**RANGKUMAN MATERI PKWU KELAS X**

**Materi 1 ANALISIS SWOT**

Analisis SWOT adalah analisis kondisi internal maupun eksternal suatu organisasi yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja. Analisis internal meliputi peniaian terhadap faktor-faktor *kekuatan (****strength****)* dan *kelemahan (****weakness****)*. Sementara, analisis eksternal mencakup faktor-faktor *peluang (****opportunity****)* dan *ancaman (****threats****)*.

**CONTOH ANALISIS SWOT**

**PRODUK KERIPIK PISANG**

**STREGHT (kekuatan)**

1. Rasanya enak dan memiliki cita rasa yang manis
2. Harganya cukup murah dan terjangkau
3. Bahan baku mudah didapat
4. Produk yang dihasilkan berkualitas dan bias memenuhi kebutuhan gizi

**WEAKNESS (kelemahan)**

1. Bahan baku keripik yang mudah rusak
2. Kemasan kurang menarik
3. Tidak cepat laku karena peminatnya sedikit
4. Keripik akan mudah rusak jika tidak disimpan dengan benar (mudah remuk)

**OPPORTUNITY (peluang)**

1. Biaya produksi yang murah
2. Di daerah serupa belum ada usaha keripik pisang
3. Kondisi masyarakat yang konsumtif
4. Permintaan pasar meningkat
5. Adanya dukungan dari masyarakat dan pemerintah terhadap usaha kecil

**THREATS (ancaman)**

1. Jumlah competitor yang terus meningkat
2. Munculnya produk baru yang lebih unggul
3. Kenaikan harga bahan baku yang terus meningkat
4. Perubahan selera masyarakat

**ALASAN MEMILIK USAHA KERIPIK PISANG**

1. Karena bahan bakunya murah
2. Cara pembuatannya sederhana
3. Dapat di kreasikan dengan berbagai aneka

**Materi 2 SISTEM PENGOLAHAN MAKANAN AWETAN**

Pengelompokan bahan awetan nabati

* Pengelompokan buah
  + **Berdasarkan Musim**
    - buah musiman : rambutan, mangga, durian, dll
    - buah tidak musiman : pisang, nanas, pepaya, jambu air, dll
  + **Berdasarkan iklim**
    - tropis : nanas, pisang,pepaya, alpukat, mangga, rambutan, durian, dll
    - subtropis : anggur, apel, jeruk, arbei, strawbery, dll
* Pengelompokan sayur
  + **Berdasarkan bagiannya**
    - 1.umbi: wortel, kentang
    - 2.daun: selada, bayam, kangkung, sawi
    - 3.batang: asparagus, rebung
    - 4.buah: tomat, cabai, labu siam, terong
    - 5.bunga: bunga kol, bunga turi
    - 5.biji: kacang merah, kacang hijau, kacang tanah
  + **Berdasarkan iklim**
    - buah iklim panas/tropis : pete, terong, kangkung, cabai, ubi jalar, singkong,dll
    - buah iklim sedang/sub-tropis : kubis, brokoli, kentang, seledri, selada, wortel, dll
* Pengelompokan bumbu
  + **Lokal** : Kunyit, jahe, jinten, pala, ketumbar, lada, kemiri, gula merah, bawang merah, bawang putih, daun bawang,
  + **Impor :** Basil, thyme, rosemary, oregano, paprika, sage, mustard, taragon, bay leave, dll

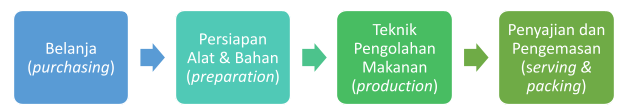
Metode pengawetan olahan nabati

* Pengaturan kadar air
  + **Pengertian :** usaha untuk mengurangi kadar air bebas yang ada pada suatu bahan makanan. Pengurangan aktifitas air dilakukan dengan cara pengeringan serta penambahan gula dan garam.
    - pengeringan : contohnya yaitu ohakuto, keripik, minuman serbuk, bumbu serbuk. Teknik yang digunakan biasanya menjemur, menggoreang, menyangrai dan memanggang
    - penambahan gula : contohnya yaitu selai, saus, sirup, manisan. Teknik yang digunakan biasanya boiling, simmering, stewing dan braising
    - penambahan garam : contohnya yaitu kimchi dan sawi asin. Teknik yang digunakan umumnya blanching.
* Pengaturan tingkat PH
  + **Pengertian :** menurunkan nilai pH menjadi ≤6 sehingga rasa makanan lebih asam, seperti membuat acar, asinan dan lain-lain. Hal ini dapat dilakukan dengan penambahan bahan yang bersifat asam seperti cuka, asam jawa, lemon
* Pengaturan suhu
  + **Jenis :** dilakukan melalui pendinginan, pembekuan dan pemanasan.
    - Pendinginan dan pembekuan hanya menghambat perkembangbiakan organisme.
    - Pemanasan Pada suhu >60oC, bakteri tidak tumbuh dan mulai mati sebagian.
  + **Pemanasan suhu tinggi**
    - Pengolahan pangan dengan menggunakan suhu tinggi, dibagi menjadi :
    - Blanching adalah proses merebusan dalam air mendidih dengan cepat
    - Pasteurisasi adalah suatu proses pemanasan yang dilakukan pada suhu kurang dari l00 C
    - **sterilisasi** adalah suatu proses pemanasan yang dilakukan pada suhu kurang lebih dari l00 C
  + **Prinsip kontrol suhu**
    - menyimpan bahan makanan pada suhu di luar daerah yang dikenal dengan istilah zona berbahaya. Yaitu diantara 60oC dan 4oC.
* Pengaturan oksigen
  + **Pengertian :** makanan dikemas dalam wadah yang telah dikeluarkan oksigennya
* Penambahan inhibitor
  + **Pengertian :** Penambahan inhibitor (bahan penghambat pertumbuhan bakteri)
    - Inhibitor alami : minyak bawang putih
    - Inhibitor buatan : asam asetat, benzoat dan nitrit
    - Inhibitor hasil aksi mikroba : bakteri yang digunakan dalam pembuatan nata de coco, yogurt dan tape
* Irradiasi
* **Pengertian :** menggunakan paparan sinar radiasi maupun zat radioaktif untuk membunuh mikroorganisme

**Materi 3 KONSEP PENGOLAHAN MAKANAN AWETAN NABATI**

* Tahapan proses pengolahan makanan

Untuk memproduksi suatu produk, diperlukan tahapan sehingga pekerjaan produksi menjadi lebih sistematis, efektif dan efisien.



* Belanja (purchasing)

Purchasing merupakan proses pembelian barang atau jasa. Kegiatan purchasing bertujuan untuk memenuhi segala kebutuhan bahan baku yang diperlukan untuk proses produksi .

Hal yang harus diperhatikan saat melakukan purchasing adalah :

1. Cek stok bahan baku
2. Pemilihan vendor/toko
3. Cara melakukan pemesanan
4. Penerimaan dan pengecekan barang
5. Pembayaran tagihan

* Persiapan Alat dan Bahan

Preparation adalah kegiatan persiapan yang dilakukan sebelum melakukan proses produksi. Preparation bertujuan untuk membuat pengerjaan kegiatan produksi lebih efektif dan efisien.

**Materi 4 PENGEMASAN PENGOLAHAN MAKANAN AWETAN NABATI**

**Kemasan pangan adalah** bahan yang digunakan untuk **mewadahi dan membungkus** pangan baik yang bersentuhan langsung dengan pangan maupun tidak.

**Pengemasan** sebagai suatu usaha untuk menjamin keamanan produk selama pengangkutan dan penyimpanan sehingga dapat sampai ke tangan konsumen dalam kondisi yang baik.

Tujuan pengemasan adalah :

1. Membuat umur simpan bahan pangan menjadi panjang.
2. Mencegah rusaknya zat gizi bahan pangan.
3. Menjaga dan menjamin kesehatan dan keamanan bahan pangan.
4. Memudahkan distribusi/pengangkutan dan menyimpan bahan pangan.
5. Menambah estetika dan nilai jual bahan pangan.
6. Meningkatkan daya tarik dari produk pangan.

Syarat kemasan :

* Kemampuan daya pembungkus yang baik, sehingga **memudahkan** **penanganan**, pengangkutan, distribusi, penyimpanan dan penyusunannya.
* Kemampuan **melindungi isinya** dari berbagai risiko dari luar      (suhu, sinar/cahaya, bau,benturan dan kontaminasi mikroorganisme).
* Kemampuan sebagai **daya tarik** terhadap konsumen seperti informasi dan penampilan serta keindahan.
* Ukuran, bentuk dan bobot yang **sesuai dengan makanan**, norma dan standar yang ada.
* Mudah dibuang, dibentuk, dicetak dan ramah lingkungan.

Jenis-jenis kemasan :

* Kaleng
* Kaca
* Plastik
* Alumunium
* Kertas

Penggolongan kemasan :

1. **FREKUENSI PEMAKAIAN**

* Kemasan sekali pakai (disposable)
* Kemasan yang dapat dipakai berulang kali (multi trip)
* Kemasan yang tidak dibuang (semi disposable)

1. **STRUKTUR SISTEM KEMASAN**

* Kemasan primer= kemasan yang langsung mewadahi bahan pangan
* Kemasan sekunder= kemasan untuk melindungi kelompok kemasan lain
* Kemasan tersier= kemasan pelindung saat proses distribusi

Faktor penting dalam kemasan :

1. **Faktor pengamanan:** Dapat melindungi produk dengan baik
2. **Faktor ekonomi:** penting mmperhitungkan biaya kemasan agar sesuai dan tidakmelebihi proporsi manfaatnya.
3. **Mudah didistribusikan:** ringan, mudah disimpan, mudah dipajang
4. **Faktor komunikasi:** mudah diingat, mudah dipahami dan dapat menjelaskan citra produk tersebut
5. **Faktor ergonomik:** kemasan mudah dibawa, dipegang, dibuka dan mudah disimpan.
6. **Faktor estetika:** warna, bentuk, merek/logo, ilustrasi, huruf dan tata letak
7. **Faktor identitas:** memiliki identitas produk agar mudah dikenali dan mudah dibedakan dengan produk lain.

**Materi 5 PERENCANAAN USAHA PENGELOLAAN MAKANAN AWETAN NABATI**

1. **ALASAN MELAKUKAN PENGAWETAN**

Di Bab ini kami akan merangkum bab tentang Perencanaan Usaha Pengolahan Makanan Awetan Nabati, sebelum membahas lebih lanjut kita harus mengetahui mengapa kita harus melakukan pengawetan pada makanan kita atau lebih khususnya yaitu makanan awetan nabati kita.

Salah satu masalah jika kita tidak melakukan pengawetan ialah pada saat pemanenan. Jika kita melakukan pemanenan semuanya secara bersamaan maka akan terjadi over supply yang akan membawa banyak masalah bagi sang pemanen yaitu,

* Harga Jual menurun
* Hasil panen membusuk
* Hasil panen tidak laku dijual

Dengan adanya masalah diatas maka diciptakanlah pengawetan makanan agar tercipta suatu produk baru dengan keawetan yang lebih lama.

1. **HAL HAL YANG HARUS DIPERTIMBANGKAN**

Sebelum melakukan  perencanaan usaha ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu

* Mempersiapkan **SUMBER DAYA USAHA (SDU)**
* Menganalisis **PELUANG USAHA**
* Mempertimbangkan **RESIKO USAHA** yang mungkin akan terjadi

1. **HAL HAL HARUS YANG DIRENCANAKAN**

Dalam merencanakan usaha akan ada banyak yang direncanakan/dikirakan antara lain ialah,

**MENCARI IDE**

* Potensi makanan awetan nabati
* Makanan awetan layak jual, yg diminati
* Kreatif dan inovatif

**TEKNOLOGI**

* Alat yang digunakan
* Metode/teknik pembuatan

**BAHAN BAKU**

* Ketersediaan bahan baku
* Harga bahan baku
* Bahan penunjang lainnya

**TENAGA KERJA**

* Ketersediaan tenaga kerja
* Keahlian tenaga kerja
* Pembagian tugas

**PEMASARAN**

* Strategi pemasaran
* Media promosi

1. **SUMBERDAYA USAHA**

Karena Sumberdaya Usaha merupakan salah satu ayng harus dipertimbangkan maka ini adalah segala sesuatu yang terdapat pada sumberdaya usaha**.** Yaitu,

1. **MAN (manusia).** Keterampilan produksi.
2. **MONEY (uang).** Pengaturan keuangan.
3. **MATERIAL (bahan).** Potensi bahan baku.
4. **MACHINE (peralatan).** Ketersediaan alat.
5. **METHOD (cara kerja).** Teknik produksi yang tepat.
6. **MARKET (pasar).** Target pasar/pasar sasaran.
7. **PELUANG USAHA**

**Peluang usaha** dapat diketahui dengan mencari ide usaha/produk yang tepat, mengamati pasar atau biasa dikenal dengan melakukan **RISET PASAR.** Kalian dapat melakukan pemetaan peluag usaha menggunakan **ANALISIS SWOT.**

Sedangkan **resiko usaha** adalah kegagalan dalam menangkap peluang usaha.

Sebelum membuka usaha harus melakukan analisa resiko yang mungkin akan terjadi.

Misal dikarenakan:

* Permintaan (perubahan mode, selera, daya beli)
* Perubahan perekonomian
* Persaingan
* Akibat lain (bencana alam, perubahan aturan, perubahan teknologi, dll)

Jenis wirausaha/usaha dapat disesuaikan dengan banyak hal,

baik keahlian, minat dan kesukaan, maupun berdasarkan ketersediaan bahan baku yang ada di sekitarnya, dan peluang yang ada.

Menjalankan usaha sesuai dengan minat dan keahlian akan lebih mudah. Maka carilah usaha sesuai keahlian kalian.

**Materi 6 KEWIRAUSAHAAN**

* Wirausaha berasal dari kata wira dan usaha,Wira = pejuang , utama , gagah , berani , teladan dan jujur . Usaha = kegiatan yang dilakukan Wirausaha suatu kemampuan untuk mencipta sesuatu yang baru dan berbeda,Pelaku wirausaha dikenal dengan sebutan Wirausahawan ( entrepreneur ) , yaitu seseorang yang memiliki kualitas jiwa kepemimpinan dan inovator dalam melakukan usaha.
* Kewirausahaan adalah sebuah penerapan dan peningkatan sikap kreatif / inovatif untuk memecahkan masalah serta upaya memanfaatkan peluang yang ada .
* Wiraswasta dikatakan seseorang yang bekerja di perusahaan / orang lain ( orang yang memiliki usaha ) tetapi seseoramg wiraswasta bisa memiliki usaha sendiri .
* Pengusaha adalah seseorang yang menjalankan bisnis dengan aktivitas jual beli guna mendapatkan keuntungan . Seorang pengusaha tidak harus memproduksi produknya sendiri untuk dijual juga tidak harus kreatif menciptakan produk baru . Intinya menjual dan dapat keuntungan .

Perbedaan Wirausaha dan Wiraswasta

* Dilihat dari fokus usahanya , wiraswasta memiliki usaha sendiri namun hanya sebagai selingan / paruh waktu . Sedangkan wirausaha keseluruhan waktunya hanya untuk usaha tersebut , tidak terikat oleh siapapun berdiri sendiri dan mandiri

SIFAT SEORANG WIRAUSAHAWAN

* Percaya diri= Merupakan paduan sikap dan keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas atau pekerjaannya.
* Mempunyai kemauan yang keras , gigih dan pantang menyerah
* Berorientasi tugas dan hasil = selalu mengutamakan nilai - nilai motif berprestasi , berorientasi pada laba , ketekunan dan kerja keras .
* Berani mengambil resiko = menyukai usaha yang lebih menantang untuk mencapai kesuksesan
* Kepemimpinan = seorang wirausahawan harus memiliki jiwa kepemimpinan , kepeloporan dan keteladanan
* Berorientasi pada masa depan=memiliki perspektif dan pandangan ke masa depan
* Orisinil = Kreatif dan inovasi
* Mengabdi pada bisnis yang dijalani
* Dan berbagai sifat positif lainnya

**Materi 7 BIAYA POKOK PENGOLAHAN (Harga Pokok Produksi)**

* Biaya Pokok Produksi

Jumlah biaya yang harus dikeluarkan untuk membuat suatu produk yang akan dijual dengan tujuan menghasilkan keuntungan. Biaya yang dikeluarkan dalam mengolah bahan baku sehingga menjadi produk selesai.

* Fungsi Menghitung Biaya Pokok Produksi
  + Sebagai dasar penentuan Harga Jual
  + Sebagai dasar perhitungan laba rugi
  + Sebagai dasar penentuan kebijakan perusahaan
* Harga Pokok Produksi (HPP)

Biaya tetap (fix cost) + Biaya Tidak tetap (variable cost) + Pengeluaran tambahan (overhead)

* Setelah mengetahui Harga Pokok Produksi, perusahaan dapat menentukan Harga Jual. Penentuan Harga Jual mempertimbangkan beberapa aspek seperti perbandingan harga dengan pesaing dan keuntungan yang diinginkan

Harga Pokok Produksi + Laba = Harga Jual

**Materi 8 DIRECT MARKETING**

**PENGERTIAN DIRECT MARKETING**

**Pemasaran langsung (direct marketing)** adalah suatu sistem marketing yang menggunakan **saluran langsung** agar mampu menjangkau konsumen dan menyediakan barang atau jasa **tanpa bantuan perantara.**

Menurut Kotler-Gary Armstrong (1996), “direct marketing”adalah sistem pemasaran yang memanfaatkan berbagai media periklanan untuk **berinteraksi langsung dengan target konsumen**.

**MANFAAT DIRECT MARKETING**

**Bagi Penjual**

* Target dan segmentasi pasar lebih jelas
* Dapat menganalisis psikologi konsumen untuk menentukan metode promosi yang tepat
* Strategi promosi tidak mudah ditiru karna bersifat personal
* Biaya relatif rendah

**Bagi Pembeli**

* Mendapatkan informasi produk secara langsung
* Mendapatkan penawaran yang menarik
* Dapat membeli produk secara langsung dari tangan pertama

**JENIS-JENIS PEMASARAN LANGSUNG**

1. **Telemarketing**

**Telemarketing** adalah kegiatan memasarkan, mengkomunikasikan, melakukan penawaran dan mensosialisasikan jasa atau produk melalui media telepon. Orang yang melakukan telemarketing disebut **telemarketer**.

•**Kelebihan:** berinteraksi secara langsung dengan konsumen

•**Kekurangan:** terkesan mengganggu konsumen

1. **Direct Mail**

**Direct mail** merupakan suatu surat iklan bisnis yang dikirimkan secara langsung pada target pelanggan di suatu daerah. Bentuknya dapat berupa **katalog produk** yang dicetak.

•**Kelebihan:** Mudah dibawa dan dibaca,informasi cukup jelas, dengan desain yang unik memiliki potensi disimpan oleh konsumen, fokus penyebaran di suatu area tertentu

•**Kekurangan:** Potensi meningkatkan limbah kertas jika dibuang, sangat tergantung pada desain, tidak menjangkau area yang luas

1. **Email Marketing**

**Email marketing** adalah cara sederhana, ekonomis dan bisa diatur skalanya dalam menjangkau pelanggan. Email marketing bisa berbentuk buletin elektronik, email promosi atau penawaran untuk pelanggan.

•**Kelebihan:** ditujukan langsung pada pelanggan yang berminat, jangkauan lebih luas, biaya terjangkau,

•**Kekurangan:** sering diabaikan atau masuk spam, tidak semua pelanggan memiliki dan aktif membuka email, email tidak bisa diterima secara langsung

1. **SMS Blasting**

**SMS Blast** adalah bentuk pengiriman SMS dengan nama pengirim adalah sebuah perusahaan, jadi nantinya pesan yang terlihat oleh penerima bukan berupa nomor handphone seperti biasanya, tapi sudah berbentuk nama perusahaan pengirim. SMS Blast dapat juga disebut dengan **Broadcast SMS**.

•**Kelebihan**: proses cepat, cocok untuk segala handphone, ramah lingkungan, biaya relatif rendah, menjangkau semua lapisan masyarakat

•**Kekurangan**: dianggap spam, potensi tidak terbaca tinggi

1. **Direct Selling**

**Direct selling** adalah pemasaran dengan penjualan langsung, bisa dilakukan dengan door to door atau mengundang calon konsumen dalam kegiatan sosial yang bertujuan menjual barang maupun merekrut anggota (reseller). **Contoh** direct selling: Sales, MLM, pemberian sampel produk secara langsung, party-plan sales, dll.

•**Kelebihan:** lebih banyak margin keuntungan, tidak ada biaya pemeliharaan toko, kontak pribadi dengan konsumen, peragaan produk, reaksi pelanggan langsung terlihat

•**Kelemahan:** Sulit menjangkau khalayak luas, mempengaruhi kehidupan pribadi penjual, siap menghadapi penolakan, resiko kegagalan

1. **Leaflet Marketing**

**Leaflet** adalah suatu alat promosi atau pemasaran yang dicetak pada selembar kertas, yang umumnya mengunakan art paper atau art carton, dan memiliki dua atau lebih lipatan. Di dalam leaflet sendiri biasanya berisikan informasi singkat mengenai suatu program, usaha, atau kegiatan yang dilakukan oleh seorang pemilik atau badan usaha, terkait dengan produk, jasa, atau acara yang mereka tawarkan.

•**Kelebihan:** Mudah dibawa dan dibaca,informasi cukup jelas, dengan desain yang unik memiliki potensi disimpan oleh konsumen, fokus penyebaran di suatu area tertentu

•**Kekurangan:** Potensi meningkatkan limbah kertas jika dibuang, sangat tergantung pada desain, tidak menjangkau area yang luas

1. **Online/ Internet Marketing**

**Online/ Internet marketing** adalah salah satu jenis strategi pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan bantuan internet melalui berbagai media atau platform berbasis online. **Contoh** platform yang sering dipakai adalah website, email, blog, mesin pencari, dan media sosial.

•**Kelebihan:** tidak terbatas ruang dan waktu, biaya relatif rendah, jangkauan luas, lebih menarik bagi konsumen yang menggunakan media yang sama

•**Kekurangan:** harus ada koneksi dan jaringan intenet, harus memiliki banyak metode pembayaran, harus mampu meyakinkan keaslian produk pada pelanggan, bergantung pada selera konsumen

1. **TV Home Shopping**

**TV home shopping** adalah salah satu jenis strategi pemasaran langsung yang dilakukan melalui siaran langsung di TV dan konsumen dapat langsung melakukan pembelian melalui call center.

•**Kelebihan:** konsumen sudah jelas, target lebih luas karna menjangkau seluruh lapisan masyarakat,

•**Kelemahan:** mulai banyak orang yang enggan melihat iklan pada TV home shopping, karena isinya yang kurang menarik dan cenderung monoton. Selain itu, jaminan kualitas pada TV home shopping juga kurang meyakinkan karena banyaknya customer yang complain akan mutu barang yang rendah.