PROSES PRODUKSI DAN PEMASARAN

PERUSAHAAN KERUPUK TERASI “SABAR JAYA”.

Jl, Merapi No. 16 Ponorogo



REKOGNISI KARYA ILMIAH (HaKI) YANG DIAKUI DAN SETARA DENGAN SKS SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : LUTHFI PUTRA P.

N I M : 13413320

Program Studi : MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO TAHUN 2021**

**PENDAHULUAN**

**Latar Belakang.**

Salah satu kebutuhan pokok manusia adalah dengan memperoleh sumber makanan. Dalam aktivitas memproduksi makanan seseorang produsen wajib memiliki energi analisa yang besar yang berkaitan dengan kebutuhan konsumen. Buat memperoleh konsumen seseorang pengusaha makanan wajib mempunyai strategi pemasaran supaya usaha yang dijalankan bisa berjalan cocok dengan apa yang sudah direncanakan.

Kerupuk ialah salah satu produk makanan ringan yang banyak digemari konsumen. Rasanya yang renyah serta murahnya harga..yang ditawarkan..menjadikan produk..tersebut bagaikan alternatif pas buat menemani..waktu santai Kamu bersama rekan serta keluarga. Bersamaan dengan meningkatnya..permintaan konsumen, saat ini Kerupuk mulai diinovasikan. Walaupun trend tersebut belum lama diketahui warga luas, tetapi perkembangannya telah sangat pesat, sehingga..banyak produsen.

Produk kerupuk bukan benda baru untuk warga Indonesia. Tetapi dengan meningkatkan sedikit inovasi dalam perihal rasa berbeda yang ditawarkan, saat ini Kerupuk tersebut banyak dicari konsumen serta jadi salah satu kesempatan bisnis menarik yang menjanjikan untung besar untuk pelakunya, Salah satu usaha yang di area warga ialah usaha kerupuk terasi.

Kerupuk terasi merupakan salah satu kerupuk yang pula jadi kesukaan warga buat mengkonsumsinya bersama dengan nasi ataupun pasangan makanan lainnya. Kerupuk yang mempunyai rasa gurih serta renyah membuat makan jadi lebih nikmat terlebih bila ditemani dengan kerupuk.

Buat dikala ini memanglah ada banyak sekali tipe kerupuk yang dapat kamu temui di luaran situ, salah satunya merupakan kerupuk terasi ini. ‘Terasi yang pula biasa digunakan dalam membuat sambal ini nyatanya pula lezat dijadikan bagaikan bahan perasa dalam pembuatan kerupuk”. Rasa terasi yang memanglah khas sekali membuat kerupuk ini pula mempunyai karakteristik khas tertentu dikala ini.

Mutu dari produk kerupuk terasi hasil dari industri kerupuk Sabah jaya tidak diragukan sebab memakai bahan baku natural tanpa terdapat kombinasi bahan pengawet ataupun bahan kimia yang lain( bleng/ boraks), mutu kerupuk terasi pula bisa dilihat dari proses penciptaan dan perlengkapan yang bisa mendukung dalam penciptaan kerupuk terasi. Dalam kenaikan mutu produk kerupuk terasi berfokus pada 3 ukuran produk pangan ialah, wujud raga, kondisi, cita serta rasa. Disinilah bahan baku kerupuk terasi sangat dibutuhkan buat proses produk sehingga menciptakan kerupuk yang bermutu dalam wujud, rasa serta tampilan yang jadi kegemaran warga pada biasanya.

Menganalisa kesempatan usaha sangat berarti dalam melaksanakan pemasaran sebab seseorang wirausaha wajib dapat mengenali apakah produk yang dipasarkan cocok dengan daerahnya ataupun tidak. Kerupuk terasi ini ialah santapan yang sangat dinikmati oleh seluruh orang baik dari golongan anak– anak sampai golongan berusia. Kemilan ini ialah kemilan yang sangat terjangkau serta banyak dinikmati oleh konsumen jadi kesempatan buat bisa tumbuh sangat besar.

Dengan mutu produk yang baik pemasaran dapat jadi baik pula serta para wirausaha butuh terdapat terobosan baru buat tingkatkan bahan- bahan yang bermutu supaya mempunyai daya saing serta dapat menembus pemasaran keluar kota, ataupun buat memasok dalam kota saja tetapi kota- kota besar di Indonesia.

**Perumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut :

* Cara proses produksi yang baik dan benar sehingga kualitas menjadi baik.
* Cara memasarkan Kerupuk Terasi ke berbagai daerah khususnya Ponorogo.

**Tujuan**

* + - * Mengetahui proses pembuatan kerupuk mulai dari bahan baku sampai produk jadi.
      * Agar bisa mengetahui cara memasarkan kerupuk dalam sekala yang besar sehingga kerupuk terasi ini lebih dikenal masyarakat ponorogo dan bisa menguasai pasar di wilayah Ponorogo

**Manfaat.**

**Bagi Perusahaan.**

* Bisa meningkatkan kualitas produk.
* Semoga dapat memperluas area pemasaran produk.
* Menjadikan manajemen perusahaan yang baik.
* Memudahkan konsumen yang ingin langsung membeli produk dari perusahaan.

**Bagi Peneliti.**

* Menambah pengetahuan mengenai informasi bisnis krupuk
* Untuk mengetahui proses pembuatan krupuk
* Untuk mengetahui pemasaran kerupuk
* Menambah wawasan untuk membuka usaha

**TINJAUAN PUSTAKA**

**Menurut Daryanto** (2011:49) produk adalah..“segala sesuatu yang..dapat ditawarkan ke pasar..untuk mendapatkan..perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan..atau kebutuhan”.

Produk merupakan suatu yang dihasilkan dari proses penciptaan, baik itu benda ataupun jasa yang bisa diperjualbelikan di sesuatu pasar.

Bagi komentar lain, definisi produk merupakan suatu substansi yang dibuat oleh produsen serta ditawarkan ke sesuatu pasar buat penuhi kebutuhan ataupun kemauan konsumen. Dalam perihal ini, sesuatu produk dapat diperuntukkan buat konsumen akhir ataupun konsumen antara.

Bersumber pada definisinya, hingga bisa disimpulkan kalau produk merupakan seluruh suatu yang bisa ditawarkan ke pasar buat disantap ataupun dipakai sehingga terpenuhinya kebutuhan serta kemauan konsumen.

**Menurut Sofjan Assauri** (2016:123), "**proses produksi** adalah suatu..kegiatan yang melibatkan..tenaga manusia, bahan serta peralatan..untuk menghasilkan produk yang berguna".

Penjabaran proses Produksi merupakan sesuatu aktivitas yang mencampurkan bermacam aspek Produksi yang terdapat dalam upaya menghasilkan sesuatu produk, baik itu benda ataupun jasa yang mempunyai manfaat untuk konsumen.

Proses Produksi juga bisa dibilang bagaikan aktivitas membuat bahan baku serta bahan pembantu dengan menggunakan perlengkapan sehingga menciptakan sesuatu produk yang lebih bernilai dari bahan awal mulanya.

Hasil dari aktivitas Produksi merupakan benda serta jasa. Benda ialah suatu yang mempunyai sifat fisik serta kimiawi, dan memiliki masa waktu. Sebaliknya jasa ialah suatu yang tidak mempunyai sifat- sifat raga serta kimia, dan tidak memiliki jangka waktu antara penciptaan dengan mengkonsumsi.

Ada pula sebagian tujuan proses penciptaan merupakan bagaikan berikut:

• Untuk menciptakan sesuatu produk( benda/ jasa).

• Untuk melindungi keberlangsungan hidup sesuatu industri.

• Untuk menambah nilai / value terhadap sesuatu produk.

• Untuk memperoleh keuntungan sehingga tercapai tingkatan kemakmuran yang di inginkan.

• Untuk mengubah produk yang rusak, kadaluarsa, ataupun sudah habis.

• Untuk penuhi permintaan pasar, baik pasar dalam negeri ataupun luar negeri

**Bahan produksi**

Sebelum melakukan Bahan produksi hal yang perlu di lakukan yaitu:

* **Pemilihan Bahan Baku yang meliputi**:
* Tepung Terigu.
* Tepung Tapioka.
* Bawang Putih.
* Terasi.
* Garam.
* Penyedap rasa.
* **Bahan Pembantu**
* Air.
* Kayu Bakar.
* **Alat**
* Mesin Pengiling bumbu.
* Mesin Adonan.
* Mesin Perajang.
* Ember.
* Loyang Pencetak.
* Blower.
* Widik (tempat penjemuran)
* Papan (tempat hasil potongan)

**Proses Produksi**

Setelah bahan baku terkumpul proses selanjutnya yaitu meliputi bebrapa tahapan di antaranya:

* Peroses pengilingan bahan baku
* Mencampukan garam ke dalam wadah yang berisi air
* Memasukan bumbu yang sudah di giling ke dalam wadah/bak yang berisi air garam
* Mememasukan tepung sesuai takaran dan bertahap
* Kemudian adonan di aduk menggunakan mesin
* Setelah bahan baku dan tepung tercampur semua kemudian menaruh adonan ke loyang yang kemudian siap proses pengukusan
* Proses pengukusan dilakukan selama 2,5 dalam keadaan api yang stabil
* Adonan yang sudah terkukus kemudian di diamkan semalam
* Selanjutnya siap masuk ke mesin perajangan
* Setelah dirajang kerupuk dikeringkan dengan sinar matahari
* Setelah kering kerupuk siap dikemas

**Menurut Daryanto**..(2011:64)..dalam buku..Assauri (2004:114), definisi pemasaran yaitu..suatu proses sosial..dan manajerial dimana..individu dan kelompok..mendapatkan kebutuhan dan..keinginan mereka dengan menciptakan,..menawarkan,..dan bertukar sesuatu yang..bernilai satu..sama lain.

Pengertian pemasaran..merupakan sesuatu..proses menyeluruh, terpadu, serta terencana, yang dicoba oleh..suatu organisasi ataupun institusi dalam melaksanakan usaha supaya sanggup mengakomodir permintaan pasar dengan metode menghasilkan produk bernilai jual, menentukan..harga, mengkomunikasikan, mengantarkan, serta silih bertukar tawaran yang bernilai untuk konsumen, klien, mitra, serta warga universal.

Pada tahun 1950- an Neil Borden mempopulerkan sebutan bauran pemasaran ataupun marketing mix yang memiliki lebih dari 10 faktor pemasaran. Yang mendasar di antara mereka merupakan strategi pemasaran 4p.

Setelah itu di tahun 1960- an, Jerome McCarthy merancang model (7P), menyempurnakan hal- hal berarti dari bauran pemasaran. Bersamaan waktu, banyak P sudah mengkristal semacam (5P), (8P), dan lain-lainnya..

Namun strategi pemasaran 4P selayaknya kristal yang sangat murni yang jadi inti dari pengembangan model pemasaran. Tiap model (-P) yang lain ialah ekspansi ataupun modifikasi dari (4P) yang asli. Karenanya, ini merupakan fondasi pemasaran dalam wujud apa juga.

Pemasaran yang baik memakai (4P) yang diartikan dengan Strategi Pemasaran (4P) merupakan strategi pemasaran yang bermanfaat buat tingkatkan penjualan produk maupun jasa, sehingga nilai jual produk serta jasa tersebut jadi besar di pasaran serta menciptakan laba, (4P) sendiri ialah singkatan dari Produc (Produk), Price (Harga), Place (Tempat), serta Promotion (Promosi). Berikut uraiannya:

a. Product.( Produk).

Tiap pengusaha serta pelaksana UKM pasti wajib membuat, mengelola, serta meningkatkan produk andalannya yang hendak di pasarkan. “Saat sebelum produk di pasarkan hingga wajib di uji terlebih dulu dari bermacam aspek semacam dari dimensi, warna, mutu, daya tahan, rasa, serta sebagainya”. Bila telah di uji kelayakannya hingga wajib di yakinkan lagi kalau produk itu siap buat masuk pasar.

b. Price.( Harga)

Harga jadi aspek yang berarti dalam tingkatkan penjualan, hingga sangat mempengaruhi buat memperoleh keuntungan. “Pastikan konsumen yang membeli dengan uangnya supaya memperoleh produk ataupun jasa yang betul- betul mereka mau baik itu dari mutu ataupun metode pelayanannya”. Dalam penentuan harga pula wajib masuk akal dengan mutu produk tersebut, jadi jangan membuat para konsumen kecewa.

c. Place.( Tempat)

Strategi pemasaran 4P berikutnya yakni mengenai tempat, dalam mengawali usaha pasti kita wajib memilah tempat strategis sebab perihal ini sangat berarti pula buat kesuksesan pemasaran produk. “Misalnya kita hendak menjual produk makanan ataupun fashion, pasti memilih tempat yang ramai dilalui oleh orang, dengan begitu hendak banyak konsumen yang tertarik mendatangi tempat usaha kita”. Bila kita melaksanakan penjualan secara online pemilihan media yang pas untuk pemasaran tersebut misalnya di media sosial semacam Instagram serta Facebook..

d. Promotion.( Promosi)

Yang terakhir ialah promosi yang jadi strategi pemasaran yang penting. “Paling utama terhadap produk baru yang..akan di pasarkan, Agar konsumen memahami produk tersebut lakukanlah promosi dengan begitu jumlah permintaan..hendak bertambah. “Promosi dapat dicoba dengan bermacam metode semacam memasang iklan dalam di spanduk, pesan berita, internet, serta Tv”. Pastinya promosi bisa dicoba secara cuma-cuma misalnya memakai sosial media yang kita miliki, tetapi biasanya biar lebih diketahui..wajib mengeluarkan uang dalam melaksanakannya.

Disaat ini pemasaran secara online sedang ramai-ramainya sehingga banyak produsen yang tidak memiliki toko dan hanya menjual produknya secara online dan di kirim melalui jasa pengeriman sehingga sampai ke konsumen. “Pemasaran secara online ataupun dikenal juga dengan istilah digital marketing saat ini menjadi sebuah bisnis yang sukup menjanjikan karena tidak perlu banyak mengeluarkan biaya operasional”.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

* **HASIL**

Produk yang dihasilkan dari perusahaan krupuk Sabar Jaya adalah krupuk terasi.

* **PEMBAHASAN**

**Bahan produksi**

Sebelum melakukan Bahan produksi hal yang perlu di lakukan yaitu:

* **Pemilihan Bahan Baku yang meliputi**:
* Tepung Terigu
* Tepung Tapioka
* Bawang Putih
* Terasi
* Garam
* Penyedap rasa
* **Bahan Pembantu**
* Air
* Kayu Bakar
* **Alat**
* Mesin Pengiling bumbu
* Mesin Adonan
* Mesin Perajang
* Ember
* Loyang Pencetak
* Blower
* Widik (tempat penjemuran)
* Papan (tempat hasil potongan)

**Proses Produksi**

Setelah bahan baku terkumpul proses selanjutnya yaitu meliputi bebrapa tahapan di antaranya:

* Peroses pengilingan bahan baku
* Mencampukan garam ke dalam wadah yang berisi air
* Memasukan bumbu yang sudah di giling ke dalam wadah/bak yang berisi air garam
* Mememasukan tepung sesuai takaran dan bertahap
* Kemudian adonan di aduk menggunakan mesin
* Setelah bahan baku dan tepung tercampur semua kemudian menaruh adonan ke loyang yang kemudian siap proses pengukusan
* Proses pengukusan dilakukan selama 2,5 dalam keadaan api yang stabil
* Adonan yang sudah terkukus kemudian di diamkan semalam
* dan selanjutnya siap masuk ke mesin perajangan
* Setelah dirajang kerupuk dikeringkan dengan sinar matahari
* Setelah kering kerupuk siap dikemas.

**Alur Proses Produksi**

PENGEMASAN

PENJEMURAN

PERAJANGAN

PEMBUATAN ADONAN

**Hasil Produksi perbulan.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| TABEL HASIL PRODUKSI PER BULAN/ KG TAHUN 2020 | | | |
|  |  |  |  |
| BULAN | TARGET | REALISASI | DEVIASI |
| JANUARI | 150KG | 145KG | 5KG |
| FEBRUARI | 150KG | 135KG | 15KG |
| MARET | 150KG | 140KG | 10KG |
| APRIL | 150KG | 145KG | 5KG |
| MEI | 150KG | 145KG | 5KG |
| JUNI | 150KG | 140KG | 10KG |
| JULI | 150KG | 145KG | 5KG |
| AGUSTUS | 150KG | 140KG | 10KG |
| SEPTEMBER | 150KG | 135KG | 15KG |
| OKTOBER | 150KG | 145KG | 5KG |
| NOVEMBER | 150KG | 140KG | 10KG |
| DESEMBER | 150KG | 140KG | 10KG |

**Pemasaran**

**Daerah pemasaran**

Daerah atau wilayah penjualan krupuk UD. SABAR JAYA dijual atau dipasarkan di wilayah ponorogo saja, yang meliputi : toko-toko, pasar dan juga menerima penjualan dalam bentuk pesanan baik untuk pelanggan tetap maupun tidak.

Untuk memperluas jangkauan pasar, kami membuka sistem keagenan baik− secara offline maupun online bagi para distributor makanan yang tertarik memasarkan produk kerupuk terasi kami. Dengan begitu tidak dibutuhkan tambahan biaya promosi, kami mendapatkan bantuan dari para agen untuk meningkatkan omset penjualan setiap bulannya.

**Target Pemasaran**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| TABEL PEMASARAN TAHUN 2020 | | | |
|  |  |  |  |
| BULAN | PENJUALAN | HARGA/Kg | JUMLAH |
| JANUARI | 145KG | Rp. 10.000 | Rp. 1.450.000 |
| FEBRUARI | 135KG | Rp. 10.000 | Rp. 1.350.000 |
| MARET | 140KG | Rp. 10.000 | Rp. 1.400.000 |
| APRIL | 145KG | Rp. 10.000 | Rp. 1.450.000 |
| MEI | 145KG | Rp. 10.000 | Rp. 1.450.000 |
| JUNI | 140KG | Rp. 10.000 | Rp. 1.400.000 |
| JULI | 145KG | Rp. 10.000 | Rp. 1.450.000 |
| AGUSTUS | 140KG | Rp. 10.000 | Rp. 1.400.000 |
| SEPTEMBER | 135KG | Rp. 10.000 | Rp. 1.350.000 |
| OKTOBER | 145KG | Rp. 10.000 | Rp. 1.450.000 |
| NOVEMBER | 140KG | Rp. 10.000 | Rp. 1.400.000 |
| DESEMBER | 140KG | Rp. 10.000 | Rp. 1.400.000 |

**Promosi**

Promosi dilakukan pada toto-toko dan pedagang yang ada di ponorogo. Yaitu dengan cara menitipkan produk kerupuk lalu uangnya bisa diambil setelah produk tersebut terjual. Yang bertujuan supaya konsumen tidak beralih pada produk lain. serta mengikuti berbagai pameran Usaha Kecil Menengah (UKM) yang sering diadakan di daerah kami maupun di luar kota. Melalui pameran, kami bisa mengenalkan produk kerupuk terasi kepada khalayak ramai, dan membuka peluang yang lebih besar untuk mengembangkan usaha tersebut.

Perusahaan dalam masa pandemi ini mengunakan promosi yaitu dengan cara media sosial sangat efektif digunakan untuk memasarkan produk di internet. Facebook misalnya, adalah media sosial dengan pengguna aktif paling banyak. Tak mengherankan jika Facebook menjadi tempat yang paling menjanjikan untuk memasarkan produk. Selain Facebook, media sosial lain seperti Instagram dan Twitter juga tak kalah populernya.

**Saluran Pemasaran pada perusahaan ini adalah :**

PRODUSENN

KONSUMEN

AGEN

PENGECERR

KONSUMEN

*Sumber: UD “Sabar Jaya”*

**Saluran pemasaran online ;**

konsumen

kurir

Produsen

**DAFTAR PUSTAKA**

“<http://www.beresweb.com/50-cara-promosi-bisnis-pabrik-kerupuk-dan-strategi-pemasarannya/>”

“<http://usahakerupukikan.blogspot.co.id/2013/12/cara-mengembangkan-strategi-pemasaran.html>”

“<http://carabuatresep.blogspot.co.id/2015/09/cara-membuat-kerupuk-seblak-kering-pedas.html>”

“<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=cara+pemasaran+kerupuk>”

“Wiriarno, H. 1984. *Mekanisme dan Teknologi Pembuatan Kerupuk*.

Badan Penelitian dan Pengembangan Industri. Departemen

Perindustrian. Jakarta.”

“Cahyono, R. 2007. *Pengembangan Produk dan Standarisasi Kualitas*

*Kerupuk Rambak*. Seminar Nasional Industri Pangan. Fakultas

Teknologi Pertanian. UGM. Yoyakarta”

“Hidayat, N. dan Sri Suhartini. 2006. *Membuat Aneka Kerupuk.* Surabaya:

Trubus Agrisarana”

“Moelyaningsih.1990. *Peningkatan Mutu Bahan Baku Tapioka untuk*

*Produksi Kerupuk Udang*. Surabaya: Balai Penelitian dan

Pengembangan Industri”.