suatu usaha bisnis. Evaluasi usaha prinsip dasar utamanya adalah membandingkan rencana usaha yang telah dibuat sebelum kegiatan dimulai dengan apa yang telah dicapai pada akhir masa produksi.
2. Terdapat beberapa kegunaan dari kelayakan usaha, yaitu:
 - a. Memandu pemilik dana untuk mengoptimalkan penggunaan dana yang dimilikinya.
 - b. Memperkecil resiko kegagalan investasi dan bisa memperbesar peluang keberhasilan investasi yang bersangkutan. (Umar : 2003).
3. Secara umum studi kelayakan usaha akan mencakup beberapa aspek yaitu:
 - Aspek pemasaran
 - Aspek teknis.
 - Aspek finansial (keuangan).
 - Aspek lingkungan.
4. Yang perlu dievaluasi dalam wirausaha antara lain :
 - a. Posisi keseluruhan usaha.
 - b. Apakah ada kemajuan atau kemunduran usaha.
 - c. Lakukan langkah perbaikan atau pengembangan.
 - d. Pikirkan target usaha kalian selanjutnya.
5. Evaluasi terhadap perkembangan usaha dapat dilakukan dalam beberapa kondisi yaitu :
 - Secara rutin/berkala.
 - Secara Insidental.
- 5) Setelah membangun sistem evaluasi kinerja dalam kelompok kalian maka perlu dilakukan pengaturan jadwal dengan memperhatikan :
 - Formulir evaluasi, pengukuran kinerja, pedoman umpan balik dan prosedur disipliner.
 - Memutuskan kapan untuk melakukan evaluasi kinerja.

D. Penugasan

Setelah mempelajari materi, sekarang silahkan kalian membuat evaluasi dari kegiatan sebelumnya yaitu pada kompetensi dasar 3.6 mengenai perencanaan usaha pengolahan makanan fungsional yang sudah kalian lakukan.

- a. Jika memiliki laptop, ketik dengan menggunakan font time new roman, 1 spasi, dan di print dengan diatas kertas A4.
- b. Jika tidak ada alat ketik maka tulis menggunakan pulpen berwarna hitam di buku tulis dengan tulisan rapi dan jelas.

E. Latihan Soal

1. Memperkecil resiko kegagalan investasi dan bisa memperbesar peluang keberhasilan investasi yang bersangkutan merupakan ...
 - a. Tujuan evaluasi
 - b. Aspek evaluasi
 - c. Tahapan evaluasi
 - d. Strategi evaluasi
 - e. Sasaran evaluasi
2. Perhatikan pernyataan berikut ini :
 - a) Memahami konsep produk atau jasa secara baik
 - b) Membuat visi dan misi usaha

- c) Perlunya winning, positive dan learning attitude untuk menjadi sukses
Pernyataan di atas termasuk ...
- Tujuan evaluasi
 - Aspek evaluasi
 - Tahapan evaluasi
 - Hal yang harus di evaluasi
 - Sasaran evaluasi
3. Perhatikan pernyataan berikut ini ...
- Posisi keseluruhan usaha.
 - Apakah ada kemajuan atau kemunduran usaha.
 - Lakukan langkah perbaikan atau pengembangan.
- Hal diatas merupakan ...
- Tujuan evaluasi.
 - Monitoring dan ebaluasi usaha.
 - Tahapan evaluasi.
 - Hal yang harus di evaluasi.
 - Sasaran evaluasi.
4. Dalam memulai usaha makanan fungsional tidak bisa dengan begitu saja memulai tetapi harus memperhatikan beberapa aspek, terdapat berapa aspek yang harus diketahui oleh wirausahawan adalah ...
- 5 aspek
 - 6 aspek
 - 7 aspek
 - 8 aspek
 - 9 aspek
5. Perhatikan pernyataan berikut ini :
- (1) Aspek pemasaran
 - (2) Aspek teknis
 - (3) Aspek finansial (keuangan),
- Pernyataan diatas merupakan ...
- Tujuan evaluasi.
 - Monitoring dan evaluasi usaha.
 - Tahapan evaluasi.
 - Hal yang harus di evaluasi.
 - Sasaran evaluasi.

Kunci Jawaban dan pembahasan:**Latihan soal pembelajaran 1**

No.	Jawaban	Pembahasan	Skor
1.	A	Tujuan evaluasi menurut umur :2000	20
2.	D	Komponen yang termasuk kedalam pelaporan dan pengembangan	20
3.	B	Kegiatan usaha harus di awasi agar terlihat perkembangannya	20
4.	E	a) Memahami konsep produk atau jasa secara baik b) Membuat visi dan misi usaha c) Perlunya winning, positive dan learning attitude untuk menjadi sukses d) Membuat perencanaan dan strategi usaha yang efektif akan menghindari usaha daripada resiko usaha dan keuangan. e) menghindari usaha daripada resiko manajemen. f) Optimalisasi sumber daya manusia. g) Kreativitas, kepemimpinan dan proses pembuatan keputusan sangat penting? h) Pengetahuan dasar pengelolaan keuangan dan pembiayaan i) Pemasaran, pelayanan dan product brand (merk)	20
5.	C	Aspek yang mendukung perkembangan usaha adalah tahapan tahapan evaluasi.	20

F. Penilaian Diri

Berilah tanda (√) pada kolom dibawah ini!

No.	Kegiatan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Saya sudah memahami pengertian evaluasi		
2	Saya mampu memahami aspek evaluasi		
3	Saya mampu memahami tujuan evaluasi		
4	Saya memahami level evaluasi		
5	Saya memahami materi ini dengan baik.		

KEGIATAN PEMBELAJARAN 2

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran ini dapat menyusun rencana pengembangan usaha pengolahan makanan fungsional

B. Uraian Materi

Setelah kalian mempelajari evaluasi maka kalian sudah pasti mengetahui evaluasi itu sangat penting untuk pengembangan usaha yang kalian lakukan. Mari kita pelajari Perencanaan Pengembangan Usaha.

Perencanaan pengembangan usaha adalah:

- 1) Mengatur proses kegiatan usaha, produksi, pemasaran, penjualan, perluasan usaha, pembelian, tenaga kerja, dan pengadaan peralatan usaha untuk mencapai tujuan.
- 2) Keseluruhan proses hal-hal yang akan dikerjakan pada masa yang akan datang dalam rangka mencapai tujuan yang sudah ditentukan
- 3) Sebuah selling document tertulis yang disiapkan dan mengungkapkan daya tarik, serta harapan sebuah usaha atau bisnis kepada penyandang dana potensial.
- 4) Perkembangan sistematis dari program tindakan dan ditujukan pada pencapaian tujuan usaha yang telah disepakati dengan proses analisis, dan seleksi di antara kesempatan-kesempatan pengembangan usaha yang ada.

Prinsip-prinsip pengembangan usaha:

- 1) Harus dapat diterima oleh semua pihak dan dapat dilaksanakan.
- 2) Harus dibuat secara fleksibel dan realistis.
- 3) Harus mencakup semua aspek kegiatan usahanya.
- 4) Harus merumuskan cara-cara kerja efektif dan efisien.

Manfaat perencanaan pengembangan usaha:

- 1) Sebagai alat untuk membimbing jalannya pelaksanaan pengembangan usaha.
- 2) Mengamankan kelangsungan hidup pengembangan usaha.
- 3) Meningkatkan kemampuan manajerial dalam rangka pengembangan usaha.
- 4) Sebagai pedoman wirausaha dalam pelaksanaan pengembangan usaha.
- 5) Sebagai alat untuk mengetahui yang akan terjadi dalam rangka pelaksanaan pengembangan usaha.
- 6) Sebagai alat berkomunikasi dalam rangka pelaksanaan pengembangan usaha.
- 7) Sebagai alat untuk memperkecil risiko dalam pelaksanaan pengembangan usaha.
- 8) Memperbesar peluang usaha dalam rangka pelaksanaan pengembangan usaha.
- 9) Sebagai alat pengendalian pengembangan usaha.
- 10) Sebagai alat memudahkan bantuan kredit modal usaha dari bank dalam rangka pengembangan usaha.

Tujuan perencanaan pengembangan usaha antara lain :

- 1) Membantu wirausaha untuk berorientasi ke masa depan dalam pengembangan usaha.
- 2) Mengkoordinasikan keputusan dan menentukan gagasan dalam pengembangan usaha.
- 3) Membantu wirausaha meningkatkan akses pasar dan memperbesar pangsa pasar dalam pengembangan usaha.
- 4) Membantu wirausaha meningkatkan akses dan penguasaan teknologi dalam pengembangan usaha.

- 5) Membantu wirausaha meningkatkan akses sumber modal usaha dan memperkuat struktur modal dalam pengembangan usaha
- 6) Membantu wirausaha meningkatkan kemampuan organisasi dan manajemen dalam rangka pengembangan usaha.

5 langkah dasar proses perencanaan pengembangan usaha yaitu :

- 1) Menganalisis lingkungan internal dan eksternal usahanya (SWOT analysis).
- 2) Memformulasikan strategi pengembangan usaha jangka pendek dan jangka panjang (visi, misi, strategi, dan kewajiban).
- 3) Menerapkan rencana strategi pengembangan usaha (program, anggaran, dan prosedur).
- 4) Mengevaluasi kinerja strategi perencanaan pengembangan usaha.
- 5) Melakukan follow-up dengan feed back yang berkesinambungan.

Faktor pendukung keberhasilan pengembangan usaha antara lain :

- 1) Adanya perencanaan yang tepat, mantap, dan dapat dilaksanakan
- 2) Visi dan misi serta dedikasi yang tinggi.
- 3) Sumber daya manusia yang tinggi.
- 4) Manajemen usaha yang handal, terampil, dan teknologi yang tinggi.
- 5) Komitmen yang tinggi.
- 6) Dana atau modal yang cukup.
- 7) Sarana atau prasarana yang lengkap.
- 8) Keterampilan dan pengalaman.
- 9) Kecocokan minat atau interest terhadap barang dan jasa yang dibutuhkan konsumen.
- 10) Kepuasan konsumen.
- 11) Faktor internal dan eksternal berupa peningkatan akan barang dan jasa yang dipasarkan.

Teknik pengembangan usaha yang memanfaatkan sumber daya internal adalah untuk menciptakan kemampuan dan meningkatkan nilai tambah agar mencapai tujuan sumber daya usaha, diantaranya:

- 1) Tanah, bahan baku, dan bangunan usaha
- 2) Adanya bakat dan keahlian wirausaha dalam memimpin pengembangan usaha
- 3) Modal yang cukup
- 4) Manajemen yang diterapkan
- 5) Tenaga kerja yang ahli dan terampil
- 6) Teknologi yang diterapkan
- 7) Kemitraan dan modal ventura

Langkah-langkah teknik pengembangan usaha:

Langkah I , wirausaha menetapkan gambaran pasaran hasil produksinya sebagai berikut :

- 1) Mencari konsumen yang dituju
- 2) Menentukan banyaknya produk yang dibutuhkan konsumen
- 3) Menetapkan harga jual sesuai daya beli konsumen
- 4) Membuat ukuran modelnya dan macam produk yang diminati konsumen
- 5) Menciptakan mutu produk dan manfaat yang diminati konsumen
- 6) Menciptakan kemasan yang diminati konsumen
- 7) Menciptakan selera dan minat konsumen serta tanggapan terhadap produk

Langkah II, wirausaha harus menciptakan saluran distribusi tepat, dengan cara berikut ini :

- 1) Disalurkan langsung kepada konsumen.
- 2) Disalurkan secara tidak langsung.
- 3) Disalurkan secara semi langsung.

Langkah III, wirausaha harus dapat memproduksi produk, dengan cara berikut ini :

- 1) Membuat produk dengan menggunakan mesin.

- 2) Membuat kemasan yang menarik dan digemari konsumen.
- 3) Membuat warna produk yang menarik dan disenangi konsumen.
- 4) Membuat jenis dan bentuk produk yang diminati konsumen.
- 5) Membuat produk yang berkualitas dan bermanfaat bagi konsumen.

Langkah IV, wirausaha dapat mengawasi dan mengendalikan produk sebagai berikut :

- 1) Mengawasi dan mngendalikan hasil produk.
- 2) Membuat catatan hasil pengawasan/pengendalian produk terutama terkait kualitas dan manfaatnya.

Langkah V, wirausaha dapat mencari dan memperoleh bahan baku, dengan cara sbb:

- 1) Mencari bahan baku dengan mudah.
- 2) Menyiapkan persediaan bahan baku dengan cukup.
- 3) Menyiapkan dan melaksanakan transportasi dengan baik.
- 4) Mencari dan mnyediakan tenaga kerja terampil.

Langkah VI, wirausaha dapat memelihara sarana dan prasarana dengan cara:

- 1) Meningkatkan pemeliharaan dan merawat fisik pabrik dan bangunan.
- 2) Mengoptimalkan pelaksanaan dan ketatausahaan, pembukuan, adminstrasi, dan peraturan pemerintah.
- 3) Menerapkan efisiensi penggunaan waktu pengembangan usaha, tenaga kerja, dan pembiayaan usaha.
- 4) Melaksanakan dan menggunakan prinsip-prinsip ekonomis dan manajemen usaha.

Realisasi Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha yang sudah ada, dapat dilakukan dengan beberapa cara:

- 1) Usaha yang sudah ada, produk yang ditawarkan bukan produk lama, tetapi produk baru atau produk yang sudah diperbarui menyangkut kualitas, model, desain, dan manfaat produk yang diminati dan disenangi oleh konsumen
- 2) Strategi diversifikasi produk, wirausaha harus membuat produk baru yang berbeda dengan yang sudah ada agar diminati konsumen.
- 3) Strategi penetrasi pasar, dengan menjual jenis produk lama dalam jumlah yang lebih besar ke pasar lama.
- 4) Strategi manajemen usaha, suatu transisi pengambilan keputusan manajerial dalam merealisasikan pengeembangan usaha.
- 5) Strategi menyisihkan uang, dengan cara:
 - Memanfaatkan dana-dana penyusutan
 - Menyisihkan laba yang diperoleh
 - Penjualan aktiva yang tidak terpakai
 - Penjualan produk secara kontan (diskon)

Sumber: <http://khitacollections01.blogspot.com/2017/07/materi-prakarya-evaluasi-hasil-usaha.html>

Disajikan contoh teknik pengembangan usaha makanan fungsional

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setelah memperhatikan semakin meningkatnya jumlah pengangguran dan kurangnya pengetahuan di masyarakat untuk memanfaatkan peluang bisni, di karenakan kurangnya pengetahuan akan pemanfaatan sumberdaya yang ada dan menyebabkan semakin meningkatnya kerisis ekonomi di masyarakat, di karenakan kurangnya pemikiran yang luas untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru, yang dapat membantu meningkatkan perekonomian bagi keluarga dan masyarakat.

Berwirausaha merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menjadikan jalan keluar dari permasalahan tersebut, banyak cara yang dilakukan dalam berwirausaha,

misalnya mengolah barang mentah menjadi produk ataupun barang setengah jadi menjadi suatu produk yang mempunyai nilai jual yang cukup tinggi sehingga dapat dinikmati para konsumen.

Oleh karena itu penulis menciptakan suatu hasil atau produk yang memiliki nilai jual, penulis membuat kue "BOBICO" kue ini berbahan dasar ubi yang sangat mudah di dapatkan, akan tetapi masyarakat kurang akan pengolahannya, sehingga tidak menyadari bahwa ubi ini jika di olah menjadi kue yang menarik dapat memiliki harga jual yang cukup tinggi.

1.2 Visi

Adapun Visi kami adalah :

- 1; Menjadikan makanan fungsional menjadi yang utama
- 2'. Menjadikan sebagai makanan favorit kaula muda

1.3 Misi

Adapun misi kami adalah:

1. Selalu berinovasi dengan produk tradisional
2. Meningkatkan kualitas makanan tradisional
3. Mengutamakan kualitas dalam pelayanan sehingga konsumen puas

1.4 Tujuan kegiatan usaha

Tujuan penulis memilih jenis usaha ini yaitu :

1. Mendapatkan keuntungan.
2. Menarik minat konsumen untuk merasakan produk yang penulis buat, agar mencapai target penjualan.
3. Dapat membuka lapangan pekerjaan baru.
4. Membantu mempertahankan makanan tradisional agar tidak hilang.

1.5 Maksud kegiatan usaha

Dari hal membuka usaha ini penulis bermaksud ingin menyalurkan ilmu yang penulis miliki yaitu Kemampuan di bidang kuliner, di dunia usaha bentuk dari pengalaman dan menambah wawasan atas ilmu yang telah penulis ketahui dan ingin berinovasi dengan makanan tradisional sehingga makanan tradisional tidak akan kalah dalam kualitas dengan makanan modern di jaman yang moden ini, penulis akan berinovasi dengan mengembangkan kembali kue tradisional yaitu ubi menjadi lebih menarik dan lebih berkualitas.

Penulis akan membuat "BOBICO" yaitu bola bola ubi coklat yang hasil dari pengembangan dari kue ubi.

BAB II PEMBAHASAN

2.1 Profil

Bobico adalah brand dari kegiatan usaha penulis, karena bahan bakunya adalah ubi, ubi biasanya di kenal dengan makanan pedesaan, namun kini penulis ingin mengembangkan kembali dengan cara mengolah ubi ini menjadi makanan yang menarik, sehingga ubi dapat di kenal luas oleh masyarakat, cara penulis memperkenalkan ubi ini secara luas yaitu dengan cara membuat hasil olahan dari ubi yang semenarik mungkin tanpa mengurangi isi nutrisi yang terkandung di dalamnya.

Ubi banyak sekali mengandung nutrisi penting bagi kesehatan, kandungan yang termasuk dalam ubi yaitu : vitamin A, C, E, betakeroten, magnesium, kalium dan kaya oksige, sehingga makanan ini dapat di konsumsi oleh semua kalangan, mulai dari anak anak hingga orang lanjut usia.

2.2 Strategi pasar

Agar rencana mendirikan usaha ini berjalan dengan lancar, upaya yang dilakukan dalam melakukan strategi pasar antara lain :

2.2.1 Segmenting

Segmenting pasar adalah dengan menjadikan pembeli sebagai target yang akan di capai, produk yang harus penulis buat adalah produk yang dapat di nikmati oleh berbagai kalangan dari masyarakat dengan tingkatan berbeda, produk ini juga bisa di nikmatin dari anak anak hingga orang dewasa.

2.2.2 Targeting

Target pasar yang penulis bidik adalah pada kalangan masyarakat setempat, sekolah penulis sendiri, serta warung warung kecil.

2.2.3 Positioning

Agar produk penulis ini mudah dikenali oleh masyarakat, penulis berinovasi dengan cara menambahkan bahan baru yang membedakan makanan ini dengan yang ada, bahan yang penulis tambahkan yaitu seperti kacang, coklat dan seres mix, sehingga tampilan lebih menarik rasa lebih unggul dan kualitas sangat baik, sehingga konsumen dapat mengenali dengan mudah produk ini.

2.3 Analisis SWOT Sebagai kelayakan Usaha

Yaitu sebagai acuan untuk menghadapi persaingan dalam bidang usaha setiap kegiatan untuk memulai usaha penulis harus mengukur kemampuan penulis terhadap lingkungan atau pesaing melalui SWOT.

2.3.1 Kekuatan (Strength)

Rasa percaya bahwa produk ini akan diterima dengan baik oleh masyarakat luas, karena produk yang penulis buat ini mempunyai kualitas yang cukup tinggi karena bahan dasarnya menggunakan ubi yang banyak mengandung nutrisi juga pembuatan yang higienis.

2.3.2 Kelemahan (Weakness)

1. Produk tidak tahan lama.
2. Produk mudah di tiru.
3. Harga bahan baku tidak stabil.

2.3.3 Peluang (Oportunity)

Produk ini memang sudah ada di kalangan masyarakat akan tetapi usaha bobico ini berbeda dengan ubi yang biasa, bobico ini produk hasil modifikasi yang sedemikian sehingga menjadi produk baru serta menarik yang dapat bersaing dengan makanan-makanan modern,

ubi di jaman sekarang sudah jarang sekali yang memproduksi, sehingga penulis mempunyai peluang yang cukup baik, dalam pemasaran, apalagi ubi ini merupakan varian baru yang dapat menarik minat konsumen untuk merasakan sensasi baru dari ubi ini.

2.3.4 Ancaman (Treath)

Ancaman yang dapat timbul dari usaha BOBICO ini antara lain :

1. Pesaing tidak sehat.
2. Bahan baku yang tidak stabil.
3. Adanya produk serupa dengan kualitas baik dan harga murah sehingga menjatuhkan produk penulis.

BAB III MANAGEMENT PRODUKSI

3.1 Proses Produksi

Kegiatan yang penulis lakukan dalam kegiatan produksi yaitu :

1. Mengembangkan ide pembuatan produk dengan membaca kebutuhan konsumen terhadap sebuah produk yang sedang populer yaitu kuliner.
2. Melalui bagian produksi, penulis mulai menentukan bahan baku penunjang selain bahan baku utama dalam hal ini, penulis melakukan survei ke pasar guna mendapatkan harga yang lebih kompetitif dasar pasar.
3. Proses produksi, proses produksi dilakukan dengan rangkaian kegiatan yang mengedepankan kan azas higienis guna terciptanya kepercayaan terhadap konsumen akan produk yang penulis pasarkan.
4. Menyusun laporan keuangan, tahapan ini di lakukan untuk membuat sistem manajemen yang baik dalam kegiatan usaha. Penulis percaya, jika penangan keuangan tersusun dengan baik maka semua kegiatan produksi akan berjalan lancar dan maksimal.

3.2 Bahan Baku

Dalam proses produksi penulis menggunakan bahan baku rincian sebagai berikut :

	Nama Bahan	Banyaknya	Harga Satuan	Harga total
1.	Ubi jalar	16 kg	Rp. 2.500	Rp. 40.000
2.	Tepung tapioka	4 kg	Rp. 8.000	Rp. 32.000
3.	Gula merah	1 kg	Rp. 14.000	Rp.14.000
4.	Kacang	1 kg	Rp. 25.000	Rp. 25.000
5.	Garam	1 pcs	Rp.1.000	Rp. 1000
6.	Coklat	5 pcs	Rp. 1.0000	Rp. 50.000
7.	Seres	5 pcs	Rp.5.000	Rp. 25.000
Total				Rp. 187.000

Table 1.1 (Daftar bahan baku)

3.3 Peralatan Dan Perlengkapan

Dalam kegiatan produksi penulis, peralatan dan perlengkapan yang penulis gunakan sebagai berikut :

3.3.1 Peralatan

No	Nama Barang	Banyaknya
1.	Dulang	1
2.	Gelas ukur	1
3.	Baskom	1
4.	Pisau	1
5.	Panci	1
6.	Wajan	1

Tabel 1.2. (Daftar Peralatan)

3.3.2 Perlengkapan

No	Nama Barang	Banyaknya	Harga Satuan	Jumlah
1.	Label	5 lbr	Rp. 3000	Rp. 15.000
2.	Sarung Tangan Plastik	2	Rp. 1000	Rp. 2000
3.	Cup Plastik	10 pack	Rp. 8.500	Rp. 85.000
Total				Rp .102.000

Tabel 1.3 (Daftar Perlengkapan)

3.4 Biaya Lain - Lain

No	Nama Biaya	Jumlah
1.	Transportasi	Rp. 15.000
2.	Isi Ulang Gas	Rp. 18.000
Total		Rp. 33.000

Tabel 1.4 (Biaya Lain - Lain)

3.5 Cara Pembuatan

1. Siapkan bahan-bahan dan peralatan yang di butuhkan
2. Kupas ubi kemudian cuci lalu kukus hingga matang atau melunak.
3. Halus kan ubi dengan cara di tumbuk dengan menggunakan dulang sampai halus.
4. Setelah ubi halus hingga berbentuk adonan masukan garam, tepung tapioka, kemudian tumbuk kembali hingga tercampur rata.
5. Setelah selesai ambil adonan sesendok dan masukan gula merah sedikit atau coklat sesuai selera, sebagai isiannya, lalu bulatkan sehingga menjadi bola bola kecil.

6. Panaskan minyak dengan api sedang, jika minyak sudah siap baru goreng adonan yang telah di benek hingga berwarna coklat keemasan, setelah matang angkat lalu tiriskan.
7. Setelah dingin bobico bisa di toping sesuai selera.

BAB IV RENCANA ANGGARAN

4.1 Modal / Pemasukkan

Modal yang penulis keluarkan dalam sekali produksi ialah sebesar Rp. 322.000

$$\begin{aligned} \text{Total biaya} &= \text{bahan baku} + \text{perlengkapan} + \text{biaya lain - lain} \\ &= \text{Rp. 187.000} + \text{Rp. 102.000} + \text{Rp. 33.000} \\ &= \text{Rp. 322.000} \end{aligned}$$

Total pengeluaran yang digunakan dalam satu kali produksi yang menghasilkan 100 produk dengan modal pengeluaran Rp. 322.000

4.2 Penentuan Harga Jual

$$\begin{aligned} \text{Harga Pokok Produksi} &= \text{total biaya} / \text{hasil produksi} \\ &= 322.000 / 100 \\ &= \text{Rp. 3220,}/\text{pcs} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= \text{harga pokok} + \text{laba yang di inginkan} \\ &= \text{Rp. 3220} + \text{Rp. 1780} \\ &= \text{Rp. 5000,-} \end{aligned}$$

Jadi harga jual nya yaitu (Rp.5000/pcs)

4.3 Perhitungan Laba/Rugi

$$\begin{aligned} \text{Laba} &= (\text{hasil produksi} \times \text{harga jual}) - \text{modal} \\ &= (100 \times \text{Rp. 5000}) - \text{Rp. 322.000} \\ &= \text{Rp. 500.000} - \text{Rp. 322.000} \\ &= \text{Rp. 178.000,-} \end{aligned}$$

$$\text{Persentase Laba} = \text{laba} / \text{modal} \times 100\% \times 100\%$$

$$= 178.000 / 322.000 \times 100\%$$

$$= 55,27\%$$

Persentase dari laba bersih yang didapat dalam satu kali produksi yaitu 55,27%

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

“BOBICO” merupakan brand produk yang di ciptakan oleh penulis dalam bidang ini, penulis menciptakan produk ini atas survey yang penulis lakukan unuk mencari peluang bisni yang baik dan bermanfaat (yang di butuh kan) oleh masyarakat, penulis sangat mengharapkan produk yang penulis buat dapat diterima dan dapat disenangi oleh para konsumen dan tertanam dibenak masyarakat luas dengancara konsinyasinya ditoko cemilan.

5.2 Saran

Penulis menyadari bahwa proposal ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi penyempurnaan prososal ini.

Demikian proposal ini, semoga kegiatan usaha penulis ini sehingga dapat berjalan dengan baik dan penulis berharap dalam mengembangkan kreatifitas dapat bermanfaat bagi penulis dan masyarakat.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang membantu dalam

penyusunan proposal ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya, sekian terimakasih.

Sumber : <http://myndavie.blogspot.com/2015/03/contoh-proposal-usaha-kuliner.html>

C. Rangkuman

1. Perencanaan pengembangan usaha adalah mengatur proses kegiatan usaha, produksi, pemasaran, penjualan, perluasan usaha, pembelian, tenaga kerja, dan pengadaan peralatan usaha untuk mencapai tujuan.
2. Prinsip-prinsip pengembangan usaha:
 - a. Harus dapat diterima oleh semua pihak dan dapat dilaksanakan.
 - b. Harus dibuat secara fleksibel dan realistis.
 - c. Harus mencakup semua aspek kegiatan usahanya.
 - d. Harus merumuskan cara-cara kerja efektif dan efisien.
3. Manfaat perencanaan pengembangan usaha:
 - a. Sebagai alat untuk membimbing jalannya pelaksanaan pengembangan usaha.
 - b. Mengamankan kelangsungan hidup pengembangan usaha.
 - c. Meningkatkan kemampuan manajerial dalam rangka pengembangan usaha.
 - d. Sebagai pedoman wirausaha dalam pelaksanaan pengembangan usaha.
 - e. Sebagai alat untuk mengetahui yang akan terjadi dalam rangka pelaksanaan pengembangan usaha.
 - f. Sebagai alat berkomunikasi dalam rangka pelaksanaan pengembangan usaha.
 - g. Sebagai alat untuk memperkecil risiko dalam pelaksanaan pengembangan usaha.
 - h. Memperbesar peluang usaha dalam rangka pelaksanaan pengembangan usaha.
 - i. Sebagai alat pengendalian pengembangan usaha.
 - j. Sebagai alat memudahkan bantuan kredit modal usaha dari bank dalam rangka pengembangan usaha.
4. Tujuan perencanaan pengembangan usaha antara lain :
 - a. Membantu wirausaha untuk berorientasi ke masa depan dalam pengembangan usaha.
 - b. Mengkoordinasikan keputusan dan menentukan gagasan dalam pengembangan usaha.
 - c. Membantu wirausaha meningkatkan akses pasar dan memperbesar pangsa pasar dalam pengembangan usaha.
 - d. Membantu wirausaha meningkatkan akses dan penguasaan teknologi dalam pengembangan usaha.
 - e. Membantu wirausaha meningkatkan akses sumber modal usaha dan memperkuat struktur modal dalam pengembangan usaha
 - f. Membantu wirausaha meningkatkan kemampuan organisasi dan manajemen dalam rangka pengembangan usaha.
5. Langkah-langkah teknik pengembangan usaha:
 - a. Wirausaha menetapkan gambaran pasaran hasil produksinya
 - b. Wirausaha harus menciptakan saluran distribusi tepat,
 - c. Wirausaha harus dapat memproduksi produk,
 - d. Wirausaha dapat mengawasi dan mengendalikan produk
 - e. Wirausaha dapat mencari dan memperoleh bahan baku,

- f. Wirausaha dapat memelihara sarana dan prasarana

D. Penugasan

Nah, kalian sudah memahami materi pembelajaran ini, sekarang silahkan kalian berkelompok dan membuat pengembangan usaha makanan fungsional yang sudah kalian buat perencanaannya serta sudah kalian evaluasi di pembelajaran sebelumnya.

E. LATIHAN SOAL

Pilihlah jawaban yang paling benar dari soal dibawah ini !

- Perhatikan pernyataan berikut.
 - Meningkatkan pemeliharaan dan merawat fisik pabrik dan bangunan
 - Mengoptimalkan pelaksanaan dan ketatausahaan, pembukuan, administrasi, dan peraturan pemerintah
 - Menerapkan efisiensi penggunaan waktu pengembangan usaha, tenaga kerja, dan pembiayaan usaha.
 - Melaksanakan dan menggunakan prinsip-prinsip ekonomis dan manajemen usaha.Pernyataan diatas termasuk teknik pengembangan usaha langkah ke ...
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
 - 6
- Perhatikan pernyataan dibawah ini :
 - Mencari konsumen yang dituju.
 - Menentukan banyaknya produk yang dibutuhkan konsumen.
 - Menetapkan harga jual sesuai daya beli konsumen.
 - Membuat ukuran modelnya dan macam produk yang diminati konsumen.Pernyataan diatas termasuk teknik pengembangan usaha langkah ke-
 - 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
- Marni memiliki kompetensi yang baik dalam bidang usaha sehingga Marni selalu dilibatkan dalam kegiatan produksi, maka Marni dapat dikatakan memiliki sumber daya manusia yang tinggi, hal ini termasuk ke dalam ...
 - Prinsip pengembangan usaha
 - Faktor pendukung pengembangan usaha
 - Teknik pengembangan usaha
 - Tahapan dalam pengembangan usaha
 - Tujuan dalam pengembangan usa
- Produk yang diproduksi harus dapat diterima oleh semua pihak dan dapat dilaksanakan, hal ini termasuk ke dalam ...
 - Prinsip pengembangan usaha
 - Faktor pendukung pengembangan usaha
 - Teknik pengembangan usaha
 - Tahapan dalam pengembangan usaha
 - Tujuan dalam pengembangan usaha

5. Wirausahawan wajib memiliki kompetensi dalam menyisihkan uang, hal tersebut dapat dilakukan dengan cara
- Memanfaatkan dana-dana penyusutan.
 - Modal yang cukup.
 - Manajemen yang di gunakan.
 - Harus dibuat secara fleksibel dan realistis.
 - Harus mencakup semua aspek kegiatan usahanya.

PEMBAHASAN KEGIATAN PEMBELAJARAN 2

No.	Jawaban	Pembahasan	Skor
1.	e. Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial	<p>Tujuan promosi antara lain :</p> <ol style="list-style-type: none"> Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial. Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit/laba. Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan. Untuk menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar. 	20
2.	e. Membujuk dan mempengaruhi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cakupan yang melihat iklan tersebut banyak, karena dapat disiarkan melalui media cetak dan siar. ▪ Dapat digunakan sebagai pencitraan suatu produk. ▪ Menjadi indikator posisi perusahaan, apakah mampu melakukan <i>product positioning</i>. ▪ Mempermudah terjadinya <i>produk positioning</i> karena iklan dilihat dalam kehidupan sehari-hari. ▪ Dapat memperkenalkan product baru dengan cara yang lebih ringan dan santai, misalnya saja iklan televisi hanya 3 menit. Jika iklan tersebut menarik akan membuat konsumen tertarik akan produk tersebut karena selalu ada di benak konsumen. ▪ Dengan membuat iklan yang baik dan menarik, perusahaan mampu membuat produknya lebih tampil, memberikan kesan yang beda dan lebih menarik dari produk lain. ▪ Mengingatkan konsumen kepada suatu produk yang telah memiliki jam terbang tinggi, agar konsumen selalu menggunakan produk tersebut tidak beralih pada produk lain. ▪ Membantu memperkenalkan <i>feature</i> baru suatu produk. ▪ Mempermudah penyampaian informasi mengenai suatu produk. <p>Kelemahan:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Membutuhkan biaya yang tinggi untuk memproduksi sebuah iklan, serta meng- 	20

		update suatu iklan dengan iklan yang lebih mutakhir agar konsumen tidak melihat iklan yang itu-itu saja. ▪ Sering kali hanya diabaikan.	
3.	e. 3 dan 4	Fungsi Promosi antara lain : 1) Memberikan Informasi . 2) Membujuk dan mempengaruhi . 3) Menciptakan Kesan (Image) . 4) Promosi merupakan suatu alat mencapai tujuan	20
4.	a. publicity	Promosi publisity merupakan jenis promosi non personal mengenai pelayanan usaha tertentu dengan cara membahas informasi dan berita tentang produk yang dijual. Jenis promosi ini dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti wawancara yang begitu populer di media.	20
5.	c. kotler	bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar, dengan menggunakan komposisi bauran promosi (promotional mix),	20

F. PENILAIAN DIRI

Berilah tanda(√) pada kolom dibawah ini!

No.	Indikator	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Saya memahami teknik menyusun pengembangan usaha pengolahan makanan fungsional		
2	Saya mengidentifikasi langkah langkah atau tahapan menyusun pengembangan usaha pengolahan makanan fungsional		
3	Saya mampu menyusun pengembangan usaha makanan fungsional		

EVALUASI

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang anggap benar!

1. Yang bukan unsur dari faktor eksternal dari perkembangan usaha adalah...
 - a. Mengikuti perkembangan informasi dari luar usaha.
 - b. Mendapatkan dana dengan meminjam dari luar.
 - c. Tidak mendapatkan dana.
 - d. Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik untuk usaha.
 - e. Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang kondusif untuk usaha .
2. Yang bukan termasuk ke dalam resiko dalam menjalankan usaha adalah ...
 - a. Analisis aspek resiko keuangan.
 - b. Analisis aspek resiko SDM.
 - c. Analisis aspek potensi pasar.
 - d. Analisis aspek pelanggan.
 - e. Analisis aspek keuntungan.
3. Adanya biaya produksi, adanya pinjaman dan hutang perusahaan yang besar, termasuk pada analisis aspek resiko ...
 - a. Resiko SDM
 - b. Resiko potensi pasar
 - c. Resiko keuangan
 - d. Resiko pelanggan
 - e. Resiko aspek produk
4. Perhatikan pernyataan dibawah ini :
 1. Mencari konsumen yang dituju.
 2. Menentukan banyaknya produk yang dibutuhkan konsumen.
 3. Menetapkan harga jual sesuai daya beli konsumen.
 4. Membuat ukuran modelnya dan macam produk yang diminati konsumen.Pernyataan diatas termasuk teknik pengembangan usaha langkah ke- ...
 - a. 1
 - b. 2
 - c. 3
 - d. 4
 - e. 5
5. Segmentasi pasar merupakan bagian dari evaluasi usaha, yang termasuk komponen dalam melakukan analisis potensi pasar adalah ...
 - a. Menciptakan produk baru yang disenangi konsumen
 - b. Memperbaiki penampilan produk
 - c. Menemukan potensi pasar yang menguntungkan
 - d. Keuangan dapat dijamin keberhasilannya
 - e. Struktur organisasi perusahaan dapat dikendalikan
6. Yang termasuk hasil dari analisis masalah aspek produk terhadap resiko – risikonya adalah ...
 - a. Resiko terhadap daya saing produk yang sejenis di pasar dan modelnya
 - b. Adanya dampak yang disukai pelanggan
 - c. Manfaat produk yang disukai pelanggan
 - d. Pelayanan terhadap konsumen
 - e. Harga produk yang disukai konsumen
7. Jika strategi usaha tidak berhasil, maka resiko yang dapat dihitung menurut aspek produknya yaitu ...
 - a. Anggaran produk lainnya berhenti
 - b. Keuangan perusahaan bertambah
 - c. Pemasaran berlangsung dengan cepat

- d. Jumlah tenaga kerja bertambah
- e. Perbaikan penampilan produk digemari
- 8. Didalam menganalisis aspek pelanggan, wirausaha harus menitik beratkan pada seluruh kegiatan, yang bukan bagian dari kegiatan evaluasi adalah ...
 - a. Manfaat produk yang disukai pelanggan
 - b. Keuangan pelanggan
 - c. Jarak tempuh pelanggan
 - d. Strategi pemasaran
 - e. Keinginan konsumen
- 9. Produk yang diproduksi Harus dapat diterima oleh semua pihak dan dapat dilaksanakan, hal ini termasuk ke dalam komponen ...
 - a. Prinsip pengembangan usaha.
 - b. Faktor pendukung pengembangan usaha.
 - c. Teknik pengembangan usaha.
 - d. Tahapan dalam pengembangan usaha.
 - e. Tujuan dalam pengembangan usaha.
- 10. Pada dasarnya resiko dalam menjalankan usaha pasti akan dihadapi oleh wirausaha, namun resiko tersebut hanya bisa kita ...
 - a. Minimalisir
 - b. Hilangkan
 - c. Hindari
 - d. Biarkan
 - e. Atasi sampai resiko itu hilang
- 11. Laporan keuangan adalah ...
 - a. Laporan yang berisi informasi tentang kondisi keuangan dari hasil operasi perusahaan pada periode tertentu.
 - b. Laporan yang memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada suatu periode akuntansi
 - c. Laporan yang memperlihatkan perubahan modal pemilik atau laba yang tidak dibagikan dalam suatu periode akuntansi
 - d. Laporan yang menunjukkan posisi sumber daya yang memiliki perusahaan serta informasi sumber dari sumber daya tersebut.
 - e. Laporan yang menunjukkan aliran uang yang diterima dan digunakan perusahaan pada satu periode akuntansi berikut sumber-sumbernya.
- 12. Langkah terakhir untuk mengetahui usaha untung atau rugi, diteruskan atau berhenti setelah dilakukan kegiatan....
 - a. Sasaran
 - b. Strategi.
 - c. Evaluasi.
 - d. Draf usaha.
 - e. Tujuan.
- 13. Suatu kegiatan usaha mengenalkan barang hasil produksi kerajinan pada masyarakat luas disebut....
 - a. Proposal.
 - b. Publikasi.
 - c. Evaluasi.
 - d. Pembukuan.
 - e. Biaya produksi.
- 14. Suatu tindakan untuk mencapai suatu sasaran dalam kegiatan usaha pengolahan makanan fungsional adalah ...
 - a. Tujuan.
 - b. Strategi.
 - c. Manfaat.

- d. Sasaran.
 - e. Langkah kegiatan.
15. Dengan adanya sebuah proposal usaha, pihak manajemen usaha makanan fungsional akan memperoleh masukan yang dapat menjadi pertimbangan untuk....
- a. Menambah kapasitas produksi.
 - b. Perluasan usaha.
 - c. Mengalahkan saingan usaha.
 - d. Menambah jenis produksi.
 - e. Pembukaan cabang baru.

DAFTAR PUSTAKA

Prakarya dan kewirausahaan, Kelas XII Sumber Buku Prakarya dan Kewirausahaan, Kemendikbud Edisi Revisi 2018..

Dari internet

Materi

- <http://khitacollections01.blogspot.com/2017/07/materi-prakarya-evaluasi-hasil-usaha.html>
- <http://myndavie.blogspot.com/2015/03/contoh-proposal-usaha-kuliner.html>

Soal

- <https://tekape.id/contoh-soal-prakarya-kelas-10-semester-2-kurikulum-2013-dan-kunci-jawaban/>
- <https://triwulandari03.blogspot.com/2019/12/produk-kreatif-dan-kewirausahaan-2-15.html>

Gambar

- [:https://seoanaksholeh.com/bisnis/kunci-sukses-bisnis](https://seoanaksholeh.com/bisnis/kunci-sukses-bisnis)
- <//smkn3sibolga.sch.id/blog/cara-belajar-efektif/>

Lampiran

Bagan 1. Aspek evaluasi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN ANAK USIA DINI,
PENDIDIKAN DASAR DAN PENDIDIKAN MENENGAH
DIREKTORAT SEKOLAH MENENGAH ATAS
2020



Modul Pembelajaran SMA

Prakarya dan Kewirausahaan



KELAS
XII



**MEDIA PROMOSI PRODUK USAHA PENGOLAHAN
MAKANAN FUNGSIONAL**

**PRAKARYA DAN KEWIRAUSAHAAN
KELAS XII**

Penyusun :

**ROSSA VINI ANGGALIA,. S.P., M.M.
SMAN 9 KOTA TANGERANG SELATAN**

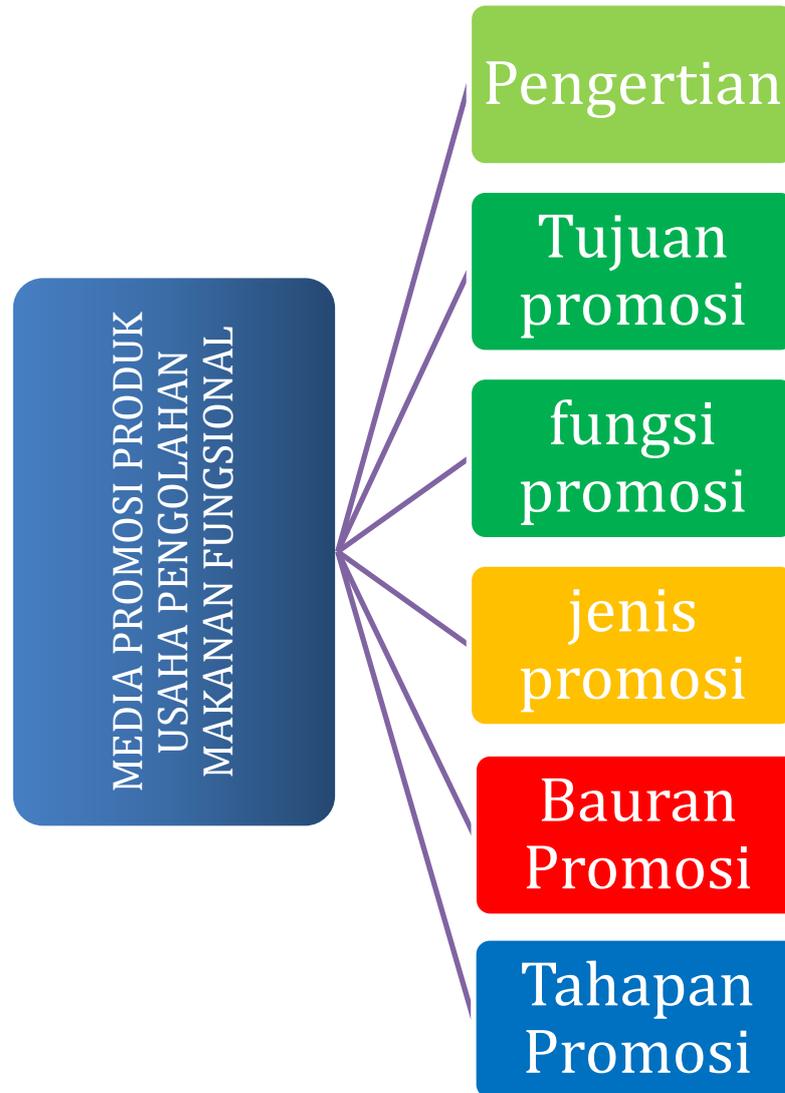
DAFTAR ISI

PENYUSUN.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
GLOSARIUM	iv
PETA KONSEP	v
PENDAHULUAN	1
A. Identitas Modul.....	1
B. Kompetensi	1
C. Deskripsi Singkat Materi.....	1
D. Petunjuk Penggunaan Modul	1
E. Materi Pembelajaran	1
KEGIATAN PEMBELAJARAN 1	2
A. Tujuan Pembelajaran	2
B. Uraian Materi.....	2
C. Rangkuman.....	5
D. Penugasan	5
E. Latihan soal.....	6
F. Penilaian Diri	7
KEGIATAN PEMBELAJARAN 2	9
A. Tujuan Pembelajaran	9
B. Uraian Materi.....	9
C. Rangkuman.....	10
D. Penugasan	17
E. Latihan Soal	18
F. Penilaian Diri	20
KEGIATAN PEMBELAJARAN 3	21
A. Tujuan Pembelajaran	21
B. Uraian Materi.....	21
C. Rangkuman.....	22
D. Penugasan	22
E. Latihan Soal	22
F. Penilaian Diri	23
EVALUASI.....	30
DAFTAR PUSTAKA	29

GLOSARIUM

Bagan	:	Gambar rancangan, skema, diagram yang memperlihatkan informasi sebagai serangkaian garis atau blok.
Sumber daya	:	Nilai potensi yang dimiliki oleh suatu materi atau unsur tertentu.
Pengolahan	:	Kegiatan yang dilakukan untuk merubah bahan mentah menjadi produk.
Strategi	:	Tindakan atau aksi yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan
Promosi	:	Upaya untuk memberitahukan produk kepada khalayak atau masyarakat
Fungsional	:	Produk kesehatan
Encoding	:	Penyandian tujuan menjadi sebuah pesan
Bauran	:	Mesarkan produk dengan beberapa strategi
Komunikasi	:	Kelompok atau individu untuk menyampaikan informasi
Round tag	:	Media yang digunakan oleh perusahaan untuk mempublikasikan produk
Maerket	:	Pemasaran
Perencanaan	:	Proses.
Wirausaha	:	Aktivitas dalam mengelola produk.
Kreatif	:	Menciptakan sesuatu yang berbeda.
Inovatif	:	Memulai sesuatu yang baru.
Target	:	Tujuan
Transaksi	:	Kegiatan yang dilakukan untuk menjual produk

PETA KONSEP



PENDAHULUAN

A. Identitas Modul

Mata Pelajaran : Prakarya dan Kewirausahaan
Kelas : XII
Alokasi Waktu : 6 x 45 menit
Judul Modul : Media promosi produk usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani

B. Kompetensi

Kompetensi Dasar dan Indikator Pencapaian

- 3.9 Menganalisis media promosi produk usaha pengolahan makanan fungsional.
 - 3.9.1 Menentukan media promosi produk usaha pengolahan makanan fungsional.
- 4.9 Merancang media promosi produk usaha pengolahan makanan menganalisis media promosi produk usaha pengolahan makanan fungsional.
 - 4.9.1 Membuat media promosi produk usaha pengolahan makanan fungsional.

C. Deskripsi Singkat Materi

Modul ini disajikan untuk mengetahui media promosi yang akan digunakan dalam memasarkan produk usaha pengolahan makanan fungsional karena produk fungsional tidak semua orang menyukai oleh karena itu mari kita mempelajari materi ini dengan baik. **Selamat mempelajari dengan semangat!**

D. Petunjuk Penggunaan Modul

Supaya belajar dapat bermakna maka yang perlu dilakukan adalah :

1. Pastikan mengerti target kompetensi yang akan dicapai.
2. Mulailah dengan membaca materi.
3. Mencari referensi dari lingkungan disekitar.
4. Jika belum memahami maka cobalah baca kembali materinya dan bertanya kepada guru.
5. Kerjakan soal latihannya.
6. Jika sudah lengkap mengerjakan soal latihan, cobalah buka kunci jawaban yang ada pada bagian akhir dari modul ini.
7. usahakan jangan mengerjakan ulang soal yang salah sebelum membaca ulang materinya.
8. Jika skor sudah minimal tujuh puluh, bisa melanjutkan pembelajaran berikutnya.

E. Materi Pembelajaran

Adapun cakupan materi di pembelajaran ini adalah :

1. Pengertian
2. Tujuan dan fungsi Promosi
2. karakteristik promosi
3. komponen promosi
4. Bauran promosi (*promotion mix*)
5. Tahapan promosi

KEGIATAN PEMBELAJARAN 1

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari materi ini diharapkan dapat memahami pengertian, tujuan dan fungsi promosi.

B. Uraian Materi

Promosi merupakan bagian dari strategi pemasaran. **Menurut Sistaningrum (2002:98)**, promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau dimasa yang akan datang. **Menurut Gitosudarmo (2000:237)**, promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. **Menurut Kotler (2000:119)**, Promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar, dengan menggunakan komposisi bauran promosi (promotional mix). **Menurut Rambat Lupiyoadi (2006:120)**, promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Tujuan promosi antara lain :

- 1) Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial.
- 2) Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit/laba.
- 3) Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan.
- 4) Untuk menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar.

Fungsi Promosi antara lain :

- 1) Memberikan Informasi
Promosi dapat menambah nilai suatu barang dengan memberikan informasi kepada konsumen. Promosi dapat memberikan informasi baik tentang barangnya, harganya, ataupun informasi lain yang mempunyai kegunaan kepada konsumen. Tanpa adanya informasi seperti itu orang segan atau tidak akan mengetahui banyak tentang suatu barang. Dengan demikian promosi merupakan suatu alat bagi penjual dan pembeli untuk memberitahu kepada pihak lain tentang kebutuhan dan keinginan mereka, sehingga kebutuhan dan keinginan tersebut dapat dipengaruhi dengan mengadakan pertukaran yang memuaskan.
- 2) Membujuk dan mempengaruhi.
Promosi selain bersifat memberitahu juga bersifat untuk membujuk terutama kepada pembeli-pembeli potensial, dengan mengatakan bahwa suatu produk adalah lebih baik dari pada produk yang lainnya.
- 3) Menciptakan Kesan (Image)
Promosi dapat memberikan kesan tersendiri bagi calon konsumen untuk produk yang diiklankan, sehingga pemasar menciptakan promosi sebaik-

baiknya misalnya untuk promosi periklanan (advertising) dengan menggunakan warna, ilustrasi, bentuk atau layout yang menarik.

4) Promosi merupakan suatu alat mencapai tujuan

Promosi dapat digunakan untuk mencapai tujuan, yaitu untuk menciptakan pertukaran yang menguntungkan melalui komunikasi, sehingga keinginan mereka dapat terpenuhi. Dalam hal ini komunikasi dapat menunjukkan cara-cara untuk mengadakan pertukaran yang saling memuaskan

Sumber : [https://www.kajianpustaka.com/2016/11/pengertian-tujuan-dan-bauran-promosi.html#:~:text=Berikut%20adalah%20beberapa%20definisi%20pengertian%20promosi%20berdasarkan%20beberapa%20sumber%20%20yaitu%3A&text=Menurut%20Kotler%20\(2000%3A119\),bauran%20promosi%20\(promotional%20mix\).](https://www.kajianpustaka.com/2016/11/pengertian-tujuan-dan-bauran-promosi.html#:~:text=Berikut%20adalah%20beberapa%20definisi%20pengertian%20promosi%20berdasarkan%20beberapa%20sumber%20%20yaitu%3A&text=Menurut%20Kotler%20(2000%3A119),bauran%20promosi%20(promotional%20mix).)

Karakteristik promosi penjualan yaitu, dipercaya mampu mengubah nilai harga yang diterima konsumen dengan menaikkan nilai dan/atau menurunkan harga, membutuhkan perhatian khusus menyangkut strategi pengembangannya, sebagai senjata kompetitif dengan memberikan dorongan ekstra bagi sasarannya, serta memaksa **penjualan**.

Berikut ini beberapa jenis promosi yang bisa digunakan oleh para pengusaha dalam memberikan barang dan jasa nya.

1. Promosi periklanan

Jenis promosi atau iklan ini berbentuk non-pribadi dan menggunakan berbagai macam media seperti televisi, radio, internet, dan lain-lain. Hal ini dilakukan sendiri-mata untuk menarik perhatian konsumen. Pengiklan menawarkan dan mengungkapkan produk dengan mengungkapkan keistimewaan dari produk tersebut.

Kelebihan:

- Cakupan yang melihat iklan tersebut banyak, karena dapat disiarkan melalui media cetak dan siar.
- Dapat digunakan sebagai pencitraan suatu produk.
- Menjadi indikator posisi perusahaan, apakah mampu melakukan *product positioning*.
- Mempermudah terjadinya *product positioning* karena iklan dilihat dalam kehidupan sehari-hari.
- Dapat memperkenalkan product baru dengan cara yang lebih ringan dan santai, misalnya saja iklan televisi hanya 3 menit. Jika iklan tersebut menarik akan membuat konsumen tertarik akan produk tersebut karena selalu ada di benak konsumen.
- Dengan membuat iklan yang baik dan menarik, perusahaan mampu membuat produknya lebih tampil, memberikan kesan yang beda dan lebih menarik dari produk lain.
- Mengingatkan konsumen kepada suatu produk yang telah memiliki jam terbang tinggi, agar konsumen selalu menggunakan produk tersebut tidak beralih pada produk lain.
- Membantu memperkenalkan *feature* baru suatu produk.
- Mempermudah penyampaian informasi mengenai suatu produk.

Kelemahan:

- Membutuhkan biaya yang tinggi untuk memproduksi sebuah iklan, serta meng-update suatu iklan dengan iklan yang lebih mutakhir agar konsumen tidak melihat iklan yang itu-itu saja.
- Sering kali hanya diabaikan.

2. Penjualan tatap muka

Penjualan tatap muka atau personal selling merupakan salah satu jenis promosi yang dilakukan secara langsung. Cara biasa digunakan para penjual untuk memengaruhi konsumen agar melakukan pembelian. Kegiatan ini biasanya dilakukan dengan cara mendatangi ke tempat konsumen.

Kelebihan:

- Terjadinya komunikasi 2 arah dengan calon konsumen dan *sales representative*.
- Calon konsumen mendapatkan segala informasi yang diperlukan dengan menanyakan segala hal yang ingin diketahui kepada *sales representative*. Jadi, calon konsumen terhindar dari ketidakjelasan informasi produk.
- Calon konsumen biasanya berakhir dengan "terpaksa" membeli produk tersebut karena adanya perasaan menjaga perasaan penjual karena telah berhadapan langsung dan tidak enak untuk menolak.
- Pencitraan produk akan lebih baik dengan *sales representative* yang handal.
- Menghindari gangguan dan hambatan jadi calon konsumen bisa fokus pada penjelasan *sales representative*.

Kelemahan:

- Cara promosi ini menguras waktu dan tenaga yang sangat banyak beralih dari calon konsumen yang satu ke calon konsumen lainnya.
- Sering kali setelah penjelasan yang panjang lebar dan karena *sales representative* tidak terlalu persuasif calon konsumen pergi dan tidak jadi membeli.
- Membutuhkan banyak *sales representative* yang handal, menguasai dan mengenali produk sehingga mampu menjualnya.
- Dibutuhkan strategi untuk membuat para *sales representative* termotivasi dalam menjual, seperti bonus dan semacamnya yang secara tidak langsung menambah biaya pemasaran.
- Berpotensi menimbulkan masalah etika, seperti membohongi calon konsumen yang bisa membawa dampak buruk bagi perusahaan.

3. Promosi publicity

Promosi publicity merupakan jenis promosi non personal mengenai pelayanan usaha tertentu dengan cara membahas informasi dan berita tentang produk yang dijual. Jenis promosi ini dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti wawancara yang begitu populer di media.

Kelebihan:

- Adanya atensi yang besar dari calon konsumen.
- Karena diadakan di tempat keramaian, seperti pusat perbelanjaan dengan mengadakan *big sale* membuat banyaknya pengunjung dan konsumen meningkat dengan drastis.
- Konsumen kembali mengingat produk yang popularitasnya sudah mengalami penurunan karena adanya promosi bukan tidak mungkin konsumen akan kembali menggunakan produk tersebut untuk keperluan sehari-hari.
- Juga efektif digunakan sebagai media pengenalan suatu produk.
- Promosi penjualan biasanya dibarengi dengan pemasaran dari mulut ke mulut oleh konsumen sebelumnya.

Kelemahan:

- Dibutuhkan biaya yang cukup tinggi untuk *event* seperti ini.
- Promosi penjualan dengan pemberian *discount* biasanya mengurangi jumlah keuntungan produk yang pada saat itu berhasil dijual terkadang hanya mampu menutupi biaya produksi.
- Antusiasme konsumen hanya sementara.

(sumber : <https://www.merdeka.com/jateng/5-tujuan-promosi-produk-penjualan-beserta-jenis-jenisnya-klm.html>)

C. Rangkuman

Menurut Sistaningrum (2002:98), promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau di masa yang akan datang.

Menurut Gitosudarmo (2000:237). Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

Menurut Kotler (2000:119), Promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar, dengan menggunakan komposisi bauran promosi (promotional mix).

Menurut Rambat Lupiyoadi (2006:120), Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Tujuan promosi antara lain :

- 1)Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial.
- 2)Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit/laba.
- 3)Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan.
- 4)Untuk menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar.

Fungsi Promosi antara lain :

- 1)Memberikan Informasi .
- 2)Membujuk dan mempengaruhi .
- 3)Menciptakan Kesan (Image) .
- 4)Promosi merupakan suatu alat mencapai tujuan

Jenis promosi antara lain :

- 1)Promosi periklanan.
- 2)Penjualan tatap muka
- 3)Promosi publicity

D. Penugasan

Setelah mempelajari materi, sekarang silahkan identifikasi jenis periklamam yang ada disekitarmu untuk produk fungsional.

No.	Produk fungsional	Jenis produk		Jenis promosi		
		minuman	makanan	Promosi periklanan	Penjualan tatap muka	Promosi publicity

E. Latihan Soal

1. Yang termasuk tujuan promosi adalah ...
 - a. Memberikan Informasi .
 - b. Membujuk dan mempengaruhi .
 - c. Menciptakan Kesan (Image) .
 - d. Promosi merupakan suatu alat mencapai tujuan
 - e. menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar.
2. Yang termasuk fungsi promosi adalah...
 - a. Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial.
 - b. Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit/laba.
 - c. Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan.
 - d. Untuk menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar.
 - e. Membujuk dan mempengaruhi.
3. Pernyataan dibawah ini yang termasuk kelebihan dari promosi periklanan adalah ...
 - a. Cakupan yang melihat iklan tersebut banyak, karena dapat disiarkan melalui media cetak dan siar.
 - b. Pencitraan produk akan lebih baik dengan *sales representative* yang hkalianl.
 - c. Menghindari gangguan dan hambatan jadi calon konsumen bisa fokus pada penjelasan *sales representative*.
 - d. Adanya atensi yang besar dari calon konsumen.
 - e. Karena diadakan di tempat keramaian, seperti pusat perbelanjaan dengan mengadakan *big sale* membuat banyaknya pengunjung dan konsumen meningkat dengan drastis.
4. Jenis promosi non personal mengenai pelayanan usaha tertentu dengan cara membahas informasi dan berita tentang produk yang dijual. Jenis promosi ini dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti wawancara yang begitu populer di media, hal tersebut merupakan ...
 - a. Publicity.
 - b. Tatap muka.
 - c. Periklanan.
 - d. Publicity dan periklanan.
 - e. Publicity dan tatap muka.
5. Bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar, dengan menggunakan komposisi bauran promosi (promotional mix), merupakan pendapat dari ...
 - a. Sistaningrum.
 - b. Gitosudarmo.
 - c. Kotler.
 - d. Sistaningrum dan Gitosudarmo.
 - e. Sistaningrum dan Kotler.

LATIHAN SOAL PEMBELAJARAN 1

No.	Jawaban	Pembahasan	Skor
1.	e. Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial	<p>Tujuan promosi antara lain :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial. 2) Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit/laba. 3) Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan. 4) Untuk menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar. 	20
2.	e. Membujuk dan mempengaruhi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cakupan yang melihat iklan tersebut banyak, karena dapat disiarkan melalui media cetak dan siar. ▪ Dapat digunakan sebagai pencitraan suatu produk. ▪ Menjadi indikator posisi perusahaan, apakah mampu melakukan <i>product positioning</i>. ▪ Mempermudah terjadinya <i>produk positioning</i> karena iklan dilihat dalam kehidupan sehari-hari. ▪ Dapat memperkenalkan product baru dengan cara yang lebih ringan dan santai, misalnya saja iklan televisi hanya 3 menit. Jika iklan tersebut menarik akan membuat konsumen tertarik akan produk tersebut karena selalu ada di benak konsumen. ▪ Dengan membuat iklan yang baik dan menarik, perusahaan mampu membuat produknya lebih tampil, memberikan kesan yang beda dan lebih menarik dari produk lain. ▪ Mengingatkan konsumen kepada suatu produk yang telah memiliki jam terbang tinggi, agar konsumen selalu menggunakan produk tersebut tidak beralih pada produk lain. ▪ Membantu memperkenalkan <i>feature</i> baru suatu produk. ▪ Mempermudah penyampaian informasi mengenai suatu produk. <p>Kelemahan:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Membutuhkan biaya yang tinggi untuk memproduksi sebuah iklan, serta meng-update suatu iklan dengan iklan yang lebih mutakhir agar konsumen tidak melihat iklan yang itu-itu saja. ▪ Sering kali hanya diabaikan. 	20
3.	e. 3 dan 4	<p>Fungsi Promosi antara lain :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Memberikan Informasi . 	20

		2) Membujuk dan mempengaruhi . 3) Menciptakan Kesan (Image) . 4) Promosi merupakan suatu alat mencapai tujuan	
4.	a. publicity	Promosi publicity merupakan jenis promosi non personal mengenai pelayanan usaha tertentu dengan cara membahas informasi dan berita tentang produk yang dijual. Jenis promosi ini dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti wawancara yang begitu populer di media.	20
5.	c. kotler	bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar, dengan menggunakan komposisi bauran promosi (promotional mix),	20

F. Penilaian Diri

Berilah tanda (√) pada kolom dibawah ini!

No.	Kegiatan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Saya sudah memahami mengenai promosi.		
2	Saya mampu memahami jenis promosi makanan fungsional.		
3	Saya mampu memahami tujuan promosi untuk minuman fungsional.		
4	Saya memahami fungsi promosi makanan fungsional		
5	Saya memahami materi ini dengan baik.		

KEGIATAN PEMBELAJARAN 2

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran ini diharapkan dapat memahami bauran promosi untuk makanan fungsional.

B. Uraian Materi

Promosi adalah sebuah kunci kesuksesan usaha, ingin tau bagaimana cara mempromosikan produk makanan? Berikut kami jabarkan cara-caranya. Teknik Promosi adalah teknik yang digunakan untuk mengenalkan dan menawarkan produk atau jasa kepada calon konsumen untuk membeli atau menggunakan produk/jasa yang ditawarkan. Tujuan akhir dari adanya promosi diharapkan dapat meningkat penjualan bagi produsen ataupun distributor.

Sumber : <https://www.simplidots.com/teknik-promosi-yang-dapat-anda-lakukan-untuk-meningkatkan-penjualan/#:~:text=Teknik%20Promosi%20adalah%20teknik%20yang,penjualan%20bagi%20produsen%20ataupun%20distributor.>

Bauran Promosi

Bauran promosi adalah bagian dari variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) dimana terdapat 6 (enam) strategi didalamnya, Bauran promosi merupakan kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling dan alat-alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan (Basu, 1990).

Disajikan skema variabel promosi



Bagan 1. Variabel Bauran Promosi

Variabel-variabel yang terdapat dalam bauran promosi adalah periklanan, personal selling, publisitas, promosi penjualan, direct market.

1. Iklan (*Advertising*)

Periklanan (*advertising*) merupakan bentuk komunikasi non individu dengan sejumlah biaya menggunakan media tertentu yang dilaksanakan oleh perusahaan, organisasi non laba ataupun para individu. Tujuan utama periklanan adalah meningkatkan permintaan atas produk yang ditawarkan. Sedangkan manfaat periklanan adalah :

- Memungkinkan penjual untuk berkomunikasi dengan banyak orang sekaligus.
- Memungkinkan penjual untuk menyebarkan informasi tentang produk dan perusahaan.
- Memungkinkan penjual untuk mendramatisir perusahaan dan produknya melalui penguunaan cetakan, suara dan warna yang menarik perhatian.

Advertising umumnya bersifat masal, tidak ditujukan untuk individu tertentu secara khusus. Contoh dari *advertising* saya rasa tidak asing lagi bagi . Segala bentuk promosi menggunakan media visual termasuk didalamnya diantaranya poster, brosur, iklan televisi, spanduk videotron dan lainnya

2. Penjualan pribadi/ tatap muka (*Personal selling*)

Personal Selling merupakan usaha untuk memperkenalkan suatu produk melalui komunikasi langsung (*tatap muka*) agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Sebagai salah satu variabel dari promosi *personal selling* memungkinkan penjual untuk :

- Mengadakan hubungan langsung dengan calon pembeli sehingga penjual lebih dapat mengamati karakteristik beserta kebutuhan pembeli.
- Memperoleh tanggapan dari calon pembeli.
- Membina berbagai macam hubungan dengan pembeli baik dalam hubungan bisnis maupun persahabatan yang erat. Jadi, dalam *personal selling* terjadi interaksi langsung, saling bertemu muka antara pembeli dengan penjual, sehingga dapat diketahui secara langsung keinginan, perilaku dan motif pembelian dari konsumen, sekaligus dapat melihat reaksi konsumen. Dengan demikian perubahan dapat lebih segera mengadakan penyesuaian penyesuaian

Apakah pernah didatangi salesman langsung ke rumah ? secara eksklusif menerangkan secara detail mengenai produk, mengajak kalian terlibat didalamnya pada komunikasi dua arah. Hal demikian disebut *personal selling*.

3. Hubungan masyarakat (*Publisitas/ Public Relation*)

Publisitas merupakan bagian fungsi yang lebih luas. Disebut juga hubungan masyarakat dan meliputi usaha-usaha untuk menciptakan dan mempertahankan hubungan yang menguntungkan antara organisasi dengan masyarakat, disamping juga calon pembeli (Basu, 1990: 352).

Hampir sama dengan periklanan, publisitas ini merupakan salah satu kegiatan promosi yang dilakukan melalui suatu media. Namun informasi yang tercantum tidak berupa iklan tapi berupa berita (Basu, 1993)

Publisitas adalah sejumlah informasi tentang seseorang, barang, atau organisasi yang disebarluaskan ke masyarakat melalui media tanpa dipungut biaya, ataupun tanpa pengawasan dari sponsor. Bila dibandingkan dengan alat promosi yang lain, publisitas memiliki beberapa kebaikan antara lain :

- 1) Lebih dapat dipercaya, sebab berupa suatu berita bukan iklan
- 2) Dapat menjangkau orang-orang yang tidak mau membaca iklan
- 3) Jauh lebih murah, karena tanpa biaya.

- 4) Dapat ditempatkan pada halaman depan dari sebuah surat kabar atau pada posisi lain yang menyolok.

Public relation, membina hubungan baik dengan publik merupakan upaya branding yang sangat efektif. Ikut berpartisipasi dalam kegiatan sosial dengan memakai atribut perusahaan juga produk memiliki nilai positif dimata masyarakat. Mereka (masyarakat) memberikan penilaian positif terhadap perusahaan, yang terpenting dari itu semua “brand image” perusahaan semakin bertambah kuat.

4. Promosi penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan merupakan kegiatan promosi selain periklanan, personal selling, maupun publisitas. Kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam promosi penjualan antara lain peragaan, pertunjukan dan pameran, demonstrasi dan sebagainya. Kegiatan promosi penjualan lebih fleksibel karena dapat dilakukan setiap saat dengan biaya yang tersedia dan dimana saja

Beberapa contoh metode promosi penjualan :

- 1) Pemberian contoh barang secara cuma-cuma, ini merupakan salah satu alat promosi penjualan yang dianggap paling mahal tapi juga paling efektif.
- 2) Kupon berhadiah, cara ini sangat efektif karena membuat orang mudah tertarik.
- 3) Rabat, merupakan pengurangan harga yang diberikan kepada pembeli.
- 4) Potongan harga langsung.
- 5) Peragaan, memamerkan barang-barang pada waktu tertentu, tempat dan situasi tertentu.

Semua promosi penjualan bersifat mempengaruhi pembelian secara psikologis. Sebagian besar perusahaan akan menaikkan harga kemudian menurunkannya sehingga seolah-olah produk yang dijualnya sedang dalam masa diskon, cuci gudang dsb. Selain itu menetapkan harga tidak bulat juga dapat mendorong meningkatnya penjualan, misalnya Rp 1.999.000,00 untuk harga produk Rp 2.000.000,00.

5. Pemasaran langsung (*Direct marketing*)

Menurut Kotler & Gary Armstrong (1996: 53) Direct Marketing adalah pemasaran yang menggunakan berbagai media untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, biasanya menelepon konsumen untuk mendapat respons langsung. Sedangkan menurut Duncan (2002 : 573) *Direct Marketing* adalah ketika perusahaan ingin menjalin komunikasi langsung dengan pelanggan, mereka menggunakan strategi komunikasi langsung, dimana lebih bisa berinteraksi, database yang memicu proses komunikasi pemasaran menggunakan media untuk mendorong respon pelanggan.

Direct Marketing bisa menjadi salah satu sistem pemasaran interaktif yang dapat dikembangkan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan langsung dari pelanggan yang ditargetkan. Dengan melakukan dengan teknik promosi ini, pihak perusahaan akan mampu menciptakan hubungan baik dengan pelanggan. Contoh bentuk promosi Direct Marketing diantaranya pemasaran direct mail, telemarketing, pemasaran melalui katalog (Catalog Marketing), dan Saluran Online (Online Channel), penggunaan surat, telepon, faksimil, e-mail dan alat penghubung nonpersonal lain untuk berkomunikasi secara dengan atau mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan tertentu dan calon pelanggan.

Sumber :

<http://mirahbudiastuti.blogspot.com/2014/02/karakteristik-alatcara-promosi.html>

<https://thidiweb.com/bauran-promosi/>

Cara mempromosikan produk makanan fungsional.

1. Sikap Yang Ramah dan Sopan

Kualitas pelayanan juga mendapatkan peranan tinggi dalam cara mempromosikan usaha makanan ini. Bayangkan saja jika anda harus membeli di toko makanan yang pelayanannya sama sekali tidak ramah dan terlihat sangat sangar, bukankah nantinya kalian akan menjadi sangat enggan untuk kembali datang kesana? Ya, salah satu langkah terbaik dalam pengembangan usaha adalah dengan pelayanan terbaik. Jangan sampai pelanggan anda kabur hanya karena kualitas pelayanan yang amburadul, ya!

2. . Selalu Meningkatkan Pelayanan

Salah satu metode tepat dalam mempromosikan usaha makanan adalah dengan tetap terus meningkatkan kualitas layanan yang anda punya. Jangan lengah dengan berdampak dengan penurunan kualitas layanan tersebut. Pelayanan yang cepat, tanggap, ramah dan sopan akan lebih menambah minat para pelanggan untuk tetap berlangganan. Waktu pemesanan dan penyajian yang relatif lama akan mengecewakan dan berdampak dengan tingkat kepuasan yang menurun.

3. Gunakan Musik

Alunan musik yang menenangkan akan menjadi cara promosi lainnya yang bisa mendatangkan dan menahan para pelanggan lebih lama. Karena pada sebuah usaha makanan adanya lantunan musik akan menambah selera makan dan kenyamanan pengunjung. Pelanggan akan lebih rileks dan memang sebagian dari mereka sengaja mengunjungi kedai makanan yang menyuguhkan alunan musik.

4. Properti Yang Menarik

Kedai atau restoran yang merupakan sebuah usaha makanan dengan menggunakan properti dan peralatan yang unik dan menarik akan lebih memanjakan mata para pembeli dan pelanggan. Karena tidak semua tempat atau usaha makanan akan menyajikan konsep dan tema unik di dalam usaha mereka. Namun jika anda bisa memberikan nuansa berbeda dengan para pesaing mengapa tidak? Ya, ini akan menjadi salah satu poin plus dimana usaha anda akan dilirik apalagi jika semakin detail.

5. Promo Khusus

Harga merupakan salah satu unsur penting yang akan menentukan sebuah kesuksesan dari toko ataupun usaha makanan. Dan salah satu cara promosi yang baik adalah dengan melakukan variasi harga, dimana anda bisa saja sewaktu-waktu memberikan harga diskon maupun beragam inovasi dalam permainan harga produk yang akan sangat di sukai pelanggan.

6. Pemanfaatan Medsos

Siapa sih yang sekarang ini yang tidak menggunakan medsos? Bahkan para senior yang telah berumur juga menggunakan medis sosial. Karena itu anda harus pandai-pandai dalam memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi agar nantinya anda tidak kesulitan lagi dalam promosi usaha anda. Cobalah pelajari lebih dahulu cara promosi online yang nantinya akan mempermudah dalam promosi ide bisnis makanan online anda tersebut.

7. Pemanfaatan Momentum

Tidak selamanya usaha makanan kita akan mendapatkan pengunjung yang ramai bukan? Tapi, ada masa-masa tertentu dimana ada beberapa perayaan seperti hari-hari besar keagamaan atau hari nasional yang bisa anda manfaatkan sebagai usaha dalam mempromosikan usaha makanan anda. Maka ketika ada perayaan dan hari-hari istimewa tersebut anda bisa menjadikan hal tersebut menjadi tahapan promosi terbaik.

8. Konsistensi Kualitas

Hal lainnya yang harus anda lakukan dalam mempromosikan usaha makanan anda adalah melakukan konsistensi dalam kualitas dari makanan anda. Jangan sampai pelanggan kembali kecewa dengan adanya penurunan kualitas dari makanan anda. Oleh karena itu selalu berusaha untuk mempertahankan kualitas produk makanan anda.

9. Selebaran

Jangan lupa untuk membuat selebaran makanan untuk mempromosikan usaha masakan anda. Karena ini terbukti ampuh dalam membuat semua orang untuk mengenal dan mengetahui tentang produksi makanan anda. Usahakan bahwa selebaran tersebut memiliki ragam informatif dan di buat dengan desain yang menarik agar bisa menarik dan di ingat banyak orang. Jangan lupa juga untuk menghubungkan alamat yang mudah di ketahui atau peta lokasi tempat dari usaha masakan makanan anda tersebut.

10. Menggunakan Stiker

Ini merupakan salah satu bentuk promosi tidak langsung dimana anda bisa memberikan promosi kepada calon pelanggan dengan meletakkan stiker atau pamflet di berbagai tempat yang mudah di kenali. Namun anda harus memastikan bahwa tempat anda menempelkan stiker tidak di dekat properti pribadi atau di tempat yang dilarang lainnya.

11. Menggunakan Peta Lokasi

Gunakan kemasan produk untuk meletakkan dan menempelkan peta lokasi tempat usaha makanan anda. Jadi tanpa sengaja setelah seseorang membuang bungkus tersebut maka akan ada yang bisa mengetahui tempat atau lokasi usaha anda. Karena proses dari pemasaran produk akan terhambat jika orang tidak mengetahui tempat dimana lokasi usaha anda. Inilah mengapa banyak pengusaha makanan selalu memberikan lokasi tempat, informasi lain yang penting tentang produk mereka di dalam kemasan produknya.

12. Menjaga kualitas

Cara promosi usaha makanan yang pertama dan terbaik yang bisa kita lakukan adalah dengan menjaga kualitas dan rasa makanan. Promosi ke luar secara gencar hanya akan sia-sia bila kita tidak bisa memberikan kualitas yang baik kepada konsumen.

Selain itu, mempertahankan kualitas yang sudah diciptakan sejak awal merupakan hal berikutnya yang harus tetap dijaga. Kita pasti pernah bertemu dengan usaha makanan yang tidak konsisten dengan rasa makanan yang dijual ketika konsumen mereka sedang ramai. Ini bukan hal yang bagus karena akan membuat kecewa pelanggan.

Perhatikan stikernya dan prosedur memasak di bisnis Kalian agar kualitas makanan bisa tetap sama.

Sumber : <https://dosenekonomi.com/bisnis/tips-bisnis/cara-mempromosikan-produk-makanan>

Disajikan contoh promosi makanan fungsional permen jahe

1. Konsisten Menjaga Kualitas Makanan

Cara promosi usaha makanan yang pertama dan terbaik yang bisa kita lakukan adalah dengan menjaga kualitas dan rasa makanan. Promosi ke luar secara gencar hanya akan sia-sia bila kita tidak bisa memberikan kualitas yang baik kepada konsumen.

Selain itu, mempertahankan kualitas yang sudah diciptakan sejak awal merupakan hal berikutnya yang harus tetap dijaga. Kita pasti pernah bertemu dengan usaha makanan yang tidak konsisten dengan rasa makanan yang dijual

ketika konsumen mereka sedang ramai. Ini bukan hal yang bagus karena akan membuat kecewa pelanggan.

Perhatikan stakialnr dan prosedur memasak di bisnis Kalian agar kualitas makanan bisa tetap sama.

Contoh :

Karakteristik	Jahe Putih Besar (Jahe Gajah)	Jahe Putih Kecil (Jahe Emprit)	Jahe Merah
Panjang akar	12,9—21,5 cm	20,5—21,1 cm	17,4—24 cm
Diameter akar	4,5—6,3 mm	4,8—5,9 mm	12,3—12,6 mm
Ruas rimpang	Besar	Kecil	Kecil
Warna	Putih kekuningan	Putih	Merah
Besar rimpang	Besar dan gemuk, ruas lebih menggebung	Sedang, ruas agak rata dan sedikit menggebung	Kecil, ruas agak rata dan sedikit menggebung
Panjang rimpang	15,83—32,75 cm	6,13—31,7 cm	12,33—12,6 cm
Lebar rimpang	6,20—11,3 cm	6,38—11,1 cm	5,26—10,4 cm
Warna	Hijau	Hijau	Hijau
Panjang daun	17,4—21,9 cm	17,4—19,8 cm	24,5—24,8 cm
Daun pelindung bunga	Tersusun rapat	Tersusun rapat	Tersusun longgar
Panjang bunga	4—4,2 cm	4—4,2 cm	5—5,5 cm
Rasa	Kurang pedas	Pedas	Sangat Pedas
Aroma	Kurang tajam	Tajam	Sangat tajam
Produksi per hektar	10—25 ton	10—20 ton	8—15 ton

<https://www.kompas.com/skola/read/2020/03/14/143000769/jenis-jahe-dan-manfaatnya?page=all>

2. Cara Promosi Usaha Makanan dengan Memanfaatkan Momentum
Berpartisipasi dalam kegiatan bazar, pameran, pasar malam, dan perayaan momen tertentu akan membuat usaha makanan Kalian selalu mendapat konsumen baru.

Contoh :



jatenglive.com/event/event-solo---SOLO-INDONESIA-CULINARY-FESTIVAL-2019

3. Membuat dan Menyebarkan Selebaran
Cara promosi usaha makanan dengan trik yang satu ini terbukti cukup efektif untuk mendapatkan perhatian dari orang-orang baru dan belum mengenal usaha makanan Kalian. Usahakan selebaran tersebut dibuat dengan desain dan informasi yang mudah diingat oleh orang lain.
Jangan lupa untuk mencantumkan alamat dan kontak tempat usaha Kalian. Selain itu, brosur tersebut juga bisa ditambahkan resep makanan yang menjadi kalianlan di tempat Kalian, atau informasi dan pengetahuan tentang bahan-bahan makanan, dan informasi lain yang masih relevan.

Contoh :



https://projects.co.id/public/browse_users/portofolio_list/20cc1a/rafa-fazlur-rahman-rafafazlur

4. Membuat Stiker dan Memasangnya di Tempat yang Mudah Terlihat
Trik seperti ini sudah cukup sering kita lihat. Biasanya stiker ini dipasang di tempat yang cukup sering dilalui oleh orang-orang sehingga mudah terlihat khalayak ramai. Namun, pastikan Kalian tidak memasang stiker di tempat yang dilarang. Misalnya di fasilitas umum dan properti pribadi, ini bisa mengakibatkan orang lain merasa tidak nyaman.
Contoh stiker :



<https://www.sribu.com/id/packaging-design/contests/kontes-design-kemasan-untuk-produk-ting-ting-jahe-tema-vintage-5bbdac35faaa260958203408/overview>

5. Membuat Peta Lokasi Usaha Pada Kemasan Produk
Trik ini bisa dilakukan bila tempat usaha kuliner Kalian memang kurang strategis. Kualitas dan rasa makanan yang Kalian jual mungkin sangat baik, tapi jika orang lain tidak mengetahui lokasi usaha Kalian maka proses pemasaran akan terhambat.

Contoh :



<https://www.bukalapak.com/p/food/cemilan-snack/1z5tczb-jual-permen-jahe-susu-gingerbon-bag-40-pcs>

6. Bergabung dengan Komunitas Tertentu

Untuk memperkenalkan kuliner kalianlan Kalian, maka ada baiknya bila bergabung dengan komunitas yang masih relevan dengan bisnis Kalian. Dengan memiliki komunitas yang aktif, kegiatan saling berbagi informasi antar anggota akan memberikan peluang baru bagi Kalian.

Contoh :



<https://komunita.id/listing/komunitas-pengusaha-kuliner-kompak-indonesia/>

7. Memanfaatkan Media Sosial untuk Promosi

Hari gini siapa sih yang tidak pakai media sosial, terutama kaum milenial. Nah, kita bisa memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan kuliner yang ingin dijual.

Contoh :



<https://www.herosoftmedia.co.id/pilihan-sosial-media-yang-cocok-untuk-jualan-dan-sayang-untuk-dilewatkan/>

C. Rangkuman

1. Bauran promosi merupakan kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling dan alat-alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan (Basu, 1990).

2. Tujuan utama periklanan adalah meningkatkan permintaan atas produk yang ditawarkan.
3. Manfaat periklanan adalah :
 - Memungkinkan penjual untuk berkomunikasi dengan banyak orang sekaligus.
 - Memungkinkan penjual untuk menyebarkan informasi tentang produk dan perusahaan.
 - Memungkinkan penjual untuk mendramatisir perusahaan dan produknya melalui penggunaan cetakan, suara dan warna yang menarik perhatian.
4. Variabel dari promosi personal selling memungkinkan penjual untuk :
 - Mengadakan hubungan langsung dengan calon pembeli sehingga penjual lebih dapat mengamati karakteristik beserta kebutuhan pembeli.
 - Memperoleh tanggapan dari calon pembeli.
5. Publisitas memiliki beberapa kebaikan antara lain :
 - a. Lebih dapat dipercaya, sebab berupa suatu berita bukan iklan
 - b. Dapat menjangkau orang-orang yang tidak mau membaca iklan
 - c. Jauh lebih murah, karena tanpa biaya.
 - d. Dapat ditempatkan pada halaman depan dari sebuah surat kabar atau pada posisi lain yang menyolok.
6. Beberapa contoh metode promosi penjualan :
 - a. Pemberian contoh barang secara cuma-cuma, ini merupakan salah satu alat promosi penjualan yang dianggap paling mahal tapi juga paling efektif.
 - b. Kupon hadiah, cara ini sangat efektif karena membuat orang mudah tertarik.
 - c. Rabat, merupakan pengurangan harga yang diberikan kepada pembeli.
 - d. Potongan harga langsung.
 - e. Peragaan, memamerkan barang-barang pada waktu tertentu, tempat dan situasi tertentu.
7. *Direct Marketing* diantaranya pemasaran direct mail, telemarketing, pemasaran melalui katalog (Catalog Marketing), dan Saluran Online (*Online Channel*), penggunaan surat, telepon, faksimil, e-mail dan alat penghubung nonpersonal lain untuk berkomunikasi secara langsung dengan atau mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan tertentu dan calon pelanggan.
8. cara mempromosikan produk makanan fungsional
 - a) Sikap Yang Ramah dan Sopan
 - b) . Selalu Meningkatkan Pelayanan
 - c) Gunakan Musik
 - d) Properti Yang Menarik
 - e) Promo Khusus
 - f) Pemanfaatan Medsos
 - g) Pemanfaatan Momentum
 - h) Konsistensi Kualitas
 - i) Selebaran
 - j) Menggunakan Stiker
 - k) Menggunakan Peta Lokasi
 - l) menjaga kualitas

D. Penugasan

Setelah mempelajari bauran promosi, coba amati bauran promosi untuk produk usaha makanan fungsional di sekitarmu kemudian amati variabel bauran promosi dari produk tersebut

No.	Nama produk	Jenis produk		Bauran promosi				
		minuman	makanan	Iklan (Advertising)	Penjualan pribadi/tatap muka (Personal Selling)	Promosi Penjualan (Sales Promotion)	Hubungan Masyarakat (Public Relation)	Pemasaran Langsung (Market Selling)
1.								
2.								
3.								
4.								
5.								

E. Latihan Soal

Pilihlah jawaban yang paling benar dari soal dibawah ini !

- Strategi promosi langsung dapat dilakukan dengan menggunakan....
 - Rencana penjualan.
 - Media promosi.
 - Brainstroming.
 - Teknik khusus
 - Pendapat konsumen.
- Di bawah ini merupakan salah satu kegiatan yang dapat dilakukan oleh humas adalah ...
 - Penyebaran informasi menggunakan media massa seperti: radio, televisi, surat-kabar, majalah, papan luar ruang atau baliho.
 - Kampanye melalui surat, telepon, fax, e-mail, dan alat non-pribadi lainnya.
 - Electronic shopping melalui katalog komputer yang on-line dari rumah ke toko
 - Komunikasi korporat, lobbying, dan konferensi pers.
 - memberikan informasi saja.
- Periklanan yang ditujukan untuk mendorong para penyalur agar bersedia meningkatkan permintaan suatu produk dengan menjualkan sebanyak-banyaknya kepada pembeli atau pengecer disebut ...
 - Pull demand advertising.
 - Push demand advertising.
 - Pull supply advertising.
 - Push supply advertising.
- Penyusunan anggaran periklanan untuk produk baru dengan memperhatikan faktor probabilitas dalam setiap keputusan agar produk tersebut tercapai kondisi yang optimal dapat menggunakan metode....
 - Matematis.
 - Bayesian.
 - Tugas.
 - Subyektif.
- Promosi penjualan dapat merangsang pembelian segera. Karena itu, promosi penjualan paling tepat digunakan dalam situasi ...
 - Konsumen masih ragu-ragu untuk membeli produk karena belum yakin akan kualitas produk.
 - Konsumen sudah siap membeli. Produk kita merupakan salah merek yang dipertimbangkan. Namun, konsumen belum mengambil keputusan dan masih ada dalam tahap mengevaluasi merek mana yang akan dibeli.
 - Kualitas produk rendah, sehingga konsumen tidak berniat membelinya. Niat membeli baru dapat dirangsang dengan menawarkan hadiah atau insentif.

- d. Konsumen kecewa dengan produk, sehingga untuk mengimbangnya, diberikanlah hadiah atau insentif untuk mengurangi kekecewaan itu.
- e. Konsumen selalu mempercayai yang di lakukan oleh wiraniaga.

Kunci Jawaban dan pembahasan:**Latihan soal pembelajaran 2**

No.	Jawaban	Pembahasan	Skor
1.	b. Media promosi	Media sosial merupakan cara yang paling mudah yang dapat dilakukan pada era teknologi.	20
2.	d. Komunikasi korporat, lobbying, dan konfrensi pers	Hubungan masyarakat merupakan bagian bauran promosi yang menjalin relation dengan berbagai kalangan.	20
3.	b. Push demand advertising	para penyalur agar bersedia meningkatkan permintaan suatu produk dengan menjualkan sebanyak-banyaknya kepada pembeli atau pengecer	20
4.	b. Bayesian	Statistik untuk mengukur probabilitas	20
5.	a. Konsumen masih ragu-ragu untuk membeli produk karena belum yakin akan kualitas produk	Promosi penjualan dapat dilakukan dengan peragaan dan pertunjukan.	20

F. PENILAIAN DIRI

Berilah tanda(√) pada kolom dibawah ini!

No.	Indikator	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Saya memahami Pengertian Bauran Promosi		
2	Saya mengidentifikasi media promosi		
3	Saya mampu menentukan media promosi untuk produk makanan fungsional		

KEGIATAN PEMBELAJARAN 3

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran ini dapat menyusun strategi promosi untuk produk makanan fungsional.

B. Uraian Materi

Bagaimana cara promosi usaha makanan yang tepat sasaran agar lebih banyak pelanggan? Topik ini adalah salah satu pembahasan yang cukup menarik karena usaha makanan saat ini menjadi salah satu primadona dalam dunia usaha.

Tidak jarang sebuah usaha makanan berawal dari bisnis sampingan seseorang yang berbekal pujian dari orang terdekat. Keahlian membuat jenis makanan tertentu dan disukai oleh orang-orang terdekat bisa memberikan motivasi pada seseorang untuk membuka usaha makanan. Cara promosi usaha makanan merupakan salah satu faktor penting dalam perjalanan sebuah bisnis kuliner. Menjalankan strategi yang efektif dalam mempromosikan produk kuliner yang dijual dapat memberikan dampak yang luar biasa.

Nah, bagi pecinta kuliner dan pemilik usaha makanan, berikut ini adalah beberapa cara promosi usaha makanan yang bisa dipelajari dan diterapkan pada bisnis Kalian. Untuk lebih memahami langkah-langkah promosi mari perhatikan penjelasan di bawah ini agar aktivitas promosi yang dilakukan dapat berjalan efektif tentu diperlukan perencanaan promosi.

Berikut adalah langkah-langkah yang dapat ditempuh dalam merencanakan promosi:

- 1) Tentukan tujuan promosi.
Tentukanlah tujuan dan apa yang ingin dicapai. Hal ini akan membuat aktivitas promosi berjalan efisien. Apakah tujuan promosi tersebut untuk membangun *brand awareness*, mendongkrak penjualan atau meluncurkan produk baru.
- 2) Tentukan target pasar
Tentukan segmentasi yang lebih spesifik untuk menghadapi perilaku konsumen yang bermacam-macam. Langkah ini penting untuk menghadapi persaingan. Dengan mengetahui target pasar secara jelas dan spesifik maka dapat membuat anggaran promosi yang efektif.
- 3) Tentukan pesan
Sebagai pengusaha atau marketer harus mampu membangun komunikasi dua arah dengan konsumen. Kalian harus menentukan pesan apa yang ingin disampaikan untuk mendukung kegiatan promosi. Gunakan bahasa yang mudah dipahami oleh target market serta membuat pesan yang menarik, rasional, dan informatif.
- 4) Membuat anggaran promosi
Dalam membuat anggaran promosi penting mempertimbangkan *goal* yang ingin dicapai, bagaimana mencapainya, kemudian baru membuat anggaran. Besaran anggaran yang dibuat juga tergantung pada pemilihan media yang digunakan.
- 5) Pilih media promosi
Pilih media yang sesuai dengan target pasar. Penggunaan media sosial akan sangat membantu dalam memberikan informasi produk dalam jangkauan yang lebih luas. Tetapi tetap harus fokus pada pasar yang dituju, kenali perilaku konsumen, dan tentukan media yang sesuai.

- 6) Pengukuran efektivitas promosi
Banyak pelaku usaha yang biasanya melupakan pengukuran efektivitas promosi yang telah dilakukan. Padahal ini penting untuk mereview efektivitas kegiatan promosi. Pengukuran ini dapat dilakukan dengan riset *brand awareness* atau mengukur *impact digital* marketing dalam mendongkrak penjualan.
Sumber : www.gosbiz.com/6-tahapan-merencanakan-promosi/

C. Rangkuman

Langkah -langkah yang dapat ditempuh dalam merencanakan promosi sebagai berikut :

1. Tentukan tujuan promosi.
2. Tentukan target pasar.
3. Tentukan pesan.
4. Membuat anggaran promosi.
5. Pilih media promosi.
6. Pengukuran efektivitas promosi.

D. Penugasan

Sekarang, cobalah amati keadaan sekitarmu, kemudian buat strategi promosi untuk makanan fungsional yang akan promosikan.

1. Jika memiliki laptop/komputer.
Ketik dikertas A4, font times new roman, margin kiri dan bawah 4 cm, margin atas dan kanan 3 cm,.
2. Jjika tidak ada laptop atau komputer.
Tulis dibuku tulis atau kertas polio bergaris dengan menggunakan pulpen berwarna hitam dan tulisan yang rapi dan jelas.

E. Latihan Soal

Berilah tanda silang (x) pada soal dibawah ini!

1. Hal ini akan membuat aktivitas promosi berjalan efisien. Apakah tujuan promosi tersebut untuk membangun *brand awareness*, mendongkrak penjualan atau meluncurkan produk baru adalah ...
 - a. Tujuan promosi
 - b. Target pasar.
 - c. Pesan
 - d. Membuat anggaran promosi
 - e. Pilih media promosi
2. Segmentasi yang lebih spesifik untuk menghadapi perilaku konsumen yang bermacam-macam disebut ...
 - a. Tujuan promosi
 - b. Target pasar.
 - c. Pesan.
 - d. Membuat anggaran promosi.
 - e. Pilih media promosi.
3. Banyak pelaku usaha yang biasanya melupakan pengukuran efektivitas promosi yang telah dilakukan termasuk dalam menentukan ...
 - a. Tujuan promosi.
 - b. Target pasar.
 - c. Pesan.
 - d. Anggaran promosi.
 - e. Pengukuran efektivitas promosi.

4. Mempertimbangkan *goal* yang ingin dicapai, bagaimana mencapainya termasuk dalam menentukan ...
 - a. Tujuan promosi.
 - b. Target pasar.
 - c. Pesan.
 - d. Anggaran promosi.
 - e. Pengukuran efektivitas promosi.
5. Promosi produk yang menggunakan website disebut...
 - a. Media elektronik.
 - b. Media cetak.
 - c. Media internet.
 - d. Media produk.
 - e. Media pemasaran.

F. PENILAIAN DIRI

Berilah tanda(√) pada kolom dibawah ini!

No.	Indikator	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Saya memahami langkah langkah promosi		
2	Saya mengidentifikasi langkah-langkah promosi		
3	Saya mampu menyusun langkah-langkah promosi		



Kegagalan Adalah Resiko Tetapi Dengan Ilmu Akan Memperkecil Resiko

Sumber : <https://www.alona.co.id/bisnis/8-strategi-promosi-yang-wajib-diterapkan-start-business/>

EVALUASI

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang anggap benar!

1. Perhatikan pernyataan dibawah ini !
Promosi adalah sebuah bentuk komunikasi. Namun, tentu tidak semua komunikasi merupakan promosi. Komunikasi dikatakan sebagai promosi apabila :
 - a. Apabila komunikasi tersebut dibuat dalam format iklan yang menunjukkan adanya produk serta alasan-alasan membeli produk (appeals) dan nilai yang akan diperoleh konsumen (customer value).
 - b. Apabila komunikasi digunakan untuk menginformasikan (to inform), membujuk (topersuade), dan mengingatkan (to remind) pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga.
 - c. Apabila komunikasi tersebut diarahkan untuk menjaga relationship antara perusahaan dengan para konsumennya, sehingga kedua pihak sama-sama memperoleh keuntungan.
 - d. Apabila komunikasi tersebut mengandung upaya menggiring konsumen untuk membeli produk.
 - e. Apabila komunikasi tersebut menginformasikan saja.
2. Encoding adalah proses merumuskan pesan ke dalam simbol-simbol yang dapat dipahami oleh audiens. Apabila promosi dilakukan melalui penjualan personal, maka encoding itu dilakukan jika
 - a. Encoding tidak terjadi karena kedua belah pihak yang berkomunikasi berbicara secara langsung.
 - b. Encoding terjadi karena walaupun berbicara secara langsung kedua belah pihak tetap memiliki dimensi yang tidak dipahami pihak lain.
 - c. Encoding terjadi karena bahasa yang digunakan (bahasa lisan maupun bahasa tubuh) merupakan simbol-simbol komunikasi juga.
 - d. Encoding tidak terjadi karena bahasa yang digunakan bukan simbol komunikasi karena dapat ditangkap dengan sendirinya oleh kedua belah pihak. Maksudnya, isi hati dapat disampaikan secara langsung tanpa melalui simbol-simbol atau perlambang.
 - e. Encoding dapat ditangkap oleh audiens atau konsumen walaupun hanya satu arah pembicaraan.
3. Suatu alat untuk mengkomunikasikan suatu produk/jasa/image/perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas...
 - a. Media pembelajaran
 - b. Media komunikasi
 - c. Media demontasi
 - d. Media promosi
 - e. Media pemasaran
4. Pesan mengenai produk yang disampaikan melalui media televisi akan diwujudkan dalam bentuk...
 - a. Audio
 - b. Audio dan Visual
 - c. Visual
 - d. Gambar bergerak
 - e. Gambar tidak bergerak
5. Apabila kita menggunakan daya tarik emosional negatif dalam mempromosikan produk makanan fungsional, maka yang kita tampilkan adalah:
 - a. Rasa takut, bersalah, cemas, gelisah, dan tidak percaya diri apabila menawarkan produk makanan fungsional.

- b. Rasa takut, bersalah, cemas, gelisah, dan malu, apabila menawarkan produk makanan fungsional.
 - c. Rasa takut, bersalah, cemas, gelisah, dan malu, apabila menawarkan produk makanan fungsional.
 - d. Rasa takut, bersalah, cemas, gelisah, dan malu, mengingat kekurangan-kekurangan produk makanan fungsional.
 - e. Tidak ada rasa takut dan selalu optimis dalam mempromosikan makanan fungsional
6. Media promosi sebagai plakat yang dicetak pada kertas yang biasanya berukuran besar, berisi pengumuman atau iklan dalam bentuk gambar ataupun tulisan dan ditempelkan di dinding maupun tembok yang berada di tempat-tempat umum adalah...
- a. Pamphlet
 - b. Brosur
 - c. Flyer
 - d. Poster
 - e. Majalah
7. Pernyataan di bawah ini yang merupakan pertimbangan pemilihan media promosi cetak diantaranya...
- a. Khalayak sasaran yang ingin dituju
 - b. Nama produk
 - c. Kemampuan produksi
 - d. Pendapatan perusahaan
 - e. Biaya murah
8. Media mempromosikan produk dengan jumlah banyak dengan penjelasan spesifikasi dan gambar masing-masing produk adalah....
- a. Booklet
 - b. Catalog
 - c. Pamphlet
 - d. Brosur
 - e. Koran
9. Salah satu daya tarik PR adalah kredibilitasnya yang tinggi. Publikasi tentang perusahaan atau produk terkesan lebih otentik dan terhormat dibanding iklan, sebab ...
- a. Yang berbicara dalam PR adalah wakil perusahaan bukan bintang iklan atau artis sebagaimana dalam iklan.
 - b. Pemuatan berita baik tentang perusahaan atau produknya terkesan sebagai inisiatif pihak lain,
 - c. PR sebenarnya sama saja dengan iklan.
 - d. Perusahaan dapat mendramatisasi kejadian positif terkait perusahaan atau produknya melalui PR.
 - e. PR memiliki daya tarik dalam performance (penampilan)
10. Pemilihan metoda promosi tergantung pada berbagai faktor, faktor tersebut adalah ...
- a. Tipe pasar.
 - b. Kredibilitas sumber pesan.
 - c. Usia audiens.
 - d. Musim.
 - e. jenis kelamin
11. Promosi penjualan adalah seperti pedang bermata dua. Di satu sisi dapat merangsang calon konsumen untuk melakukan pembelian. Pada sisi lain terdapat efek negative, efek tersebut adalah ...
- a. Melanggar aturan bisnis.

- b. Menghindari pajak.
 - c. Menurunkan persepsi kualitas.
 - d. Menurunkan selera konsumen.
 - e. memper tahankan kuantitas
12. Promosi melalui internet memiliki berbagai kelebihan, yang bukan kelebihan dari media internet adalah ...
- a. Pengirim pesan dan penerima pesan dapat berinteraksi atau berkomunikasi dua arah.
 - b. Diskon melalui internet lebih besar.
 - c. Pesan yang disampaikan melalui media internet dapat dipercaya.
 - d. Diskon melalui internet lebih besar dan komunikasi dua arah
 - e. Komunikasi satu arah
13. Event marketing adalah:
- a. Metoda promosi yang paling efektif.
 - b. Metoda promosi yang menggunakan lapangan sebagai media.
 - c. Metoda promosi yang menawarkan berbagai insentif kepada audiens.
 - d. Metoda promosi yang memberikan pengalaman personal terkait merek kepada audiens.
 - e. Metode promosi dengan website.
14. Berikut ini yang merupakan kekurangan dari media promosi informesial adalah...
- a. Adanya kemungkinan produk palsu.
 - b. Keaslian dari data tidak terjamin.
 - c. Biaya terlalu tinggi untuk bisnis kecil.
 - d. Penempatan iklan tidak beraturan.
 - e. iklan terlihat menarik
15. Media promosi yang sering digunakan untuk memberikan informasi promosi jangka pendek tentang acara atau promosi komersil...
- a. Round tag
 - b. Baliho
 - c. Neon box
 - d. Poster
 - e Pamflet
16. Media promosi berbentuk kotak yang diterangi cahaya dari lampu neon yang dipasangkan di dalamnya. Media ini cocok digunakan sebagai media promosi di malam hari....
- a. Round tag
 - b. Baliho
 - c. Neon box
 - d. Poster
 - e
17. Contoh penggunaan katalog antara lain digunakan oleh
- a. Detik
 - b. supermarket
 - c. Okezone
 - d. Liputan
 - e. Majalah
18. Media komunikasi massa yang bertujuan untuk menyampaikan pesan yang bersifat promosi, anjuran, larangan-larangan kepada khalayak massa dan berbentuk cetakan...
- a. Majalah
 - b. Ebook
 - c. Booklet

- d. Koran
 - e. Pamflet
19. Proses manajemen pemasaran merupakan proses penyampaian nilai yang memberikan gambaran tentang tahapan-tahapan yang dilakukan oleh pemasar dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar atau pelanggan sasaran. Proses penyampaian nilai itu digambarkan dalam bentuk berbagai aktivitas yang ...
- a. Dimulai dari pengukuran hasil dan diakhiri dengan implementasi rencana pemasaran.
 - b. Dimulai dari penganalisisan peluang pemasaran dan berakhir pada pengendalian pemasaran.
 - c. Terdiri dari proses identifikasi kendala dalam mencapai tujuan.
 - d. Terfokus pada proses penyusunan perencanaan strategis tanpa memperhatikan lingkungan eksternal.
 - e. Tidak terfokus pada penyusunan dan strategi promosi.
20. Penjualan personal memungkinkan timbulnya berbagai jenis hubungan, mulai dari hubungan penjualan sampai hubungan persahabatan. Bagi perusahaan, hubungan persahabatan antara wiraniaga dengan pelanggan dapat ...
- a. Menguntungkan karena dengan demikian pelanggan akan selalu membeli produk dari perusahaan melalui wiraniaga itu.
 - b. Merugikan karena hubungan persahabatan itu dapat mencemari hubungan bisnis antara perusahaan dan pelanggan yang seharusnya terjadi tanpa hubungan personal.
 - c. Tidak ada hubungannya dengan perusahaan sebab hubungan persahabatan adalah hal berbeda dari hubungan bisnis antara perusahaan dan pelanggannya.
 - d. Dapat merugikan kalau pada akhirnya kesetiaan pelanggan terjadi pada wiraniaga secara pribadi bukan lagi dengan perusahaan.
 - e. Merugikan dan menguntungkan tergantung dari rekanan usahanya.

Latihan soal pembelajaran 3

No	Jawaban	Pembahasan	Skor
1.	a. tujuan promosi	Tentukanlah tujuan dan apa yang ingin dicapai. Hal ini akan membuat aktivitas promosi berjalan efisien. Apakah tujuan promosi tersebut untuk membangun <i>brand awareness</i> , mendongkrak penjualan atau meluncurkan produk baru.	20
2.	b. target pasar	Tentukan segmentasi yang lebih spesifik untuk menghadapi perilaku konsumen yang bermacam-macam. Langkah ini penting untuk menghadapi persaingan. Dengan mengetahui target pasar secara jelas dan spesifik maka Kalian dapat membuat anggaran promosi yang efektif.	20
3.	e. Pengukuran efektivitas promosi	Banyak pelaku usaha yang biasanya melupakan pengukuran efektivitas promosi yang telah dilakukan. Padahal ini penting untuk mereview efektivitas kegiatan promosi. Pengukuran ini dapat dilakukan dengan riset <i>brand awareness</i> atau mengukur <i>impact digital marketing</i> dalam mendongkrak penjualan	20
4.	d. Membuat anggaran promosi	Dalam membuat anggaran promosi penting mempertimbangkan <i>goal</i> yang ingin kalian capai, bagaimana mencapainya, kemudian baru membuat anggaran. Besaran anggaran yang dibuat juga tergantung pada pemilihan media yang Kalian gunakan	20
5.	c. Media internet	Pemjualan produk modern memerlukan alat atau teknologi yang terbaru oleh karena itu media internet merupakan media yang sering digunakan untuk memperkenalkan produk	20

EVALUASI

1. c. Apabila komunikasi digunakan untuk menginformasikan (to inform), membujuk (topersuade), dan mengingatkan (to remind) pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga
2. b. Encoding terjadi karena bahasa yang digunakan (bahasa lisan maupun bahasa tubuh) merupakan simbol-simbol komunikasi juga.
3. d. Media promosi
4. b. Audio dan Visual
5. a. Rasa takut, bersalah, cemas, gelisah, dan tidak percaya diri apabila menawarkan produk makanan fungsional.
6. d. Poster
7. a. Khalayak sasaran yang ingin dituju
8. b. Catalog
9. b. Pemuatan berita baik tentang perusahaan atau produknya terkesan sebagai inisiatif pihak lain d. Poster
10. d. Tipe pasar.
11. c. Menurunkan persepsi kualitas
12. e. Komunikasi satu arah
13. b. Metoda promosi yang menggunakan lapangan sebagai media.
14. a. Adanya kemungkinan produk palsu\
15. a. Round tag
16. c. Neon box
17. b. supermarket
18. d. Pamflet
19. b. Dimulai dari penganalisisan peluang pemasaran dan berakhir pada pengendalian pemasaran
20. a. Menguntungkan karena dengan demikian pelanggan akan selalu membeli produk dari perusahaan melalui wiraniaga itu.

DAFTAR PUSTAKA

Prakarya dan kewirausahaan, Kelas XII Sumber Buku Prakarya dan Kewirausahaan, Kemendikbud Edisi Revisi 2018..

Dari internet

Materi

- Sumber : <https://cashbac.com/blog/pengertian-promosi-tujuan-jenis-contoh/>
- [https://www.kajianpustaka.com/2016/11/pengertian-tujuan-dan-bauran-promosi.html#:~:text=Berikut%20adalah%20beberapa%20definisi%20pengertian%20promosi%20berdasarkan%20beberapa%20sumber%2C%20yaitu%3A&text=Menurut%20Kotler%20\(2000%3A119\),bauran%20promosi%20\(promotional%20mix\).](https://www.kajianpustaka.com/2016/11/pengertian-tujuan-dan-bauran-promosi.html#:~:text=Berikut%20adalah%20beberapa%20definisi%20pengertian%20promosi%20berdasarkan%20beberapa%20sumber%2C%20yaitu%3A&text=Menurut%20Kotler%20(2000%3A119),bauran%20promosi%20(promotional%20mix).)
- <https://www.merdeka.com/jateng/5-tujuan-promosi-produk-penjualan-beserta-jenis-jenisnya-klm.html>
- [:https://www.simplidots.com/teknik-promosi-yang-dapat-anda-lakukan-untuk-meningkatkan-penjualan/#:~:text=Teknik%20Promosi%20adalah%20teknik%20yang,penjualan%20bagi%20produsen%20ataupun%20distributor.](https://www.simplidots.com/teknik-promosi-yang-dapat-anda-lakukan-untuk-meningkatkan-penjualan/#:~:text=Teknik%20Promosi%20adalah%20teknik%20yang,penjualan%20bagi%20produsen%20ataupun%20distributor.)
- <http://mirahbudiastuti.blogspot.com/2014/02/karakteristik-alatcara-promosi.html>
- <https://thidiweb.com/bauran-promosi/>
 - <https://dosenekonomi.com/bisnis/tips-bisnis/cara-mempromosikan-produk-makanan>

Gambar

- <https://www.kompas.com/skola/read/2020/03/14/143000769/jenis-jahe-dan-manfaatnya?page=all>
- jatenglive.com/event/event-solo---SOLO-INDONESIA-CULINARY-FESTIVAL-2019
- https://projects.co.id/public/browse_users/portofolio_list/20cc1a/rafa-fazlur-rahman-rafafazlur
- <https://www.sribu.com/id/packaging-design/contests/kontes-design-kemasan-untuk-produk-ting-ting-jahe-tema-vintage-5bbdac35faaa260958203408/overview>
- <https://www.bukalapak.com/p/food/cemilan-snack/1z5tczb-jual-permen-jahe-susu-gingerbon-bag-40-pcs>
- <https://komunita.id/listing/komunitas-pengusaha-kuliner-kompak-indonesia/>
- <https://www.herosoftmedia.co.id/pilihan-sosial-media-yang-cocok-untuk-jualan-dan-sayang-untuk-dilewatkan/>
- <https://www.alona.co.id/bisnis/8-strategi-promosi-yang-wajib-diterapkan-start-business/>

Lampiran

Bagan 1. Variabel bauran promosi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN ANAK USIA DINI,
PENDIDIKAN DASAR DAN PENDIDIKAN MENENGAH
DIREKTORAT SEKOLAH MENENGAH ATAS
2020



Modul Pembelajaran SMA

Prakarya dan Kewirausahaan



KELAS
XII



SISTEM KONSINYASI PRODUK USAHA PENGOLAHAN MAKANAN FUNGSIONAL

PRAKARYA DAN KEWIRAUSAHAAN KELAS XII

PENYUSUN

**RENI SUSIANA DEWI, S.Pd.Si
SMA Negeri 1 Purworejo**

DAFTAR ISI

PENYUSUN	ii
DAFTAR ISI	iii
GLOSARIUM	iv
PETA KONSEP	v
PENDAHULUAN	1
A. Identitas Modul	1
B. Kompetensi Dasar	1
C. Deskripsi Singkat Materi	1
D. Petunjuk Penggunaan Modul	2
E. Materi Pembelajaran	2
KEGIATAN PEMBELAJARAN 1	3
A. Tujuan Pembelajaran	3
B. Uraian Materi	3
C. Rangkuman	5
D. Penugasan Mandiri	6
E. Latihan Soal 1	6
F. Penilaian Diri	7
KEGIATAN PEMBELAJARAN 2	9
A. Tujuan Pembelajaran	9
B. Uraian Materi	9
C. Rangkuman	11
D. Penugasan Mandiri	11
E. Latihan Soal	12
F. Penilaian Diri	13
EVALUASI	15
DAFTAR PUSTAKA	18

GLOSARIUM

- Konsinyasi*** : suatu bentuk kerjasama dalam penjualan produk yang dilakukan oleh pemilik barang dengan penyalur, pedagang, atau pemilik toko
- Konsinyor (consignor)*** : pihak pemilik barang yang menitipkan barang dagangannya
- Konsinyi (consignee)*** : pihak pedagang yang menerima barang titipan untuk dijual
- Makanan fungsional*** : makanan dan minuman dengan manfaat kesehatan yang melampaui kandungan nutrisinya
- Outlet*** : tempat untuk memasarkan suatu produk hasil dari kegiatan produksi
- Pemasaran*** : suatu cara yang dilakukan oleh individu atau organisasi atau produsen untuk menyebarluaskan informasi seputar produk atau jasa yang dihasilkan kepada konsumen demi memperoleh keuntungan dengan melalui beberapa strategi yang diterapkan dalam perusahaan tersebut
- Segmentasi pasar*** : kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda
- Strategi*** : rencana untuk mencapai suatu sasaran

PETA KONSEP



PENDAHULUAN

A. Identitas Modul

Mata Pelajaran	: Prakarya dan Kewirausahaan
Kelas	: XII
Alokasi Waktu	: 3 pertemuan (3 x 2 jam pelajaran)
Judul Modul	: Sistem Konsinyasi Produk Usaha Pengolahan Makanan Fungsional

B. Kompetensi Dasar

- 3.10. Menganalisis sistem konsinyasi produk usaha pengolahan makanan fungsional
 - 3.10.1. Menjelaskan pengertian sistem konsinyasi produk usaha pengolahan makanan fungsional
 - 3.10.2. Menjelaskan cara kerja sistem konsinyasi produk usaha pengolahan makanan fungsional
 - 3.10.3. Menganalisis sistem konsinyasi produk usaha pengolahan makanan fungsional
- 4.10. Memasarkan produk usaha pengolahan makanan fungsional dengan sistem konsinyasi
 - 4.10.1 Memasarkan produk usaha pengolahan makanan fungsional dengan sistem konsinyasi

C. Deskripsi Singkat Materi

Modul ini sebagai pendamping buku teks pelajaran (BTP) atau buku sekolah elektronik (BSE) dan media pendukung bagi kalian dalam memahami materi tentang sistem konsinyasi produk usaha makanan fungsional meliputi: pengertian sistem penjualan konsinyasi produk makanan fungsional, cara kerja sistem penjualan konsinyasi produk makanan fungsional, dan menganalisis sistem penjualan konsinyasi produk usaha pengolahan makanan fungsional.

Materi sistem penjualan konsinyasi adalah materi yang sangat penting dan harus kalian kuasai, karena berguna dalam kehidupan sehari-hari serta sebagai strategi pemasaran untuk produk usaha. Makanan fungsional merupakan jenis makanan dikonsumsi sehari – hari sehingga banyak masyarakat yang mengkonsumsi. Dengan menggunakan sistem konsinyasi , diharapkan konsignor dan konsinyi sama – sama memperoleh keuntungan.

Dalam mempelajari modul ini kalian harus membaca dengan cermat. Melalui kegiatan membaca dan mempelajari materi, kemudian dilanjutkan dengan mengerjakan latihan soal sebagai alat evaluasi disertai refleksi. Semoga modul ini bermanfaat, kalian dapat mengerti dan memahami isi modul serta menerapkannya.

D. Petunjuk Penggunaan Modul

Petunjuk penggunaan modul ini adalah:

1. Pelajari modul tentang sistem konsinyasi produk usaha pengolahan makanan fungsional ini secara berurutan.
2. Baca peta konsep materi dan pahami isinya
3. Kerjakan soal latihan dan tugas yang ada
4. Lakukan penilaian diri
5. Kerjakan soal evaluasi di akhir materi pembelajaran
3. Gunakan alat, bahan dan media sesuai yang tercantum pada setiap penugasan.
4. Gunakan juga berbagai sumber literasi yang mendukung atau terkait dengan materi pembelajaran.
5. Mintalah bimbingan guru jika menemukan kesulitan dalam memahami materi modul.
6. Apabila Anda mampu menyelesaikan 75% dari semua materi dan penugasan maka Anda dapat dikatakan tuntas belajar modul ini.

E. Materi Pembelajaran

Modul ini terbagi menjadi **2** kegiatan pembelajaran dan di dalamnya terdapat uraian materi, contoh soal, soal latihan dan soal evaluasi.

Pertama : Pengertian dan cara kerja sistem penjualan konsinyasi

Kedua : Analisis proses kerja sistem penjualan konsinyasi

KEGIATAN PEMBELAJARAN 1

PENGERTIAN DAN CARA KERJA SISTEM PENJUALAN KONSINYASI PRODUK USAHA MAKANAN FUNGSIONAL

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah kegiatan pembelajaran 1 ini, diharapkan kalian dapat:

1. Menjelaskan aspek – aspek penting dalam strategi pemasaran produk usaha makanan fungsional
2. Menjelaskan pengertian sistem penjualan konsinyasi produk usaha pengolahan makanan fungsional
3. Menjelaskan cara kerja sistem penjualan konsinyasi produk usaha pengolahan makanan fungsional

B. Uraian Materi

Makanan fungsional merupakan sebutan untuk makanan yang dapat memberikan efek menguntungkan bagi tubuh selain efek nutrisi yang secara prinsip memang dimiliki oleh makanan. Sumber makanan fungsional dapat berbahan nabati (jahe merah, temulawak, kedelai, buah – buahan) maupun bahan hewani (susu, daging, madu, ikan, dan sebagainya).

Strategi pemasaran yang akan dijalankan dalam usaha produk makanan fungsional nantinya adalah dengan mempertimbangkan beberapa aspek penting diantaranya adalah:

1. Area Pemasaran

Area pemasaran adalah jangkauan wilayah untuk melakukan aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia.

Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk, penetapan harga, pengiriman barang, dan mempromosikan barang. Pemasar sebaiknya memiliki pengetahuan dalam konsep dan prinsip pemasaran agar kegiatan pemasaran dapat tercapai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan manusia terutama pihak konsumen yang dituju.

Area pemasaran makanan fungsional bisa sangat luas dan bisa menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Hal itu disebabkan karena makanan ini mampu menjadi sumber gizi, sebagai pemberi aroma dan citarasa serta dapat mempengaruhi fungsi fisiologis seperti meredam zat berbahaya, pencegahan penyakit, serta mempercepat pemulihan tubuh.

2. Segmentasi Pemasaran

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau

perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda. Segmentasi pasar juga dapat diartikan sebagai proses pengidentifikasian dan menganalisis para pembeli di pasar produk, menganalisis perbedaan antara pembeli di pasar.

Dasar – dasar segmentasi pasar pada pasar konsumen:

- Variabel geografi
Variabel tersebut, antara lain: wilayah, ukuran daerah, ukuran kota, dan kepadatan iklim.
- Variabel demografi
Variabel tersebut, antara lain: umur, keluarga, siklus hidup, pendapatan, pendidikan, dan lainnya.
- Variabel psikologis
Variabel tersebut, antara lain: kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian.
Variabel tersebut, antara lain: manfaat yang dicari, status pemakai, tingkat pemakaian, status kesetiaan dan sikap pada produk.

Segmentasi pasar untuk produk makanan fungsional sangatlah penting, tergantung pada segmentasi pasar konsumen. Sehingga produsen dan pemasar bisa bekerja sama untuk pemasaran produk makanan tersebut. Segmentasi pasar akan memudahkan produsen untuk memproduksi jenis makanan fungsional beserta jumlahnya. Sedangkan pemasar akan bisa memperkirakan jangkauan area pemasaran produk makanan fungsional tersebut.

3. Metode Pemasaran

Metode pemasaran yang bisa dijalankan dalam rangka mengenalkan produk makanan fungsional pada konsumennya adalah:

- a. Melakukan kerja sama dengan toko-toko kecil dan mini market
- b. Pemasangan banner yang menarik di depan toko
- c. Pasang iklan di media radio dan media internet
- d. Menjaga standar mutu produk serta menjaga kepercayaan dan pelayanan yang ramah pada konsumen
- e. Memberikan kartu pelanggan bagi yang sering membeli memberikan harga khusus
- f. Menyebarkan brosur dan stiker usaha.

Pemasaran produk UMKM memang penuh tantangan. Semua pemasar sangat berharap jika produknya bisa dijual tunai, yaitu langsung dibayarkan. Tetapi tentu sangat sulit, karena saluran distribusi (agen, warung, toko, dll) belum meyakini produknya akan laku. Sehingga untuk produk UMKM sistem pemasaran yang disarankan adalah sistem konsinyasi.

Sistem konsinyasi adalah sistem kerja sama pemasaran, dimana pemilik barang (produsen) menitipkan produknya pada pemilik warung/toko/outlet (pemasar), dengan tidak langsung dibayar, tetapi akan dibayar pada periode waktu tertentu sesuai dengan produk yang laku terjual.

Konsinyasi melibatkan dua belah pihak yang saling mengikatkan diri dalam perjanjian penjualan barang, di mana salah satu pihak merupakan pemilik barang dan pihak lainnya adalah penjual. Dalam perjanjian konsinyasi, pihak pemilik barang yang menitipkan barang dagangannya disebut dengan konsinyor (*consignor*), sedangkan pihak pedagang yang menerima barang titipan untuk dijual disebut dengan konsinyi (*consignee*). Sementara barang yang dititipkan untuk diperdagangkan sebagai objek dalam perjanjian konsinyasi ini disebut dengan barang konsinyasi.

Dalam implementasinya, sistem penjualan konsinyasi mengikat kedua belah pihak yakni pemilik barang dan pedagang dalam perjanjian yang isinya disepakati keduanya, mulai dari syarat jual titip hingga penentuan harga penjualan. Kedua belah pihak harus mendapatkan keuntungan yang proporsional dan tidak merugikan salah satu pihak.



Gambar 1. Kesepakatan

(<https://www.simulasikredit.com/apa-itu-konsinyasi-definisi-konsinyasi/>)

Produsen makanan fungsional hanya perlu mencari warung/toko/ outlet yang bersedia menerima produknya, dengan membuat kesepakatan kerja sama dengan maksud menitipkan barang dagangan di warung atau toko tersebut. Jika sudah sepakat, kita hanya perlu memasok barang dagangan, menunggu beberapa hari, dan kembali untuk mengambil bayaran dan mengganti barang dagangan yang sudah lama. Periode penitipan ini disepakati antara pemasar dan pemilik toko/warung/outlet, biasanya rata-rata seminggu atau disesuaikan dengan jenis makanan fungsional tersebut.

C. Rangkuman

Sistem konsinyasi adalah sistem kerja sama pemasaran, dimana pemilik barang (produsen) menitipkan produknya pada pemilik warung/toko/outlet (pemasar), dengan tidak langsung dibayar, tetapi akan dibayar pada periode waktu tertentu sesuai dengan produk yang laku terjual. Dalam sistem konsinyasi terdapat:

1. konsinyor (*consignor*)
2. konsinyi (*consignee*)
3. barang konsinyasi

Cara kerja sistem penjualan konsinyasi makanan fungsional yakni:

1. Carilah warung/toko/ outlet yang bersedia menerima produk makanan fungsional
2. Buatlah kesepakatan kerja sama dengan pemilik toko/warung/outlet
3. Titipkan barang dagangan sesuai kesepakatan selama kurun waktu tertentu
4. Tunggulah selama beberapa hari atau disesuaikan dengan jenis makanan fungsional yang dititipkan
5. Ambil bayaran sambil mengganti barang dagangan yang sudah lama

Strategi pemasaran yang akan dijalankan dalam usaha produk makanan fungsional nantinya adalah dengan mempertimbangkan beberapa aspek penting diantaranya adalah:

1. Area Pemasaran
2. Segmentasi Pemasaran
3. Metode Pemasaran

D. Penugasan Mandiri

1. Amati wilayah sekitar Anda
2. Carilah pelaku konsinyasi untuk produk makanan fungsional.
3. Lakukan wawancara terhadap pelaku konsinyasi terkait dengan kemudahan dan kesulitan yang mereka hadapi.

E. Latihan Soal 1

1. Jelaskan pengertian sistem konsinyasi?
2. Apa sajakah syarat - syarat yang harus ada dalam sistem konsinyasi?
3. Bagaimana cara kerja sistem konsinyasi untuk produk makanan fungsional?
4. Jelaskan tentang segmentasi pasar produk makanan fungsional !
5. Jelaskan aspek – aspek penting dalam memasarkan produk usaha makanan fungsional!

Kunci Jawaban Latihan Soal Pembelajaran 1

1. Sistem konsinyasi adalah sistem kerja sama pemasaran, dimana pemilik barang (produsen) menitipkan produknya pada pemilik warung/toko/outlet (pemasar), dengan tidak langsung dibayar, tetapi akan dibayar pada periode waktu tertentu sesuai dengan produk yang laku terjual.
2. Dalam sistem konsinyasi terdapat:
 - a. konsinyor (*consignor*)
 - b. konsinyi (*consignee*)
 - c. barang konsinyasi
3. Cara kerja sistem penjualan konsinyasi makanan fungsional yakni:
 - a. Carilah warung/toko/ outlet yang bersedia menerima produk makanan fungsional
 - b. Buatlah kesepakatan kerja sama dengan pemilik toko/warung/outlet
 - c. Titipkan barang dagangan sesuai kesepakatan selama kurun waktu tertentu
 - d. Tunggulah selama beberapa hari atau disesuaikan dengan jenis makanan fungsional yang dititipkan
 - e. Ambil bayaran sambil mengganti barang dagangan yang sudah lama
4. Segmentasi pasar untuk produk makanan fungsional merupakan proses pengidentifikasian dan menganalisis para pembeli di pasar produk, menganalisis perbedaan antara pembeli di pasar.
Segmentasi pasar akan memudahkan produsen untuk memproduksi jenis makanan fungsional beserta jumlahnya. Sedangkan pemasar akan bisa memperkirakan jangkauan area pemasaran produk makanan fungsional tersebut.
5. Strategi pemasaran yang akan dijalankan dalam usaha produk makanan fungsional nantinya adalah dengan mempertimbangkan beberapa aspek penting diantaranya adalah:
 - a. Area Pemasaran
 - b. Segmentasi Pemasaran
 - c. Metode Pemasaran

F. Penilaian Diri

Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut dengan jujur dan bertanggung jawab!

No.	Pertanyaan	Jawaban	
1	Saya mampu mempelajari kegiatan pembelajaran 1 dengan baik	Ya	Tidak
2	Saya mampu menjelaskan pengertian sistem penjualan konsinyasi produk usaha makanan fungsional	Ya	Tidak
3	Saya mampu menjelaskan cara kerja sistem penjualan konsinyasi produk usaha makanan fungsional	Ya	Tidak
4	Saya mampu menjelaskan segmentasi pasar sistem penjualan konsinyasi produk usaha makanan fungsional	Ya	Tidak
5	Saya mampu menjelaskan aspek – aspek penting dalam sistem penjualan konsinyasi produk usaha makanan fungsional	Ya	Tidak

Bila ada jawaban "Tidak", maka segera lakukan review pembelajaran, terutama pada bagian yang masih "Tidak".

Bila semua jawaban "Ya", maka Anda dapat melanjutkan ke pembelajaran berikutnya.

KEGIATAN PEMBELAJARAN 2

ANALISIS PROSES KERJA SISTEM PENJUALAN KONSINYASI PRODUK USAHA MAKANAN FUNGSIONAL

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah kegiatan pembelajaran 2 ini, diharapkan kalian dapat:

1. Menganalisis sistem penjualan konsinyasi produk usaha pengolahan makanan fungsional
2. Menjelaskan keuntungan dan kerugian sistem penjualan konsinyasi produk usaha pengolahan makanan fungsional

B. Uraian Materi

Strategi penjualan makanan fungsional dapat dilakukan dengan penjualan angsuran (kredit), penjualan tunai (cash), dan penjualan konsinyasi.

Konsinyasi dikenal dengan istilah jual titip. Dalam sistem konsinyasi terdapat perjanjian antara pemilik barang (konsinyor) dengan yang dititipi barang (konsinyi). Perjanjian yang dibuat meliputi kesepakatan barang yang dititipkan, aturan penjualan, dan pembagian komisi.

Sama halnya dengan bisnis lain, anda juga memerlukan tips yang tepat agar bisa sukses dalam menjalankan bisnis konsinyasi. Nah, untuk membantu anda berikut ini ada beberapa tips sukses bisnis konsinyasi yang bisa anda terapkan:

1. Mencari dan Memilih Partner Bisnis dan Target Pasar yang Tepat

Dalam bisnis konsinyasi, pastikan partner yang anda pilih cocok dengan strategi pemasaran dan target pasar yang anda tentukan. Pada dasarnya ada dua pasar yang bisa anda masuki dalam bisnis konsinyasi ini yaitu pasar homogen dan pasar heterogen.

Untuk pasar homogeny, berarti anda memilih toko yang menjual produk yang sejenis dengan produk anda. Misalkan anda memproduksi kue kering dan berpartner dengan toko kue maka inilah yang disebut pasar homogen. Dengan memilih pasar berarti produk anda akan bersaing ketat dengan produk lain. Anda harus benar-benar memperhatikan kualitas.

Sedangkan untuk pasar heterogen lebih merujuk pada kebutuhan saling melengkapi. Misalkan anda memproduksi kue kering, maka anda bisa menjatuhkan pilihan pada toko-toko perlengkapan rumah tangga. Dengan begini maka persaingan tidak ketat karena setiap produk dalam toko sifatnya saling melengkapi.

2. Manfaatkan Moment yang Tepat Untuk Menjual Produk

Ada banyak faktor yang bisa mempengaruhi kesuksesan bisnis konsinyasi anda. Salah satunya adalah momentum di mana produk dijual. Jadi misalkan anda menjual toko kering, maka penjualan terbaik adalah saat sebelum lebaran, natal, imlek dan hari besar lain yang identik dengan kebutuhan akan kue. Jika anda melakukan bisnis konsinyasi berdasarkan moment, maka pastikan anda

memiliki stok produk dan sumber daya manusia yang mencukupi jika permintaan meningkat.

3. Kembangkan Partner Bisnis

Dalam hal ini berarti anda harus melakukan penambahan toko atau partner bisnis agar bisnis semakin berkembang dan keuntungan juga meningkat. Namun, sebelum anda mulai mengembangkan sayap sebaiknya anda melakukan persiapan pada sumber daya manusia dan bahan baku dalam pembuatan produk. Perhitungan yang cermat juga harus dilakukan agar tidak terjadi beban berlebih saat proses produksi berlangsung.

4. Lakukan Evaluasi

Dalam menjalankan bisnis apapun, evaluasi menjadi langkah terbaik untuk meraih kesuksesan. Jangan ragu untuk meminta review, kritik dan saran dari partner bisnis atau konsumen demi meningkatkan kualitas produk. Secara tidak langsung, evaluasi akan mempengaruhi tingkat penjualan produk Anda.



Gambar 2. Evaluasi Kerja

(<https://www.jurnal.id/id/blog/kelebihan-sistem-penjualan-konsinyasi/>)

Keuntungan Menjalankan Konsinyasi

1. Bagi Pedagang Besar
 - a. Bebas Dari Biaya Sewa Tempat
 - b. Tidak Perlu Membayar Pegawai
 - c. Bisa Mempelajari dan Mengadaptasi Strategi Penjualan Orang Lain
 - d. Bisa Fokus Meningkatkan Kualitas Produk
2. Pihak Penyalur
 - a. Tidak Memproduksi Barang
 - b. Tidak Khawatir Jika Produk Tidak Laku
 - c. Bisa Memiliki Produk Beraneka Ragam
 - d. Bisa Mendapatkan Uang Komisi

Kekurangan Penjualan Konsinyasi

1. Bagi pemilik produk atau consignor
 - a. Risiko kerugian
 - b. Promosi tidak sesuai
 - c. Uang tidak dapat langsung diterima
2. Bagi penjual atau *consignee*

Sistem penjualan konsinyasi tidak memiliki risiko ataupun kelemahan apapun bagi penjual. Hal ini karena produk yang dijual memang bukan produk mereka sendiri. Bagi consignee, keuntungan dapat diperhitungkan dari berapa banyak barang yang dijual. Tetapi jika memang tidak banyak produk yang terjual, maka penjual juga tidak rugi karena consignor bisa saja menarik produk tersebut.

Pengaturan target pasar juga harus dibuat, bisa dengan membagi per daerah dan per hari, misalnya kalau melakukan penitipan barang dagangan setiap satu minggu sekali, dilakukan pemilihan tujuh wilayah untuk tujuh hari dalam seminggu. Begitupun dalam penentuan jumlah warung/toko/ wilayah, ditetapkan berdasarkan kapasitas produksi dan target penjualan setiap warung/toko/outlet. Misalnya, dalam satu hari kita ingin mengunjungi 10 toko, maka paling tidak kita memiliki 70 toko langganan agar usaha kita berjalan terus setiap hari.

C. Rangkuman

Beberapa tips sukses bisnis konsinyasi yang bisa anda terapkan:

1. Mencari dan Memilih Partner Bisnis dan Target Pasar yang Tepat
2. Manfaatkan Moment yang Tepat Untuk Menjual Produk
3. Kembangkan Partner Bisnis
4. Lakukan Evaluasi

Keuntungan Menjalankan Konsinyasi

1. Bagi Pedagang Besar
 - Bebas Dari Biaya Sewa Tempat
 - Tidak Perlu Membayar Pegawai
 - Bisa Mempelajari dan Mengadaptasi Strategi Penjualan Orang Lain
 - Bisa Fokus Meningkatkan Kualitas Produk
2. Pihak Penyalur
 - Tidak Memproduksi Barang
 - Tidak Khawatir Jika Produk Tidak Laku
 - Bisa Memiliki Produk Beraneka Ragam
 - Bisa Mendapatkan Uang Komisi

Kekurangan Penjualan Konsinyasi

- a. Bagi pemilik produk atau consignor
 - Risiko kerugian
 - Promosi tidak sesuai
 - Uang tidak dapat langsung diterima
- b. Bagi penjual atau *consignee*

Sistem penjualan konsinyasi tidak memiliki risiko ataupun kelemahan apapun bagi penjual. Hal ini karena produk yang dijual memang bukan produk mereka sendiri.

D. Penugasan Mandiri

1. Buatlah kuesioner yang berisi minimal lima pertanyaan, terkait distribusi produk.
2. Berikan kuesioner tersebut minimal tiga pelaku usaha makanan fungsional dengan sistem penjualan konsinyasi
3. Buatlah analisis menurut pemikiran kamu terhadap hasil kuesioner tersebut.
4. Apakah sistem konsinyasi banyak digunakan atau tidak untuk produk makanan fungsional

5. Buat analisis tersebut dalam bentuk laporan, menggunakan kertas A4, huruf times new roman, ukuran huruf 12 dan spasi 1,5.

E. Latihan Soal

1. Sebutkan tips dalam melakukan penjualan makanan fungsional dengan sistem konsinyasi!
2. Jelaskan kelebihan/keuntungan sistem konsinyasi produk usaha makanan fungsional!
3. Jelaskan kekurangan sistem konsinyasi produk usaha makanan fungsional!
4. Bagaimanakah cara mengatur target pasar pada sistem penjualan konsinyasi?

Kunci Jawaban Latihan Soal Pembelajaran 2

1. Tips sukses bisnis konsinyasi yang bisa anda terapkan:
 - Mencari dan Memilih Partner Bisnis dan Target Pasar yang Tepat
 - Manfaatkan Moment yang Tepat Untuk Menjual Produk
 - Kembangkan Partner Bisnis
 - Lakukan Evaluasi
2. Keuntungan Menjalankan Konsinyasi
 - a. Bagi Pedagang Besar
 - Bebas Dari Biaya Sewa Tempat
 - Tidak Perlu Membayar Pegawai
 - Bisa Mempelajari dan Mengadaptasi Strategi Penjualan Orang Lain
 - Bisa Fokus Meningkatkan Kualitas Produk
 - b. Pihak Penyalur
 - Tidak Memproduksi Barang
 - Tidak Khawatir Jika Produk Tidak Laku
 - Bisa Memiliki Produk Beraneka Ragam
 - Bisa Mendapatkan Uang Komisi
3. Kekurangan Penjualan Konsinyasi
 - a. Bagi pemilik produk atau consignor
 - Risiko kerugian
 - Promosi tidak sesuai
 - Uang tidak dapat langsung diterima
 - b. Bagi penjual atau *consignee*
Sistem penjualan konsinyasi tidak memiliki risiko ataupun kelemahan apapun bagi penjual. Hal ini karena produk yang dijual memang bukan produk mereka sendiri.
4. Pengaturan target bisa dibuat dengan membagi per daerah dan per hari, misalnya kalau melakukan penitipan barang dagangan setiap satu minggu sekali, dilakukan pemilihan tujuh wilayah untuk tujuh hari dalam seminggu. Begitupun dalam penentuan jumlah warung/toko/ wilayah, ditetapkan berdasarkan kapasitas produksi dan target penjualan setiap warung/toko/outlet. Misalnya, dalam satu hari kita ingin mengunjungi 10 toko, maka paling tidak kita memiliki 70 toko langganan agar usaha kita berjalan terus setiap hari

F. Penilaian Diri

Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut dengan jujur dan bertanggung jawab!

No.	Pertanyaan	Jawaban	
1	Saya mampu mempelajari kegiatan pembelajaran 2 dengan baik	Ya	Tidak
2	Saya mampu menjelaskan tips sukses penjualan makanan fungsional dengan sistem konsinyasi	Ya	Tidak
3	Saya mampu menjelaskan kelebihan/keuntungan penjualan makanan fungsional dengan sistem konsinyasi	Ya	Tidak
4	Saya dapat menjelaskan kekurangan penjualan makanan fungsional dengan sistem konsinyasi	Ya	Tidak
5	Saya dapat membuat analisis kepada produsen makanan fungsional yang menggunakan sistem konsinyasi	Ya	Tidak

Bila ada jawaban "Tidak", maka segera lakukan review pembelajaran, terutama pada bagian yang masih "Tidak".
Bila semua jawaban "Ya", maka Anda dapat melanjutkan ke pembelajaran berikutnya.

EVALUASI

Jawablah Pertanyaan – pertanyaan di ini dengan memilih salah satu jawaban!

1. Strategi pemasaran yang akan dijalankan dalam usaha produk makanan fungsional nantinya adalah dengan mempertimbangkan beberapa aspek penting diantaranya adalah....
 - A. Area pemasaran dan segmentasi pemasaran
 - B. Metode pemasaran dan sistem konsinyasi
 - C. Sistem konsinyasi dan segmentasi pemasaran
 - D. Area pemasaran dan promosi produk
 - E. Penjualan langsung dan publisitas
2. Proses pengidentifikasian dan menganalisis para pembeli di pasar produk, menganalisis perbedaan antara pembeli di pasar disebut dengan
 - A. Sistem konsinyasi
 - B. Area pemasaran
 - C. Segmentasi pemasaran
 - D. Metode pemasaran
 - E. Strategi penjualan
3. Berikut ini adalah hal – hal yang harus ada dalam sistem konsinyasi *Kecuali*
 - A. Pemasar
 - B. Konsinyor
 - C. Konsinyi
 - D. Produk
 - E. Komisioner
4. Dalam proses konsinyasi ada proses yang harus dilalui, di antaranya prosedur sistem berjalan pada sistem penjualan yang meliputi
 - A. Prosedur persaingan barang
 - B. Prosedur evaluasi laporan
 - C. Prosedur pembuatan barang
 - D. Prosedur pengemasan barang
 - E. Prosedur pengiriman barang
5. Sistem konsinyasi dikenal sebagai sistem jual titip dengan suatu perjanjian antara pemilik barang dengan yang dititipi barang. Isi perjanjian tersebut di antaranya
 - A. Strategi promosi
 - B. Jumlah konsumen
 - C. Prosedur pembutaan produk
 - D. Pembagian komisi
 - E. Proses pengiriman barang
6. Berikut ini merupakan cara kerja sistem penjualan konsinyasi produk pengolahan makanan fungsional *kecuali*
 - A. Carilah warung/toko/ outlet yang bersedia menerima produk makanan fungsional
 - B. Lakukan evaluasi dan laporan kepada warung/toko/outlet yang dititipi
 - C. Titipkan barang dagangan sesuai kesepakatan selama kurun waktu tertentu
 - D. Tunggulah selama beberapa hari atau disesuaikan dengan jenis makanan fungsional yang dititipkan
 - E. Ambil bayaran sambil mengganti barang dagangan yang sudah lama

7. Beberapa tips sukses sistem penjualan konsinyasi produk makanan fungsional yang bisa diterapkan, *kecuali*....
 - A. Buatlah proposal usaha pengolahan makanan fungsional
 - B. Mencari dan memilih partner kerja dan target pasar yang tepat
 - C. Manfaatkan moment yang tepat untuk menjual produk
 - D. Kembangkan partner kerja
 - E. Lakukan evaluasi

8. Metode pemasaran yang bisa dijalankan dalam rangka mengenalkan produk makanan fungsional pada konsumennya adalah....
 - A. Melakukan kerja sama dengan toko – toko yang disenangi saja
 - B. Pemasangan banner yang banyak dengan warna mencolok di depan toko
 - C. Pasang iklan di media radio dan media internet
 - D. Menjaga standar mutu produk dengan mengolah lagi produk yang belum laku
 - E. Membuat strategi promosi dengan selalu memberi bonus kepada pelanggan

9. Keuntungan menjalankan sistem konsinyasi bagi produsen produk pengolahan makanan fungsional adalah
 - A. Bisa fokus meningkatkan kualitas produk
 - B. Tidak memproduksi barang
 - C. Tidak khawatir jika produk tidak laku
 - D. Bisa memiliki produk beraneka ragam
 - E. Bisa mendapatkan uang komisi

10. Salah satu keuntungan bagi penyalur sistem penjualan konsinyasi makanan fungsional adalah tidak khawatir jika produk tersebut tidak laku. Hal ini disebabkan karena pihak penyalur
 - A. tidak perlu mengeluarkan biaya untuk membuat produk
 - B. hanya perlu mengembalikan barang yang tidak lakunya tersebut kepada pihak konsiyor
 - C. tetap akan mendapatkan keuntungan dari setiap produk yang berhasil terjual
 - D. cukup melaporkan saja jumlah produk yang tidak laku
 - E. hanya mencatat produk yang laku dan produk yang tidak laku saja

11. Dalam pemilihan lokasi strategis untuk penyaluran produk usaha pengolahan makanan fungsional dengan sistem konsinyasi antara lain memiliki kriteria
 - A. Berada di pinggir kota yang biasanya terdapat mobilitas yang tidak begitu tinggi
 - B. Berada di tempat pemukiman penduduk yang sedikit karena jumlah terbatas
 - C. Ramai dikunjungi atau menjadi tempat lalu lintas warga sekitar
 - D. Memiliki banyak toko yang tidak permanen
 - E. Dekat dengan kantor polisi agar keamanannya terjamin

12. Berikut ini adalah hal – hal yang harus diperhatikan agar mendapatkan konsumen yang tepat, *kecuali*
 - A. Usia dan gaya hidup
 - B. Penyalur yang dipercaya dan selalu memberikan bonus kepadanya
 - C. Pendidikan dan status pernikahan
 - D. Pekerjaan dan pendapatan
 - E. Sistem pencatatan penjualan yang bersih dan rapi

13. Berikut ini adalah kekurangan penjualan konsinyasi bagi pemilik produk (produsen) adalah
- A. Kerugian ditanggung bersama penjual produk
 - B. Promosi sesuai dengan yang diharapkan
 - C. Uang tidak dapat langsung diterima
 - D. Membutuhkan karyawan banyak untuk mengawasi produk
 - E. Menentukan jumlah warung/toko yang banyak sehingga area pemasaran yang luas
14. Berikut ini adalah pernyataan yang benar tentang sistem penjualan konsinyasi produk usaha pengolahan makanan fungsional adalah
- A. konsinyor (*consignor*) adalah orang yang menjual produk secara langsung
 - B. konsinyi (*consignee*) orang yang menitipkan barang dagangan kepada penjual
 - C. barang konsinyasi adalah barang yang awet dan bisa dititipkan pada jangka waktu lama
 - D. penjualan produk makanan fungsional bisa mencari waktu yang baik, misalkan saat bulan ramadhan, lebaran, atau menjelang natal dan tahun baru
 - E. saat menitipkan barang dagangan uang langsung diterima sejumlah harga barang yang dititipkan
15. Sistem penjualan konsinyasi produk makanan fungsional menjadi salah satu alternative strategi produsen dalam memasarkan produknya. Berikut ini yang bukan karakteristik sistem penjualan konsinyasi adalah
- A. Barang-barang konsinyasi harus dilaporkan sebagai persediaan oleh pengamat
 - B. Pengiriman barang konsinyasi tidak mengakibatkan timbulnya pendapatan dan tidak boleh dipakai sebagai kriteria untuk mengakui pendapatan
 - C. Pihak pegamat sebagai pemilik, tetap bertanggungjawab terhadap semua biaya yang berhubungan dengan barang konsinyasi
 - D. Barang-barang konsinyasi boleh diperhitungkan sebagai persediaan oleh komisioner
 - E. Komisioner dalam batas kemampuannya mempunyai kewajiban untuk menjaga keamanan keselamatan barang konsinyasi yang diterimanya

KUNCI JAWABAN DAN PEMBAHASAN EVALUASI

- | | | | |
|-----|---|-----|---|
| 1. | A | 11. | C |
| 2. | C | 12. | B |
| 3. | A | 13. | C |
| 4. | E | 14. | D |
| 5. | D | 15. | D |
| 6. | B | | |
| 7. | A | | |
| 8. | C | | |
| 9. | A | | |
| 10. | B | | |

DAFTAR PUSTAKA

David W. Cravens. (1998). *Pemasaran Strategis*. Jakarta: Erlangga.

Hendriana Werdhaningsih. (2018). *Prakarya dan Kewirausahaan SMA Kelas XII*. Jakarta: Kemdikbud RI.

Rina Laelasari, dkk. (2018). *Prakarya dan Kewirausahaan SMA Kelas XII*. Jakarta: Yudhistira.

https://id.wikipedia.org/wiki/Segmentasi_pasar

<https://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran>

<https://www.simulasikredit.com/apa-itu-konsinyasi-definisi-konsinyasi/>

<https://www.sehatq.com/artikel/makanan-fungsional-dan-sederet-manfaatnya-untuk-kesehatan>

<https://www.jojonomic.com/blog/konsinyasi/>

<https://ukirama.com/blogs/4-cara-kerja-bisnis-konsinyasi-consignent>