

Perencanaan Bisnis dan Pembuatan Olahan Kerupuk Rumput Laut “K’sweed” Aneka Rasa (Tinjauan Aspek Pemasaran)

Muhammad Saipul¹, Dwi Astuti^{2,*}
Politeknik Negeri Bengkalis, Bengkalis, Riau 28711

ARTICLE INFO

Keywords:

Business plan
Seaweed crackers various flavor
Marketing

Received: 31 May 2018

Received in revised: 16 July 2018

Accepted: 26 July 2018

Published: 30 July 2018

Open Access

ABSTRACT

The research was conducted to know the Business Plan And Production Cultivate of Seaweed Crackers Various Flavours, determine the marketing mix, and to know the solution constraints to be implemented on the business of Seaweed Crackers Various Flavours. There are four methods used in implementing part these are preparation plan, implement plan, completion plan and report plan. The preparation stage, the marketing departement first thing to do is capital preparation, market a product market survey, preparation of products to be marketed, determination of target, designing and making label until product packaging process. For the time the implementation of this project lasted for three month, starting from 14 march 2017 to 1 may 2017 which took place in the street SMAN 2 Air Putih Village Bengkalis, then subsequently marketed I the district Bengkalis like in outlet KADIN Bengkalis, Evan Swalayan, Mikro Market, Apollo, Swalayan 88 (Plaza Laksmana Bengkalis) and Pesona. Completion of the project Seaweed Crackers Various Flavours this have three variation price is Rp.2.000,-/wrap for 20 grams, Rp.8.000,-/wrap for 80 grams and Rp.9.000,-/wrap for 100 grams. Project report consists of implementation report of project activities and financial report of project activities.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Banyaknya persaingan bisnis untuk usaha produk makanan ringan seperti kerupuk, maka tidak menutup kemungkinan untuk membuka peluang usaha dengan inovasi yang baru dan berbeda dari kerupuk biasanya. Dengan adanya kreativitas, maka usaha yang dikembangkan tidak akan sia-sia dan akan terus maju mengikuti perkembangan zaman. Agar usaha kerupuk ini menjadi lebih baik dan dikenali oleh masyarakat pada umumnya, maka perlu peningkatan perubahan varian rasa, harga terjangkau, kualitas dan keunggulan dari produk ini yang dapat memberikan kepuasan dan banyak manfaat yang didapatkan bagi kesehatan setiap konsumen dan dapat membangun cita rasa yang selama ini belum pernah dirasakan oleh masyarakat, khususnya masyarakat Kota Bengkalis. Biasanya olahan rumput laut hanya digunakan pada campuran minuman. Oleh karena itu dibuatlah inovasi terbaru dari rumput laut dengan mengolahnya sebagai salah satu bahan untuk membuat kerupuk dan ditambahkan dengan varian rasa seperti rasa original dari rumput laut, jagung dan juga wortel.

Untuk melakukan perencanaan proses strategi pemasaran terhadap produk kerupuk rumput laut aneka rasa, untuk itu harus ada perencanaan awal sebelum melakukan proses strategi pemasaran untuk memasarkan produk tersebut. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan cara menetapkan harga yang menarik,

mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan. Dalam hal ini pemasaran dilakukan dengan beberapa tahapan dari produksi yang dihasilkan, selanjutnya akan dilakukan pengemasan sampai ketahap promosi. Promosi pada tahap awal dilakukan di lingkungan terdekat seperti di area tempat penjualan, selain itu untuk mencapai target pasar yang lebih luas produk juga akan dipromosikan dari mulut ke mulut dan juga akan dilakukan dengan menggunakan media sosial seperti Facebook, BBM, Instagram dan media sosial lainnya.

1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana cara menentukan marketing mix yang akan dilakukan pada kerupuk rumput laut aneka rasa?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan pemasaran pada produk kerupuk rumput laut aneka rasa?
3. Bagaimana solusi dari kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan pemasaran pada produk kerupuk rumput laut aneka rasa?

1.3. Tujuan

Tujuan dari penelitian kerupuk rumput laut aneka rasa diantaranya adalah:

* Corresponding author

E-mail addresses: muhammadsaipul92@gmail.com (M. Saipul), dwi@polbeng.ac.id (D. Astuti)
2614-6983/ © 2018 P3M Politeknik Negeri Bengkalis. All rights reserved.

1. Untuk menentukan marketing mix yang akan dilakukan pada usaha kerupuk rumput laut aneka rasa.
2. Untuk mengetahui kendala dalam pelaksanaan pemasaran pada produk kerupuk rumput laut aneka rasa.
3. Untuk mengetahui solusi dari kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan pemasaran pada produk kerupuk rumput laut aneka rasa.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Yeow dan Melissa (2016) yang berjudul "Strategic Entrepreneurship and Performance of Small and Medium Enterprises of Malaysia" (Kewirausahaan strategis dan kinerja usaha kecil dan menengah dari Malaysia). Kontribusi usaha kecil dan menengah yang signifikan bagi perekonomian Malaysia tetapi kurangnya kompetensi kewirausahaan pemilik manajer mereka mengancam daya saing dan kelangsungan hidup mereka. Untuk selanjutnya, makalah ini menjelaskan upaya untuk menawarkan kerangka kerja konseptual yang meneliti interaksi tiga faktor yang dikenal sebagai orientasi kewirausahaan, nilai-nilai kewirausahaan, dan proses penciptaan pengetahuan pada kinerja perusahaan. Tujuan dari makalah ini adalah untuk memperpanjang Irlandia, Hitt dan Sirmon (2003) Model strategis kewirausahaan dengan menyelidiki literatur terkait dan menerapkan dalam konteks usaha kecil dan menengah di Malaysia.

Sedangkan penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Tjiptono (2015) dalam penelitian yang berjudul "Kewirausahaan, Kinerja Keuangan, Dan Kelanggungan Bisnis". Memprediksi umur panjang bisnis menggunakan kinerja keuangan adalah salah satu topik menarik dalam akuntansi dan manajemen keuangan studi. Prediksi yang salah dari sebuah perusahaan tertekan mungkin menyebabkan kerugian kepada investor, manajemen, kreditur dan bankir, dan prediksi akurat dari perusahaan non-tertekan dapat mengakibatkan hilangnya kesempatan. Makalah ini bertujuan untuk meninjau penelitian sebelumnya menggunakan kinerja keuangan sebagai prediktor umur panjang dalam bisnis sejumlah negara. Sumber data meliputi Artikel yang dipublikasikan di atas internasional jurnal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan yang paling dominan adalah prediksi kebangkrutan model menggunakan rasio keuangan tunggal dan ganda. Kertas saat Juga mengidentifikasi tiga bermain masalah dalam menggunakan kinerja keuangan dari bisnis sebagai prediktor umur panjang: tidak konsisten definisi 'kegagalan bisnis', daya prediksi yang tidak konsisten dari rasio keuangan, dan penekanan keuangan pada gejala bukan pada penyebab yang lebih mendasar kegagalan. Implikasi manajerial dan agenda penelitian yang diformulasikan pada akhir tulisan ini.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Dewi, Ni Luh Anggita (2016) yang berjudul "Pengaruh Sikap Kewirausahaan Terhadap Kemampuan Mengelola Usaha Pada Peserta Program Mahasiswa Wirau-saha (PMW) Undiksha Tahun 2015". Penelitian ini bertujuan untuk

mengetahui (1) sikap kewirausahaan pada peserta PMW Undiksha Tahun 2015, (2) kemampuan mengelola usaha pada peserta PMW Undiksha Tahun 2015, (3) pengaruh sikap kewirausahaan terhadap kemampuan mengelola usaha pada peserta PMW Undiksha Tahun 2015. Rancangan penelitian yang digunakan adalah eksplanatori dengan jumlah populasi sebanyak 38 tim PMW Tahun 2015. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode kuesioner dan dokumentasi, dan dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) sikap kewirausahaan pada peserta PMW Undiksha Tahun 2015 adalah baik dengan total skor 5112 berada pada rentang skor 4652,2-5745,6 (2) kemampuan mengelola usaha pada peserta PMW Undiksha Tahun 2015 adalah baik dengan total skor 1690 berada pada rentang skor 1151,4-1915,2 (3) ada pengaruh sikap kewirausahaan terhadap kemampuan mengelola usaha yang ditunjukkan dengan besarnya nilai R Square 0,507. Hal ini menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh dari variabel sikap kewirausahaan (X) terhadap kemampuan mengelola usaha (Y) sebesar 50,7%.

2.2. Kewirausahaan

Menurut Hisrich dalam Alma (2011), *Entrepreneur adalah the process of creating something different with value by devoting the necessary time and effort, assuming the accompanying financial, psychological, and social risks and receiving the resulting rewards of monetary and personal satisfaction*. (Entrepreneur adalah merupakan proses menciptakan sesuatu yang berbeda dengan mengabdikan seluruh waktu dan tenaganya disertai dengan mengabdikan seluruh waktu dan tenaganya disertai dengan menanggung resiko keuangan, kejiwaan, sosial dan menerima balas jasa dan bentuk uang dan kepuasan pribadinya).

2.3. Pemasaran

Kismono (2011) menyatakan pemasaran adalah sekelompok akti-vitas yang saling berkaitan yang dirancang untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan mengembangkan distribusi, promosi, dan penetapan harga serta pelayanan untuk memuaskan kebutuhan konsumen pada tingkat keuntungan tertentu.

Abdullah dan Tantri (2013), pemasaran adalah kreasi dan realisasi sebuah standar hidup.

Pemasaran mencakup kegiatan:

1. Menyelidiki dan mengetahui apa yang diinginkan konsumen
2. Kemudian merencanakan dan mengembangkan sebuah produk atau jasa yang akan memenuhi keinginan tersebut
3. Dan kemudian memutuskan cara terbaik untuk menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk atau jasa tersebut.

Secara lebih formal, pemasaran (marketing) adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

2.4. Strategi Pemasaran

Menurut Sunyoto (2013), strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Faktor lingkungan yang dianalisis dalam penyusunan strategi pemasaran adalah:

1. Keadaan pasar atau persaingan
2. Perkembangan teknologi
3. Keadaan ekonomi
4. Peraturan dan kebijakan pemerintah
5. Keadaan sosial budaya
6. Keadaan politik

Masing-masing faktor ini dapat menimbulkan adanya kesempatan atau ancaman (hambatan) bagi pemasaran produk suatu perusahaan. Faktor internal perusahaan yang di analisis dalam penyusunan strategi pemasaran adalah faktor yang terkait dengan pelaksanaan fungsi perusahaan yang meliputi keuangan atau pembelian, pemasaran, produksi serta organisasi dan sumber daya manusia. Masing-masing faktor internal yang terkait dengan fungsi perusahaan tersebut dapat merupakan hal yang menunjukkan adanya keunggulan atau kelemahan perusahaan. Khusus dalam bidang pemasaran, faktor-faktor lingkungan atau eksternal seperti telah diuraikan diatas, adalah faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pimpinan perusahaan. Sedangkan faktor internal dalam bidang pemasaran adalah faktor yang dikendalikan oleh pimpinan perusahaan umumnya dan pimpinan pemasaran khususnya yang terdiri dari produk, harga penyaluran atau distribusi, promosi dan pelayanan.

2.5. Strategi Bauran Pemasaran

Sunardi & Primastiwi (2015), menyatakan bahwa bauran pemasaran terdiri atas empat komponen, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Keempat komponen ini dikenal dengan istilah "Four Ps" (*product, pricing, place, promotion*).

1. Produk

Pembuatan produk adalah langkah awal dari proses pemasaran. Suatu produk harus dibuat semenarik mungkin agar dapat memikat para konsumennya. Banyak hal yang harus dipertimbangkan dalam menciptakan produk, salah satu yang paling berpengaruh adalah teknologi. Seiring dengan kemajuan teknologi, keinginan seorang akan suatu barang semakin beraneka macam.

2. Harga

Ada dua aspek yang harus diseimbangkan ketika perusahaan akan menetapkan harga produknya, yaitu harga perolehan atau cost dan kompetitor. Di satu sisi, perusahaan harus memperhitungkan harga perolehan, yaitu harga beli produk, biaya angkut pembelian, dan biaya-biaya

lain yang harus dikorbankan untuk membuat suatu produk siap jual.

3. Tempat

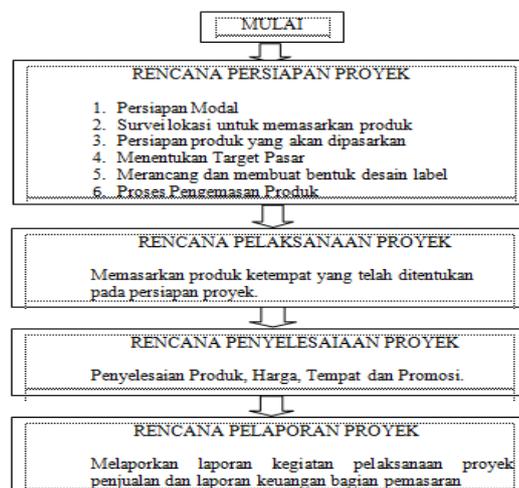
Dalam bauran pemasaran, makna tempat lebih ditujukan pada penyaluran produk kepada konsumen (proses distribusi). Perusahaan harus mencari cara terbaik untuk mendekatkan produknya kepada para konsumen di antaranya dengan mempertimbangkan kendaraan apa yang sesuai untuk mengantar produk kepada konsumen, apakah barang tersebut langsung dijual kepada konsumen atau melalui agen, pedagang besar, atau pedagang kecil, apakah perusahaan gudang, dan bagaimana cara perusahaan untuk mengontrol persediaan produknya di masyarakat.

4. Promosi

Promosi adalah sebuah teknik untuk menyebarkan informasi mengenai produk-produk. Promosi sangat berpengaruh dalam memikat pembeli untuk membeli suatu produk. Media cetak, seperti koran, majalah, dan tabloid, dan media elektronik, seperti radio, televisi, dan internet banyak digunakan sebagai media promosi.

3. Metode Penelitian

Penelitian Kerupuk Rumput Laut Aneka Rasa diselesaikan dengan menggunakan empat metoda, yaitu: Rencana Persiapan, Pelaksanaan, Penyelesaian, dan Pelaporan Proyek. Rencana persiapan proyek adalah suatu kegiatan yang akan dipersiapkan sebelum melakukan sebuah kegiatan. Rencana persiapan proyek yang akan dilaksanakan dibuat dalam bentuk bagan alir, bagan alir rencana persiapan proyek Kerupuk Rumput Laut Aneka Rasa dapat dilihat pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Bagan Alir Pelaksanaan Proyek Akhir

Pelaksanaan proyek perencanaan bisnis dan pembuatan olahan kerupuk rumput laut aneka rasa ini akan dilakukan selama 3 bulan yaitu terhitung dari bulan Maret, April dan berakhir pada bulan Mei 2017. Proses pemasaran akan berhasil jika sudah melakukan proses produksi dan pemasaran sebanyak lima kali. Penyelesaian proyek akhir ini akan dilaksanakan melalui 4P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *promotion*

(promosi) dan *place* (tempat) untuk pemasaran produk akan dilaksanakan di daerah Bengkulu.

Adapun rencana pelaporan proyek dilakukan setelah menyelesaikan proyek. Tujuan melakukan pelaporan proyek adalah untuk mengevaluasi proyek yang telah dijalankan yang berhubungan dengan memproduksi, memasarkan dan keuangan. Pada rencana pelaporan proyek terbagi menjadi dua bagian, yang pertama laporan pelaksanaan proyek dan yang kedua laporan keuangan pelaksanaan proyek.

Adapun isi laporan proyek pada bagian pemasaran yang harus dilaporkan yaitu :

1. Laporan Pelaksanaan Proyek

Laporan pelaksanaan proyek merupakan laporan yang berisi mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan selama proyek berjalan. Laporan pelaksanaan proyek ini bertujuan untuk mengetahui keperluan apa saja yang digunakan saat proses penjualan produk kerupuk rumput laut aneka rasa. Pada bagian pemasaran laporan pelaksanaan melaporkan jumlah kerupuk yang terjual dan juga melaporkan pendapatan yang dihasilkan dari penjualan produk tersebut.

2. Laporan Keuangan Pelaksanaan Proyek

Laporan keuangan pelaksanaan kegiatan proyek ini akan dilaporkan dari jumlah dana keseluruhan yang dikeluarkan untuk proses produksi dan pemasaran. Dari hasil tersebut akan diketahui laba/rugi untuk usaha yang dijalankan dan dapat ditentukan jumlah kebutuhan dana yang dibutuhkan untuk proses pemasaran selanjutnya.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Profil Usaha Kerupuk Rumput Laut Aneka Rasa

Usaha kerupuk rumput laut ini dimulai pada tanggal 14 Maret 2017. Untuk proses produksi dilakukan di Jl. SMAN 2 Desa Air Putih RT/RW 003/001 Bengkulu. Keunggulan dari kerupuk rumput laut aneka rasa yaitu tanpa bahan pengawet dan pewarna dan juga mempunyai banyak manfaat positif bagi kesehatan tubuh manusia. Makanan ini biasanya dikonsumsi sebagai makanan pelengkap makan dan bisa juga untuk sekedar dikonsumsi sebagai makanan kecil (cemilan) saat sedang santai ataupun beraktifitas.



Gambar 2. Produk K'sweed (Kerupuk Rumput Laut) Aneka Rasa siap dipasarkan

4.2. Persiapan Usaha Kerupuk Rumput Laut Aneka Rasa

Persiapan proyek yang akan dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan proyek pada bagian pemasaran pada Usaha Kerupuk Rumput Laut Aneka Rasa adalah sebagai berikut:

1. Persiapan modal

Persiapan awal yang akan dilakukan untuk menjalankan usaha kerupuk rumput laut aneka

rasa yaitu mempersiapkan modal awal yang akan digunakan untuk berbagai keperluan seperti keperluan di bagian produksi dan pemasaran.

2. Survey lokasi yang digunakan untuk memasarkan produk

Lokasi yang dijadikan tempat untuk melakukan proses penjualan produk Kerupuk Rumput Laut Aneka Rasa yaitu di Outlet Kadin (kamar dagang industri) Bengkulu, Evan Swalayan, Mikro Market, Apollo, Swalayan 88 (Plaza laksmana Bengkulu) dan di Pesona.

3. Persiapan produk yang akan dipasarkan

Persiapan produk yang akan dipasarkan adalah produk Kerupuk Rumput Laut dengan berbagai varian rasa diantaranya yaitu rasa original, rasa jagung dan rasa wortel.

4. Menentukan target pasar

Target Pasar Untuk Produk Kerupuk Rumput Laut Aneka Rasa yaitu semua kalangan masyarakat Bengkulu dari anak-anak, remaja sampai dewasa. Baik masyarakat menengah dan bawah. Sehingga kalangan mana pun bisa menikmati produk kerupuk rumput laut aneka rasa.

5. Merancang dan membuat konsep desain label

Bentuk desain dari produk Kerupuk Rumput Laut Aneka Rasa adalah nama produk, komposisi, logo produk, Keterangan Lain.

6. Proses pengemasan produk

Pengemasan produk Kerupuk Rumput Laut Aneka Rasa dikemas menggunakan plastik kaca transparan, agar produk yang telah dikemas tertutup rapat dan dapat dikonsumsi selanjutnya maka penulis melakukan pengemasan produk menggunakan mesin *handsealler*.

4.3. Pelaksanaan Usaha Kerupuk Rumput Laut Aneka Rasa

1. Jadwal Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan usaha Kerupuk Rumput Laut Aneka Rasa dilaksanakan selama tiga bulan dimulai dari bulan Maret sampai dengan bulan Mei diproduksi dengan beberapa varian rasa yaitu rasa original, rasa jagung dan rasa wortel. Berikut ini merupakan realisasi pelaksanaan proyek yang telah dilaksanakan.

2. Proses Pemasaran

Pelaksanaan Proyek Pada Produk Kerupuk Rumput Laut Aneka Rasa ini adalah melakukan pemasaran ketempat yang sudah di survey sesuai dengan persiapan proyek yaitu di outlet Kadin (kamar dagang industri) roro Bengkulu, Evan Swalayan, Mikro Market, Apollo, Swalayan 88 (Plaza laksmana Bengkulu), Pesona dan juga penjualan langsung (delivery order).

4.4. Penyelesaian Usaha Kerupuk Rumput Laut Aneka Rasa

1. Produk (*Product*)

a. Varian Produk

Tabel 1. Realisasi Pemasaran Yang Telah Dilaksanakan

No	Tanggal	Jumlah produk yang dihasilkan	Berat/kuantitas	Jumlah produk yang terjual	Jumlah produk yang tersisa
1	27 Maret 2017	12 Bks	80 gram	12 Bks	-
	31 Maret 2017	18 Bks	20 gram	18 Bks	-
2	3 April 2017	16 Bks	100 gram	16 Bks	-
3	14 April 2017	16 Bks	100 gram	16 Bks	-
4	4 Mei 2017	19 Bks	100 gram	19 Bks	-
5	13 Mei 2017	5 Bks	100 gram	5 Bks	-
	14 Mei 2017	13 Bks	100 gram	13 Bks	-

Produk yang telah dihasilkan setelah diproduksi adalah Kerupuk Rumpuk Laut Aneka Rasa dengan beberapa varian rasa yaitu rasa original, rasa jagung dan juga rasa wortel.

b. Merek Produk

Merek dari usaha kerupuk Rumpuk Laut Aneka Rasa ini adalah "Kerupuk Rumpuk Laut 'K'SWEED' Renyah dan Gurih", K yaitu singkatan dari Kerupuk sedangkan SWEED

c. Kemasan dan ukuran

Kemasan yang digunakan pada produk Kerupuk Rumpuk Laut Aneka Rasa ini adalah plastik kaca Transparan ukuran 18.30010 dan plastik gula ukuran 1/2 kg.

2. Harga (Price)

Untuk menetapkan harga jual produk Kerupuk Rumpuk Laut Aneka Rasa ini ditetapkan melalui perhitungan biaya produksi pertama yaitu sebesar Rp.72.500,- ditambah dengan biaya pemasaran pertama yaitu sebesar Rp.25.920,- yang menghasilkan kerupuk sebanyak 1 kg 320 gram. Harga Kerupuk Rumpuk Laut Aneka Rasa perbungkus untuk berat 20 gram yaitu Rp.1.491,- untuk berat 80 gram Rp. 5.964,- dan untuk berat 100 gram Rp. 7.455. Tetapi untuk kelancaran transaksi dan mendapatkan keuntungan lebih dari usaha yang dilakukan penetapan harga jual produk Kerupuk Rumpuk Laut Aneka Rasa untuk berat 20 gram yaitu Rp.1.491,- menjadi Rp.2.000,- untuk berat 80 gram Rp.5.964,- menjadi Rp.8.000,- dan untuk berat 100 gram Rp.7.455,- menjadi Rp.9.000,-.

3. Promosi (Promotion)

Kegiatan promosi telah dilakukan dengan beberapa cara diantaranya yaitu: Kegiatan promosi melalui sosial media seperti BBM, Instagram dan facebook dan juga promosi dengan mengikuti Expo FBW di Gedung B Politeknik Negeri Bengkalis agar mempermudah konsumen untuk mengetahui produk Kerupuk Rumpuk Laut Aneka Rasa. Promosi yang dilakukan menggunakan media sosial. Kegiatan promosi juga dilakukan dengan cara mengikuti expo FBW (*Four Business Woman*) yang diadakan di Gedung B Politeknik Negeri Bengkalis.

4. Tempat (Place)

Saluran distribusi yang digunakan yaitu Saluran distribusi 0 tingkat atau *zero-level* channel yang dilakukan penjualan dengan sistem *Delivery order* dan saluran distribusi 1 tingkat atau *one-level channel* yaitu penjualan dengan sistem penitipan seperti Outlet Kadin (kamar dagang industri) Bengkalis, Evan Swalayan, Mikro Market, Apollo,

Swalayan 88 (Plaza laksmana Bengkalis) dan Pesona.

4.5. Pelaporan Usaha Kerupuk Rumpuk Laut Aneka Rasa

Laporan pemasaran pelaksanaan kegiatan usaha ini dibuat untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan kegiatan pemasaran pada Usaha Kerupuk Rumpuk laut Aneka Rasa, adapun laporan pemasarannya adalah sebagai berikut:

1. Kendala yang dihadapi pada usaha Kerupuk Rumpuk Laut Aneka Rasa

Kendala yang dihadapi oleh penulis pada saat melakukan proses pemasaran kerupuk rumput laut aneka rasa yaitu tidak adanya izin dari dinas kesehatan sehingga dalam melakukan penitipan sangat sulit, karena di beberapa tempat jika ingin melakukan penitipan harus mempunyai surat izin dari dinas kesehatan seperti di MM dan PAC-CEKA.

2. Solusi dari kendala yang dihadapi pada usaha Kerupuk Rumpuk Laut Aneka Rasa

Solusi dari kendala yang dihadapi oleh penulis pada saat melakukan proses pemasaran kerupuk rumput laut aneka rasa yaitu karena tidak ada izin dari dinas kesehatan penulis mencari tempat pemasaran baru yang tidak meminta harus adanya surat izin dari dinas kesehatan seperti di outlet KADIN (kamar dagang industri), Evan Swalayan, Mikro Market, Apollo, Swalayan 88 (Plaza Laksmana Bengkalis) dan Pesona.

Berdasarkan pada laporan laba rugi dapat dilihat bahwa usaha Kerupuk Rumpuk Laut Aneka Rasa yang telah dijalankan dari bulan maret sampai dengan bulan Mei 2017 memperoleh laba sebesar Rp.257.365,-. Dengan demikian rata-rata yang diperoleh untuk setiap kali produksi yaitu sebesar Rp.51.473,-.

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dari hasil pelaksanaan sampai pelaporan proyek adalah sebagai berikut:

1. Dari aspek produk yang telah dihasilkan setelah diproduksi adalah kerupuk rumput laut aneka rasa dengan rasa original, jagung dan wortel. Untuk mengetahui harga jual dari produk kerupuk rumput laut aneka rasa menggunakan perhitungan biaya produksi pertama dan biaya pemasaran pertama. Aspek promosi dilakukan dengan melalui iklan di sosial media seperti Facebook, Instagram dan Blackberry Messenger dan juga mengikuti stand expo FBW di Politeknik Negeri Bengkalis untuk pengenalan produk pada mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis. Dan yang terakhir aspek tempat

atau saluran distribusi yang dilakukan dengan sistem saluran distribusi 0 tingkat yaitu dari produsen langsung ke pembeli dan saluran distribusi 1 tingkat yaitu dari produsen ke pengecer baru ke pelanggan. Tempat saluran kerupuk rumput laut aneka rasa yaitu di outlet Kadin (kamar dagang industri) Bengkalis, Evan Swalayan, Mikro Market, Apollo, Swalayan 88 (Plaza laksmana Bengkalis) dan di Pesona. Dari empat aspek tersebut aspek produk dan promosi yang memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian kerupuk rumput laut aneka rasa.

2. Kendala yang dihadapi oleh penulis pada saat melakukan proses pemasaran kerupuk rumput laut aneka rasa yaitu tidak adanya izin dari dinas kesehatan sehingga dalam melakukan penitipan sangat sulit, karena ditempat tersebut jika ingin melakukan penitipan harus mempunyai surat izin dari dinas kesehatan seperti di MM dan PAC-CEKA.

3. Solusi dari kendala yang dihadapi oleh penulis pada saat melakukan proses pemasaran kerupuk rumput laut aneka rasa yaitu karena tidak ada izin dari dinas kesehatan penulis mencari tempat pemasaran baru yang tidak meminta harus adanya surat izin dari dinas kesehatan seperti di outlet KADIN (kamar dagang industri), Evan Swalayan, Mikro Market, Apollo, Swalayan 88 (Plaza Laksmana Bengkalis) dan Pesona.

Setelah melakukan usaha dan membahas mengenai hasil usaha Perencanaan Bisnis dan Pembuatan Olahan Kerupuk Rumput Laut Aneka Rasa, maka diperoleh saran yaitu:

1. Agar produk bisa dimasukkan di semua tempat dan bisa didistribusikan keluar kota, diharapkan ke depannya produk yang dihasilkan tersebut sudah terdaftar serta mendapatkan pengesahan dari dinas kesehatan bertujuan untuk memberikan rasa aman bagi konsumen.

2. Untuk pengusaha selanjutnya diharapkan agar lebih meningkatkan strategi pemasaran yang lebih baik lagi agar produk yang dipasarkan lebih maksimal dan bisa dikenal khususnya di Kecamatan Bengkalis. Strategi pemasaran yang dilakukan yaitu dengan cara membuka outlet ditempat yang strategis atau ditempat yang ramai penduduknya dan juga untuk promosi harus lebih gencar lagi tidak hanya di media sosial tetapi promosi melalui iklan di radio dan juga promosi menggunakan *banner* dan juga brosur sehingga menimbulkan rasa penasaran untuk mencoba kerupuk rumput laut aneka rasa tersebut khususnya masyarakat kota Bengkalis.

Referensi

- Alma, Buchari. 2011. Kewirausahaan. Alfabeta, Bandung.
- Dewi, Ni Luh Anggita. 2016. Pengaruh Sikap Kewirausahaan Terhadap Kemampuan Menge-lola Usaha Pada Peserta Prog-ram Mahasiswa Wirausaha (PMW) UNDIKSHA Tahun 2015. Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE). Vol.7 No. 2. Hal 116-122.
- Efendi, Engz. 2016. 13 Manfaat Jagung Bagi Kesehatan. (<http://woocara.blospot.co.id/2015/10/16-manfaat-jagung-bagi-kesehatan-tubuh.html>). Diakses tanggal 30 Januari 2017.
- Firdaus, Akbar Muhammad Vioza. 2010. Kerupuk Rumput Laut. (<http://liza-akbar.blogspot.co.id/2010/12/kerupuk-rumput-laut.html>). Di akses tanggal 12 November 2016.
- Kismono, Gugup. 2011. Bisnis Pengantar. Edisi Kedua. Bpfe. Yogyakarta.
- Sunardi & Primastiwi, Anita. 2015. Pengantar Bisnis Konsep, Strategi, & Kasus. CAPS. Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang. 2013. Manajemen Pemasaran Pendekatan Konsep, Kasus, dan Psikologi Bisnis. CAPS. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Kewirausahaan, Kinerja Keuangan, dan Kelanggengan Bisnis. Jurnal Manajemen Indonesia. Vol. 15 No. 1. Hal 17-26.
- Yana, Yuli. 2014. 57 Manfaat Wortel Untuk Kesehatan dan Kecantikan. (<http://manfaatnyasehat.com>). Diakses tanggal 30 Januari 2017.
- Yeow, Kim Chai & Melissa Liol Li Sa. (2016). Strategic Entrepreneurship and Performance of Small and Medium Enterprise of Malaysia. The International Journal of Business & Management. Vol. 4 No. 2. Hal 116-122.