

1. PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pembangunan sektor industri secara nasional diarahkan untuk mendorong terciptanya struktur ekonomi yang seimbang dan kokoh yang meliputi aspek perubahan ekonomi. Fokus perhatian pembangunan sektor ekonomi dirasa perlu diberikan pada subsektor industri kecil dan kerajinan yang memiliki potensi dan peranan penting. Keberadaannya yang sebagian besar di daerah pedesaan tentunya menjadikan industri kecil dan kerajinan ini memberikan sumbangan bagi daerahnya. Agribisnis bersama agroindustri merupakan pendekatan yang ditempuh untuk mengembangkan pertanian industri pada masa yang akan datang karena industri pengolahan hasil pertanian (agroindustri) yang ditangani secara utuh, mulai dari proses industri, mengolah hasil, pemasaran, dan aktivitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian (agribisnis) bukan saja mampu sebagai sumber pertumbuhan baru bagi sektor pertanian tetapi juga mampu menyerap banyak tenaga kerja dan meningkatkan nilai tambah (Soekartawi, 1991).

Tingkat perkembangan sektor industri di Indonesia masih relatif rendah. Namun disadari bahwa pengembangan industri kecil bukan saja penting bagi suatu jalur ke arah pemerataan beberapa hasil pembangunan, tetapi sebagai suatu unsur pokok dari seluruh struktur industri di Indonesia dengan investasi kecil dapat berproduksi secara efektif serta dapat pula menyerap tenaga kerja. Peranan yang cukup penting dan strategi dari industri kecil ini dalam perekonomian sangat erat kaitanya dengan sifat dasar dari industri kecil itu sendiri, yaitu:

1. Industri kecil pada umumnya bersifat sangat *local labour intensive*, artinya industri kecil itu sangat mengandalkan pada penggunaan tenaga kerja yang berasal dari sekitarnya (tenaga kerja lokal),
2. Industri kecil sangat intensive dalam pemakaian sumberbalam lokal,
3. Industri kecil banyak dijumpai di daerah pedesaan,
4. Sebagian besar industri kecil sangat erat dengan sektor pertanian, dan
5. Sebagian besar industri kecil membuat barang konsumsi dan industri untuk memenuhi kebutuhan pasar lokal dengan tingkat harga terjangkau terutama

bagi kalangan masyarakat yang berpenghasilan menengah ke bawah. (Tambunan, 1999).

Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai peran penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi negara, baik negara berkembang maupun negara maju. Pada saat krisis ekonomi berlangsung di Indonesia, UKM merupakan sektor ekonomi yang memiliki ketahanan paling baik. Kemampuan UKM perlu diberdayakan dan dikembangkan secara terus menerus dengan berusaha mereduksi kendala yang dialami UKM, sehingga mampu memberikan kontribusi lebih maksimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat (Sutaryo, 2004).

Adapun jenis usaha yang sedang marak saat ini yakni usaha disektor industri. Salah satu industri yang banyak diminati ialah industri makanan ringan, dan faktanya dapat dilihat disepanjang jalan besar di Desa Manding Daya banyak outlet yang menjual makanan dengan beranekaragam rasa dan kualitas. Perkembangan ini disebabkan mulai dari tingginya kebutuhan masyarakat akan makanan ringan (kegemaran ngemil) dan keinginan masyarakat untuk menikmati berbagai rasa yang berbeda yang ditawarkan dengan berbagai macam penampilan serta harga yang tidak terlalu mahal sehingga bisa dijangkau oleh masyarakat. Semakin banyak pebisnis muda yang memiliki jiwa kewirausahaan membuka bisnis makanan ringan karena bisnis ini adalah bisnis yang tepat untuk dikembangkan.

Salah satu usaha makanan ringan yang lagi marak kita lihat di Desa Manding Daya ialah kripik singkong. Kripik singkong merupakan makanan ringan yang kaya manfaat dan bergizi. Usaha makanan ringan ini yang paling banyak peminatnya, karena selain memiliki cita rasa berbeda, harga dari produk ini juga relatif murah sehingga bisa dijangkau masyarakat khususnya kalangan menengah ke bawah.

Maka dengan ini penulis ingin membahas masalah tersebut dalam sebuah Laporan Praktek Kerja Lapang dengan judul “Manajemen Industri Kripik Singkong “ANGSA” di Desa Manding Daya, Kecamatan Manding, Kabupaten Sumenep”

1.2 TUJUAN

1.2.1 Tujuan Umum

Tujuan umum program Praktek Kerja Lapang (PKL) adalah:

1. Menerapkan ilmu yang didapat selama perkuliahan dalam bentuk Praktek Kerja Lapang sehingga dapat dipergunakan untuk membandingkan dengan kondisi nyata di lapangan.
2. Melatih dan menumbuhkan jiwa mandiri mahasiswa di lapang sebagai perwujudan penyesuaian diri dengan kondisi kerja di lapangan.
3. Memberikan bekal pengetahuan dan wawasan dalam bidang manajemen.

1.2.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus program Praktek Kerja Lapang (PKL) adalah:

1. Untuk mengetahui manajemen produksi pada industri kripik singkong “ANGSA.
2. Untuk mengetahui manajemen sumber daya manusia pada industri kripik singkong “ANGSA.
3. Untuk mengetahui manajemen pemasaran yang dilakukan pada industri kripik singkong “ANGSA.
4. Untuk menganalisis kelayakan usaha kerupuk poli cap Jem industri kripik singkong “ANGSA.

II. PELAKSANAAN KEGIATAN

2.1 WAKTU DAN TEMPAT PELAKSANAAN

Praktek Kerja Lapang (PKL) ini dilaksanakan pada tanggal **09 juli** sampai dengan **17 Agustus** 2012 bertempat di Industri Kripik Singkong “ANGSA” Di Desa Manding, Kecamatan Manding, Kabupaten Sumenep.

2.2 JADWAL KEGIATAN

Secara garis besar pelaksanaan Praktek Kerja Lapang (PKL) ini dapat dibagi menjadi beberapa tahap yang diantaranya :

1. Persiapan

Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah menetapkan tujuan yang diharapkan dalam Praktek Kerja Lapang (PKL). Selain itu ditahap ini biasanya juga dilakukan untuk mempersiapkan proposal Praktek Kerja Lapang (PKL) serta tempat yang akan dijadikan sebagai sarana kegiatan.

2. Operasional

Kegiatan yang dilakukan pada tahap meliputi pengambilan data ke tempat usaha tentang bagaimana proses produksi, bagaimana proses sumber daya manusia, bagaimana teknik pemasaran yang dilakukan, serta beberapa permasalahan yang dihadapi.

3. Tahap Penyusunan Laporan

Pada tahap ini akan dilakukan pembahasan terhadap beberapa data yang sudah terpilih di lapangan dan dari data tersebut akan dijadikan sebuah laporan.

Dari tahapan di atas, dalam pelaksanaan Praktek Kerja Lapang (PKL) dilakukan penjadwalan penggalan informasi pada usaha industry kripik singkong “ANGSA”. Hal ini dilakukan untuk menjawab tujuan khusus Praktek Kerja Lapang (PKL). Adapun tahapan penjadwalan kegiatan yang dilakukan di lapang sebagai berikut :

1. Pengenalan Usaha, pada tahap ini proses yang dilakukan adalah wawancara langsung dengan pengusaha. Pengusaha mulai memperkenalkan usahanya, menceritakan latar belakang usaha yang dirintisnya.
2. Proses Produksi, merupakan pengolahan bahan mentah menjadi bahan jadi, meliputi persiapan bahan dan alat sampai pengemasan yang siap dipasarkan.
3. Mengamati Sumber Daya Manusia, salah satu sumber perusahaan yang penting adalah sumber daya manusia perusahaan. Sumber daya manusia adalah pelaku usaha yang menjalankan segala aktivitas kegiatan perusahaan.
4. Mengamati Pemasaran
Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam upaya memasarkan produknya.
5. Menganalisis kelayakan usaha, yakni menggali informasi meliputi biaya yang digunakan, penerimaan dan keuntungan yang didapat oleh perusahaan.

2.3 METODE PENGUMPULAN DATA

Praktek Kerja Lapang (PKL) ini menggunakan metode magang kewirausahaan. Untuk memperoleh data dari tujuan Praktek Kerja Lapang (PKL) ini data yang diperoleh dengan cara :

1. Mengumpulkan data primer yaitu kegiatan yang dilakukan melalui diskusi, wawancara (*interview*) langsung dengan pemilik industri yang bersangkutan serta dengan responden, obeservasi (*survey*) yang dilakukan dengan cara berinteraksi langsung di lapang dan berpartisipasi, diartikan terlibat secara langsung proses yang ada di lapang.
2. Mengumpulkan data sekunder, metode ini dilakukan dengan tujuan untuk mengambil data yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang dihadapi dalam PKL bentuk magang kewirausahaan, dimana data diperoleh dari referensi, laporan dan literatur atau catatan yang berhubungan dengan objek dari instansi atau perusahaan yang bersangkutan. Studi Pustaka diartikan sebagai suatu langkah untuk memperoleh informasi dari peneliti terdahulu

3. Untuk memperoleh pengalaman berwirausaha dilakukan dengan terlibat dalam kegiatan industri kerupuk poli mulai dari proses produksi, manajemen sumber daya manusia, manajemen pemasarannya, serta aspek keuangan perusahaan.

Penjadwalan kegiatan yang dilakukan pada Praktek Kerja Lapang (PKL) di usaha Usaha keripik singkong ANGSA dapat dilihat pada Tabel 3 berikut :

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Praktek Kerja Lapang (PKL)

No	Tanggal	Keterangan
1	09 Juli 2012	Tahap persiapan
2	16 Juli 2012	Pengenalan usaha
3	17 juli 2012	Mengenal profil perusahaan
4	18 juli 2012	Mengetahui gambaran umum perusahaan
5	19 juli 2012	Mengetahui bahan baku yang digunakan
6	20 juli 2012	Mengetahui alat-alat yang digunakan
7	21 juli 2012	Mengetahui proses pengolahan dan pengirisan
8	22 juli 2012	Mengetahui proses penggorengan dan membantu dalam proses pemberian rasa
9	23 juli 2012	Mengetahui proses pengemasan dan membantu dalam proses pengemasan
10	01 Agustus 2012	Mengetahui proses pengepakan
11	05 Agustus 2012	Mengetahui proses pemasaran
12	10 Agustus 2012	Memperoleh informasi tentang sumber daya manusia
13	11 Agustus 2012	Berdiskusi dengan pemilik tentang cara memperoleh bahan baku
14	13 Agustus 2012	Mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh ANGSA beserta solusi yang digunakan
15	14 Agustus 2012	Mengetahui distributor di dalam pengambilan produk
16	17 Agustus 2012	Berpamitan sekaligus memberikan kenang-kenangan kepada pemilik

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 DESKRIPSI DAERAH PERUSAHAAN

3.1.1 PROFIL PENGUSAHA

Berikut ini akan dijelaskan secara singkat profil pengusaha kripik singkong “ANGSA” yang menjadi objek magang.

Nama : Mardiyah

Tempat, Tanggal Lahir : Sumenep, 18 Januari 1976

Pendidikan terakhir : SLTA

Pengalaman kerja/Usaha : Merintis usaha kripik singkong “ANGSA” pada tahun 2000 sampai sekarang. Perusahaan kripik singkong “ANGSA” merupakan industri rumah tangga yang berdiri pada tahun 2000 dibawah rintisan Mardiyah beserta suaminya dan 2 orang anaknya. Berawal dari sebuah ide keluarga dan perusahaan ini dirintis dengan modal ±Rp.1.000.000,- dengan menggunakan peralatan dapur seadanya usaha ini mulai merangkak dan berkat keuletan dan kerja keras semua keluarga usaha ini akhirnya eksis sampai sekarang dan mampu menyediakan lahan **pekerjaan baru bagi warga sekitar perusahaan.**

3.1.2 PROFIL USAHA

Nama Perusahaan : Industri cap “ANGSA”

Alamat Perusahaan : Jl. Raya Manding, Desa Manding, Kecamatan Manding, Kabupaten Sumenep

Nama Pemilik Perusahaan : Mardiyah

Alamat (Owner) : Jl. Raya Manding, Desa Manding, Kecamatan Manding, Kabupaten Sumenep

No. Telp :

Jenis Usaha : Industri Kecil

Tahun Pendirian : 2000

Nama Produk : “ANGSA”

Bahan Baku Produksi : Singkong

Usaha industri kripik singkong “ANGSA” ini didirikan dengan modal awal ±Rp.1.000.000,- beserta suaminya. Pada tahun 2000 perusahaan kripik singkong “ANGSA” ini membuktikan bahwa satu tahun usaha ini berjalan bisa memberikan kontribusi positif bagi usaha makanan sehingga camilan khas daerah sumenep ini layak dikonsumsi. Pada tahun 2000 usaha ini terdaftar sebagai salah satu industri rumah tangga dan mendapatkan legalitas usaha dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sumenep.. Saat ini perusahaan kripik singkong “ANGSA” memiliki 19 orang karyawan tetap.

Perusahaan kripik singkong “ANGSA” merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri makanan ringan. Perusahaan kripik singkong “ANGSA” memiliki satu perusahaan yang terdiri dari tempat produksi, pengemasan, dan penyimpanan. Setiap hari perusahaan ini menghabiskan 300kg singkong atau setelah diolah menjadi kripik ± 250 kg kripik singkong. Wilayah pemasaran produk kripik singkong ini sudah tersebar di beberapa kota di Jawa Timur diantaranya adalah Surabaya, Banyuwangi, Situbondo, Bondowoso, Jember, dan Malang dan berbagai daerah di Jawa seperti Jakarta, termasuk juga semua daerah yang ada di Madura.

Dalam memproduksi suatu barang, setiap produsen memerlukan bahan baku yang akan di proses menjadi bahan yang siap dipasarkan. Persediaan bahan baku pada perusahaan ini di supply oleh petani dengan menggunakan sistem kemitraan, sehingga beberapa petani yang memiliki lahan dan siap bekerjasama maka lahan mereka ditanam komoditas singkong sepanjang tahun sampai masa kontrak kerjasama selesai dengan harapan perusahaan tidak kesulitan bahan baku. Dari bahan baku akan diproses menjadi barang jadi, yang melalui beberapa tahapan pengolahan yaitu pengupasan, pencucian (perendaman), perajangan (pengirisan), penggorengan, dan pengemasan. Proses tersebut merupakan prosedur yang sudah ditetapkan oleh perusahaan kripik singkong “ANGSA”. Peralatan yang digunakan terdiri dari peralatan masak, dan alat pengemasan, perusahaan ini memproduksi kripik singkong setiap harinya ± 250 kg, dan menghabiskan singkong 300kg.

Kegiatan operasional di perusahaan kripik singkong “ANGSA” dilakukan setiap hari mulai pukul 07.00 – 15.30 WIB.

3.2 MANAJEMEN INDUSTRI KRIPIK SINGKONG

3.2.1 MANAJEMEN PRODUKSI

Aspek produksi merupakan suatu aspek yang berkenaan dengan proses pembangunan bisnis secara teknis dan pengoperasiannya setelah bisnis tersebut selesai dibangun. Perolehan hasil produksi yang berkualitas baik, bahan dan peralatan yang dipergunakan harus dipersiapkan dengan baik. Adapun bahan dan peralatan yang digunakan untuk pembuatan kripik singkong adalah:

1. Bahan Baku dan Bahan Penolong

Singkong merupakan produk pertanian yang cocok dijadikan unit bisnis karena manfaat yang diperoleh dari komoditi tersebut cukup banyak dan bermanfaat. Melihat pangsa pasar yang cukup menggiurkan atas bahan baku singkong, perusahaan ini mengambil bagian dalam manfaat komoditi singkong. Karena kripik singkong sangat banyak diminati masyarakat umum. Perusahaan ini bergerak dibidang pengolahan, memanfaatkan singkong sebagai bahan baku utama dalam membuat produknya, yang kemudian diolah menjadi kripik singkong. Karena cara pengolahannya cukup mudah dan sederhana, namun memiliki proses yang cukup baik untuk dikembangkan. Ini terlihat dari begitu banyak permintaan masyarakat akan makanan ringan tersebut. Penghasilan kripik singkong yang berkualitas maka perusahaan harus memperoleh bahan baku singkong dengan kualitas unggul. Selama ini perusahaan mendapatkan singkong mentah dari petani sekitar yang bekerja sama dengan perusahaan ini. Selain lokasi yang tidak terlalu jauh, kualitas singkong yang dihasilkan di daerah tersebut dinilai cukup bagus. Selain bahan baku perusahaan, juga membutuhkan bahan pembantu yaitu minyak goreng, garam bumbu dan bahan lainnya.

Kebutuhan bahan baku, penolong, pengemasan dan bahan bakar dapat pada Tabel dibawah ini.

Tabel 2. Kebutuhan Rerata Perbulan Bahan Baku, Penolong, Pengemas dan Bahan Bakar

NO	JENIS BAHAN	KEBUTUHAN	SATUAN
1.	Singkong	300	kg
2.	Minyak goreng	170	lt
3.	Bawang putih	30	kg
4.	Penyedap rasa	4	pak
5.	Garam	20	pak
6.	Kantong plastik	40	pak
7.	Label plastik	40	lembar
8.	Minyak tanah	750	lt

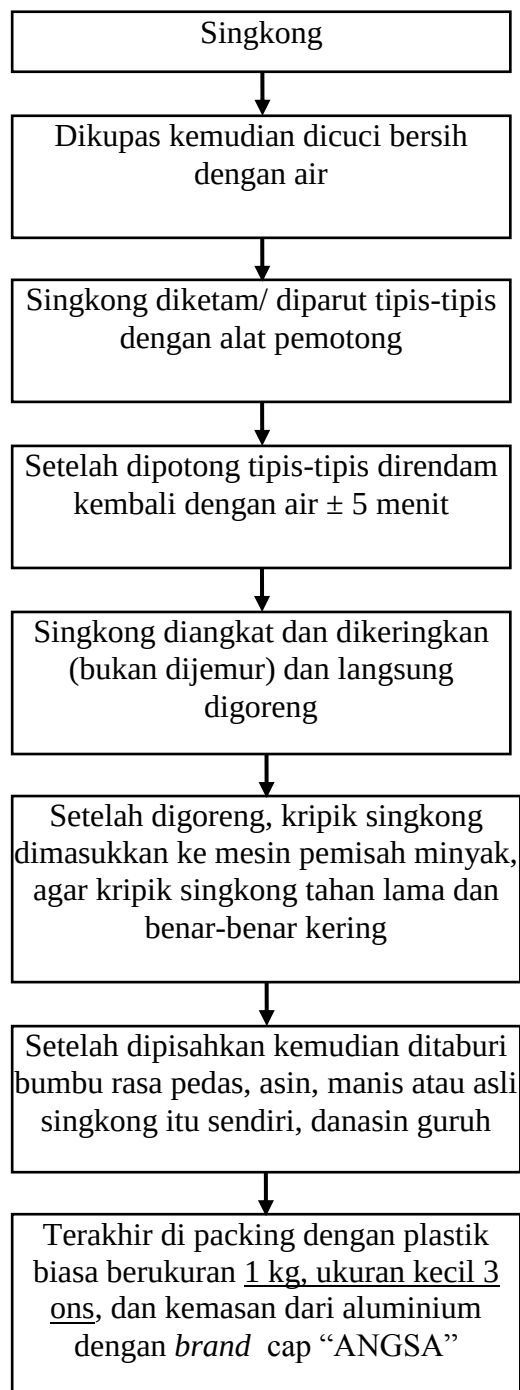
2. Peralatan Produksi

Dalam kegiatan produksi keripik singkong tidak terlepas dari kebutuhan akan beberapa peralatan, seperti meja dan kursi kerja, timbangan, pisau anti karat, pisau perajang (pasah), ember dan bak plastik, wajan penggorengan, serok kawat yang besar dan kecil, tampah, tungku, plastik sealer (tangan).

Tabel 3. Mesin dan Peralatan Produksi

NO	JENIS BAHAN	KEBUTUHAN	SATUAN
1.	Meja Kerja	2	Buah
2.	Timbangan kap. 10 kg	1	Buah
3.	Pisau anti karat	6	Buah
4.	Pisau perajang (pasah)	2	Buah
5.	Bak Plastik	3	Buah
6.	Wajan	4	Buah
7.	Serok besar dan kecil	4	Buah
8.	Tampah	2	Buah
9.	Kursi	5	Buah
10.	Tungku	3	Buah
11.	Plastik sealer	2	Buah

3. Proses Produksi



Gambar 4.1 Skema Proses Produksi

Catatan : - Minyak goreng yang dipakai “BIMOLI”, penggunaan minyak goreng sebanyak 3x, tidak boleh lebih

- Setelah digoreng harus dilakukan pemisahan minyak pada kripik singkong dengan menggunakan mesin pemisah minyak
- Kemasan aluminium lebih baik mampu menahan panas sehingga mutu dari kripik singkong dapat bertahan hingga 3-4 bulan dengan harga Rp. 2.000,-/ bungkus, kemasan aluminium digunakan apabila ada orderan jumlah yang besar.

Kegiatan produksi keripik singkong mulai bahan baku mentah sampai siap dijual, secara rinci melalui beberapa tahapan, sebagai berikut:

a. Pengupasan kulit



Gambar 1. Pengupasan kulit singkong

Pengupasan kulit singkong dilakukan dengan menggunakan alat pemotong yang dirancang khusus agar hasil potongan sesuai dengan yang diinginkan. Alat pemotong yang akan dipergunakan harus diasah terlebih dahulu agar tekstur singkongnya tetap utuh dan tentunya tidak banyak terbuang. Pengupasan kulit umbi Singkong dilakukan digarit dengan ujung pisau, kemudian kulit tersebut mulai dikelupas sampai bersih atau dikupas seperti mengupas buah mangga.

b. Pencucian

Pencucian singkong dilakukan dengan menggunakan air yang mengalir. Sehingga singkong benar-benar bersih dan tentunya agar higienis.



Gambar 2. Pencucian

c. Perajangan/ Pengirisan

Hasil cucian singkong tersebut dimasukkan kedalam tempat atau wadah yang berlubang. Supaya air dari sisa pencucian singkong bisa mengalir keluar dan akan menghasilkan singkong yang bersih dan kering. Singkong hasil cucian yang telah benar-benar tiris kemudian dipotong dengan memakai pisau atau alat pasah sehingga diperoleh irisan yang sama tebalnya.



Gambar 3. Pengirisan

d. Penggorengan

Umbi singkong yang telah dirajang dapat dilakukan penggorengan secara langsung, tetapi minyak gorengnya harus panas ($\pm 160 - 200^\circ$).Penggorengan singkong dilakukan dalam wajan besar selama ± 3 menit dengan menggunakan minyak goreng hingga keripik terlihat kuning kecoklatan dan kering. Jika keripik singkong yang diinginkan mempunyai beberapa rasa, maka keripik sebelum digoreng terlebih dahulu diberi bumbu rasa pedas, asin, manis atau asli singkong

itu sendiri, danasin guruh. Jenis minyak goreng yang digunakan sangat berpengaruh pada hasil keripik yang bermutu baik dan tahan lama disimpan. Minyak goreng yang sudah hitam dan berbau tidak boleh digunakan lagi.



Gambar 4. Penggorengan

e. Pembumbuan / pemberian rasa

Setelah melalui tahap penggorengan, kemudian dilanjutkan pada prose pemberian rasa, dimana nantinya keripik singkong tersebut akan dimasukkan kedalam bak ukuran sedang dan didalam bak tersebut akan dicampurkan bubuk bumbu perasa, kemudian dicampur dengan cara mengaduk hingga rata. Adapun macam-macam rasa yang dicampurkan adalah rasa bawang, rasa pedas manis, dan rasa balado.



Gambar 5. Pembumbuan

f. Pengemasan

Sebelum dikemas keripik singkong didinginkan, lalu dimasukan dalam plastik *polyetilene* dengan ketebalan 0.05 mm. Keripik Singkong dengan berat 200 gram

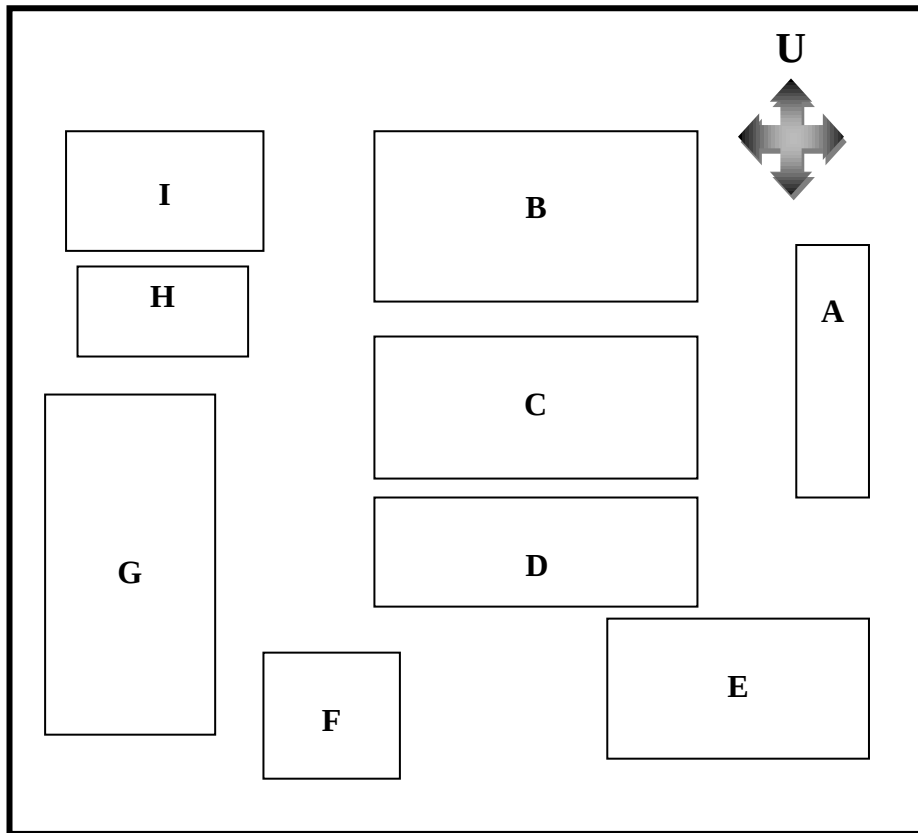
dapat dikemas dalam plastik ukuran 20 x 25 cm. Keripik Singkong yang dikemas dalam plastik dapat tahan simpan selama 4 – 6 bulan.



Gambar6. Pengemasan

4. Tata *Layout*

Layout pada sebuah perusahaan adalah proses penataan keseluruhan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan baik yang berkenaan dengan produk, proses, sumber daya manusia dan lokasi guna mencapai keseimbangan kegiatan operasi secara efisien. Tujuan penyusunan *layout* pada dasarnya untuk mencapai pemanfaatan peralatan pabrik yang optimal, penggunaan jumlah tenaga kerja yang minimum, kebutuhan persediaan yang rendah dan biaya produksi dan investasi modal yang rendah. Adapun tata letak peralatan (*layout*) industri kripik singkong “ANGSA” dapat dilihat pada Gambar 7 berikut:



Gambar 7. Layout Perusahaan Kripuk Singkong “ANGSA”

Keterangan :

- A. Pintu masuk
- B. Tempat penyimpanan
- C. pengepresan
- D. Pembungkusan
- E. Tempat bahan baku
- F. Pembumbuan
- G. Dapur penggorengan
- H. Kamar mandi
- I. Mosholla

Gambar 7 memperlihatkan *layout* perusahaan kripik singkong. Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa di lahan seluas **seratus** meter persegi ini dibangun

pula bangunan yang tidak difungsikan untuk kepentingan perusahaan yaitu dua buah rumah pemilik perusahaan.

Perusahaan juga menyediakan beberapa fasilitas bangunan untuk para pekerja seperti musholla, dapur khusus untuk para pekerja. Dalam bangunan pabrik terdapat beberapa bagian ruangan untuk aliran proses produksi. Untuk bagian barat adalah tempat proses penggorengan, penimbangan dan pengemasan produk akhir. Pada bagian utara adalah rumah pemilik yang dijadikan kantor dan ruang penyimpanan kripik yang sudah dikemas. Dan untuk bagian timur adalah tempat penjemuran sementara, tempat pencucian alat-alat, dan tempat kayu bakar

Dari Gambar 7 dapat dilihat bahwa tata letak di perusahaan keripik ANGSA untuk proses produksi sudah bagus, karena tata letak yang digunakan sudah beraturan yaitu dimulai dari tempat bahan baku yang ada di gudang tata letak pada industri ini meskipun sudah bagus namun kurang luasnya gedung perusahaan sehingga kelihatan tidak rapi.

Limbah hasil produksi dari pembuatan keripik singkong adalah kulit singkong dan potongan dari ujung dan pangkal singkong dan selama ini masih belum dimanfaatkan secara optimal padahal dari limbah tersebut masih bisa menghasilkan uang dengan dibuat pakan ternak, tepung dari potongan umbi atau dijual keperternakan, namun umumnya dibuang.

3.2.2 MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Aspek manajemen mempelajari tentang manajemen dalam masa pembangunan bisnis dan manajemen dalam masa operasi. Perlu diakui bahwa mengevaluasi aspek manajemen lebih sulit dilakukan dibandingkan dengan aspek lain karena sifatnya yang tidak kasat mata serta cenderung kepada hal-hal yang kualitatif.

Dalam mengelola bisnis keripik singkong ini awalnya mengelola seorang diri. Penyerahan semua kegiatan produksi dan pemasaran pada semua karyawannya. Karyawan yang dimiliki adalah 6 orang pada bagian produksi, 9 orang bagian pegemasan dan 4 orang pada bagian pemasaran.

Pengelola membawahi bagian produksi, bagian pengemasan, dan pemasaran secara langsung. Semua bagian telah diberikan wewenang dan tanggungjawab secara keseluruhan oleh pemilik.

a. Bagian Produksi.

Tugas dari bagian produksi adalah mengelola semua bahan baku dan peralatan produksi, mulai dari pengupasan bahan baku, pemotongan, hingga penggorengan dan pembumbuan.

b. Bagian Pengemasan.

Tugas dari bagian pengemasan adalah mengemas semua produk yang telah selesai diolah berdasarkan rasanya. Rasa dari keripik singkong ada rasa pedas, asin, manis atau asli singkong itu sendiri, danasin guruh.

c. Bagian Pemasaran.

Tugas dari bagian pemasaran adalah menyebarkan seluruh produk ke beberapa wilayah.

Perencanaan tenaga kerja langsung (TKL), juga perlu memperhatikan hal-hal mengenai kualifikasi, tarif upah, jumlah tenaga yang dibutuhkan, dan persyaratan kerja. Karena dalam usaha ini pemilik juga merupakan investor aktif yang berarti pemilik juga menjalankan pekerjaan operasional, maka sistem penggajian tidak dihitung secara spesifik melainkan menerima pembagian dari laba yang didapatkan. Sehingga untuk saat ini usaha pemilik belum memerlukan tenaga kerja tambahan karena masih dapat mengelola sendiri usaha ini.

Tahap awal pemilik membutuhkan empat orang tenaga kerja dan jika bisnis/usaha ini telah berkembang maka pemilik akan menambah tenaga kerjanya. Untuk mendapatkan karyawan yang berkompeten maka pemilik melihat dari tiga sisi yaitu sisi pertumbuhan, efisiensi, dan stabilitas. Di sisi pertumbuhan, kita akan memantau durasi bekerjanya, tingkat pendidikan dan biaya pelatihan karyawan. Selain itu, tingkat *turnover* karyawan dan kemampuan meraih pelanggan juga bisa termonitor. Sementara itu dari sisi efisiensi harus dilihat karyawan dengan keahlian tertentu.

Dalam penerapan strategi organisasi dan SDM juga sangat diperhatikan karena organisasi dan SDM mempengaruhi berkembangnya usaha ini. Strategi yang diterapkan adalah memberikan motivasi dan penghargaan pada karyawan berprestasi.

Peranan tenaga kerja sangat menentukan di dalam menjalankan proses konversi sehingga diperlukan perencanaan sumber daya manusia yang baik dan akurat. Perencanaan sumber daya manusia dibuat untuk dapat mengatasi masalah-masalah yang menyangkut antara lain sebagai berikut.

1. Menjaga Stabilitas Karyawan

Stabilitas karyawan sangat perlu dijaga, karena hal ini menentukan pada kelangsungan operasional perusahaan. Mengantisipasi stabilitas karyawan, sangat perlu diketahui kebutuhan tenaga kerja dan memperhitungkan:

- a. Pembayaran tenaga kerja
- b. Asuransi tenaga kerja
- c. Besarnya premi upah yang merupakan ukuran bagi tenaga kerja dapat meningkatkan tenaga kerja.

2. Penjadwalan Kerja (*Schedulling*)

Di Indonesia jam kerja lima hari kerja terdiri dari delapan jam per hari termasuk satu jam untuk beristirahat merupakan waktu jam kerja minimal yang berlaku secara umum di Indonesia ataubmembuat klasifikasi tugas yang fleksibel dengan prinsip bagaimana dapat mempersembahkan produk kepada pelanggan secara cepat dan memuaskan agar menjadi keunggulan dalam melakukan persaingan terhadap kompetitor.

3.2.3 MANAJEMEN PEMASARAN

Dalam menganalisa suatu permasalahan perusahaan diperlukan informasi yang cukup tentang keadaan perusahaan tersebut. Menganalisis situasi untuk mengetahui isu apa yang sedang terjadi dan memutuskan tindakan apa yang harus dilakukan untuk memecahkan permasalahannya.

Menurut Boulton (1984), proses melaksanakan analisis suatu kasus dapat dilihat pada diagram proses analisis kasus dimana kasus harus dijelaskan sehingga

dapat diketahui permasalahan yang terjadi sehingga metode yang sesuai dan dapat menjawab seluruh permasalahan secara tepat dan efektif dapat dipergunakan melalui pemahaman secara keseluruhan informasi yang ada, yaitu (1) memahami secara detail semua informasi dan (2) melakukan analisa secara numerik.

Dalam menjalankan aktivitas usahanya suatu perusahaan harus memiliki seperangkat alat pemasaran yang akan dipergunakan merealisasikan tujuannya dalam pasar sasaran yang disebut nama bauran pemasaran. Adapun pemahaman arti dari bauran pemasaran adalah kombinasi dari 4 peubah yang merupakan inti dari sistem pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat dan promosi.

Suatu perusahaan akan memperoleh kehidupan dan perkembangan yang mengembirakan jika telah menjalankan bauran pemasaran secara tepat dan cepat maksudnya perusahaan selain harus mempertimbangkan analisa usahanya dari segi lingkungan mikro tetap harus memperhatikan segi lingkungan makro yang memiliki pengaruh cukup signifikan untuk kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri, sebagaimana penjelasan sebelumnya dimana perusahaan ini memiliki pengaruh yang lebih berat justru dari segi lingkungan makro yang telah merontokan sendi-sendi kehidupan perusahaan sehingga mengalami penurunan yang cukup signifikan. Kondisi tersebut memang berat terutama bagi pucuk pimpinan perusahaan yang merangkap sebagai pemilik perusahaan untuk memikirkan langkah yang tepat untuk mengendalikan kondisi tersebut sehingga penurunan yang sempat terjadi akan mampu diperbaiki secara tepat dan cepat sehingga akan menghasilkan perbaikan yang sesuai bagi perusahaan melalui kerja sama dengan seluruh manajemen dan karyawan yang terlibat didalamnya.

Untuk memahami bauran pemasaran itu sendiri maka akan dijelaskan benang merah dari masing-masing intinya sebagaimana berikut ini :

1. Produk

Strategi produk adalah strategi yang dilakukan perusahaan berkaitan dengan produk yang dihasilkan dan kemudian dipasarkan. Perencanaan strategi menduduki posisi yang sangat menentukan terhadap upaya mengatasi persaingan dengan perusahaan sejenis dalam skala kecil dan perusahaan sejenis yang berskala

besar. Hal ini disebabkan karena produk merupakan suatu hal yang ditawarkan kepada konsumen sebagai pembelian diharapkan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Keputusan seorang pembeli yang lazim disebut dengan nama konsumen untuk menentukan jenis produk yang dibeli sangat ditentukan oleh beberapa aspek yaitu kualitas produk, manfaatnya dan kemampuan produk tersebut untuk memberikan kepuasan kepada konsumen (Tjiptono, 1995)

Sementara itu strategi produk dari kripik singkong yang diproduksi perusahaan Inti Sari Rasa dapat dilihat dari segi kualitas dan kuantitas produk.

a. Kualitas produk

Perusahaan ANGSA cenderung memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan sebagai salah satu strategi yang dikedepankan oleh bauran pemasaran. Hal ini disebabkan karena kualitas adalah hal yang paling penting dan menentukan dari konsumen untuk memutuskan membeli suatu produk dimana kualitas produk kripik singkong dapat dilihat dari segi kerenyahannya, ketebalannya, dan cita rasanya.

Produk yang dihasilkan perusahaan ini dinilai memiliki kualitas yang tinggi karena bahan baku kripik singkong dipilih dari singkong pilihan yang berkualitas baik dan ditunjang dengan bahan pembantu yang berkualitas baik berupa minyak goreng Barco, yang digoreng diatas tungku serta cara pengolahannya yang dilaksanakan dengan hati karena system pengirisan kripik singkong perusahaan ini dilaksanakan secara manual.

b. Kuantitas produk

Produk kripik singkong yang dihasilkan perusahaan ini memiliki beragam ukuran mengingat pangsa pasar yang dibidik oleh perusahaan ini cukup beragam. Hal ini menunjukkan kuantitas suatu produk memiliki peranan yang cukup penting dalam strategi pemasaran yang diterapkan suatu perusahaan, karena banyaknya ukuran produk yang dihasilkan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam penguasaan pasar. Kemampuan penguasaan pasar menjadi salah satu tujuan perusahaan untuk mengembangkan usahanya. Hal ini dapat dicapai dengan terjaganya kualitas, kuantitas, dan kontinuitas produk dalam memasuki pasaran

dimana terjadi keseimbangan diantara ketiganya agar konsumen memperoleh yang diinginkannya.

Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, perusahaan menyediakan produk dalam jumlah besar yang dapat dipesan konsumen untuk melaksanakan suatu acara tertentu. Hal ini tentu saja tidak akan mempengaruhi kualitas produk tetapi mempengaruhi dari segi harga penjualan karena perusahaan akan memberikan harga spesial sebagai suatu langkah jangka panjang untuk membina hubungan baik.

2. Harga

Perusahaan akan menetapkan suatu harga dalam proses penjualan produknya dimana penentuan harga dinilai sangat penting dalam memuluskan keberhasilan perusahaan. Pangsa pasar yang akan diraih perusahaan sangat bervariasi sehingga perusahaan harus mampu menentukan harga yang tepat sesuai dengan kuantitas dan kualitas produk yang dihasilkan sehingga konsumen akan merasakan telah memperoleh pilihan yang tepat dalam membeli produk tersebut.

Disatu sisi suatu masyarakat akan menganggap harga sebagai faktor penentu untuk membeli suatu produk tetapi disisi lain pertimbangan utama masyarakat membeli produk dari segi kualitas produk itu sendiri tetapi disisi yang berbeda akan muncul masyarakat yang akan membeli suatu produk dengan pertimbangan dari segi kualitas dan harga, berkenaan dengan hal tersebut perusahaan harus bisa mengakomodir kebutuhan masyarakat yang berbeda minimal memahaminya.

Penetapan harga jual dari produk kripik singkong ditentukan perusahaan berdasarkan biaya produksi kripik singkong dan ditambah dengan margin keuntungan dengan tetap mempertimbangkan pangsa pasar yang akan dibidik.

3. Promosi

Pada dasarnya agar pemasaran produknya berjalan sesuai dengan harapan sebuah perusahaan perlu melaksanakan promosi untuk memperkenalkan dan mengkomunikasikan produk suatu perusahaan dengan harapan konsumen akan membelinya sebagaimana pendapat Kotler(2000) bahwa promosi merupakan

salah satu kegiatan dalam bauran pemasaran yang meliputi iklan, promosi penjualan secara langsung, penjualan secara personal dan hubungan masyarakat.

Adapun langkah yang dilakukan untuk memperkenalkan suatu produknya adalah membuat proposal dan mendatangi secara langsung perusahaan retail, yang tersebar dipasar-pasar tradisional melalui para tenaga salesnya yang berupaya untuk melaksanakan promosi dengan cara menjalin kerjasama melalui penjualan dengan sistem konsinyasi sehingga para pengusaha tersebut tertarik dengan produk yang ditawarkannya.

Sistem promosi yang dilaksanakan perusahaan hanya terbatas pada penjualan dengan tenaga sales tersebut dan belum memiliki langkah konkrit lainnya misalnya seperti iklan baik di surat kabar, radio, maupun televisi yang disebabkan karena keterbatasan biaya promosi yang dinilai sangat besar. Padahal sebagai perusahaan kripik singkong yang telah menjalankan usaha sejak tahun 2000 seharusnya perusahaan tersebut telah menjadi *leader* perusahaan kripik singkong sejenis yang masih bersifat tradisional bukannya jalan ditempat dan cenderung sensitive terhadap lingkungan mikro maupun makro. Pembinaan manajemen nampaknya sangat diperlukan mengetahui kondisi yang mendasari permasalahan perusahaan agar perusahaan semakin berkembang dan mampu bersaing.

4. Distribusi

Langkah selanjutnya setelah suatu produk dihasilkan adalah melaksanakan proses distribusi sebagai suatu kegiatan agar produk dapat dinikmati oleh konsumen dalam waktu yang cepat dan tepat ke sasaran serta menjamin kontinuitas persediaan barang dagangan dipasaran. Perusahaan “ANGSA” sangat memperhatikan proses pendistribusian produk yang telah dihasilkannya

3.2.4 ANALISIS KELAYAKAN USAHA

4.2.4.1. Analisis Biaya produksi

Adapun rincian biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan kripik singkong “ANGSA” dalam melakukan satu kali kegiatan produksi keripik sebagaimana terinci dalam lampiran 1. Komponen biaya total terdiri dari biaya tetap dan biaya-biaya variabel (biaya tidak tetap).

$$\begin{aligned}\text{Biaya Tetap} &= \text{Rp. 5.024,34} \\ \text{Biaya Variabel} &= \text{Rp. 3.116.570} \\ \text{Total (Rp)} &= \text{Rp.3.121.594,34}\end{aligned}$$

4.2.4.2. Analisis Pendapatan

$$\begin{aligned}\pi &= \text{TR} - \text{TC} \\ &= \text{Rp. 4.840.000} - \text{Rp. Rp.3.121.594,34} \\ &= \text{Rp. 1.784.405,66}\end{aligned}$$

Berarti dalam satu kali produksi, perusahaan kripik singkong “ANGSA” dapat meraup keuntungan sebesar Rp. 1.784.405,66 dari total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp.3.121.594,34.

4.2.4.3. Analisis Tingkat Kelayakan Usaha

a. Analisis Titik Impas atau *Break Even Point* (BEP)

1) BEP Penerimaan

$$\begin{aligned}\text{BEP Penerimaan} &= \frac{\text{FC}}{1 - \left(\frac{\text{VC}}{\text{TR}}\right)} \\ \text{BEP Penerimaan} &= \frac{\text{Rp. 5.024,34}}{1 - \left(\frac{\text{Rp. 3.116.570}}{\text{Rp. 4.840.000}}\right)} \\ \text{BEP Penerimaan} &= \text{Rp. 13.956,5}\end{aligned}$$

Dari perhitungan tersebut tampak bahwa perusahaan kripik singkong “ANGSA” mengalami *break even* (tidak untung dan tidak rugi) jika penerimaan mencapai Rp.13.956,5 dalam satu kali produksi.

b. Analisis *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio)

$$\begin{aligned}\text{R/C Ratio} &= \frac{\text{TR}}{\text{TC}} \\ \text{R/C Ratio} &= \frac{\text{Rp. 4.840.000}}{\text{Rp.3.121.594,34}} \\ \text{R/C Ratio} &= 1,55\end{aligned}$$

Dari hasil analisis diatas dapat diketahui bahwa perusahaan kripik singkong “ANGSA” setiap melakukan proses produksi mendapatkan keuntungan

sebesar Rp. 1.784.405,66 dengan R/C Ratio diperoleh 1,55, maka dapat disimpulkan bahwa usaha ini layak untuk dikembangkan.

c. Analisis Rentabilitas atau Tingkat Keuntungan (*profit rate*)

$$Profit Rate = \frac{\pi}{TC} \times 100\%$$

$$Profit Rate = \frac{Rp\ 1.784.405,66}{Rp.3.121.594,34} \times 100\%$$

$$Profit Rate = 19,56 \%$$

Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan kripik singkong “ANGSA” ini layak diusahakan karena tingkat keuntungannya 19,56 persen dan lebih besar dari suku bunga bank komersial yang rata-rata mencapai 12 persen per tahun. Artinya jika tidak terjadi hal-hal yang di luar skenario perusahaan kripik singkong “ANGSA” dipastikan meraih keuntungan.

IV. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang sudah dipaparkan, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Proses produksi pada industri keripik singkong “ANGSA” ini masih sangat sederhana, karena alat yang digunakan masih menggunakan alat-alat konvensional. Proses produksinya meliputi persiapan alat, pengupasan (bahan baku), pencucian / perendaman, pengirisan / perajangan, penggorengan dan proses pengemasan.
2. Sumber daya manusia pada industri keripik singkong “ANGSA” ini dikelola oleh pemilik dengan cara yang sangat sederhana. Tenaga kerja diperoleh dari beberapa desa yang ada di kecamatan saronggi dengan tujuan untuk menyerap masyarakat yang belum memiliki pekerjaan. Tenaga kerja yang dimiliki oleh industri ini sebanyak 52 orang.
3. Saluran pemasaran yang ada di industri keripik singkong “ANGSA” yaitu :
Jalur 1 : Proses pemasaran kripik singkong dimulai dari perusahaan, disalurkan kepada distributor kemudian kepada pengecer selanjutnya kepada konsumen. Jalur 2 : Proses pemasaran ini dimulai dari perusahaan. Disalurkan kepada pengecer kemudian disalurkan lagi ke konsumen, pedagang pengecer ini adalah toserba atau warung-warung makan. Saluran pemasaran yang terakhir adalah Jalur 3 yang mana perusahaan menjual langsung produknya kepada konsumen.
4. Permasalahan-permasalahan yang terjadi pada perusahaan kripik singkong “ANGSA” antara lain: peralatan yang digunakan masih konvensional, kurangnya karyawan dalam proses produksi, kurangnya kegiatan promosi, persaingan dengan produk sejenis di pasaran, tidak adanya campur tangan pemerintah dalam hal pengembangan produksi kripik singkong.
5. Solusi yang paling tepat untuk mengatasi permasalahan yang terjadi yaitu dengan menggunakan metode bauran pemasaran.

4.2 Saran

1. Perlunya memperbaiki strategi pemasaran dengan cara sebagai berikut: 1) Meningkatkan kualitas produk, 2) Mendistribusikan produk ke wilayah baru, 3) Mengidentifikasi pesaing baru, 4) Menjual keripik dalam kondisi masih belum digoreng, 5) Meningkatkan promosi penjualan melalui media cetak maupun elektronik untuk meningkatkan jumlah permintaan.
2. Karena manajemen masih sangat sederhana, perlu adanya pembenahan baik dari proses produksi sampai dengan proses pemasaran.
3. Penggunaan alat-alat pada proses produksi sebaiknya menggunakan alat-alat yang berteknologi lebih canggih untuk mengefisienkan waktu produksi dengan kualitas yang terjamin. Misalkan dengan menggunakan alat perajang bahan baku yang sudah banyak dijual oleh perusahaan mesin produksi hasil pertanian.
4. Produk yang dihasilkan hanya keripik singkong, sebaiknya ada inovasi baru dalam memproduksi bahan baku, sehingga perusahaan dapat memproduksi aneka makanan ringan dengan bahan baku yang sama.
5. Perlu ditingkatkan peran pemerintah untuk memberikan kemudahan kepada para pengusaha kecil dalam mengakses berbagai bantuan untuk meningkatkan produksinya.

PERENCANAAN BISNIS (*BUSINESS PLAN*)
INDUSTRI KRIPIK SINGKONG “UD. RIDHO JAYA”
Desa Manding Kecamatan Manding Daya Kabupaten Sumenep



RINGKASAN EKSEKUTIF

Bidang usaha yang banyak digeluti masyarakat dewasa ini adalah di sektor pertanian tanaman pangan dan perkebunan, hal tersebut dikarenakan banyaknya masyarakat yang berprofesi sebagai petani sehingga komoditas pertanian itu sendiri dipasarkan tanpa adanya sentuhan sehingga nilai jualnya pun sangat murah. Dalam hal ini komoditas pertanian yang banyak di usahakan masyarakat adalah singkong (*Manihot Utilissima*), komoditas ini banyak tumbuh di daratan tropis di Pulau Jawa pada umumnya dan di Pulau Madura pada khususnya, sehingga sangat banyak usaha makanan berbahan baku komoditas ini. Salah satu dampak yang dapat mendukung adalah adanya dampak ekonomi yang cukup pesat, terutama di bidang pertanian agribisnis, sehingga banyak wirausaha menengah yang memproduksi berbagai bahan makanan.

Kabupaten sumenep banyak terdapat industri makanan ringan yang bahan bakunya menggunakan singkong salah satunya adala kripik singkong. Kripik singkong merupakan produk yang sangat digemari oleh konsumen dari berbagai kalangan, proses produksi pada usaha keripik singkong terdiri dari persiapan alat dan bahan, pengupasan bahan baku, pencucian / perendaman, pengirisan atau perajangan, penggorengan dan pengemasan.

Industri kripik singkong ini memiliki 19 orang karyawan tetap yang terdiri dari 15 orang tenaga kerja wanita dan 4 orang tenaga kerja pria. Produk dipasarkan ke berbagai daerah di Jawa Timur seperti Surabaya, Banyuwangi, Situbondo, Bondowoso, Jember, dan Malang dan berbagai daerah di Jawa dan Bali, termasuk juga semua daerah yang ada di Madura. Keripik singkong ini dipasarkan menggunakan sales, dengan berorientasi pada kekuatan pasar yang sudah ada keripik singkong dijual mulai harga Rp. 2000 sampai Rp. 10.000 dengan ukuran dan rasa yang berbeda.

1. Latar Belakang

Salah satu komoditas pangan khas nasional yang sampai sekarang banyak di budidayakan setiap petani adalah singkong (*Manihot Utilissima*) sering juga di sebut sebagai ubi kayu atau ketela pohon, merupakan tanaman yang populer di seluruh dunia khususnya di daerah tropis. Di Indonesia singkong memiliki arti nilai ekonomi terpenting di bandingkan jenis umbi-umbian lainnya. Tumbuhan berumbi ini mudah tumbuh di seluruh bumi nusantara sepanjang tahun, yaitu pada ketinggian 0-1,500 meter dari permukaan laut. Tanaman singkong tidak butuh tanah subur, hanya memerlukan tanah yang cukup gembur agar hasilnya memuaskan. Dengan demikian singkong adalah jenis umbi-umbian daerah tropis yang merupakan sumber energi paling murah se dunia. Dimadura khususnya di Sumenep banyak terdapat industri makanan ringan yang bahan bakunya menggunakan singkong salah satunya adalah keripik singkong.

Keripik singkong merupakan produk yang sangat populer dan sangat di gemari oleh masyarakat dari berbagai kalangan, dasar inilah yang menarik banyak orang untuk berwirausaha memproduksi keripik singkong. Dalam dunia bisnis seperti zaman sekarang banyak jenis usaha yang diciptakan oleh seorang wirausaha, salah satu usaha yang sudah menjadi kebutuhan masyarakat adalah usaha yang bergerak dibidang produk makanan ringan seperti keripik singkong. Walau terkesan makanan sederhana keripik singkong memiliki peluang usaha yang bagus karena pendirian usaha ini tidak membutuhkan modal yang terlalu besar.

2. Pandangan Perusahaan

Rencana bisnis ini adalah membangun sebuah perusahaan yang memproduksi jenis makanan hasil olahan berupa keripik singkong. Perusahaan ini akan berlokasi di Desa Manding Kecamatan Manding Kabupaten Sumenep. Bentuk kepemilikan bisnis, usaha yang di bangun ini termasuk jenis perusahaan perseorangan karena usaha ini memang dimiliki oleh pemilik tunggal perusahaan. Laba yang dihasilkan oleh usaha ini menjadi penghasilan pribadi yang diterima oleh pemilik perusahaan sendiri.

A. Data Perusahaan

1. Nama Perusahaan : UKM “RIDHO JAYA”
2. Bidang Perusahaan : Industri Makanan Ringan
3. Jenis Produk : keripik singkong & aneka olahan singkong
4. Alamat Perusahaan : Desa Aeng merah Sumenep
5. Nomor Telephone : 081803229476

B. Data Pemilik

1. Nama Pemilik : RIDAWI
2. Jabatan : Pimpinan Perusahaan
3. Tempat Tanggal Lahir: Sumenep, : 06 Desember 1988
4. Alamat Rumah : Desa Aeng merah Sumenep
5. Nomor Telephone : 081803229476

C. Visi, Misi, dan Tujuan

Visi :

“ Mengembangkan Pola Manajerial Usaha yang Efektif dan Memimpin Pasar dalam Bisnis oleh-oleh khas Madura”.

Misi :

1. Memberikan nilai tambah dari singkong yang pengolahannya belum optimal.
2. Menyediakan produk yang mempunyai kandungan nilai gizi yang seimbang.
3. Mengawasi proses produksi secara cermat dan tepat juga mengandalkan kualitas yang dihasilkan.
4. Menyediakan media kepada konsumen dengan mengendalikan pelayanan publik.
5. Menyediakan tempat yang mudah dijangkau oleh para konsumen.

Tujuan :

1. Mencapai profit maksimum berdasarkan penjualan, perolehan keuntungan, dan etos kerja karyawan.

2. Memberikan kepercayaan kepada konsumen terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan, berkontribusi terhadap pemerintah sebagai penyedia lahan pekerjaan.

3. Rencana Produk

Produk utama yang dihasilkan oleh perusahaan ini adalah keripik singkong ada tujuh macam rasa yaitu original, balado, pizza, pedas manis, berbaque, sapi panggang, dan ekstra pedas. Sedangkan produk yang lain adalah getuk singkong, singkong kress, tape singkong dan singkong lapis aneka rasa, untuk keripik singkong perusahaan juga menjual produk dalam kondisi mentah. Singkong yang digunakan yaitu menggunakan bahan baku yang berkualitas dengan bermitra ke para petani diberbagai daerah Kabupaten Sumenep, sehingga perusahaan ini tidak akan mengalami kesulitan bahan baku. Dengan menggunakan alat yang sudah modern dengan sistem pengendalian mutu, serta kemasan yang cukup menarik maka produk ini akan mendapat sambutan yang sangat baik dari konsumen.

NAMA PRODUK	UKURAN	HARGA
Keripik original	200 gr	2800
	500 gr	8000
Keripik balado	200 gr	4300
	500 gr	10000
Keripik pizza	200 gr	4300
	500 gr	10000
Keripik pedas manis	200 gr	4300
	500 gr	10000
Keripik berbaque	200 gr	4300
	500 gr	10000
Keripik sapi panggang	200 gr	4300
	500 gr	10000
Keripik ekstra pedas	200 gr	4300
	500 gr	10000

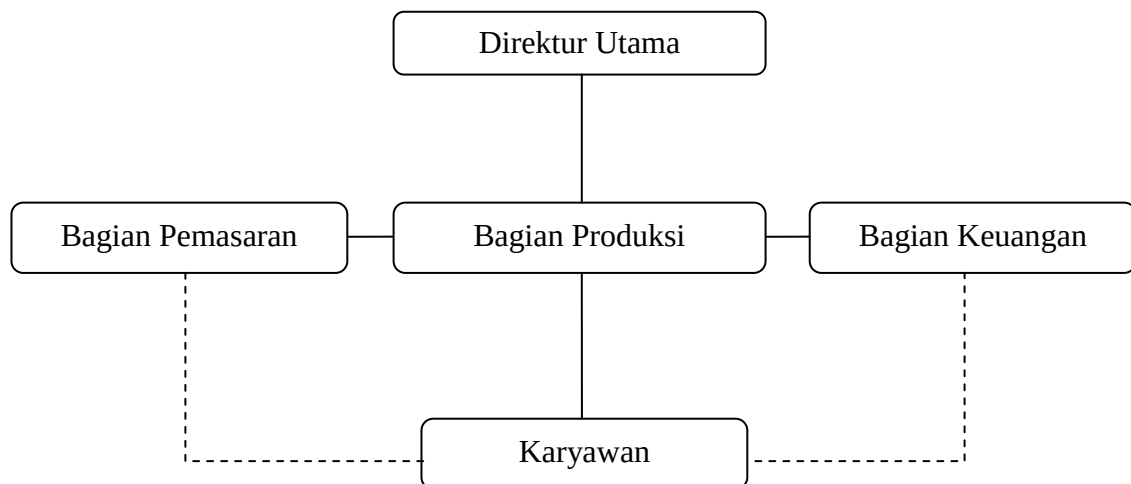
Tabel 5. *Price List* produk olahan singkong “RIDHO JAYA”

4. Rencana Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia adalah kegiatan untuk merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, mengawasi kegiatan sumber daya manusia atau karyawan, dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Manajemen sumber daya manusia mempunyai kekhususan jika dibandingkan dengan manajemen secara umum atau manajemen sumber daya yang lain, karena yang dikelola adalah manusia, maka keberhasilan atau kegagalan manajemen sumber daya manusia akan mempunyai dampak yang sangat luas. Tujuan utama manajemen sumber daya manusia adalah untuk meningkatkan kontribusi karyawan terhadap organisasi dalam rangka mencapai produktivitas organisasi yang bersangkutan. Oleh sebab itu sumber daya manusia tersebut harus dikelola agar dapat berdaya guna dan berhasil guna dalam mencapai tujuan organisasi.

Adapun struktur organisasi yang ada pada perusahaan kripik singkong “RIDHO JAYA” yaitu :



Struktur Organisasi Perusahaan kripik singkong “RIDHO JAYA”

Perusahaan kripik singkong “RIDHO JAYA” ini merupakan Industri milik perorangan yang memiliki struktur organisasi sederhana yang meliputi pimpinan dibantu oleh tiga kepala bagian yaitu keuangan, produksi, dan pemasaran dan membawahi langsung kepada karyawan. Dari struktur organisasi diatas perlu

adanya deskripsi mengenai pembagian tugas (*job discription*), adalah sebagai berikut :

1) Direktur Utama

- a. Bertanggung jawab atas proses berlangsungnya usaha, proses penjualan dan penentuan harga produk.
- b. Bertanggung jawab dalam hal pengadaan tenaga kerja.
- c. Bertanggung jawab dalam memasarkan produk.
- d. Mengatasi segala permasalahan yang timbul dalam menjalankan usaha serta menyusun strategi pengembangan usaha.

2) Bagian Keuangan

- a. Bertanggung jawab atas proses permodalan perusahaan.
- b. Menyusun laporan keuangan.
- c. Membuat strategi keuangan dalam menekan biaya.

3) Bagian Produksi

- a. Bertanggung jawab terhadap bahan baku yang akan digunakan.
- b. Bertanggung jawab atas kualitas produksi.

4) Bagian Pemasaran

- a) Bertanggung jawab atas semua saluran pemasaran.
- b) Bertanggung jawab atas target pemasaran.
- c) Membangun distribusi pemasaran.

5. Analisa Kondisi Pasar

A. Analisa Kondisi Pasar dari Lingkungan Ekonomi

Seperti yang sudah kita ketahui bahwasanya sampai saat ini Indonesia masih mengalami kondisi ekonomi yang tak kunjung membaik. Akibatnya semua bahan pokok akan ikut naik. Dengan kondisi yang seperti ini tentunya akan ikut mempengaruhi proses berjalannya usaha. Jika bahan baku mengalami kenaikan maka harga keripik singkong pun akan mengalami kenaikan.

B. Analisa Kodisi Pasar dari Lingkungan Industri

Bisnis makanan ringan bukanlah satu-satunya bisnis yang ada di Sumenep akan tetapi ada banyak bisnis yang sama apalagi produk keripik singkong. untuk menghadapi hal tersebut kami mencoba menghadirkan sesuatu yang baru dengan cita rasa keripik singkong yang berbeda, selain itu ada banyak produk olahan singkong. Harga yang bersaing dan kualitas yang selalu kami jaga untuk kepuasan konsumen.

C. Analisa Kodisi Pasar dari Lingkungan Global

Bisnis pembuatan keripik singkong ini sama sekali tidak membeli bahan baku dari luar Negeri, karena singkong yang merupakan bahan baku utama dari pembuatan keripik ini masih bisa di dapat secara lokal dari lingkungan sekitar. Disamping itu cara pengolahannya pun menggunakan alat atau mesin yang sudah modern. Masa yang akan datang perusahaan akan terus meningkatkan kualitas produk sehingga produk kami akan menjadi pemimpin pasar (*Market Leader*) dalam bidang usaha makanan ringan, bahkan bisa berpotensi untuk ekspor.

D. Formulasi Strategi

Pada usaha pembuatan keripik singkong ini target untuk pembeli potensial dan target untuk pemasaran adalah para distributor yang ada diseluruh Indonesia yang kemudian akan dijual kepada konsumen ataupun pengecer.

Walaupun bisnis ini termasuk bisnis yang cukup sederhana akan tetapi kami tetap memiliki suatu strategi agar produk kami bisa diterima dan bisa laku di masyarakat yaitu dengan selalu meningkatkan mutu dan kualitas dan harga yang kami tawarkan pun bisa di jangkau oleh kalangan masyarakat.

6. Rencana Analisa Finansial

Dalam proses menciptakan suatu usaha baru perlu adanya perencanaan yang baik dan matang untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Adapun aspek yang perlu direncanakan adalah rencana finansial yang meliputi :

1. Analisis biaya

Untuk mengetahui kinerja usaha keripik singkong layak atau tidak, perlu adanya perincian biaya dalam satu kali produksi antara lain :

a. Investasi awal

Tabel 6. Rincian Biaya Investasi

No.	Nama	Jumlah	Biaya
1.	Biaya pembangunan pabrik	1 unit	Rp. 75.000.000,-
2.	Penggorengan besar (wajan) @ Rp. 300.000,-	5 unit	Rp. 1.500.000,-
3.	Ember bak besar @ Rp. 50.000,-	10 unit	Rp. 500.000,-
4.	Serok besar @ Rp. 30.000,-	10 unit	Rp. 300.000,-
5.	Kompor @ Rp. 100.000,-	5 unit	Rp. 500.000,-
6.	Timbangan @ Rp. 300.000,-	5 unit	Rp. 1.500.000,-
7.	Sutil @ Rp. 10.000,-	10 unit	Rp. 100.000,-
8.	Mesin perajang @ Rp. 1.000.000,-	2 unit	Rp. 2.000.000,-
9.	Seller @ Rp. 150.000,-	5 unit	Rp. 750.000,-
10.	Alat cetakan @ Rp. 250.000	2 unit	Rp. 500.000
Jumlah			Rp. 82.650.000,-

Dari perhitungan tabel 5 di atas dapat diketahui, untuk melakukan usaha pembuatan aneka olahan produk singkong investasi awal untuk biaya keperluan peralatan memerlukan biaya sebesar Rp. 82.650.000,-

Tabel 7. Perincian Biaya Produksi

No.	Jenis Barang	Jumlah yang dipakai	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
A.	<i>Biaya Bahan Baku</i>			
1	Singkong	1000 kg	1.500	1.500.000
2	Penyedap rasa	10 kg	10.000	100.000
3	Minyak goreng	200 kg	12.000	2.400.000
4	Plastik pembungkus	100 bungkus	5.000	500.000
5	Minyak tanah	100 Liter	8.000	800.000
		Jumlah		5.300.000
B.	<i>Biaya tenaga kerja</i>			
1	Pengupasan	10 HOK	50.000	500.000
2	Produksi	35 HOK	50.000	1.750.000
3	Pemasaran	7 HOK	50.000	350.000
		Jumlah		2.600.000
C.	<i>Lain-lain</i>			
1.	Penyusutan alat produksi	Tiap bulan	20.000	20.000
		Jumlah		20.000
Jumlah total biaya keseluruhan				7.920.000

Aspek terpenting yang perlu disusun rencananya sebelum melakukan usaha adalah terkait dengan alokasi sumber daya yang terdiri dari manusia, material dan finansial. Komponen biaya bahan terbesar adalah untuk minyak goreng yang mencapai Rp 2.400.000,- atau lebih kurang 46 persen menyusul kemudian minyak goreng yang mencapai Rp 1.500.000,- atau sekitar 29 persen. Artinya jika terjadi perubahan harga dari dua jenis bahan tersebut pasti akan berdampak signifikan terhadap kelayakan usaha agribisnis keripik singkong.

Distribusi biaya tenaga kerja relatif untuk semua jenis kegiatan mulai dari pengupasan, produksi, pemasaran yang mencapai angka antara Rp 350.000,- sampai dengan Rp 1.750.000,-. Biaya lain-lain hanya penyusutan alat, sementara komponen pajak tidak ada.

Dari Tabel 6 dapat dihitung biaya total dan dapat diketahui keuntungan yang bisa didapat oleh perusahaan selama melakukan proses produksi. Penghitungan biaya total dan keuntungannya adalah sebagai berikut :

1. Biaya Total

$$\begin{array}{rcl} \text{Biaya Tetap} & \text{Rp. 82.650.000} & \\ \text{Biaya Variabel} & \text{Rp. 7.920.000} & + \\ \hline & \text{Rp. 90.570.000} & \end{array}$$

2. Penerimaan

$$\begin{aligned} \text{TR 1} &= P \times Q \\ &= \text{Rp. 129.300} \times 1000 \\ &= 129.300.000 \end{aligned}$$

Keterangan :

TR : Penerimaan Total

P : Harga output (produk olahan singkong)

Q : Jumlah produksi

3. Keuntungan

$$\begin{aligned} \pi &= \text{TR} - \text{TC} \\ &= \text{Rp. 129.300.000} - \text{Rp. 90.570.000} \\ &= \text{Rp. 38.730.000} \end{aligned}$$

Keterangan :

π : Keuntungan

TR : Penerimaan

TC : Biaya Total

4. Perhitungan R/C ratio

$$\frac{R}{C} \text{ ratio} = \frac{TR}{TC}$$

$$= \frac{129.300.000}{90.570.000}$$

$$= 1,4 \text{ (R/C ratio} > 1 \text{ artinya bisnis ini layak secara finansial)}$$

Dari hasil analisis perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa usaha ini layak untuk dikembangkan dan dilanjutkan karena nilai R/C ratio lebih dari 1.

7. Rencana Produksi dan Operasi

Menurut Assauri (1998), proses produksi merupakan kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan

menggunakan faktor-faktor yang ada seperti tenaga kerja, mesin, bahan baku dan dana agar lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia.

Dalam sebuah rencana produksi, dapat diketahui bahwa masing-masing penyelesaian pekerjaan dari bahan mentah (*bahan baku*) sampai dengan produk akhir (*barang jadi*) akan mempunyai pola urutan tertentu. Urutan penyelesaian proses produksi ini akan beraneka ragam dan berbeda-beda antara yang satu dengan yang lain, walaupun terdapat di dalam sebuah perusahaan tertentu. Dengan demikian urutan penyelesaian pekerjaan ini sangat penting di dalam perusahaan agar pekerjaan-pekerjaan tersebut dapat diselesaikan dengan efektif, efisien serta dapat pula memperkecil terdapatnya beberapa kemungkinan kesalahan yang akan terjadi di dalam pelaksanaan proses produksi.

Proses produksi pembuatan keripik singkong ini, meliputi tahap persiapan alat dan bahan, penyortiran bahan baku, pengupasan bahan baku, pencucian (perendaman), perajangan (pengirisan), penyortiran bahan setengah jadi, penggorengan, proses pengendalian mutu, dan terakhir pengemasan. Bahan baku singkong dikelola sebaik mungkin agar dihasilkan produk yang mempunyai ciri khas tersendiri dan daya jual yang tinggi.

Kegiatan produksi keripik singkong mulai bahan baku mentah sampai siap dijual melalui beberapa tahapan, sebagai berikut :

1. *Persiapan alat dan bahan*

Alat dan bahan untuk produksi menggunakan bahan yang sudah modern, seperti alat pengupasan, alat pasah, sampai proses terakhir yaitu pengemasan semua alat dan bahan menggunakan mesin yang sesuai standart produksi keripik singkong hal ini dilakukan bertujuan untuk lebih efektif dan efesiennya proses produksi.

2. *Penyortiran bahan baku*

Bahan Baku untuk keripik singkong harus dipilih mana yang kualitas terbaik bahan baku yang dipilih harus sesuai standar operasional perusahaan, artinya apabila bahan baku sudah tidak memenuhi standart akan di pindahkan,

dan selanjutnya akan diproses produksi menjadi produk yang lain. Hal ini dilakukan untuk lebih meningkatkan kualitas produk perusahaan.

3. *Pengupasan bahan baku*

Bahan baku yang sudah di sortasi, akan dikupas menggunakan mesin modern. Sehingga akan lebih menghemat waktu dan biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan.

4. *Perendaman dan Pencucian*

Setelah semua bahan baku dikupas, maka proses selanjutnya adalah pencucian bahan baku. Proses ini dilakukan untuk membersihkan kotoran yang melekat pada singkong, sedangkan proses perendaman dilakukan untuk menghilangkan getah yang terdapat pada singkong selain itu proses ini bertujuan untuk melunakkan singkong.

5. *Perajangan (pengirisan)*

Tahap selanjutnya adalah proses perajangan (pengirisan), dengan menggunakan mesin perajang singkong yang modern sesuai standart perusahaan. Hal ini dilakukan untuk lebih menghemat tenaga dan waktu, dan biaya bahan baku yang digunakan akan lebih sempurna karena dengan menggunakan mesin ketebalan bisa disesuaikan.

6. *Penyortiran bahan setengah jadi*

Proses selanjutnya adalah sortasi tahap kedua, yaitu sortasi bahan setengah jadi. Bahan yang akan disortasi meliputi hasil dari perajangan biasanya bahan baku yang jelek akan hancur ketika proses ini jadi perlu adanya sortasi agar produk yang dihasilkan berkualitas.

7. *Penggorengan*

Setelah bahan baku disortasi, maka selanjutnya melalui proses penggorengan dengan menggunakan kompor yang modern dan minyak goreng yang berkualitas.

8. *Pengendalian mutu*

Setelah tahap 1 sampai 7 selesai, tahap ini adalah tahap proses pengendalian mutu produk. Proses ini dilakukan untuk menciptakan produk yang berkualitas dan bergizi seimbang dari sebuah produk sesuai dengan ISO 9001 tentang manajemen mutu.

9. *Pengemasan*

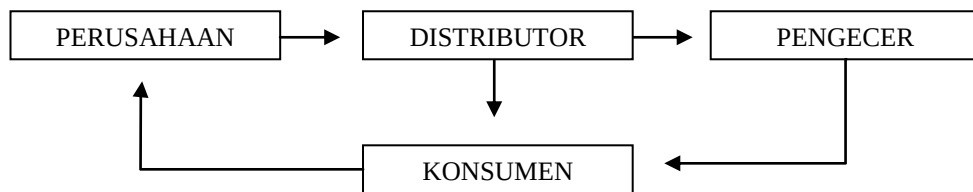
Tahap terakhir adalah proses pengemasan, pengemasan merupakan salah satu konsep pemasaran. Perusahaan dalam proses ini menggunakan kemasan plastik yang menarik dengan label yang berisi tentang semua informasi seperti: legalitas, komposisi, dan kandungan gizi. Untuk pemasaran diluar kota akan dikemas menggunakan kardus.

Keripik Singkong “RIDHO JAYA” tersedia dalam tujuh rasa yaitu original, balado, pizza, pedas manis, berbaque, sapi panggang, dan ekstra pedas. Sedangkan produk yang lain adalah getuk singkong, singkong kress, tape singkong dan singkong lapis aneka rasa, untuk keripik singkong perusahaan juga menjual produk dalam kondisi mentah.

8. Rencana Distribusi dan Promosi

Distribusi adalah suatu proses penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen, proses distribusi itu sendiri pada dasarnya menciptakan kegunaan, waktu, tempat, dan pengalihan. Distribusi yang efektif dan efisien harus menggunakan sistem saluran distribusi dimana saluran tersebut merupakan jembatan antara produsen dan konsumen.

Pada studi kasus perusahaan keripik singkong “RIDHO JAYA” ini distribusi yang dilakukan sudah cukup maksimal, perusahaan memiliki timing kapan dagangan mereka bisa terjual secara cepat. Hal tersebut dikarenakan perusahaan mempunyai misi yaitu dengan menjadi perusahaan yang memimpin pasar yang bergerak dibidang makanan ringan (camilan). Perusahaan akan meningkatkan promosi karena promosi merupakan indikator keberhasilan dalam proses pemasaran sehingga distribusi pemasarannya akan luas bahkan produk ini berpotensi untuk ekspor.



Gambar 3. Proses distribusi pemasaran keripik singkong “RIDHO JAYA”

Pada aspek promosi perusahaan akan menggunakan sarana teknologi, tidak dapat kami pungkiri bahwa keberadaan teknologi itu sangat berpengaruh terhadap proses berjalannya perusahaan dimana dalam bisnis yang dijalankan ini lebih banyak menggunakan teknologi internet untuk mengetahui segala berita dan perkembangan yang terjadi sehingga perusahaan dapat mentransfer informasi mengenai proses produksi dengan perusahaan lain dan juga akan berupaya untuk melakukan penjualan via internet (toko online). Untuk lebih meningkatkan permintaan perusahaan juga akan melakukan promosi produk dengan pemasangan iklan di koran-koran maupun iklan di radio-radio. Untuk selanjutnya perusahaan akan menjalin kerja sama dengan sejumlah distributor yang ada di luar kota.

9. Rencana Segmentasi Pasar

Definisi segmentasi pasar menurut Fandy Tjiptono, 2007 adalah proses membagi pasar keseluruhan suatu produk atau jasa yang bersifat heterogen, kedalam beberapa segmen dimana masing-masing segmennya cenderung bersifat homogen.

Segmentasi pasar pada pemasaran keripik singkong “RIDHO JAYA” adalah dengan menggunakan sistem tempat dan kalender, karena kedua komponen tersebut sangat berguna bagi perusahaan seperti contoh kalender liburan konsumen pasti banyak berdatangan ke tempat-tempat liburan untuk berwisata dengan berorientasi pada tempat wisata dan tempat penginapan (hotel, losmen) maka jumlah permintaan akan bertambah. Hari-hari besar islam juga tidak luput dari perhatian perusahaan, karena pada saat menjelang hari besar islam secara

otomatis akan terjadi peningkatan permintaan, perusahaan juga harus lebih memperhatikan perilaku konsumen.

10. Rencana Strategi Targeting dan Positioning

A. Strategi Targeting

Strategi targeting merupakan salah satu dari bagian segmentasi pasar, strategi ini merupakan evaluasi dari berbagai segmen dan akan ada salah satu segmen yang akan dipilih. Perusahaan akan memperhatikan segmen dari cirri konsumen dan perilakunya. Sehingga kebutuhan produk keripik singkong akan semakin banyak diminati karena hanya ada satu bauran pemasaran.

B. Strategi Positioning

Dalam strategi ini perusahaan menggunakan sistem mitra, karena manfaat strategi ini untuk mengidentifikasi konsep penetapan posisi. Sehingga semua persepsi baik dari pedagang itu sendiri, pesaing, dan konsumen bisa terukur strategi ini merupakan alternatif untuk lebih aman dalam memasarkan produknya karena perusahaan keripik singkong di produksi dari tempat yang sama meskipun berbeda saluran pemasaran

11. Analisis SWOT

Faktor Eksternal Faktor Internal	Opportunities (peluang) - Banyaknya tempat wisata - Produk makanan khas daerah - Memiliki rasa yang beragam	Threats (Ancaman) - Kompetitor - Harga bahan pokok - bahan baku musiman
Strengths (kekuatan) - Harga terjangkau - Produk unik dan menarik - Jaminan mutu	STRATEGI SO - Produksi ditingkatkan tanpa mengurangi kualitas produk - Memperluas jaringan	STRATEGI ST - Reward pelanggan - Menjual produk mentah

	pemasaran	
Weakness (kelemahan)	STRATEGI WO	STRATEGI WT
Bahan mudah rusak jika terkena hujan	Kemasan lebih menarik dan tahan terhadap segala kondisi.	Menjaga pasar dan terus meningkatkan inovasi produk, serta lebih memperhatikan perilaku konsumen.

12. Analisa Risiko

Ada beberapa resiko yang mungkin akan terjadi setelah menjalankan bisnis ini antara lain:

- Risiko adanya pesaing baru dalam perusahaan, sehingga perusahaan yang di bangun ini kalah bersaing dipasaran.
- Tidak adanya bahan baku untuk produksi seperti sulit didapatnya singkong yang bagus karena iklim yang tidak menentu.
- Semakin melonjaknya harga bahan pokok, sehingga akan berdampak terhadap produksi.

Risiko karena produk kami tidak terjual dipasaran sehingga perusahaan akan mengalami risiko yang sudah dijelaskan di atas tadi benar-benar terjadi maka perusahaan mempunyai strategi-strategi untuk menanggulangi risiko tersebut antara lain.

- Jika ada pesaing baru yang memproduksi produk yang sama dengan perusahaan maka perusahaan akan memperbarui produk kami dengan cara adanya peningkatan kualitas dan dengan cita rasa yang lebih banyak sehingga produk tidak kalah bersaing.
- Jika bahan baku sudah tidak layak diproduksi karena faktor iklim yang tidak menentu maka perusahaan akan memproduksi disaat iklim bagus, dan akan menyimpan dalam kondisi mentah sehingga apabila kesulitan bahan baku perusahaan dapat kembali memasarkan dalam kondisi mentah.
- Jika harga bahan pokok (sembako) terus naik, maka perusahaan akan bekerja

sama dengan BUMN atau BUMD terkait dengan kompensasi yang akan di dapat.

D. Jika produk kami tidak laku dipasaran maka kami berinisiatif untuk mendaftarkan perusahaan pada pihak asuransi, sehingga apabila resiko perusahaan akan rugi ada alternatif modal sehingga perusahaan akan beroperasi kembali.

D. kerugian.

Seandainya

13. Rencana Tindak Lanjut

A. Perencanaan Pengoperasian harga

Harga produk olahan singkong yang akan dijual berkisar antara Rp. 2000,- sampai dengan Rp. 10.000,- harga ini didasarkan pada banyaknya biaya produksi dan harga ini mudah terjangkau dilapisan masyarakat.

B. Perencanaan pengoperasian perusahaan dalam bidang teknologi

Tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan teknologi itu sangat berpengaruh terhadap proses berjalannya perusahaan dalam bisnis yang dijalankan ini, perusahaan akan menggunakan mesin yang berteknologi canggih dalam proses produksi sehingga tingkat efesiensi waktu, tenaga dan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan bisa diminimumkan (*gambar pada lampiran 2*). Perusahaan juga akan menggunakan sarana media teknologi informasi sebagai media pemasaran karena untuk mengetahui segala berita dan perkembangan yang terjadi sehingga perusahaan dapat mentransfer informasi mengenai proses produksi dengan perusahaan lain.

C. Perencanaan Distribusi

Kami akan mendistribusikan produk ini langsung pada distributor yang kemudian akan mengecekkannya kembali pada pemilik kios-kios kecil atau dijual langsung pada konsumen. Perusahaan juga menerima pembelian langsung di pabrik. Hal ini dilakukan juga untuk melayani konsumen dengan baik dan meningkatkan permintaan.

D. Perencanaan Promosi

Perusahaan kami akan mempromosikan produk dengan pemasangan iklan di koran-koran maupun iklan di radio-radio juga media teknologi informasi (*internet*). Untuk selanjutnya perusahaan akan menjalin kerja sama yang cukup ideal dengan sejumlah distributor yang ada di luar Kabupaten bahkan akan mengikuti pameran jajanan nusantara yang biasanya diselenggarakan oleh Pemerintah Reublik Indonesia.

Lampiran 2.
Rekapitulasi Biaya dan Jumlah Produksi Industri Keripik Singkong ANGSA

A. Biaya Tetap

No	Uraian	Jumlah Unit	Harga (Rp)	Jumlah Harga (Rp)	Masa Pakai (Th)	Penyusutan Per Tahun (Rp)	Penyusutan Perbulan (Rp)	Penyusutan Per hari (Rp)
1	Pisau	6	5000	20000	2	10000	833,3333	27,77778
2	Tungku	4	50000	100000	1	100000	8333,333	277,7778
3	Wajan Besar	4	970000	2910000	5	582000	48500	1616,667
4	Bak Besar	4	75000	375000	1	375000	31250	1041,667
5	Pengiris singkong	6	55000	110000	2	55000	4583,333	152,7778
6	Serok	4	25000	75000	1	75000	6250	208,3333
7	Sutil	4	15000	90000	1	90000	7500	250
8	Pengayakan besar	2	40000	80000	1	80000	6666,667	222,2222
9	Bak ukuran sedang	4	25000	50000	1	50000	4166,667	138,8889
10	Kuas ukuran sedang	3	6000	12000	1	12000	1000	33,33333
11	Alat pengepresan	10	750000	2250000	7	321428,6	26785,71	892,8571
12	Steples	4	25000	50000	2	25000	2083,333	69,44444
13	Kereta dorong	4	100000	100000	3	33333,33	2777,778	92,59259
Total								5024,34

B. Biaya Variabel Per Proses Produksi (Per Hari)

No	Uraian	Volume		Harga Per Unit (Rp)	Jumlah Harga
		Jumlah	Unit		
1	Bahan Baku				
	Singkong	300	kilogram	1500	375000
	Garam	2	kilogram	1000	1000
	Bawang merah	4	kilogram	17.500	52500
	Gula	2	kilogram	10000	10000
	Vetsin	1	kilogram	12500	12500
	Bawang putih	5	kilogram	7000	21000
	Minyak goreng	170	kilogram	12000	600000
	Jumlah				1072000
2	Tambahan				
	Plastik Kemasan	4	Rol	7500	7500
	Sak	10	Buah	1500	9000
	Plastik Kresek Besar	4	Kantong	4000	4000
	Jumlah				20500
3	Biaya Tenaga Kerja				
	Pengadaan Bahan Baku	4	HOK	20000	17000
	Pengupasan	4	HOK	15000	30000
	Pengirisan	4	HOK	15000	60000
	Penggorengan	3	HOK	15000	68000
	Pemberian rasa	4	HOK	20000	45000
	Jumlah				220000
4	Biaya Lain-Lain (Per Hari)				

a. Makan+minum+snack

Makan pagi	19	orang	4000	56000
Makan siang	19	orang	4000	56000
Minum (kopi/teh/air)	19	orang	1000	14000
Jumlah				126000
Jumlah total				1438500

C. Jumlah Biaya Usaha Industri Keripik Singkong ANGSA

No	Jenis Biaya	Jumlah Biaya (Rp/hari)
1	Biaya Tetap	5024,34
2	Biaya Variabel	1438500
	Total (Rp)	1443524,34

D. Produksi Perhari

No	Jenis Produk	Total	Jumlah Harga (Rp/hari)
1	Harga Rp.7000	240 Pack	1920000
2	Harga Rp.3000	510 Pack	2040000
	Harga Rp.2500	390 Pack	975000
	Harga Rp.1500	300 Pack	300000
	Harga Rp.500	210 Pack	105000
	Total (Rp)		5340000



Mesin perajang singkong

Spesifikasi mesin perajang singkong :

Bahan

- 1) Disk pisau : Baja
- 2) Pisau : Stainless Steel
- 3) Frame : Besi
- 4) Hopper : Stainless Steel

Jumlah Pisau : 2 buah Posisi disk : Vertikal, Penggerak : Motor dinamo,
 Kapasitas : 200 kg / jam, Diproduksi oleh : Pabrik Mesin Agrowindo (PT
 Agrowindo Sukses Abadi) Keunggulan Mesin Perajang Singkong ini adalah :

- a) Kapasitas besar, berbahan stainless stell
- b) Produksi cepat, garansi 1 tahun, dan menggunakan las argon dalam pengerjaannya, sehingga lebih cepat dan lebih halus.

Lampiran 3.

DOKUMENTASI KEGIATAN



Prasarana Promosi Perusahaan



Proses Perendaman



Pengirisan Bahan Baku



Proses Penggorengan



Proses Pemberian Bumbu (Perasa)



Proses pembungkusan



Proses Pengemasan



Prose pengebalan



Produk yang sudah siap untuk di pasarkan