

Perencanaan Dan Pembuatan Bisnis Peyek Kacang Hijau Varian Rasa "Nose" (Tinjauan Aspek Pemasaran)

Sri Wahyuni¹, Supriati²
Politeknik Negeri Bengkalis
Sriwahyunialfi1422@gmail.com¹, Supriati@gmail.com²

Abstract

This final task project aims to find out how to plan and create a green bean peyek business flavor variant "NOSE", in addition to determining the marketing strategy and marketing mix that will be carried out on the green bean flavor variant, knowing the obstacles and solutions during the implementation of project activities. In this final project uses 4 methods of project preparation plan, project implementation plan, project completion plan and project reporting plan. The result of the implementation of this final project is for the preparatory stage, in the marketing section is done first preparing capital, surveying the location to be marketed. For the locations marketed, namely around the Pakning River, Sungai Alam, Air Putih, Senggoro, Penampi and in the city of Bengkalis. The stage of the implementation of this final task, packing the product. Which is where this product is sold with flavor variants (Teri, Popaye Shrimp, Salted Fish Gongjeng). In the reporting of this project is carried out during 15 times marketing. The marketing targets are all circles be it upper, middle or lower. The implementation of the project from October 3 to December 26, 2021 is marketed. The selling price of this product is Rp 3,000, - and Rp 5,000, - The stage of completion of the project by marketing products that have been packaged and then sold to consumers.

Keywords: Planning, Making, Green Bean Peyek

1. PENDAHULUAN

Sektor pertanian disini mempengaruhi pembelian dan permintaan. Peningkatan permintaan ini berupa produk pertanian yang begitu cepat dan adanya persaingan maka diperlukan inovasi terhadap produk. Keadaan masyarakat menengah kebawah cenderung untuk mengkonsumsi makanan yang terjangkau olehnya tanpa mengedepankan nilai gizinya, maka dari itu, upaya penganekaragaman pangan yang murah dan bergizi sangat diperlukan untuk mewujudkan ketahanan pangan dan mendorong berkembangannya industri pangan berskala kecil, yang berorientansi pada sumber daya lokal yang sekaligus dapat memberikan kontribusi pertumbuhan ekonomi yang positif di daerahnya. Rempeyek adalah sejenis makanan pelengkap dari keripik goreng. Secara umum, rempeyek adalah gorengan tepung beras yang dicampur dengan air hingga membentuk adonan kental. Rempeyek mudah ditemukan diwarung makan, pasar, ataupun di pasar swalayan, walaupun makanan nya sederhana tetapi rempeyek ini juga salah satu ole-ole khas Riau. Berdasarkan penjelasan diatas maka penyusun tertarik untuk melakukan perencanaan dan pembuatan bisnis peyek kacang hijau varian rasa yaitu rasa teri, udang popaye dan ikan asin gongjeng yang dikembangkan dilingkungan sekitar.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini diambil dari jurnal yang telah diterbitkan, adapun jurnal yang akan dicantumkan yaitu jurnal internasional dan jurnal nasional. Berikut ini jurnal yang berkaitan dengan proyek yang direncanakan.

Penelitian menurut Aldeen, dkk (2017), berjudul *Fortification of Some Food Products (Cake) for the Preschool Aged Children* yang berisi *Children at this period of age eating Sweetened food products like cake which considered poor in nutritive value , where are children at this age needs many nutrient elements for growth. This research aimed to fortification of cake by replacing wheat flour with mixed of legume flour (beans , chickpea and lentil) and also replacing sun flower oil with olive oil and canola oil at ratio of replacement 10% , 20% and 30% to improve the nutritive value of cake . Results Showed that the values of chemical components increasing morally ($P < 0.05$) with increasing in the ratio of replacement except for humidity , fat and energy . Replacement at ratio 10% legume with olive oil record high ratio properties of color and appearance , this ratio of replacement with olive oil and canola oil also record high ratio in propties of texture humidity and odor in sensory evaluation for adult and children.*

Penelitian yang dimaksud adalah fortifikasi beberapa produk makanan (kue) untuk cabai usia prasekolah yang berisi tentang sebagai berikut Anak-anak pada usia ini membutuhkan banyak unsur gizi untuk pertumbuhannya Penelitian ini bertujuan untuk fortifikasi bungkil dengan mengganti tepung terigu dengan campuran tepung kacang-kacangan (buncis, buncis dan lentil) serta mengganti minyak bunga matahari dengan minyak zaitun dan minyak kanola dengan perbandingan penggantian 10%, 20% dan 30% untuk meningkatkan nilai gizi kue. Penggantian pada rasio 10% kacang-kacangan dengan minyak zaitun mencatat sifat rasio tinggi warna dan penampilan, rasio penggantian dengan minyak zaitun dan minyak kanola ini juga mencatat rasio tinggi dalam sifat kelembaban tekstur dan bau dalam evaluasi sensorik untuk orang dewasa dan anak-anak.

Penelitian oleh Mashuri dan Zubaidah (2017), berjudul *Kebab Rica Rica :Inovasi Kuliner Siap Saji Khas Sulawesi Utara sebagai Upaya Pelestarian Kuliner Bangsa*, yang berisi tentang seiring perkembangan jaman, masyarakat Indonesia semakin disibukkan dengan berbagai aktivitas, seperti bekerja, sekolah dan lainnya. Hal ini menyebabkan pola makan masyarakat semakin berubah. Masyarakat membutuhkan makanan yang dikemas secara modern, praktis dan cepat saji. Ayam Rica-Rica merupakan makanan khas Manado yang terkenal dengan rasa pedasnya. Metode yang digunakan meliputi persiapan, pemantapan riset pasar dan formulasi produk, perancangan strategi pemasaran, sertifikasi produk, analisis pangan, penjualan.

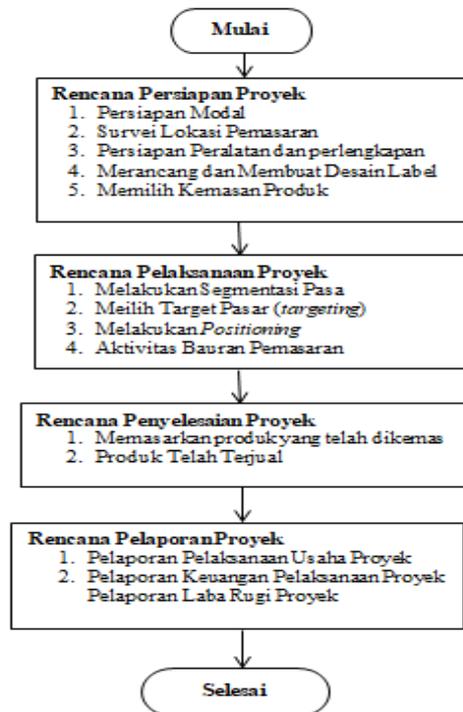
Penelitian yang dilakukan oleh Wibowo (2018), berjudul *Strategi Pemasaran Produk Sosis Siap Makan*, yang berisi tentang masalah yang dihadapi produk cepat makan berupa sosis dari PT Primafood Internasional dengan merek *Champ* adalah kalah bersaing dengan pesaing serta penjualan yang cenderung fluktuatif sepanjang tahun. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini adalah Rumusan alternatif strategi pemasaran yang didapatkan berdasarkan faktor-faktor eksternal dan internal adalah bekerjasama

dengan partner, diferensiasi produk, promosi gabungan dengan grup Charoen Pokphand, serta promosi edukatif. Berdasarkan hasil SWOT-ANP didapatkan bahwa promosi edukasi merupakan prioritas strategi utama yang direkomendasikan.

3. METODE PENELITIAN

Menyelesaikan proyek akhir tentunya memiliki metode dalam pelaksanaan proyek yang akan dilakukan, karena proyek akhir yang akan dilaksanakan berkaitan dengan sebuah usaha yang akan melibatkan pada masyarakat yang ada disekitar Sungai Pakning, Sungai Alam, Air putih, Senggoro, Penampi dan Sekitar Bengkalis.

Adapun bagan alir untuk proses pelaksanaan proyek perencanaan bisnis dan pembuatan peyek kacang hijau varian rasa ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 3.1 Bagan Alir Metoda dan Proses Penyelesaian

Sumber: Data Olahan 2021

3.1 Profil Proyek Peyek Kacang Hijau varian rasa “Nose”

3.1.1 Deskripsi Perusahaan

Usaha peyek mungkin sering kali didengar terutama pada daerah Bengkalis yaitu salah satunya peyek kacang tanah dan peyek kacang hijau. Dan ada juga logo yang digunakan yaitu “NOSE” yaitu nama diambil dari inisial pelaksana proyek yaitu Novi dan Sri (NOSE). Pemasarannya dilakukan secara online (*what app, instagram dan facebook*) dan *offline* (menawarkan secara langsung dan dititipkan di warung-warung). Warung yang digunakan pada pemasaran ini adalah yaitu warung Novi (Penampi), warung Elen (Sungai Pakning), warung Ijus

(Sungai Pakning), warung Ino (Sungai Pakning) dan warung Itam (Sungai Pakning).

3.1.2 Gambaran Produk

Rempeyek adalah sejenis makanan ringan yang bisa dikonsumsi dan berbahan alami tanpa ada mengandung formalin. Adapun gambar produk yang tertera sebagai berikut:



Gambar 4.1 Produk Peyek Kacang Hijau Varian Rasa

Sumber Data Olahan 2021

3.1.3 Lingkungan Tempat produksi

Tempat produksi peyek kacang hijau varian rasa Jl.Sukajadi di Desa Penampi Kec.Bengkalis Prov. Riau. Pemilihan ini merupakan tempat alamat pemilik usaha. Selain pencairan bahan baku dalam pembuatan produk mudah dijumpai sehingga memudahkan dalam proses pembuatan

3.2 Persiapan Proyek Peyek Kacang Hijau Varian Rasa

Persiapan proyek ini akan dilakukan dalam memasarkan bisnis peyeknya sebagai berikut:

3.2.1 Persiapan Modal

Persiapan yang dilakukan menjalankan bisnis peyek kacang hijau varian rasa "NOSE" yaitu persiapan modal yang nantinya akan digunakan untuk membeli keperluan bagian produksi dan pemasaran.. Jadi, modal awal yang dikeluarkan sebesar Rp 100.000,00.

3.2.2 Survei Lokasi Pemasaran

Sebelumnya melakukan pemasaran produksi peyek kacang hijau varian rasa ini pertama yang dilakukan adalah melakukan survei lokasi sekitar Bengkalis agar tidak jauh dari lokasi.

3.2.3 Merancang Desain dan Label kemasan

Kemasan yang digunakan untuk produk peyek kacang hijau varian rasa yaitu plastik bening kembungan diberi label pada kemasan. Untuk Pengemasan peyek kacang hijau dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.2 Label Harga Rp 3.000-: Produk Peyek Kacang Hijau Varian Rasa
Sumber data olahan 2021

3.3 Pelaksanaan Proyek Peyek Kacang Hijau Varian Rasa

Pelaksanaan produk ini ada beberapa tahap yang harus dilakukan yaitu sebagai berikut:

3.3.1 Segmentasi Pasar (*segmenting*)

Langkah pertama yang dilakukan oleh bagaian pemasaran adalah menentukan kriteria yang dibutuhkan kriteria yang dibutuhkan dalam segmenting pasar. Pada bisnis peyek varian rasa ini dibutuhkan kriteria pemasaran produk secara *online* dan *offline* serta target pemasarannya pada kalangan (bawah, menengah, dan atas) dan semua jenis kelamin.

3.3.2 Bauran Pemasaran (*marketing mix*)

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah istilah yang digunakan dalam sebuah bisnis. Konsep bauran pemasaran terdiri dari 4p yaitu sebagai berikut :

1. Produk(*product*)

Produk yang sudah dihasilkan setelah melalui proses produksi adalah peyek kacang hijau varian rasa , adapun varian rasanya yaitu teri, udang popaye, ikan asin gonjeng.

2. Harga(*price*)

Untuk menetapkan harga jual produk peyek kacang hijau varian rasa dilakukan perhitungan keseluruhan biaya dalam produksi. Untuk menentukan harga pokok penjualan ada 2 harga yang berbeda yaitu harga Rp 3.000 dan Rp 5.000 dapat dilihat sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya pcs} & : \quad \frac{\text{Biaya produksi} + \text{biaya kemasan} + \text{biaya promosi}}{\text{Jumlah /pcs}} \\
 & = \quad \frac{\text{Rp } 17.000 + \text{Rp } 4.000 + \text{Rp } 4.000}{10 \text{ pcs}} \\
 & = \quad \frac{\text{Rp } 25.000}{10 \text{ pcs}}
 \end{aligned}$$

$$= \text{Rp. 2.500,-}$$

$$\begin{aligned} \text{Laba yang di inginkan sekitar 15\%} &= (\text{Biaya pcs} \times 15\%) + \text{Biaya pcs} \\ &= (\text{Rp 2.500} \times 15\%) + 2.500 \\ &= \text{Rp 2.875-:} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya pcs} &: \frac{\text{Biaya produksi} + \text{biaya kemasan} + \text{biaya promosi}}{\text{Jumlah /pcs}} \\ &= \frac{\text{Rp 51.000} + \text{Rp 6.000} + \text{Rp 4.000}}{20 \text{ pcs}} \\ &= \frac{\text{Rp 61.000}}{20 \text{ pcs}} \\ &= \text{Rp.3.050,-} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Laba yang di inginkan sekitar 15\%} &= (\text{Biaya pcs} \times 15\%) + \text{Biaya pcs} \\ &= (\text{Rp.3.050} \times 15\%) + \text{Rp.3.050} \\ &= \text{Rp 3.507-:} \end{aligned}$$

Dari penjelasan diatas, maka proyek peyek kacang hijau varian rasa ini ditetapkan dengan dua seharga yaitu Rp 3.000; dan Rp 5.000; .

3. Tempat (*place*)
Tempat pemasaran Peyek kacang hijau varian rasa melalui media sosial seperti *whatapp*, *instagram*, dan *facebook* sehingga membuat masyarakat berminat untuk membeli dan juga pemasarannya dilakukan secara langsung
4. Promosi (*promotion*)
Untuk memasarkan peyek kacang hijau ini telah melakukan beberapa cara promosinya agar memudahkan konsumen untuk mengetahui produk yang ditawarkan. Terdapat 2 jenis promosi dalam pelaksanaan proyek ini, yaitu sebagai berikut:

3.4 Penyelesaian Proyek Peyek Kacang Hijau Varian Rasa

Produk peyek kacang hijau varian rasa ini dijual dengan harga yang terjangkau yaitu harga Rp 3.000/pcs dan Rp 5.000/pcs. Menghitung hasil penjualan produk peyek kacang hijau mengetahui jumlah laba yang dihasilkan selama proses pemasaran produk peyek kacang hijau, hasil penjualan produk setiap pemas 30pcs.

3.5 Pelaporan Proyek Peyek Kacang Hijau Varian Rasa

3.5.1 Laporan pelaksanaan usaha peyek kacang hijau varian rasa

Pelaksanaan bisnis peyek kacang hijau dilaksanakan selama 3 bulan yang dimulai dari bulan Oktober sampai Desember 2021 sebanyak 15 kali proses pemasaran. Laporan Keuangan Pelaksanaan Proyek Peyek Kacang Hijau Varian Rasa

**LAPORAN LABA RUGI
USAHA PEYEK KACANG HIJAU VARIAN RASA
Periode tahun 2021**

Pendapatan

Pendapatan ke-1	Rp 130.000,-
Pendapatan ke-2	Rp 130.000,-
Pendapatan ke-3	Rp 130.000,-
Pendapatan ke-4	Rp 130.000,-
Pendapatan ke-5	Rp 130.000,-
Pendapatan ke-6	Rp 130.000,-
Pendapatan ke-7	Rp 130.000,-
Pendapatan ke-8	Rp 130.000,-
Pendapatan ke-9	Rp 130.000,-
Pendapatan ke-10	Rp 130.000,-
Pendapatan ke-11	Rp 130.000,-
Pendapatan ke-12	Rp 130.000,-
Pendapatan ke-13	Rp 130.000,-
Pendapatan ke-14	Rp 130.000,-
Pendapatan ke-15	Rp 130.000,- +

Total pendapatan **Rp 1.950.000,-**

Pengeluaran

Pengeluaran biaya produksi untuk 15 kali	Rp 1.010.000,-
Pengeluaran biaya pemasaran untuk 15 kali	Rp 120.000,-
Biaya kemasan produk untuk 15 kali	Rp 150.000,- +

Total pengeluaran **Rp 1.280.000,-** _

Laba bersih **Rp 670.000,-**

Berdasarkan pada tabel laba rugi diatas dapat dilihat bahwa bisnis. Peyek kacang hijau dijalankan selama 15 kali mendapatkan laba sebesar Rp. 670.000 pada masa penjualan periode 03 Oktober-26 Desember 2021.

3.6 Kendala Yang Dihadapi Bagian Pemasaran

Kendala yang dihadapi oleh penulis selama melakukan pemasaran peyek kacang hijau varian rasa sebagai berikut:

1. Waktunya sangat terbatas untuk memasarkan peyek kacang hijau varian rasa, dikarenakan waktu kuliah yang begitu padat.

2. Sulitnya mencari alamat kosumen, sehingga memperlambat sampainya produk ketangan konsumen.

3.7 Solusi Dari Kendala Yang Dihadapi Bagian Pemasaran

Solusi dari kendala yang dihadapi oleh penulis selama melakukan pemasaran sebagai berikut:

1. Mengingat jam kuliah yang padat, jadi waktu pemasaran menggunakan waktu libur.
2. Meminta data alamat yang lengkap dari konsumen sehingga pengantaran lebih mudah.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulannya dari laporan ini sebagai berikut:

1. Pelaksanaan bisnis peyek kacang hijau dilaksanakan selama 3 bulan yang dimulai dari bulan Oktober sampai Desember 2021 sebanyak 15 kali proses pemasaran. Adapun segmentasi pasar (*segmenting*),Langkah pertama yang dilakukan oleh bagaian pemasaran adalah menentukan kriteria yang dibutuhkan kriteria yang dibutuhkan dalam segmenting pasar. *Targeting* produk ini untuk memasarkan produk peyek kacang hijau ini yaitu disemua kalangan yaitu bawah, menengah dan atas serta semua jenis kelamin agar bisa konsumen membeli produk ini. Peyek ini dikemas dengan bentuk yang sederhana dan menarik agar konsumen tertarik untuk membeli produk ini. *Positioning* yang diisampaikan kepada calon konsumen bahwa peyek kacang hijau ini memiliki rasa yang unggul karena memiliki varian rasa (Teri,Udang popaye,ikan asin gonjeng) yang tidak membahayakan bagi kesehatan.
2. Bauran pemasaran dikenal dengan strategi dalam menggunakan penjualan atau strategi dalam melakukan promosi beserta strategi penentuan harga yang dilakukan dengan cara yang unik untuk menghasilkan transaksi sesuai dengan yang dikehendaki dalam sebuah bisnis. Adapun 4p pada pemasaran adalah sebagai berikut: Produk(*product*) Produk yang sudah dihasilkan setelah melalui proses produksi adalah peyek kacang hijau varian rasa , adapun varian rasanya yaitu teri, udang popaye, ikan asin gonjeng. konsumen penasaran dan merasa tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Harga (*price*) yang digunakan pada penjualan produk ini adalah seharga Rp 3.000,- dan Rp 5.000,-. Tempat (*place*) pemasaran Peyek kacang hijau varian rasa melalui media sosial seperti *whatapp*, *instagram*, dan *facebook* sehingga masyarakat timbil rasa penasaran. Dan juga pemasaran nya dilakukan secara langsung melalui pemasaran dengan menawarkan kemasyarakat baik teman kerabat bahkan instansi dan juga meletakkan diwarung-warung. Promosi (*promotion*) untuk memasarkan peyek kacang hijau ini telah melakukan beberapa cara promosinya agar memudahkan konsumen utuk mengetahui produk yang ditawarkan. Adapun promosi secara *Online* yaitu promosi mulai dari periklanan dengan membuat brosur yang disebar di *facebook*, *whatapp* dan *instagram*. *Offline* yaitu pemasaran mulai dari tawar menawar

pada setiap berkumpul atau rapat serta diletakkan diwarung. Adapun warung yang diletakkan yaitu warung Novi (Penampi), warung Elen (Sungai Pakning), warung Ijus (Sungai Pakning), warung Ino (Sungai Pakning) dan warung Itam (sungai Pakning).

3. Kendala yang dihadapi oleh penulis selama melakukan pemasaran peyek kacang hijau varian rasa yaitu Waktunya sangat terbatas untuk memasarkan peyek kacang hijau, dikarenakan waktu kuliah yang begitu padat. Sulitnya mencari alamat kosumen, sehingga memperlambat sampainya produk ketangan konsumen.
4. Solusi dari kendala yang dihadapi oleh penulis selama melakukan pemasaran proyek peyek kacang hijau varian rasa yaitu Mengingat jam kuliah yang padat, jadi waktu pemasaran menggunakan waktu libur. Meminta data alamat yang lengkap dari konsumen sehingga pengantaran lebih mudah.

4.2 Saran

Setelah menjalankan dan membahas mengenai hasil bisnis peyek kacang hijau varian rasa, maka diperoleh saran sebagai berikut:

1. Untuk kedepannya bagi pengusaha yang akan menjalankan suatu bisnis, pemasaran untuk produk/jasa sehingga dapat mempermudah melaksanakan proses pemasaran dengan baik produk maupun jasa yang ditawarkan dapat dikenal oleh masyarakat.
2. Harus terus berusaha dalam meningkatkan serta berusaha meningkatkan penjualan, serta menjaga kepuasan pelanggan terhadap produk peyek kacang hijau varian rasa. Agar para pelanggan tersebut tidak berpindah keproduk lain.
3. Sebelum memasarkan produk, hal yang penting harus diperhatikan yaitu mengecek stok persediaan barang seperti kemasan dan label agar saat memasarkan tidak kekurangan persediaan barang tersebut.

5. DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Tantri. (2016) Pengertian Penetapan Harga (<http://pengertianharga.blogspot.com/>) Diakses 10 Juli 2021.

Ali Mashuri. (2017). Kebab Rica Rica :Inovasi Kuliner Siap Saji Khas Sulawesi Utara sebagai Upaya Pelestarian Kuliner Bangsa. *Jurnal Pangan dan Agroindustri* ,5.1, Diakses 10 Juli 2021.

Alma. (2017) Perencanaan Bisnis (<https://cse.google.com>) Diakses 10 Juli 2021.

Andrews dan Alma. (2016) Strategi Pemasaran (<https://www.bing.com/search?q=menurut+andrews+dan+alma+2016.com>) Diakses tanggal 10 juli 2021.

Amstrong. (2019) Pengertian Strategi Pemasaran.(Manajemenpasar), Alphabert ,Yogyakarta.

- Asfihan. (2019) *Positioning* (<https://www.pahlevi.net/pengertian-positioning/>) Diakses Tanggal 10 Juli 2021.
- Baihaqi, Faiq. (2013) Definisi Kewirausahaan. (<https://www.blogger.com/profile/>) Diakses 10 Juli 2021.
- Deliyanto dan sudaryono. (2017) Pemasaran (<https://www.bing.com/search?form=MOZLBR&pc=MOZD&q=menurut+deliyanti+dan+sudaryono+2017>) Diakses 10 Juli 2021.
- Ebert, Griffin. (2014) Tujuan Penetapan Harga (<https://penetapanharga.blogspot.com/>) Diakses 10 Juli 2021.
- Gitosudarma. (2015) Pengertian Pemasaran (<http://perpustakaan91.blogspot.com/p/>) Diakses 10 Juli 2021.
- Hamali. (2016) Definisi Kewirausahaan. (<https://www.blogger.com/profile/>) Diakses 10 Juli 2021.
- Hery, (2018), Kewirausahaan, Pengertian Wirausaha, 4.12, Yogyakarta.
- Hisrich. (2016) Kewirausahaan Sebagai Proses Dinamis. (<https://cse.google.com/cse>) Diakses 10 Juli 2021.
- Kasmir. (2016) Etika Wirausaha (<https://www.bing.com/search?form=MOZLBR&pc=MOZD&q=etika+wirausaha+menurut+kasmir+2016>) Diakses 26 Juli 2021.
- Khotler dan Nopus. (2018) Manajemen pemasaran (<https://www.bing.com/search?q=manajemen+pemasaran.com>) Diakses 10 Juli 2021.
- Peters dan Alma. (2017) Perencanaan bisnis (<https://www.bing.com/search=peter+dan+alma++2017+dalam+perencanaan+bisnis.com>) Diakses tanggal 10 Juli 2021.
- Satwas dan Nopus. (2018) Penjualan (<https://www.bing.com/search?q=menurut+satwas+dan+nopus+2018&q.s.com>) Diakses tanggal 10 Juli 2021
- Staton. (2012) Saluran Distribusi (<https://creatormedia.my.id/-saluran-distribusi>) Diakses tanggal 6 Januari 2022.