

Ir.Essy Malays Sari Sakti, M.MSI  
Dr. Shafenti, SE. MM  
Diah Pramestari, ST. MT



*Monograf*

**PENINGKATAN DAYA KREATIFITAS  
PENGEMBANGAN PRODUK DENGAN DIVERSIFIKASI**

# **Ampas Tahu**

**DAN PENJUALAN MELALUI MARKETPLACE**

*Monograf*  
PENINGKATAN DAYA KREATIFITAS  
PENGEMBANGAN PRODUK DENGAN DIVERSIFIKASI  
**Ampas Tahu**  
DAN PENJUALAN MELALUI MARKETPLACE

Masyarakat di jalan Palsigunung RT 004 RW 03, Kelurahan Tugu, Kecamatan Cimangis, Depok. Jawa Barat Memiliki banyak potensi yang bisa digali untuk mendukung kesejahteraan hidup masyarakat melalui pemanfaatan limbah ampas tahu yang diolah menjadi keripik dan nugget yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat luas.

Limbah ampas tahu yg selama ini hanya di pandang sebelah mata dan hanya di gunakan untuk makanan ternak dan untuk pembuatan oncom dengan harga yg sangat murah, sesungguhnya limbah ampas tahu masih memiliki protein yang cukup tinggi dan bermanfaat untuk mempelancar pencernaan serta dapat menurunkan kadar kolesterol dalam tubuh. Dengan diversifikasi ampas tahu menjadi keripik dan nugget ampas tahu maka nilai ekonomi ampas tahu meningkat. Dan dengan kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat meningkatkan penghasilan khususnya bagi UMKM pengrajin tahu dan umumnya untuk masyarakat sekitar



**MONOGRAF**  
**PENINGKATAN DAYA KREATIFITAS**  
**PENGEMBANGAN PRODUK DENGAN**  
**DIVERSIFIKASI AMPAS TAHU DAN PENJUALAN**  
**MELALUI MARKETPLACE**

**Ir. Essy Malays Sari Sakti, M.MSI**  
**Dr. Shafenti, SE. MM**  
**Diah Pramestari, ST. MT**



**eureka**  
**media aksara**

**PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA**

**MONOGRAF**  
**PENINGKATAN DAYA KREATIFITAS PENGEMBANGAN**  
**PRODUK DENGAN DIVERSIFIKASI AMPAS TAHU DAN**  
**PENJUALAN MELALUI MARKETPLACE**

**Penulis** : Ir. Essy Malays Sari Sakti, M.MSI  
Dr. Shafenti, SE. MM  
Diah Pramestari, ST. MT

**Desain Sampul** : Eri Setiawan

**Tata Letak** : Rizki Rose Mardiana

**ISBN** : 978-623-487-374-0

**No. HKI** : EC00202296987

Diterbitkan oleh: **EUREKA MEDIA AKSARA, NOVEMBER 2022**  
**ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH**  
**NO. 225/JTE/2021**

**Redaksi:**

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari  
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2022

**All right reserved**

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat, karunia, taufik dan hidayah-Nya Penulis dapat menyelesaikan pembuatan buku ini dengan judul Peningkatan Daya Kreatifitas Pengembangan Produk dengan Diversifikasi Ampas Tahu dan Penjualan Melalui Marketplace.

Buku ini memuat tentang alur produksi tahu sampai menjadi ampas tahu, serta menjelaskan cara pembuatan kripik ampas tahu dan nugget ampas tahu sebagai pengembangan daya kreatifitas dari diversifikasi produk, cara menghitung harga pokok produksi, serta menjelaskan tentang Strategi Penjualan Berbasis Online Melalui Marketplace.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar buku ini menjadi lebih baik dan dapat bermanfaat bagi pihak lain.

Jakarta, 14 September 2022

Tim Dosen Pengabdian Masyarakat  
Fakultas Teknik Universitas Persada Indonesia YAI

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Diversifikasi Produk .....	2
B. Pemasaran Online .....	4
1. Jenis Channel Pemasaran Online .....	5
2. Manfaat Pemasaran Online bagi Bisnis/Usaha .....	7
3. Langkah Memulai Pemasaran Online.....	8
4. Kekurangan Pemasaran Online.....	9
BAB 2 PROSES PRODUKSI TAHU .....	11
A. Perendaman.....	11
B. Pencucian .....	12
C. Penggilingan.....	12
D. Perebusan.....	13
E. Penyaringan.....	14
F. Pengasaman / Penggumpalan.....	14
G. Pembungkusan dan Pencetakan.....	14
H. Pewarnaan .....	15
BAB 3 DIVERSIFIKASI AMPAS TAHU .....	16
A. Ampas Tahu .....	16
B. Diversifikasi Ampas Tahu.....	17
1. Kripik Ampas Tahu .....	17
2. Nugget Ayam Ampas Tahu.....	18
3. Tepung Ampas Tahu.....	18
4. Abon Ampas Tahu.....	19
BAB 4 KRIPIK AMPAS TAHU.....	20
A. Pengertian Kripik .....	20
B. Kripik Ampas Tahu .....	21
C. Tahapan Dalam Pembuatan Kripik Ampas Tahu .....	21
1. Pemerasan/ Pengepressan.....	21
2. Pengukusan Ampas Tahu.....	22
3. Pendinginan Ampas Tahu yang Sudah Dikukus .....	22

4. Pengadonan .....	23
5. Pembentukan Adonan .....	23
6. Pengukusan Adonan yang sudah dibentuk .....	23
7. Pendinginan Adonan yang telah dikukus .....	24
8. Pengirisan .....	24
9. Pengeringan / Penjemuran .....	24
10. Mengoreng .....	25
11. Pengemasan .....	25
12. Pelabelan .....	25
D. Alat dan Bahan yang Digunakan .....	25
1. Alat yang Digunakan .....	25
2. Bahan yang Digunakan (1 Paket) .....	26
E. Cara Membuat .....	26
<b>BAB 5 NUGGET AMPAS TAHU (FROZEN) .....</b>	<b>28</b>
A. Pengertian Frozen Food .....	28
1. Manfaat Olahan Frozen Food .....	30
B. Pengertian Nugget .....	31
1. Pengertian Nugget Ampas Tahu .....	31
2. Pengertian Nugget Ayam Ampas Tahu .....	32
C. Tahapan dalam Pembuatan Nugget Ampas Tahu .....	32
1. Pemerasan/ Pengepressan Ampas Tahu .....	32
2. Pengukusan Ampas Tahu .....	32
3. Pendinginan Ampas Tahu yang Sudah Dikukus .....	32
4. Pengadonan Nugget Ampas Tahu .....	32
5. Pengukusan Adonan Nugget Ampas Tahu .....	33
6. Pembentukan dan pemotongan Nugget Ampas Tahu .....	33
7. Pendinginan .....	33
8. Pencelupan Panir .....	33
9. Pengemasan .....	33
10. Pembekuan .....	33
D. Alat dan Bahan yang Digunakan Nugget Ampas Tahu dan Nugget Ayam Ampas Tahu .....	33
1. Alat yang Digunakan .....	33
2. Bahan yang Digunakan untuk Nugget Ampas Tahu (1 Paket) .....	34

3. Bahan yang Digunakan untuk Nugget Ayam (1 Paket).....	34
E. Cara Membuat Nugget.....	34
1. Cara Membuat Nugget Ampas Tahu.....	34
BAB 6 CARA MENGHITUNG HARGA POKOK PRODUKSI .....	36
A. Pengertian Harga Pokok Produksi (HPP).....	36
B. Cara menghitung HPP.....	37
1. Biaya Bahan Baku .....	37
2. Biaya Tenaga Kerja Langsung .....	39
3. Biaya Overhead Pabrik.....	39
C. Perhitungan Harga Pokok Produksi KRIPTA .....	41
D. Perhitungan Harga Pokok Produksi Nugget Ayam Ampas Tahu .....	42
E. Perhitungan Harga Pokok Produksi Nugget Ampas Tahu .....	44
BAB 7 STRATEGI PENJUALAN MELALUI MARKETPLACE .....	46
A. Marketplace .....	46
1. Kelebihan Berbisnis Melalui Marketplace .....	47
B. Market Place Shopee.....	48
1. Persyaratan Pendaftaran Akun Penjual dan Pembeli di Shopee .....	49
2. Membuka Toko di Shopee .....	49
3. Promosi Toko di Shopee .....	53
C. Market Place Tokopedia.....	59
1. Keanggotaan Tokopedia .....	59
2. Pendaftaran Tokopedia.....	60
DAFTAR PUSTAKA .....	64
TENTANG PENULIS.....	66



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Contoh Toko Online di Tokopedia .....	5
Gambar 2 Perendam Biji Kedelai.....	12
Gambar 3 Pencucian Biji Kedelai.....	12
Gambar 4 Perendam Biji Kedelai.....	13
Gambar 5 Perebusan Bubur Kedelai .....	13
Gambar 6 Pengemasan Bubur Kedelai.....	14
Gambar 7 Pencetakan Tahu .....	15
Gambar 8 Pengasaman Bubur Kedelai.....	15
Gambar 9 Ampas Tahu.....	17
Gambar 10 Kripik Ampas Tahu.....	21
Gambar 11 Pemerasan Ampas Tahu dengan Tangan.....	22
Gambar 12 Pengukusan Ampas Tahu.....	22
Gambar 13 Pendinginan Ampas Tahu yang Sudah Dikukus.....	23
Gambar 14 Pengadonan .....	23
Gambar 15 Pengukusan Adonan yang Sudah Dibentuk.....	24
Gambar 16 Irisan Kripik yang akan di jemur .....	24
Gambar 17 Jenis Frozen Food Apple Pie .....	28
Gambar 18 Jenis Frozen Food Nugget .....	29
Gambar 19 Jenis Frozen Food Mix Vegetables .....	29
Gambar 20 Jenis Frozen Es Krim .....	30
Gambar 21 Membuat Akun Shopee .....	50
Gambar 22 Posisi Menu "saya" dan Opsi "Mulai Jual" pada Layar Handphone.....	51
Gambar 23 Menambahkan dan Mengisi Deskripsi Produk.....	52
Gambar 24 Posisi Promo Shopee pada Laman Utama .....	53
Gambar 25 Posisi Menu "Saya" dan "Opsi" Toko pada Layar Handphone .....	54
Gambar 26 Buat Promo Diskon Baru .....	55
Gambar 27 Informasi Dasar Promo Toko .....	56
Gambar 28 Memilih Produk.....	56
Gambar 29 Memasukkan Rincian Produk.....	57
Gambar 30 Menyimpan Promo Diskon .....	58
Gambar 31 Memilih Promo Diskon.....	59

Gambar 32 Halaman Pendaftaran Tokopedia .....	61
Gambar 33 Halaman Nama Toko .....	62
Gambar 34 Informasi Toko .....	62
Gambar 35 Pilihan Ekspedisi.....	63

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perbandingan Gizi Tepung Ampas Tahu dan Terigu .....	19
Tabel 2 Harga Bahan Baku Produksi Keripik Ampas Tahu .....	41
Tabel 3 Bahan Baku yang Digunakan .....	43
Tabel 4 Biaya yang Dikeluarkan Produsen untuk Produksi Nugget Ampas Tahu.....	44



**MONOGRAF**  
**PENINGKATAN DAYA KREATIFITAS PENGEMBANGAN**  
**PRODUK DENGAN DIVERSIFIKASI AMPAS TAHU DAN**  
**PENJUALAN MELALUI MARKETPLACE**

**Ir. Essy Malays Sari Sakti, M.MSI**  
**Dr. Shafenti, SE. MM**  
**Diah Pramestari, ST. MT**



# BAB

# 1

# PENDAHULUAN

Peningkatan daya kreatifitas masyarakat merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kemampuan, ketrampilan dan kemandirian serta meningkatkan jiwa kreatifitas masyarakat untuk menciptakan sesuatu yang baru yang bernilai dan berguna bagi diri sendiri maupun orang lain. Salah satu untuk menciptakan sesuatu yang baru dapat dilakukan dengan diversifikasi produk melalui mengembangkan turun dari produk tersebut.

Ampas tahu merupakan sisa hasil dari penyaringan pembuatan tahu yang masih memiliki kandungan protein yang baik, karena dalam pembuatan tahu tidak semua protein terekstrak dengan baik. Kandungan serat kedelai dalam ampas tahu mempunyai efek fungsional seperti meningkatkan berat feses, menurunkan kadar kolesterol dan menurunkan kadar glukosa darah. Dengan demikian ampas tahu masih memiliki protein dan memberi dampak yang baik pada tubuh.

Pengembangan turunan ampas tahu melalui diversifikasi bermacam-macam contohnya ampas tahu diolah menjadi kerupuk, minuman kesehatan, nugget, tempe gembus, kripik, brownies dan lain lain. Hasil dari pengembangan turunan ampas tahu melalui diversifikasi, tentunya harus dikenalkan pada masyarakat sehingga akan mudah untuk dijual.

Diera teknologi informasi saat ini pemasaran dan penjualan dapat dilakuka secara online salah satunya melalui marketplace yang merupakan wadah untuk para penjual malakukan pemasaran dan bertransaksi.

Pada bab ini akan dibahas tentang diversifikasi produk, dan tentang pemasaran online.

## **A. Diversifikasi Produk**

Diversifikasi merupakan strategi meningkatkan bisnis melalui peningkatan penjualan dengan memproduksi beberapa produk dengan unsur intrinsik mirip, tapi tetap memiliki perbedaan dari segi lain atau dapat diartikan penganeka-ragaman produk. Satu produk utama dibuat menjadi berbagai produk dengan tujuan untuk membuat produk tahan lebih lama, mengarah kepada produk siap konsumsi dan digunakan, memenuhi selera, kebutuhan dan harapan konsumen, memperluas pasar, menyerap tenaga kerja, memberi nilai tambah, pendapatan dan lain sebagainya.

Menurut Kotler Kotler, konsep diversifikasi produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kinerja bisnis yang ada dengan jalan mengidentifikasi peluang untuk menambah bisnis menarik yang tidak berkaitan dengan bisnis perusahaan saat ini. Secara garis besar, jenis jenis strategi diversifikasi adalah sebagai berikut.

### **1. Diversifikasi vertikal**

Adalah strategi membuat produk dengan level kegunaan berbeda-beda, tapi masih bisa melengkapi/ menggantikan satu sama lain. Beberapa contoh diversifikasi produk secara vertikal misalnya perusahaan furnitur menjual tempat tidurnya, menjual kasurnya, perusahaan kendaraan menjual kendaraanya, menjual onderdil kendaraan, Perusahaan Susu memproduksi susu sapi dan susu kedelai dan lain sebagainya.

### **2. Diversifikasi Horizontal**

Adalah strategi menciptakan berbagai macam produk sejenis sama, tapi dibedakan dari segi merk, ukuran, atau target pasar. Strategi diversifikasi bisnis satu ini adalah yang paling banyak dilakukan bisnis di Indonesia. contoh diversifikasi produk horizontal misalnya pada pabrik tahu

menjual tahu susu, tahu bandung, tahu cina. Perusahaan minuman misalnya Coca cola, Fanta dan lain sebagainya.

Dalam melakukan diversifikasi produk, tiap perusahaan mempunyai tujuan yang berbeda-beda. Adapun beberapa tujuan diversifikasi produk antara lain :

**1. Meningkatkan keuntungan**

Sebuah perusahaan senantiasa berusaha untuk meningkatkan keuntungan. Diversifikasi produk adalah salah satu cara untuk meningkatkan keuntungan. Hal ini karena dengan dilakukan diversifikasi produk maka lebih banyak dan beragam pelanggan yang didapatkan.

**2. Memperluas pangsa pasar**

Sebuah Perusahaan hanya menjual satu produk maka hanya memiliki pelanggan untuk satu produk tersebut, dengan dilakukan diversifikasi produk maka jangkauan pangsa pasar jadi lebih luas dan membuat perusahaan lebih mudah dalam menemukan target pasarnya.

**3. Menghilangkan kejenuhan masyarakat**

Salah satu sifat manusia adalah memiliki rasa bosan. Kebosanan merupakan situasi yang sering terjadi pada semua orang atau masyarakat. Mengetahui hal tersebut suatu perusahaan sering melakukan diversifikasi untuk menawarkan produk yang lebih beragam

**4. Bisa bersaing dengan kompetitor.**

Suatu perusahaan perlu melakukan inovasi baru guna dapat bersaing di pasar. Dengan melakukan diversifikasi produk perusahaan bersaing dengan kompetitor

**5. Mengikuti kebutuhan zaman**

Dengan diversifikasi produk memungkinkan untuk menyediakan produk yang sesuai dengan zamannya. Hal ini dilakukan dengan pembaruan terus-menerus.

## B. Pemasaran Online

Pemasaran online merupakan upaya untuk mempromosikan produk menggunakan platform online yang dapat dilakukan dengan penggunaan internet. Selain pengertian secara umum, berikut merupakan pengertian pemasaran online menurut para ahli :

1. Menurut Marwan, pemasaran online yaitu usaha perencanaan kiat-kiat untuk menjual produk secara online. Strategi tersebut nantinya akan menghasilkan profit jika dilakukan dengan baik. Yang paling utama adalah kepuasan konsumen karena promosi online hanya mengandalkan visual (Marwan, 1991)
2. Pemasaran online menurut Chaffey adalah segala bentuk promosi produk ataupun jasa melalui internet. Penjualan online ini dapat dilakukan dengan menggunakan jasa iklan online, atau membuat toko di platform online (Chaffey, 2000)
3. Kotler mengartikan pemasaran sebagai sebuah proses untuk melakukan penjualan online. Proses tersebut terdiri atas pembuatan, penawaran, serta penjualan produk. Baik online atau offline, arti pemasaran sama saja. Yang membedakan hanyalah medianya (Kotler,2000)

Pemasaran online dapat dilakukan dengan iklan berbayar atau media lainnya. Pada saat ini penggunaan internet semakin meningkat, seperti penduduk Indonesia yang berjumlah sekitar 274,9 juta jiwa, hampir 62 % atau sekitar 170 juta penduduk merupakan pengguna internet (*internet user*). Pengguna internet dapat memilih berbagai macam aplikasi media sosial di internet untuk tujuan mencari bahan ajar atau belajar, mencari tutorial sesuatu atau untuk hiburan (Luthfi, 2021). Bahkan saat ini penggunaan internet dapat untuk mendukung transaksi jual beli secara online. Penjualan dan pemasaran online memiliki manfaat yang lebih baik untuk bisnis atau usaha, baik usaha kecil, menengah dan bisnis besar. Oleh karena itu pemasaran dan penjualan online perlu ditingkatkan penggunaannya. Menurut data dari Badan Pusat

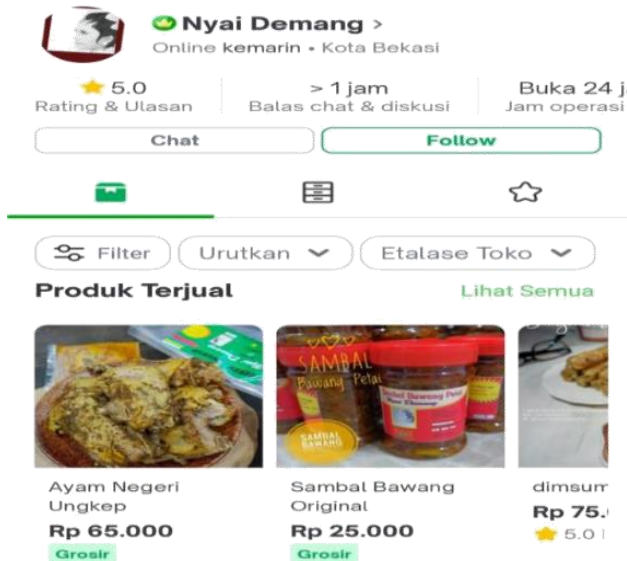


Statistik, tercatat sebanyak kurang lebih 60 juta unit usaha mikro kecil yang berada di Indonesia, hanya sekitar 8% saja yang sudah menggunakan platform online untuk memasarkan usahanya. Padahal UKM ini memiliki kontribusi sekitar 61,4% terhadap PDB (produk Domestik Bruto).

### 1. Jenis Channel Pemasaran Online

Jenis pemasaran yang dapat digunakan untuk pemasaran online adalah :

- a. Media sosial, seperti Youtube, Twitter, Instagram, Tik-tok, Pinterest, dll
- b. *Search Engine Optimization* (SEO), yaitu tool untuk membuat toko serta produk online Anda berada di halaman pertama pencarian.
- c. *Search Engine Marketing* (SEM), bedanya dengan SEO yaitu dengan SEM, toko serta produk online Anda bisa berada di urutan tiga teratas ketika dicari.
- d. Marketplace, yaitu media pemasaran online yang memungkinkan toko online memulai bisnisnya, seperti Shopee, Tokopedia, dll.



Gambar 1 Contoh Toko Online di Tokopedia

- e. *Email Marketing*, merupakan strategi pemasaran online dengan konten produk yang akan dikirim ke e-mail konsumen.
- f. *Affiliate Marketing*, yaitu sistem kerjasama dengan pihak yang dapat mempromosikan produk Anda.
- g. *Content Marketing*, yaitu strategi dengan membuat konten yang menarik dan konsisten.
- h. *Google Ads*, yaitu strategi pemasaran online dengan menampilkan iklan produk atau toko online Anda lewat Google.

Pemasaran ataupun penjualan online dapat pula dilakukan melalui *e commerce*. *E commerce* berbeda dengan *marketplace*. *E commerce* hanya menjual produk dari website. Sehingga konsumen tidak akan menemukan lebih dari satu toko online seperti di *marketplace*. Jenis-jenis *e commerce* :

**a. *Business to Business (B2B)***

Pada model ini, konsumennya adalah pihak bisnis.

*E commerce* menjual barang yang diperlukan perusahaan, sehingga konsumennya juga merupakan perusahaan.

**b. *Business to Consumer (B2C)***

Pada model ini, pihak *e commerce* adalah pihak bisnis dan pelanggannya adalah konsumen yang menggunakan barang atau jasa untuk pribadi.

**c. *Consumer to Consumer (C2C)***

Pada model ini, *e commerce* adalah tempat penjual UMKM akan memanfaatkan *e commerce* sebagai sarana untuk menjual barang atau jasa pada konsumen langsung. Pada beberapa tempat *e commerce* B2B dan juga C2C hampir sama.

**d. *Consumer to Business (C2B)***

Pada model ini, *e commerce* merupakan sarana bagi seorang konsumen untuk membuat penawaran barang atau jasa pada perusahaan.

**e. *Business to Administration (B2A)***

Administration ini merupakan sector public milik negara. Model bisnis seperti ini merupakan perusahaan

yang memberikan layanan atau penjualan barang pada pihak pemerintah.

## **2. Manfaat Pemasaran Online bagi Bisnis/Usaha**

Beberapa manfaat menggunakan pemasaran online untuk usaha adalah sebagai berikut :

### **a. Menjangkau konsumen lebih banyak**

Dengan perkembangan teknologi, 70 % orang lebih menyukai menggunakan internet untuk mencari tahu produk melalui internet daripada melalui iklan konvensional. Dengan begitu, menerapkan pemasaran online berpeluang untuk menjangkau calon konsumen lebih banyak dan lebih mudah. Penggunaan iklan cetak secara konvensional hanya mampu menjangkau beberapa wilayah tertentu saja, sedangkan pemasaran online dapat menjangkau seluruh wilayah dunia.

### **b. Menargetkan Pasar Lebih Spesifik**

Pemasaran online dapat mengatur target dan segmentasi pasar dari bisnis atau usaha yang kita kehendaki. Pemilik usaha dapat mengatur segmentasi pasar untuk produk yang ditawarkannya, bisa dari jenis kelamin, usia, wilayah, status social, dll. Manfaat seperti ini belum tentu bisa didapatkan dari pemasaran secara konvensional.

### **c. Mudah untuk mengukur performansi**

Pemasaran online dapat membantu untuk mengukur performansi usaha kita. Laporan performansi dapat langsung diterima oleh pemilik usaha dan dianalisa apakah pemasarannya berhasil atau kurang berhasil.

### **d. Biaya lebih terjangkau**

Biaya yang dikeluarkan dengan menerapkan pemasaran online lebih terjangkau dibandingkan dengan pemasaran konvensional dan jangka waktu balik modal juga relative lebih pendek.

### 3. Langkah Memulai Pemasaran Online

Beberapa langkah berikut ini dilakukan untuk memulai penjualan dan pemasaran online :

#### a. Tetapkan tujuan

Pemasaran suatu produk diawali dengan menetapkan tujuan pemasarannya. Pemasaran produk dapat dilakukan baik secara offline dengan toko atau tempat pemasaran yang ada secara fisik atau pemasaran online atau bahkan keduanya secara offline dan online.

#### b. Mengidentifikasi target pasar

Target pasar dilakukan dengan menetapkan terlebih dahulu segmentasi pasar yang kita tuju disesuaikan dengan produk yang akan dipasarkan.

#### c. Belajar mengenai pelanggan

Agar dapat menentukan cara pelayanan yang tepat kepada pelanggan, maka perlu memahami tipe-tipe konsumen atau pelanggan.

##### 1) Konsumen pendiam

Konsumen tipe ini merupakan konsumen yang tidak banyak bicara dan lebih menyukai menunggu sampai penjual memulai pembicaraan.

##### 2) Konsumen banyak bicara

Konsumen tipe ini selalu mendominasi percakapan antara dirinya dan penjual. Konsumen ini tidak merasa canggung walaupun baru pertama kali berkomunikasi dengan penjual.

##### 3) Konsumen arogan

Konsumen tipe ini seringkali merasa diri mereka yang paling benar dan sulit mendengarkan masukan dari orang lain.

##### 4) Konsumen sombong

Konsumen tipe ini selalu memamerkan apa yang mereka miliki. Saat melakukan transaksi jual beli, mereka akan menjelaskan tentang dirinya, apa yang mereka miliki sampai dengan kemampuannya dalam membeli suatu produk.

### **5) Konsumen hemat**

Konsumen tipe ini memiliki perencanaan yang sangat cermat, biasanya konsumen ini mencari produk yang berkualitas baik dengan harga yang paling murah. Konsumen ini akan memperhitungkan dan membandingkan antara berbagai produk yang sama yang mereka butuhkan.

#### **d. Mengidentifikasi pesaing atau *competitor***

Melakukan identifikasi pesaing dengan cara meneliti dan mempelajari kualitas produk sejenis yang dijual atau diproduksi, bagaimana cara penjualannya sampai dengan strategi pemasaran yang diterapkan oleh pesaing. Hasil dari identifikasi tersebut dapat digunakan untuk menyimpulkan kekuatan dan kelemahan dari masing-masing pesaing.

#### **e. Menetapkan strategi pemasaran**

Strategi pemasaran merupakan langkah untuk menjangkau target pasar yang dianggap paling prospektif dan membuat mereka menjadi pelanggan tetap produk atau usaha kita. Strategi pemasaran merupakan langkah jangka panjang dimana detail untuk melaksanakannya dapat dibuat ke dalam marketing plan.

#### **f. Secara *continue* melakukan analisa hasil pemasaran**

### **4. Kekurangan Pemasaran Online**

Pada pemasaran online semua bergantung penuh dengan teknologi internet. Rendahnya kecepatan koneksi internet akan menjadi hambatan keberlangsungan pemasaran online, terputusnya komunikasi antara penjual dan pembeli, bahkan dapat kehilangan konsumen apabila penjual tidak cepat dalam menanggapi pesanan yang masuk. Penjualan dan pemasaran online dapat juga menimbulkan keraguan pada pembeli karena mereka tidak dapat melihat fisik barang yang akan dibeli secara langsung. Calon pembeli tidak dapat menyentuh, mencium, merasakan dan bahkan tidak dapat mencoba secara langsung.

Kekurangan lainnya adalah seringkali terjadi penipuan online. Penipuan ini dapat terjadi pada kedua belah pihak, yaitu pembeli dan penjual.

# BAB

# 2

# PROSES PRODUKSI TAHU

Tahu merupakan makanan yang dibuat dari endapan perasan biji kedelai yang mengalami koagulasi. Proses pembuatan tahu merupakan proses yang berkelanjutan. Dari observasi pada pengrajin tahu rumahan bapak Odong di Kecamatan Cimanggis Depok, proses tersebut dimulai dengan perendaman, penggilingan, perebusan, penyaringan, pengentalan (penggumpalan), pencetakan, dan pewarnaan.

## A. Perendaman

Proses perendaman biji kedelai merupakan proses untuk melunakkan struktur sel sehingga akan mengurangi energi yang diperlukan selama penggilingan. Waktu perendaman tergantung suhu air perendam, umur dan varietas kedelai. Proses perendaman umumnya dilakukan secara manual oleh pengrajin sendiri.

Pengrajin tahu rumahan bapak Odong di Kecamatan Cimanggis, Depok umumnya menggunakan biji kedelai impor yang dibeli dipasar dan langsung direndam tanpa penyortiran sebelumnya. Perendaman biasanya dilakukan pagi hari dengan lama rendaman sekitar 3 - 5 jam.



**Gambar 2 Perendam Biji Kedelai**

## **B. Pencucian**

Biji kedelai yang telah direndam kemudian dibersihkan dengan membuang air rendaman beserta kotoran-kotoran yang umumnya mengapung diatas air. Pencucian biji kedelai akan diulang sebanyak 3 sampai 4 kali hingga bilasan air terlihat bersih.



**Gambar 3 Pencucian Biji Kedelai**

## **C. Penggilingan**

Proses kedua dari pembuatan tahu adalah penggilingan. Setelah Kedelai direndam dan dibersihkan maka biji kedelai tersebut kemudian digiling menjadi bubur kedelai. Penggilingan bertujuan untuk memperkecil ukuran partikel kedelai sehingga akan mempermudah ekstraksi protein kedalam sari kedelai. Selama penggilingan dilakukan penambahan air dan diaduk-aduk agar memperlancar proses penggilingan.





**Gambar 4 Perendam Biji Kedelai**

#### **D. Perebusan**

Perebusan dilakukan setelah proses penggilingan selesai. Bubur kedelai yang diperoleh sebagai hasil penggilingan selanjutnya direbus ke dalam bak perebusan dengan air sebanyak 8 ember untuk 10 kg sehingga bubur kedelai menjadi encer. Pada proses perebusan bubur kedelai harus diaduk aduk untuk menghindari adanya mengendapan yang dapat mempengaruhi kualitas tahu yang dihasilkan, hal ini karena dalam perebusan tersebut akan menimbulkan kerak, sehingga bila panas dari terlalu tinggi dapat mengakibatkan kerak menjadi hangus dan dapat menimbulkan bau sangit dan warna agak kecoklatan.



**Gambar 5 Perebusan Bubur Kedelai**

### E. Penyaringan

Penyaringan merupakan proses saring dari bubur kedelai yang telah direbus untuk mendapatkan sari kedelai. Penyaringan dilakukan dengan menggunakan kain belacu (mori kasar) ataupun kain sifon yang sengaja dipasang diatas bak penampung dan di aduk-aduk hingga sari kedelai menetes keluar dan dilakukan pemerasan agar semua sari kedelai keluar secara maksimal. Hasil utama penyaringan ini adalah sari kedelai, sedangkan hasil sampingannya berupa ampas tahu.

### F. Pengasaman/ Penggumpalan

Pengasaman merupakan proses pemberian “bibit tahu” setelah proses penyaringan selesai. Pada proses pengasaman maka sari kedelai hasil akan menggumpal sehingga proses ini juga disebut penggumpalan. “Bibit Tahu” adalah bahan asam sisa proses penggumpalan sehari sebelumnya yang tidak dapat menggumpalkan sari bubur kedelai yang itampung dalam wadah ember untuk selanjutnya didinginkan selama semalam untuk digunakan sebagai bahan pengasaman pada hari berikutnya.



**Gambar 6 Pengemasan Bubur Kedelai**

### G. Pembungkusan dan Pencetakan

Pembungkusan dan pencetakan merupakan proses terakhir dalam pembuatan tahu. Pada tahap ini bubur kedelai yang telah digumpalkan selanjutnya dicetak menjadi tahu.

Pengrajin tahu rumahan bapak Odong di Kecamatan Cimanggis menggunakan teknik cetak bungkus dengan bantuan alat press yang ada cetakannya. Tahu yang akan dicetak sebelumnya dibungkus dengan kain belacu yang dipotong segiempat kecil-kecil. lama waktu pembungkusan dan pencetakan adalah 30 menit untuk setiap kali masak. Setelah proses pembungkusan dan pencetakan adalah melepaskan kain belacu yang dipakai sebagai bungkus pada waktu proses pencetakan.



**Gambar 7 Pencetakan Tahu**

#### **H. Pewarnaan**

Pewarnaan merupakan proses pemberian warna dengan menggunakan serbuk kunyit kemas. Tahu yang sudah jadi diberi pewarna dan digarami dengan cara direbus.



**Gambar 8 Pengasaman Bubur Kedelai**

# BAB 3

## DIVERSIFIKASI AMPAS TAHU

### A. Ampas Tahu

Ampas tahu merupakan limbah padat hasil dari penyaringan pembuatan tahu. Pada umumnya ampas tahu di gunakan untuk pakan ternak, hal ini karena beranggapan bahwa ampas tahu tidak mempunyai nilai gizi yang tinggi. sedangkan untuk makanan di buat menjadi oncom dengan harga yang relatif murah. Sesungguhnya ampas tahu masih memiliki kandungan protein yang baik, seperti tertuang dalam penelitian Fransiska dan Welly Deglas, 2017, yang mengatakan bahwa ampas tahu merupakan limbah dari produksi tahu dalam bentuk padat yang masih memiliki kandungan protein yang baik, karena dalam pembuatan tahu tidak semua protein terekstrak dengan baik dan serat kedelai yang terkandung dalam ampas tahu mempunyai efek fungsional seperti meningkatkan berat feses, menurunkan kadar koresterol dan menurunkan kadar glukosa darah. Dengan demikian ampas tahu masih memiliki protein dan memberi dampak yang baik pada tubuh sehingga dari ampas tahu tersebut dapat dilakukan diversifikasi produk turunannya menjadi berbagai macam varian makanan.



**Gambar 9 Ampas Tahu**

## **B. Diversifikasi Ampas Tahu**

Diversifikasi ampas tahu adalah memproduksi beberapa produk turunan dari ampas dengan tujuan untuk membuat produk tahan lebih lama, mengarah kepada produk siap konsumsi dan digunakan, memperluas pasar, menyerap, tenaga kerja, memberi nilai tambah, pendapatan dan lain sebagainya.

Contoh diversifikasi ampas tahu bermacam-macam, mulai dari tepung ampas tahu, yang dapat dibuat menjadi berbagai makanan cake seperti brownis, stick dll, selain itu ampas tahu dapat dibuat menjadi abon ampas tahu, nugget ampas tahu, bakso ampas tahu, kripik ampas tahu. Akan tetapi dalam modul ini yang akan dibahas cara pembuatannya hanya kripik dan nugget ampas tahu.

### **1. Kripik Ampas Tahu**

Kripik ampas tahu merupakan makanan ringan dengan aneka rasa dengan bahan dasar dari ampas tahu yang di tambahkan tepung tapioka. Kripik ampas tahu dapat disajikan sebagai cemilan yang dapat di makan langsung atau dapat disajikan sebagai pelengkap untuk berbagai makanan.

Pembuatan kripik ampas tahu dengan cara mengiris tipis-tipis adonan ampas tahu dan tapioka dan menjemurnya hingga kering lalu di goreng

## **2. Nugget Ayam Ampas Tahu**

Nugget ayam ampas tahu merupakan olahan daging ayam cincang yang dicampurkan bumbu dan ampas tahu sebagai pengikatnya lalu di kukus dan di goreng.

Nugget ayam ampas tahu dapat di makan kapan saja baik sebagai cemilan ataupun sebagai lauk untuk makan nasi.

Selain Nugget Ayam Ampas tahu, sesungguhnya pembuatan nugget dapat di buat tanpa daging giling sehingga untuk rasa dapat di gunakan essen rasa daging baik essen daging ayam maupun daging sapi. Nugget Ampas Tahu tanpa daging dibuat sebagai jajan cemilan anak-anak di rumah.

## **3. Tepung Ampas Tahu**

Tepung adalah serbuk padat yang berbentuk butiran halus hasil dari proses penggilingan. Tepung bisa berasal dari bahan nabati ataupun dari hewani. Tepung yang berasal hewani misalnya tepung tulang dan tepung ikan. Sedangkan tepung dari bahan nabati misalnya tepung terigu dari gandum, tepung tapioka dari singkong, tepung maizena dari jagung dan tepung ampas tahu.

Tepung ampas tahu merupakan tepung yang dihasilkan dari penggilingan ampas kedelai yang merupakan sisa dari pembuatan tahu. Pengolahan ampas tahu menjadi tepung dapat memperpanjang masa simpan dan memudahkan pengolahannya serta alternatif sebagai bahan baku pangan. Hal ini karena kegunaan tepung ampas tahu dapat dijadikan sebagai substitusi (pengganti) tepung terigu maupun tepung beras. Menurut Wati (2013) dalam penelitiannya menemukan perbandingan gizi tepung ampas tahu dengan tepung terigu. Tepung ampas tahu mengandung 66,24% karbohidrat, 17,72% protein, 2,62% lemak, dan 3,23% serat kasar. Sedangkan, tepung terigu mengandung 77,3% karbohidrat, 8,9% protein, 1,3% lemak, dan 0,4-0,5% serat kasar.

**Tabel 1 Perbandingan Gizi Tepung Ampas Tahu dan Terigu**

Kandungan Gizi	Tepung Ampas Tahu	Tepung Terigu
Karbohidrat	66.24 %	77.3 %
Protein	17.72 %	8.9 %
Lemak	2.62 %	1.3 %
Serat Kasar	3.23 %	0.4 – 0.5%

#### **4. Abon Ampas Tahu**

Salah satu bentuk diversifikasi makanan berbahan baku ampas tahu adalah Abon yang merupakan produk hasil olahan dengan menggunakan tehnik pengeringan untuk menghilangkan air yang sehingga produk menjadi renyah dan tahan lama. Pembuatan abon untuk meningkatkan nilai ekonomi ampas tahu. Abon memiliki umur simpan yang relatif lama, karena berbentuk kering.

# BAB

# 4

## KRIPIK AMPAS TAHU

### A. Pengertian Kripik

Kripik atau kripik adalah sejenis makanan ringan berupa irisan tipis yang dibuat dari adonan tepung yang dikukus, diiris tipis, dikeringkan, kemudian digoreng. Kripik atau kripik merupakan makanan ringan yang populer dan salah satu makanan khas di Indonesia yang digemari oleh masyarakat. Di beberapa negara, kripik disebut dengan kropoek, keropok, kropek, bánh phồng tôm, dan lainnya.

Kripik memiliki ukuran, bentuk, warna, rasa, aroma, kerenyahan, ketebalan, dan nilai gizi yang beragam antara produk kripik satu dengan yang lainnya (Hulopi, 2014). Berdasarkan bentuknya dikenal dua macam kripik yaitu kripik yang diiris dan kripik yang dicetak seperti mie. Dengan perbedaan bentuknya maka dalam proses pembuatannya pun berbeda. Secara garis besar proses pembuatan kripik irisan, meliputi pencampuran bahan baku, pembuatan adonan, pembentukan, pengukusan, pendinginan, pengirisan, pengeringan, dan penggorengan. Sedangkan untuk membuat kripik mie, adonan yang terbentuk kemudian dimasukkan dalam suatu cetakan sambil dipres sehingga keluar adonan yang bulat dan panjang seperti mie yang kemudian dibentuk menjadi bulatan atau lingkaran. Selanjutnya dilakukan pengukusan, pengeringan dan penggorengan. Selain kedua jenis bentuk di atas, ada pula kripik atom yang memiliki bentuk bulat, persegi, atau memanjang lonjong sebesar jari kelingking, dengan cara pemrosesan yang hampir sama hanya dalam



membentuk adonannya dibuat dalam bentuk bulat, persegi dan memanjang.

Kripik biasanya dijual dalam dua bentuk yaitu kripik dalam keadaan mentah dan kripik yang sudah digoreng.

## **B. Kripik Ampas Tahu**

Kripik ampas tahu merupakan makanan ringan dengan aneka rasa (original/bawang putih, pedas, manis, keju) dengan bahan dasar dari ampas tahu. Kripik ampas tahu dapat disajikan sebagai cemilan yang dapat di makan langsung atau dapat disajikan sebagai pelengkap untuk berbagai makanan.

Kripik ampas tahu yang akan dibuat disajikan dalam kemasan makanan ringan dengan desain yang menarik serta ukuran yang dapat di pegang dengan harga yang relatif terjangkau.



**Gambar 10 Kripik Ampas Tahu**

## **C. Tahapan Dalam Pembuatan Kripik Ampas Tahu**

Pembuatan kripik ampas tahu melalui beberapa proses yaitu: pemerasan, pengukusan, pendinginan, pengirisan, pengeringan, penggorengan, pengemasan dan pelabelan.

### **1. Pemerasan/ Pengepressan**

Pemerasan atau pengepressan ampas tahu merupakan proses peras/ press pada ampas tahu yang berfungsi untuk mengurangi kadar air. Cara pemerasan dapat dilakukan dengan tangan, atau dipres dengan alat pres.



**Gambar 11 Pemasakan Ampas Tahu dengan Tangan**

## **2. Pengukusan Ampas Tahu**

Pengukusan ampas tahu merupakan proses kukus pada ampas tahu. Tujuan dari pengukusan ampas tahu dilakukan untuk mensterilisasikan agar terhindar dari mikroorganisme yang mungkin mengkontaminasi ampas tahu. Pengukusan dilakukan selama 30 menit, hal ini karena untuk membunuh mikroorganisme yang dapat menghambat pertumbuhan kapang serta untuk meningkatkan daya simpan ampas tahu.



**Gambar 12 Pengukusan Ampas Tahu**

## **3. Pendinginan Ampas Tahu yang Sudah Dikukus**

Ampas tahu yang sudah dikukus, didinginkan agar saat tepung tapioka dicampurkan menjadi tidak lengket. Pendinginan dilakukan di wadah yang lebar. Dalam kegiatan ini menggunakan penggorengan sebagai wadah yang lebar.



**Gambar 13 Pendinginan Ampas Tahu yang Sudah Dikukus**

#### **4. Pengadonan**

Proses pengadonan merupakan proses pencampuran ampas tahu yang sudah di kukus dan di dinginkan dengan tapioka dan bumbu lainnya.



**Gambar 14 Pengadonan**

#### **5. Pembentukan Adonan**

Proses membentuk adonan ampas tahu dengan memasukkan kedalam plastik es ukuran 4 x 20 yg akan menghasilkan bentuk lingkak

#### **6. Pengukusan Adonan yang sudah dibentuk**

Proses mengukus adonan yang sudah dibentuk agar menjadi matang. pengukusan dilakukan selama 30 menit atau sudah matang.



**Gambar 15 Pengukusan Adonan yang Sudah Dibentuk**

**7. Pendinginan Adonan yang telah dikukus**

Proses pendinginan dilakukan untuk mendinginkan adonan yang telah di kukus dengan cara mengangin anginkan adonan tersebut agar dapat di iris. Pada umumnya pendinginan dilakukan selama 2 hari.

**8. Pengirisan**

Pengirisan adalah proses mengiris secara tipis-tipis pada adonan yang telah didinginkan apa bila kurang tipis dapat di giling dengan alat giling atau botol.

**9. Pengerinan/ Penjemuran**

Pengerinan/penjemuran adalah proses pengurangan kadar air dari adonan yang telah dikukus dengan cara menjemur atau mengeringkan dengan oven. Bila di jemur memakan Waktu 2 sampai 4 hari tergantung ada panas matahari atau sampa irisan adonan ampas tahu berbunyi gemericik atau di sebut dengak kripik ampas tahu mentah.



**Gambar 16 Irisan Kripik yang akan di jemur**

## **10. Mengoreng**

Menggoreng kripik ampas tahu mentah dilakukan dengan minyak dipanaskan pada api sedang, bila sudah panas, masukkan dan aduk-aduk sampai kripik mekar akan tetepi dapat juga di lakukan dengan menggunakan dua cara yaitu kripik ampas tahu di goreng dengan api sedang dan pindahkan ke api yang panas

## **11. Pengemasan**

Fungsi kemasan antara lain menjaga produk agar tetap bersih dari berbagai kotoran dan pencemaran lainnya. Menurut Buchari A (2004) Fungsi kemasan antara lain yaitu: untuk melindungi produk dari kerusakan fisik dan kontaminasi luar, untuk memberi kemudahan dalam proses distribusi dan penyimpanan serta memberi identifikasi dan informasi mengenai isi produk yang dikemas kepada konsumen.

## **12. Pelabelan**

Pelabelan merupakan proses pemberian label. Label adalah salah satu bagian dari produk berupa keterangan baik gambar maupun kata-kata yang berfungsi sebagai sumber informasi produk dan penjual. Label umumnya berisi informasi berupa nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk dan keterangan legalitas.

## **D. Alat dan Bahan yang Digunakan**

### **1. Alat yang Digunakan**

- a. Pemaseras
- b. Pengaduk adonan.
- c. Pengukus.
- d. Pisau dan talenan
- e. Tempat penjemuran.
- f. Wajan
- g. Kompor atau tungku
- h. Timbangan.

## **2. Bahan yang Digunakan (1 Paket)**

- a. 2 kg ampas tahu
- b. 1 kg tepung kanji / tapioka
- c. 30 g Garam
- d. 100 g Bawang putih
- e. 25 g merica
- f. 24 gr Monosodium glutamat / micin
- g. 2kg Minyak untuk menggoreng
- h. Plastik es yang sudah di bolongin
- i. Topping sesuai selera

## **E. Cara Membuat**

1. Ampas tahu diperas untuk mengurangi airnya. Pemerasan dapat dilakukan dengan tangan, atau dipres dengan alat pres. Setelah itu, ampas dikukus selama 30 menit.
2. Persiapan bumbu. Bawang, garam, merica digiling sampai halus dan tambahkan dengan MSG
3. Pengadonan. Ampas yang telah dikukus (2 kg) dicampur dengan tapioka, dan bumbu, kemudian diaduk sampai rata, licin dan kompak. Adonan ini dibentuk seperti selinder dengan diameter 5-6 cm dan panjang 20 cm. dapat menggunakan plastik es. Adonan yang telah dibentuk dikukus selama 30 menit sampai 2 jam atau sampai bagian tengah menjadi matang.
4. Pengangin-anginan. Adonan yang sudah matang di kukus dapat diangin-anginkan selama 2-3 hari sampai adonan mengeras dan mudah dipotong.
5. Pengirisan. Dodolan diiris tipis-tipis setebal 2-3 mm. Hasil pengirisan disebut kripik basah.
6. Penjemuran. Kripik basah dijemur atau dikeringkan dengan alat pengering sampai kering. Kripik yang sudah kering akan gemersik jika diaduk-aduk, dan mudah dipatahkan. Hasil pengeringan disebut kripik kering.

7. Menggorengan. Siapkan minyak dan junkah banyak, panaskan dengan api sedang, bila sudah panas masukkan kripik sambil dibalik-balik sampai kripik matang, minyak tidak boleh sedikit.

# BAB 5

## NUGGET AMPAS TAHU (FROZEN)

### A. Pengertian Frozen Food

Frozen Food atau makanan yang di bekukan adalah proses mengawetkan produk makanan dengan cara mengubah seluruh kandungan air dalam produk menjadi es, sehingga mampu menghambat pembusukan serta memiliki batas waktu penyimpanan.

Macam-macam jenis frozen food dapat dikategorikan sebagai berikut :

#### 1. Panggang Terlebih Dahulu

Frozen food dapat dinikmati dengan cara memanggang olahan frozen food dengan pemanggang terlebih dahulu. Contoh : Adonan pizza, frozen sponge cake, apple pie, dan beberapa jenis croissant.



Gambar 17 Jenis Frozen Food Apple Pie

Sumber : google.com



## 2. Harus Digoreng

Frozen food harus melalui proses penggorengan terlebih dahulu sebelum kita dapat menikmatinya. Contoh : Donat, aneka nugget, spicy ring, dan french fries, sosis, kornet, olahan ikan.



**Gambar 18 Jenis Frozen Food Nugget**

## 3. Siram dengan Air Hangat

Siapkan air hangat dan siram olahan frozen food selama beberapa menit dengan air hangat sampai matang. Contoh: Mix vegetables dan frozen fruit seperti raspberry dan cranberry.



**Gambar 19 Jenis Frozen Food Mix Vegetables**

Sumber : google.com

#### 4. Siap Santap

Jenis frozen food ini dapat langsung makan tanpa melalui proses pematangan seperti jenis frozen food yang lainnya. Ada dua jenis frozen food, yakni es krim dan es puter.



**Gambar 20 Jenis Frozen Es Krim**

Sumber : google.com

#### 5. Dikukus

Jenis frozen food ini akan dikukus terlebih dahulu contohnya: dimsum frozen. Mengukus dimsum bisa menggunakan klakat atau kukusan bambu khusus untuk dimsum yang dilengkapi lubang-lubang besar dibagian dasarnya agar dimsum cepat matang.

#### 6. Rebus

Pada jenis ini perlu dilakukan perebusan terlebih dahulu selama beberapa menit agar olahan frozen food dapat matang. Contoh : Aneka bakso, baik itu seafood, ayam, dan daging sapi.

#### 1. Manfaat Olahan Frozen Food

Ada beberapa manfaat yang kita dapat dari berbagai olahan frozen food, antara lain :

- a. Pengolahan lebih sederhana karena produk sudah bersih.
- b. Menjamin ketersediaan pasokan sepanjang tahun. Dengan umur simpan yang relatif panjang, bahkan produk musiman dapat tersedia sepanjang tahun, kapan saja diperlukan.

- c. Harga relatif murah, terutama untuk produk musiman yang dibekukan pada saat musim panen ketika harga murah sehingga harganya relatif murah disbanding produk segar.
- d. Kualitas lebih konsisten.
- e. Lebih terjamin keamanan makanannya karena dibekukan dalam keadaan segar. (Anonim, 2011)

## **B. Pengertian Nugget**

Nugget merupakan produk olahan dari daging giling, diberi penambahan bumbu, dicetak kemudian dilumuri dengan tepung roti pada bagian permukaannya dan digoreng (Syamsir, 2008). Nugget merupakan salah satu bentuk produk makanan beku siap saji, yaitu produk yang telah mengalami pemanasan sampai setengah matang (precooked), kemudian dibekukan. Produk beku siap saji ini hanya memerlukan waktu penggorengan selama 1 menit pada suhu 150° C. Tekstur nugget tergantung dari bahan asalnya (Astawan, 2007).

Bahan utama pembuatan nugget berasal dari bahan pangan hewani yaitu daging ayam, daging sapi, dan ikan. Selain terbuat dari daging dan ikan, nugget juga dapat dibuat dari sayuran. Berdasarkan bahan baku utamanya maka ada beragam jenis nugget di antaranya adalah nugget ayam, nugget ikan, hingga nugget vegan / nugget untuk vegetarian yang dibuat dari kacang-kacangan atau sayur.

Perbandingan penggunaan bahan haruslah pas agar menghasilkan nugget dengan rasa yang enak. Perbandingan untuk nagget hewani, maka perbandingan protein hewani dan tepungnya itu sekitar 80 daging banding 20 tepung. Kalau untuk nagget nabati dengan perbandingan 50-50, sedangkan takaran bahan untuk membuat nugget ikan dengan perbandingan 40 tepung dan 60 ikan”.

### **1. Pengertian Nugget Ampas Tahu**

Nugget ampas tahu merupakan produk olahan nugget dengan ampas tahu sebagai bahan utama. Nugget ampas tahu dapat digunakan sebagai lauk, atau sebagai

makanan pendamping serta dapat dijadikan sebagai cemilan.

## **2. Pengertian Nugget Ayam Ampas Tahu**

Nugget ayam ampas tahu merupakan produk olahan nugget dengan ampas tahu sebagai pengikatnya. Ampas tahu berfungsi untuk mengurangi penyusutan pada waktu pengolahan dan meningkatkan daya ikat air.

## **C. Tahapan dalam Pembuatan Nugget Ampas Tahu**

Tahapan dalam pembuatan nugget ampas tahu baik utk nugget hewani, maupun nugget nabati memiliki tahapan yang hampir sama.

### **1. Pemerasan/ Pengepressan Ampas Tahu**

Pemerasan atau pengepresan ampas tahu merupakan proses peras/ press pada ampas tahu yang berfungsi untuk mengurangi kadar air. Cara pemerasan dapat dilakukan dengan tangan, atau dipres dengan alat pres.

### **2. Pengukusan Ampas Tahu**

Pengukusan ampas tahu merupakan proses kukus pada ampas tahu. Tujuan dari pengukusan ampas tahu dilakukan untuk mensterilisaikan agar terhindar dari mikroorganisme yang mungkin mengkontaminasi ampas tahu. Pengukusan dilakukan selama 30 menit, hal ini karena untuk membunuh mikroorganisme yang dapat menghambat pertumbuhan kapang serta untuk meningkatkan daya simpan ampas tahu.

### **3. Pendinginan Ampas Tahu yang Sudah Dikukus**

Ampas tahu yang sudah dikukus, didinginkan agar saat tepung dicampurkan menjadi tidak lengket.

### **4. Pengadonan Nugget Ampas Tahu**

Proses pengadonan merupakan proses pencampuran ampas tahu yang sudah di kukus dengan bumbu lainnya. Pada proses ini selesai memasukan ke dalam loyang atau cetakan sesuai yg diinginkan

## **5. Pengukusan Adonan Nugget Ampas Tahu**

Pada proses pengukusan. Adonan yang telah dimasukan dalam loyang atau cetakan langsung dikukus 30 menit atau sampai matang

## **6. Pembentukan dan pemotongan Nugget Ampas Tahu**

Bila saat pengukusan menggunakan loyang maka setelah mengukusan maka nugget ampas tahu dapat dibentuk dan dipotong sesuai dengan bentuk yang diinginkan.

## **7. Pendinginan**

Hasil dari pengukusan, maka dilakukan pendinginan dan masukkan ke dalam fereezer selama 10 menit

## **8. Pencelupan Panir**

Proses pemberian panir dengan cara mencelupkan nugget ampas tahu pada telur yg sudah di kocok lalu masukkan ke dalam tepung panir

## **9. Pengemasan**

Proses pengemasan dilakukan setelah proses pencelupan panir. Pengemasan dapat dilakukan dengan plastik dan di vakum atau dengan bowl plastict / wadah plastik

## **10. Pembekuan**

Produk nugget yang telah di kemas dapat di bekukan dan siap di jual.

## **D. Alat dan Bahan yang Digunakan Nugget Ampas Tahu dan Nugget Ayam Ampas Tahu**

### **1. Alat yang Digunakan**

- a. Pemas / Serbet untuk peras
- b. Pengukus.
- c. Loyang
- d. Panci atau bascom
- e. Pengaduk adonan.
- f. Pisau dan talenan
- g. Wajan
- h. Kompor atau tungku
- i. Timbangan.

**2. Bahan yang Digunakan untuk Nugget Ampas Tahu (1 Paket)**

- a. 2kg ampas tahu
- b. 600 gr wortel
- c. 1kg tepung tapioka
- d. 200 gr tepung terigu
- e. 50 g Garam
- f. 150 g Bawang putih ( haluskan /blonder)
- g. 1bgs Ketumbar bubuk
- h. 2 bungkus lada halus
- i. 5 telur

**Bahan Polesan :**

- a. Tepung panir
- b. Terigu
- c. Telur

**3. Bahan yang Digunakan untuk Nugget Ayam (1 Paket)**

- a. 2 kg ampas tahu
- b. 1 kg Ayam filet
- c. 500 tepung tapioka
- d. 200 gr tepung terigu
- e. 30 g Garam
- f. 150 g Bawang putih
- g. 1 bungkus Ketumbar bubuk
- h. 4 bungkus lada halus
- i. 4 telur
- j. 1 sdm gula pasir
- k. Minyak untuk menggoreng

**E. Cara Membuat Nugget**

**1. Cara Membuat Nugget Ampas Tahu**

- a. Ampas tahu diperas untuk mengurangi airnya. Pemasakan dapat dilakukan dengan tangan, atau dipres dengan alat pres. Setelah itu, ampas dikukus selama 30 menit.
- b. Blender bawang putih

- c. Campur semua bahan dalam wadah dan masukkan Ampas tahu, tapioka, terigu, telur, penyedap rasa, merica, ketumbar, bawang putih, garam. gula. telur.  
(untuk nugget ayam masukkan ayam yang sudah di potong harus2)
- d. Aduk hingga tercampur rata.
- e. Siapkan loyang 20×20. Olesi dgn minyak atau margarin.
- f. Masukkan adonan ke loyang.
- g. Kukus hingga benar-benar matang. Cek kematangan dgn tusuk sate. Kalau tidak ada yang lengket berarti sudah matang.
- h. Angkat dari kukusan.biarkan dingin.
- i. Setelah dingin keluarkan dari loyang. Potong-potong sesuai selera dengan tebal 1 cm
- j. Dinginkan di frezer 10 menit
- k. Celupkan ke campuran bahan olesan dan kepanir
- l. Kemaskan dan dinginkan dijual

# BAB 6

## CARA MENGHITUNG HARGA POKOK PRODUKSI

### A. Pengertian Harga Pokok Produksi (HPP)

Harga pokok produksi adalah total biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produk dari bahan baku menjadi produk jadi.

Menurut RA. Supriyono pengertian dari harga pokok produksi adalah jumlah biaya produksi yang melekat pada produk atau barang yang dihasilkan yang diukur dalam satuan mata uang dalam bentuk kas yang dibayarkan atau nilai jasa yang diserahkan atau dikorbankan, atau utang yang timbul, atau tambahan modal yang diperlukan perusahaan dalam rangka proses produksi baik pada masa lalu maupun masa yang akan datang.

Harga pokok produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Biaya bahan baku, merupakan setiap biaya yang digunakan dalam rangka membeli bahan baku yang diperlukan dalam proses produksi. Tidak sekedar bahan pokok saja, namun semua komponen untuk menyiapkan bahan baku yang diperlukan tersebut. Mulai dari harga bahan pokok, harga bahan tambahan, serta harga ongkos pengiriman barang.

Biaya tenaga kerja langsung, merupakan semua biaya yang diperlukan untuk membayar tenaga kerja dalam rangka proses produksi, contoh gaji pegawai dan lain lain.

Biaya overhead pabrik, adalah biaya yang diperlukan untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang siap dijual. Biaya ini akan memasukkan variabel biaya tenaga kerja tidak



langsung, yang turut bekerja tidak secara langsung dalam pembuatan produk. Selain itu ada pula variabel penyusutan peralatan produksi yang digunakan, karena secara langsung peralatan digunakan, namun tak setiap saat memerlukan perawatan.

## B. Cara menghitung HPP

Dalam rangka mendapatkan keuntungan, perusahaan wajib memahami berapa harga pokok produksi (HPP) yang dikeluarkan dalam rangka mengolah barang mentah atau bahan baku, menjadi produk yang siap di jual. Harga ini, menjadi dasar dari semua perhitungan harga jual yang akan dipasarkan, serta keuntungan yang akan didapatkan perusahaan.

Cara menghitung harga pokok produksi dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Total Biaya Produksi} = \text{Bahan Baku yang Digunakan} + \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} + \text{Biaya Overhead Pabrik}$$

### 1. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku, merupakan setiap biaya yang digunakan dalam rangka membeli bahan baku yang diperlukan dalam proses produksi. Tidak sekedar bahan pokok saja, namun semua komponen untuk menyiapkan bahan baku yang diperlukan tersebut. Mulai dari harga bahan pokok, harga bahan tambahan, serta harga ongkos pengiriman barang.

Jenis biaya bahan baku dapat di bagi menjadi 2 jenis berdasarkan pengeluaran bahan baku, yaitu :

#### a. Biaya Material Langsung (Direct Material)

Bahan baku utama yang berperan langsung untuk diolah dan diproduksi untuk menghasilkan barang jadi yang menjadi aktivitas penjualan suatu bisnis.

**b. Bahan Material Tidak Langsung (Indirect Material)**

Biaya pendamping yang berperan dalam suatu proses produksi namun secara tidak langsung. Bahan pendamping ini tidak terlihat di barang jadi.

Untuk pencatatan biaya bahan baku ada beberapa metode di antaranya :

**a. Metode Identifikasi Khusus**

Setiap bahan baku yang dibeli memiliki harga pokok berbeda, itu semua harus ditandai secara khusus. Harga barang baku yang sudah ada di gudang dan harga barang baku yang baru dibeli dengan harga per satuan memiliki harga pokok berbeda, penyimpanannya harus dipisahkan dan diberi tanda pada harga berapa bahan baku tersebut dibeli.

Setiap jenis bahan baku sudah punya label identitas harga pokok yang jelas per satuannya.

**b. Metode Masuk Pertama Keluar Pertama**

First in First Out (FIFO) adalah metode untuk menentukan biaya material dengan cara menghitung harga pokok per satuan bahan baku yang pertama masuk ke gudang, itu menentukan harga bahan baku yang pertama kali dipakai.

**c. Metode Masuk Terakhir Keluar Pertama**

*Last in First Out (LIFO)* atau masuk terakhir keluar pertama adalah metode untuk menentukan harga pokok dari bahan baku yang terakhir masuk ke gudang. Harga pokok per satuan bahan baku yang terakhir masuk dalam persediaan gudang, itu menentukan harga pokok bahan baku yang pertama kali dipakai dalam produksi.

**d. Metode Rata-rata Bergerak**

Metode rata-rata bergerak atau (*Moving Average Method*) adalah metode untuk menentukan harga bahan baku dengan cara menghitung rata-rata harga persediaan bahan baku yang ada di gudang penyimpanan. Total harga pokok semua bahan baku dibagi dengan jumlah satuannya.

Saat produk terjual, harga pokok satuan produk berbeda dengan harga pokok rata-rata persediaan yang ada di gudang. Harga pokok rata-rata per satuan produk harus dihitung lagi. Caranya dengan jumlah satuan bahan baku yang dipakai dikali dengan harga pokok rata-rata per satuan bahan baku yang ada di gudang.

## **2. Biaya Tenaga Kerja Langsung**

Biaya tenaga kerja langsung adalah bagian dari upah atau gaji yang dapat secara khusus dan konsisten ditugaskan atau berhubungan dengan pembuatan produk, urutan pekerjaan tertentu, atau penyediaan layanan juga, kita juga dapat mengatakan hal itu adalah biaya pekerjaan yang dilakukan oleh para pekerja yang benar-benar membuat produk pada lini produksi.

## **3. Biaya Overhead Pabrik**

Biaya overhead pabrik merupakan biaya yang tidak berkaitan secara langsung dengan proses produksi barang ataupun jasa. Walaupun tidak berhubungan langsung dengan produksi, akan tetapi usaha bisa tetap beroperasi salah satunya dengan adanya biaya ini. Umumnya biaya ini dimiliki oleh setiap perusahaan dan berasal dari divisi pendukung produksi dalam perusahaan tersebut.

Contoh biaya overhead pabrik antara lain biaya untuk fasilitas tambahan dalam proses produksi, biaya asuransi, pajak dan lain lain.

Biaya overhead dikelompokkan dalam tiga bagian berbeda dengan berbagai elemen penyusunnya. Berikut ini elemen biaya overhead pabrik dalam setiap kelompoknya.

### **a. Menurut Sifatnya**

- 1) Biaya overhead dalam pabrik atau perusahaan, menurut sifatnya dibagi dalam tiga elemen berbeda, yaitu: Biaya bahan pendukung atau penolong. Artinya, bahan ini bukan merupakan hasil produksi ataupun bahan yang bernilai lebih kecil dari harga keseluruhan produk

- 2) Biaya untuk tenaga kerja tidak langsung, yaitu tenaga kerja yang nominal upahnya tidak bisa dihitung secara langsung dari hasil produksi
- 3) Biaya perawatan/pemeliharaan, yaitu seperti ongkos perbaikan alat produksi, perbaikan kendaraan atau biaya pembelian suku cadang.

**b. Menurut Perilaku Akibat Perubahan Volume Output/Produksi**

Dalam kelompok ini juga terdapat tiga elemen penyusun di dalamnya, diantaranya:

- 1) BOP tetap, jenis BOP yang tidak terpengaruh dengan volume output/produksi. Contohnya seperti biaya konsultan hukum, sewa, asuransi dan depresiasi aset tetap
- 2) BOP variabel, yaitu jenis biaya turut mengalami perubahan sesuai dengan perubahan jumlah produksi. Jumlah produksi ini tentunya juga mempengaruhi kuantitas suplai stok pada aplikasi stok barang dan aplikasi gudang. Perubahan jumlah produksi Contoh biaya overhead variabel adalah budget pemasaran.
- 3) BOP semi variabel, biaya yang juga berubah akan tetapi tidak sebanding dengan perubahan pada volume output. Contohnya biaya pembelian tinta printer.

**c. Menurut Departemen di Dalam Perusahaan**

Untuk kelompok yang ketiga ini, hanya ada dua elemen di dalamnya yaitu:

- 1) BOP departemen langsung, yaitu biaya dimiliki oleh sebuah departemen dan manfaatnya hanya dirasakan departemen itu saja.
- 2) BOP departemen tidak langsung, yaitu biaya yang memberi manfaat bagi departemen tersebut berikut departemen yang lainnya.

### C. Perhitungan Harga Pokok Produksi KRIPTA

Menghitung harga pokok produksi Kripik Ampas Tahu (KRIPTA).

Berikut ini merupakan uraian biaya dikeluarkan produsen untuk produksi kripik ampas tahu "KRIPTA".

#### 1. Bahan baku yang digunakan

**Tabel 2 Harga Bahan Baku Produksi Kripik Ampas Tahu**

BAHAN-BAHAN	HARGA
Ampas Tahu 2,5 kg @400	Rp 1.000
Tepung Tapioka 1 kg	Rp 12.000
Garam+MSG	Rp 2.000
Bawang Putih 100 g	Rp 3.000
Merica 3 bungkus	Rp 3.000
Ketumbar 1 bungkus	Rp 1.000
Balado	Rp 9.000
Minyak goreng	Rp 14.000
Standing Pouch + Jasa Cetak @2.000	Rp 20.000
Gas	Rp 12.000
Total Pengeluaran bahan baku	Rp 77.000

Dengan kebutuhan bahan baku utama yaitu ampas tahu basah sebanyak 2,5 kg untuk satu kali produksi menghasilkan 1.500 gram kripik ampas tahu yang sudah digoreng. Untuk satu kali produksi menggunakan ampas tahu basah sebanyak 2,5 kg menghasilkan 10 bungkus kripik dengan berat masing-masing 150 gram.

#### 2. Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung di hitung untuk tiap 1 produksi, hal ini karena pembuatan KRIPTA tidak terlalu banyak hanya sesuai dengan kebutuhan/permintaan dan juga untuk menjaga kualitas mutu.

Biaya tenaga kerja langsung di tentukan sebesar 20% dari harga bahan baku yang digunakan.

$$\begin{aligned} \text{Biaya tenaga kerja langsung} &= 20 \% * \text{Rp. } 77.000,- \\ &= \text{Rp. } 15.400,- \end{aligned}$$

### 3. Biaya over head pabrik

Biaya over head pabrik yang akan dimasukkan dalam perhitungan ini adalah pajak dan biaya untuk marketplace.

Biaya pajak dalam perhitungan ini diasumsikan bahwa pajak makanan sebesar 10% dari harga bahan baku. Biaya untuk marketplace sebesar 10 % dari harga bahan baku.

Biaya Pajak	= 10% x 77.000= 7700
Biaya marketplace	= 10% x 77.000 = 7700
Biaya Ovehead Pabrik	= 7.700 + 7.700 = 15.400
Total Biaya Produksi	= 77.000 + 15.400 + 15.400 = 107.800,-

Bila keuntungan sebesar 25% dari hpp maka besar keuntungan = 26.950

Dalam 1 adonan menghasilkan 10 bungkus KRIPTA maka harga jual satuan adalah  $(107800 + 26950) / 10 = 13.475$ .

### D. Perhitungan Harga Pokok Produksi Nugget Ayam Ampas Tahu

Menghitung harga pokok produksi Nugget Ayam Ampas Tahu (NATASU AYAM).

Berikut ini merupakan uraian biaya dikeluarkan produsen untuk produksi nugget ayam ampas tahu.

Dengan kebutuhan bahan baku utama yaitu ampas tahu basah sebanyak 2,5 kg untuk satu kali produksi menghasilkan 6.000 gram nugget ayam ampas tahu. Untuk satu kali produksi menggunakan ampas tahu basah sebanyak 2,5 kg menghasilkan 12 bungkus nugget ayam ampas tahu dengan berat masing-masing 500 gram.

## 1. Bahan baku yang digunakan

Tabel 3 Bahan Baku yang Digunakan

BAHAN-BAHAN	HARGA
Ampas Tahu 2,5 kg @400	Rp 1.000
Daging Ayam 1 kg	Rp 55.000
Tepung Tapioka 500 gram	Rp 6.000
Tepung Terigu 200 gram	Rp 2.500
Garam + Gula	Rp 1.000
Bawang Putih 150 gram	Rp 3.500
Ketumbar bubuk 1 bungkus	Rp 1.000
Merica 2 bungkus	Rp 2.000
Telur 8 butir	Rp 13.000
Kaldu jamur 4 sendok makan	Rp 4.000
Tepung panir 500 gram (untuk polesan)	Rp 10.000
Telur 8 butir (untuk polesan)	Rp 13.000
Food Container @1.750	Rp 21.000
Total Pengeluaran Bahan Baku	Rp 133.000

## 2. Bahan tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung di hitung untuk tiap 1 produksi, hal ini karena pembuatan NATASU AYAM tidak terlalu banyak hanya sesuai dengan kebutuhan/permintaan dan juga untuk menjaga kualitas mutu.

Biaya tenaga kerja langsung di tentukan sebesar 20% dari harga bahan baku yang digunakan.

$$\begin{aligned}\text{Biaya tenaga kerja langsung} &= 20 \% * \text{Rp. } 133.000,- \\ &= \text{Rp. } 26.600,-\end{aligned}$$

## 3. Biaya over head pabrik

Biaya over head pabrik yang akan dimasukkan dalam perhitungan ini adalah pajak, listrik dan biaya untuk marketplace.

Biaya pajak dalam perhitungan ini diasumsikan bahwa pajak makanan sebesar 10% dari harga bahan baku. Biaya untuk marketplace sebesar 10% dari harga bahan baku.

Biaya Pajak	= 10% x 133.000= 13.300
Biaya marketplace	= 10% x 133.000 = 13.300
Biaya Listrik	= 5 % x 133.000 = 6.665
Ongkos	= 10.000
Biaya Ovehead Pabrik	= 43.265
Total Biaya Produksi	= 133.300+26.600+43.265 = 203.165,-

Bila keuntungan sebesar 25% dari hpp maka besar keuntungan = 50.791

Dalam 1 adonan menghasilkan 12 pax NATASU AYAM maka harga jual satuan adalah  $(203.165 + 50.791) / 12 = 21.163$

#### E. Perhitungan Harga Pokok Produksi Nugget Ampas Tahu

Menghitung harga pokok produksi Nugget Ampas Tahu (NATASU).

Berikut ini merupakan uraian biaya dikeluarkan produsen untuk produksi nugget ampas tahu.

**Tabel 4 Biaya yang Dikeluarkan Produsen untuk Produksi Nugget Ampas Tahu**

BAHAN-BAHAN	HARGA
Ampas Tahu 2,5 kg @400	Rp 1.000
Wortel 600 gram	Rp 5.000
Tepung Tapioka 1 kg	Rp 12.000
Tepung Terigu 200 gram	Rp 2.500
Garam + Gula	Rp 1.000
Bawang Putih 150 gram	Rp 3.500
Ketumbar bubuk 1 bungkus	Rp 1.000
Merica 2 bungkus	Rp 2.000
Telur 8 butir	Rp 13.000
Kaldu Ayam 3 bungkus	Rp 1.500
Tepung panir 500 gram (untuk polesan)	Rp 10.000
Telur 8 butir (untuk polesan)	Rp 13.000
Food Container @1.750	Rp 22.750
Total Pengeluaran Produksi	Rp 88.250



Dengan kebutuhan bahan baku utama yaitu ampas tahu basah sebanyak 2,5 kg untuk satu kali produksi menghasilkan 6.500 gram nugget ampas tahu. Untuk satu kali produksi menggunakan ampas tahu basah sebanyak 2,5 kg menghasilkan 13 bungkus nugget ampas tahu dengan berat masing-masing 500 gram.

### 1. Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung di hitung untuk tiap 1 produksi, hal ini karena pembuatan NATASU tidak terlalu banyak hanya sesuai dengan kebutuhan/permintaan dan juga untuk menjaga kualitas mutu.

Biaya tenaga kerja langsung di tentukan sebesar 20% dari harga bahan baku yang digunakan.

$$\begin{aligned} \text{Biaya tenaga kerja langsung} &= 20 \% * \text{Rp. } 88.250,- \\ &= \text{Rp. } 17.650,- \end{aligned}$$

### 2. Biaya over head pabrik

Biaya over head pabrik yang akan dimasukkan dalam perhitung ini adalah pajak, listrik dan biaya untuk marketplace.

Biaya pajak dalam perhitungan ini diasumsikan bahwa pajak makanan sebesar 10% dari harga bahan baku. Biaya untuk marketplace sebesar 10 % dari harga bahan baku.

Biaya Pajak	= 10% x 88.250 = 8.825
Biaya marketplace	= 10% x 88.250 = 8.825
Biaya Listrik	= 5 % x 88.250 = 4.413
Ongkos	= 10.000
Biaya Ovehead Pabrik	= 32.063
Total Biaya Produksi	= 88.250 + 17.650 + 32.063
	= 137.963,-

Bila keuntungan sebesar 25% dari hpp maka besar keuntungan = 34.500

Dalam 1 adonan menghasilkan 12 pax NATASU AYAM maka harga jual satuan adalah  $(137.960 + 34.500) / 13 = 13.266$

# BAB

# 7

## STRATEGI PENJUALAN MELALUI MARKETPLACE

### A. Marketplace

Di era teknologi informasi saat ini, kehidupan manusia semakin mudah dan dengan adanya jaringan internet kegiatan sehari-hari seperti aktifitas jual beli dapat dilakukan secara online. Aktifitas jual beli ini berkembang karena didukung dengan banyaknya marketplace yang muncul.

Marketplace adalah suatu platform yang dapat mempermudah antara penjual dan pembeli tanpa bertemu secara fisik, atau platform yang bertindak sebagai perantara antara penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi online. Perusahaan marketplace adalah suatu perusahaan yang menyediakan platform untuk bertemunya penjual dan pembeli. Penjual mengupload foto dan spesifikasi dari barang yang dijualnya, sedangkan pembeli dapat melihat produk apa saja yang dijual, lalu perusahaan marketplace mengambil keuntungan melalui komisi dari setiap penjualan.

Platform dalam marketplace dapat berbentuk website maupun aplikasi. Semua operasional marketplace, termasuk pengelolaan website hingga metode pembayaran difasilitasi oleh perusahaan penyedia marketplace, akan tetapi pemilik marketplace tidak bertanggung jawab atas barang-barang yang dijual, hal ini karena tugas perusahaan marketplace hanya menyediakan tempat bagi para penjual yang ingin berjualan dan pelanggan yang mencari produk dengan transaksi yang mudah dan cepat. Jika pembeli tertarik membeli, maka transaksinya akan diatur oleh marketplace, dari mulai

pembayaran, hingga pengiriman barangnya hingga sampai ke tangan konsumen.

Jenis marketplace secara umum, ada dua jenis marketplace yakni :

### **1. Marketplace murni**

Marketplace jenis ini hanya menyediakan tempat untuk melakukan transaksi online. Marketplace hanya akan menyediakan tempat dengan fasilitas pembayaran di mana penjual dapat mempromosikan dan menjual barangnya, sedangkan sisanya merupakan tanggung jawab penjual. Foto, detail produk, harga, serta aktivitas tawar-menawar menjadi urusan penjual. Setelah penjual dan pembeli telah melakukan persetujuan, maka pembayaran dapat dilakukan melalui fasilitas yang telah disediakan oleh marketplace.

Beberapa contohnya adalah Tokopedia, Blibli, Shopee, Lazada, JD.ID, dan Bukalapak.

### **2. Marketplace konsinyasi**

Marketplace jenis ini merupakan penjualan dengan sistem titip barang, ketika penjual melakukan kerjasama dengan memberikan atau menitipkan produknya pada marketplace. Penjual hanya perlu menyediakan produk dan detail informasi produk ke pihak marketplace. Pihak situs marketplace lalu akan mengurus penjualan dari foto produk, gudang, pengiriman barang, hingga fasilitas pembayaran. Dengan demikian tanggung jawab di jenis konsinyasi ada di marketplace. Selain itu, pada jenis konsinyasi tidak akan terjadi aktivitas tawar-menawar berbeda dengan jenis murni yang dapat dilakukan tawar-menawar. Beberapa contohnya adalah Berrybenka dan Zalora.

### **1. Kelebihan Berbisnis Melalui Marketplace**

Terdapat banyak sekali keuntungan yang dapat Anda raih jika berjualan menggunakan perantara satu ini. Berikut adalah beberapa kelebihanannya.

**a. Lebih Hemat dan Mudah**

Pada marketolace tidak adanya biaya sewa dan cukup dengan upload foto-foto produk serta detail berupa deskripsi produk dan produk siap untuk dibeli. Selain dapat menghemat biaya dan tenaga untuk melakukan promosi. Dan dapat melakukan promosi secara online atau digital dengan mudah seperti melalui media sosial Instagram dan TikTok yang banyak digemari saat ini. Aplikasi yang tersedia juga sangat user friendly, hal ini akan semakin memudahkan baik penjual maupun pembeli.

**b. Jangkauan Luas dan Besar**

Menjual produk secara online melalui marketplace memiliki jangkauan yang sangat luas, karena dapat diakses oleh semua orang dengan mudah tanpa terhalang jarak. Hanya bermodalkan koneksi internet, transaksi jual beli dapat terjadi dengan mudah dan cepat.

**c. Aktif 24 Jam**

Jika berjualan secara offline memiliki batas waktu , maka berbeda dengan marketplace yang tidak memiliki batas waktu. Kapan saja pembeli dapat mencari produk dan pemilik toko di marketplace kapan saja dapat melayani pembeli.

**B. Market Place Shopee**

Salah satu e-commerce yang paling banyak dikunjungi oleh konsumen Indonesia adalah Shopee. Hal ini berdasarkan data Similar Web pada September 2021 yang menyebutkan bahwa Shopee menjadi aplikasi e-commerce nomor satu yang paling banyak dikunjungi di Indonesia, mengalahkan Tokopedia dan Lazada. Laporan iPrice di Q4-2020 juga menyatakan bahwa Shopee menjadi platform marketplace dengan pengguna aktif terbanyak di Indonesia dengan jumlah pengunjung bulanan 129,320,800. Selain itu, Shopee juga berhasil mendapatkan 26,92 juta Unique Daily Actives Users

(DAU) atau pengguna aplikasi aktif harian yang mengakses melalui Android di Indonesia pada Agustus 2021.

Melihat pencapaian Shopee tersebut terlihat bahwa terdapat kesempatan bagi penjual untuk menjangkau lebih banyak pembeli dan meraih keuntungan. Shopee juga memberikan kemudahan bagi penjual untuk membuka toko tanpa biaya atau gratis. Selain itu, Shopee juga memberikan banyak promo, salah satunya 'gratis ongkos kirim'. Promo tersebut sangat berdampak baik bagi penjual asalkan toko tersebut sudah ikut mendaftar 'promo gratis ongkir'. Masih banyak keunggulan Shopee lainnya bagi penjual.

### **1. Persyaratan Pendaftaran Akun Penjual dan Pembeli di Shopee**

Beberapa persyaratan yang perlu disiapkan adalah sebagai berikut :

- a. Nomor HP aktif
- b. Email Aktif
- c. Alamat rumah atau pengiriman
- d. Akun ShopeePay aktif
- e. KTP aktif

Persiapkan terlebih dulu syarat untuk daftar akun Shopee penjual dan pembeli. Setiap calon penjual wajib memiliki akun shopee dengan status pembeli terlebih dulu.

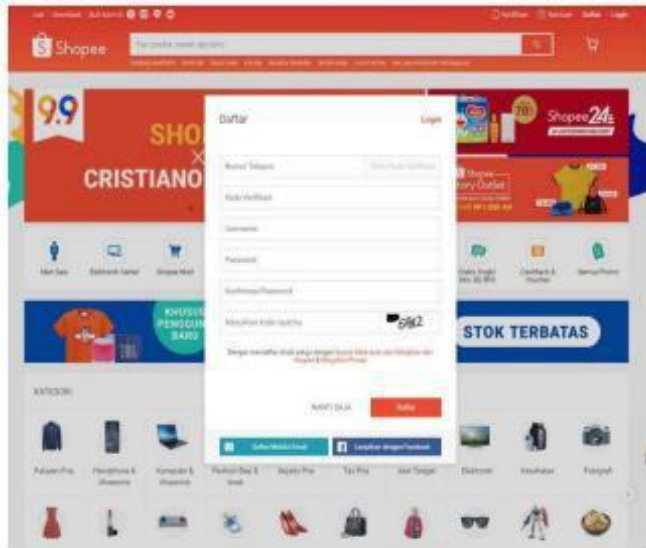
### **2. Membuka Toko di Shopee**

Terdapat beberapa tahapan untuk menjadi penjual di shopee, sebagai berikut :

#### **a. Membuat akun Shopee**

Hal pertama yang harus dilakukan jika ingin membuka toko di Shopee adalah membuat akun Shopee. Untuk membuat akun Shopee, pertama-tama akses terlebih dahulu situs Shopee di desktop atau laptop. Jika menggunakan smartphone, dapat mengunduh terlebih dahulu aplikasi Shopee di Play Store atau AppStore. Jika sudah siap, klik 'Daftar'. Ketik nomor handphone, kode captcha, dan kode verifikasi lalu klik 'Daftar'. Perlu untuk menambahkan dan melakukan verifikasi nomor

handphone dan email. Jangan lupa untuk mengubah username akun agar sesuai dengan yang diinginkan.



**Gambar 21 Membuat Akun Shopee**

Tips saat sudah memiliki akun Shopee pembeli sebelumnya, pengguna sebaiknya membuka akun baru. Hal ini bertujuan agar nama Toko dari akun Shopee penjual bisa sesuai dengan keinginan. Lengkapi juga alamat penerima maupun identitas lain untuk mendapatkan berbagai fitur menarik di Shopee.

#### **b. Melengkapi profil toko**

Setelah membuat akun Shoppee, maka tahap selanjutnya adalah melengkapi profil toko.

##### **1) Menentukan alamat toko dan jasa pengiriman**

Hal yang penting lainnya yang harus dilakukan adalah memasukkan alamat toko, yaitu melalui pilihan menu 'Alamat Saya'. Setelah memilih menu 'Alamat Saya', kemudian klik tombol 'Tambah Alamat Baru'. Isi formulir rincian alamat toko Anda kemudian klik 'simpan'. Untuk mengatur jasa pengiriman yang ingin digunakan toko anda, pilih menu 'Jasa Kirimku'. Akan muncul beberapa pilihan.

Anda tinggal klik toggle yang berada pada 'Jasa Kirim' tersebut hingga berubah warna menjadi hijau.

## 2) Menambahkan rekening bank

Tahapan selanjutnya yang harus dilakukan adalah mengisi rincian rekening bank. Hal ini diperlukan untuk melakukan pembayaran atau menerima uang dari hasil penjualan Anda. Pilih menu 'Kartu/Rekening Bank' kemudian masukkan password akun Shopee Anda untuk melakukan verifikasi. Jika ingin menambahkan rekening bank Anda, pilih opsi 'Tambah Rekening Bank' kemudian isi formulir yang telah disediakan, jangan lupa untuk klik 'Lanjut'.

### c. Mulai Berjualan

Toko Anda sudah siap untuk berjualan. Namun sebelum itu, Anda harus mengunggah terlebih dahulu foto produk Anda. Berikut cara mengunggah produk di toko Shopee melalui Aplikasi Shopee di Handphone :

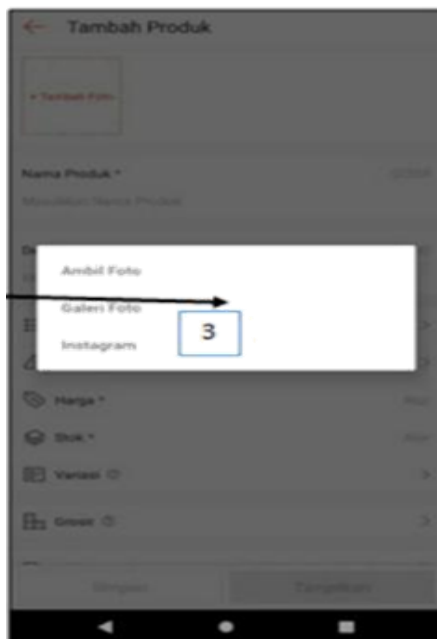
- 1) Buka terlebih dahulu aplikasi Shopee di handphone Anda.
- 2) Pilih menu 'Saya' yang terletak pada pojok kanan bawah layar Handphone Anda.
- 3) Pilih opsi 'Mulai Jual' yang terletak di kiri atas layar handphone.



**Gambar 22 Posisi Menu "saya" dan Opsi "Mulai Jual" pada Layar Handphone**

**d. Pilih opsi 'Tambah Produk Baru' dan klik tambah foto**

Lalu akan muncul pilihan: 'ambil foto', 'galeri foto' dan 'Instagram'. Apabila ingin mengunggah foto produk dari galeri foto Anda, klik 'galeri foto'. Jika ingin mengunggah foto produk dari Instagram Anda, klik 'Instagram'. Namun apabila Anda belum memiliki foto produk, klik 'ambil foto'. Kemudian klik centang sampai masuk ke menu deskripsi produk.



**Gambar 23 Menambahkan dan Mengisi Deskripsi Produk**

**e. Masukkan nama dan deskripsi produk serta informasi penting lainnya seputar produk Anda.**

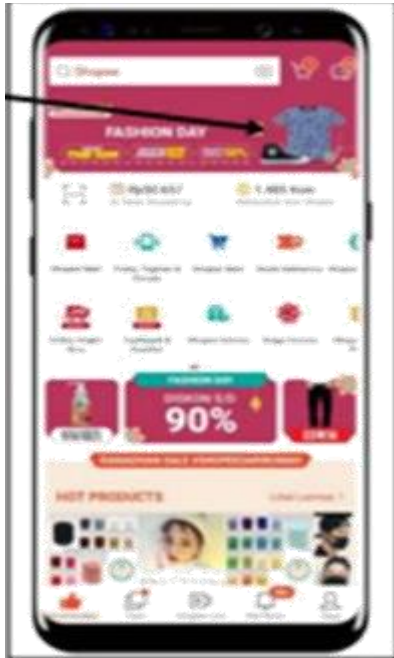
**f. Aktifkan pilihan ekspedisi.**

**g. Jika semua sudah tersisi, klik simpan.**



### 3. Promosi Toko di Shopee

Untuk meningkatkan jumlah penjualan dan meraih keuntungan yang besar. Terdapat sejumlah promo yang dapat diikuti penjual pemula di Shopee. Promo diletakkan pada banner yang posisinya ada pada laman utama atau halaman kategori shopee. Hal ini dilakukan agar calon pembeli mudah melihat dan mengaksesnya.



**Gambar 24 Posisi Promo Shopee pada Laman Utama**

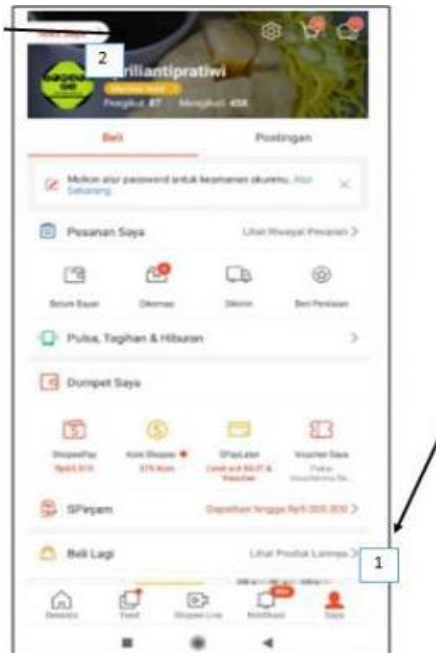
Terdapat dua cara untuk mengikuti Promo Shopee, yaitu :

- Melakukan nominasi produk yang sesuai dengan promo
- Melakukan konfirmasi produk yang direkomendasikan Shopee untuk diikutsertakan dalam promo

Melalui keikutsertaan penjual pada Promo Shopee, maka toko dan produk akan mendapatkan lebih banyak exposure atau popularitas dan lebih dilihat orang, menarik lebih banyak klik serta dapat meningkatkan penjualan.

❖ **Tahap Mengikuti Promo Shopee Melalui Aplikasi Shopee**

- 1) Langkah pertama yang harus dilakukan untuk mengikuti Promo Shopee adalah log in ke aplikasi Shopee Anda.
- 2) Pilih menu 'Saya' yang terletak pada pojok kanan bawah layar handphone Anda. Dapat dilihat pada Gambar 25 posisi menu 'Saya' yang diberi tanda panah 1. Pilih opsi 'Toko Saya' yang terletak di kiri atas layar handphone Anda. Pada Gambar 25 dapat dilihat opsi menu 'Toko Saya' yang terletak diberi tanda panah 2.

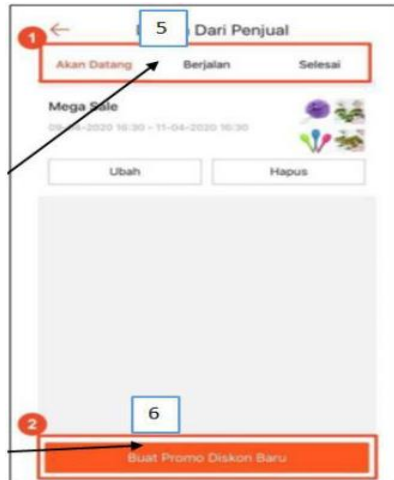


**Gambar 25 Posisi Menu "Saya" dan "Opsi" Toko pada Layar Handphone**

- 3) Klik 'Promosi Saya', kemudian klik 'Promo Toko'. Pada Gambar 2.6 diperlihatkan laman 'Toko Saya'. Pada bagian yang diberi tanda panah 3 merupakan opsi 'Pilihan Saya'. Setelah masuk ke dalam opsi

'Pilihan Saya' akan muncul beberapa menu. Pilih menu 'Promosi Toko' seperti diperlihatkan pada Gambar 2.7 panah 4.

- 4) Setelah memilih 'Promo Toko', layar akan menampilkan seperti pada gambar 26. Laman ini akan menunjukkan semua Promo Diskon yang Anda buat. Anda dapat memilih Promo Diskon yang 'Akan Datang', 'Berjalan', dan 'Selesai' sebagaimana ditunjukkan oleh panah 5. Kemudian klik "Buat Promo Diskon Baru" untuk membuat 'Promo Diskon' seperti pada panah 6.



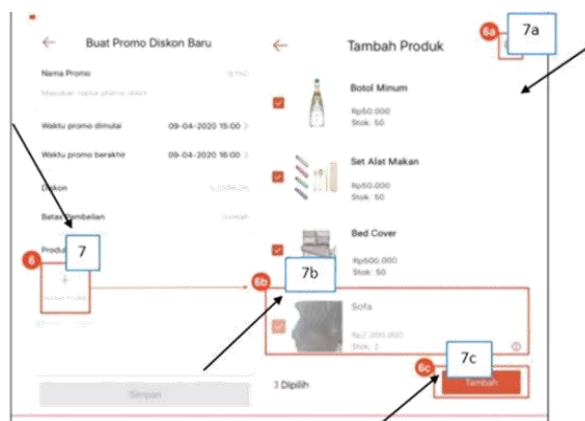
**Gambar 26 Buat Promo Diskon Baru**

- 5) Masukkan informasi dasar Promo Toko seperti nama promo, waktu promo dimulai, waktu promo berakhir, diskon dan batasan pembelian. Untuk lebih jelas, dapat dilihat pada Gambar 27.



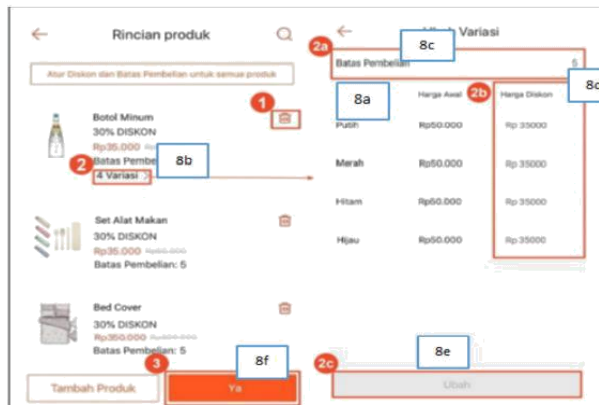
**Gambar 27 Informasi Dasar Promo Toko**

- 6) Lalu klik 'Produk' sebagaimana ditunjukkan Gambar 28 panah nomor 7. Anda dapat memilih produk yang berlaku untuk Promo Diskon. Gunakan kolom pencarian untuk menemukan produk, kemudian centang untuk memilih produk seperti ditunjukkan panah nomor 7a. Produk yang tidak berlaku untuk Promo Diskon akan berwarna abu-abu, seperti ditunjukkan panah nomor 7b. Setelah memilih produk, klik 'Tambah' seperti ditunjukkan panah nomor 7c. Tombol 'Tambah' dapat diklik setelah Anda memilih minimal 1 produk.



**Gambar 28 Memilih Produk**

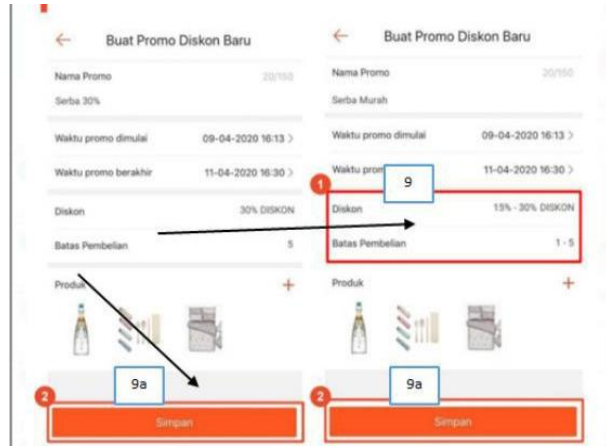
7) Masukkan rincian produk. Setelah produk ditambahkan, Anda dapat mengatur pengaturan diskon untuk setiap produk. Untuk menghapus produk dari 'Promo Diskon', klik icon tempat sampah seperti ditunjukkan panah 8a. Tombol varian akan muncul jika produk memiliki variasi, klik untuk menyesuaikan pengaturan diskon, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 29, panah 8b. Jika Anda klik 'variasi', maka akan muncul laman 'Ubah Variasi'. Pada bagian atas laman ini terdapat 'Batas Pembelian' sebagaimana ditunjukkan panah 8c. Pada panah 8d, ditunjukkan 'Harga Diskon'. Anda dapat mengubah diskon untuk setiap variasi pada opsi tersebut. Jika diskon sudah diubah, klik 'Ubah' untuk menyimpan seperti pada panah 8e. Setelah semua rincian telah selesai, klik 'Ya' untuk menyimpan pengaturan seperti ditunjukkan panah 8f.



**Gambar 29 Memasukkan Rincian Produk**

8) Sebelum menyimpan Promo Diskon, ada baiknya untuk mengecek terlebih dahulu rincian Promo Diskon. Jika Anda menyesuaikan Harga Diskon atau Batas Pembelian menjadi berbeda pada setiap produk, maka akan ditampilkan dalam bentuk kisaran, yaitu 'Kisaran Diskon' dan 'Kisaran Batas Pembelian'. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada Gambar 30,

panah 9. Jika sudah selesai, klik 'Simpan' untuk menyimpan pengaturan, seperti pada panah 9a.



**Gambar 30 Menyimpan Promo Diskon**

- 9) Anda dapat melihat semua Promo Diskon yang telah dibuat pada laman utama Promo Toko. Klik 'Akan Datang', 'Berjalan', atau 'Selesai' untuk melihat voucher di masing-masing tab tersebut. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada Gambar 31 panah 10. Terdapat tombol aksi yang berbeda untuk setiap status Promo Diskon. Sebagaimana ditunjukkan pada panah 10a terdapat pilihan 'Ubah' dan 'Hapus' jika akan mengubah atau menghapus Promo diskon 'Akan Datang'. Pada panah 10b diperlihatkan pilihan 'Ubah' dan 'Akhiri Sekarang' jika akan mengubah atau mengakhiri Promo Diskon yang sedang 'Berjalan'. Pada panah 10c diperlihatkan pilihan 'Lihat' untuk melihat Promo Diskon yang telah 'Selesai'.



**Gambar 31 Memilih Promo Diskon**

### C. Market Place Tokopedia

Tokopedia merupakan salah satu *marketplace online* lokal yang sangat populer. Penjual dan pembeli di Tokopedia memiliki keuntungan masing-masing. Pembeli dapat belanja di tokopedia dengan lebih aman karena fitur *escrow* atau rekening bersama yang dimiliki *marketplace* ini. Sedangkan, penjual akan terbantu karena tersedianya fitur yang sangat lengkap di tokopedia mulai dari inventori, status ketersediaan barang, status pemesanan barang sampai ke event-event promosi. Event promosi dapat berupa diskon barang, bundling barang hingga diskon ongkos kirim barang. Berjualan secara online di marketplace seperti tokopedia merupakan peluang bisnis yang sangat prospektif. Penjual dapat berjualan dengan memanfaatkan marketplace ini untuk menjangkau pelanggan seluas-luasnya. Selain itu, untuk berjualan di tokopedia calon tidak perlu membayar atau gratis, namun apabila diperlukan untuk meng upgrade menjadi Gold Member baru dikenakan pembiayaan.

#### 1. Keanggotaan Tokopedia

Fitur dasar pada Tokopedia yang ditawarkan juga mempermudah kita mengorganisir barang, menjadwalkan pengiriman, hingga mempromosikan produk. Tokopedia mempunyai 4 skema keanggotaan seller yaitu :

a. Regular Merchant

Pada Regular Merchant, keanggotaan ditujukan untuk Seller pemula yang ingin mengembangkan bisnis di Tokopedia.

b. Power Merchant

Pada Power Merchant, skema keanggotaan ditujukan untuk Seller yang siap meningkatkan penjualan dan kepercayaan pembeli dengan berbagai fitur untuk memaksimalkan bisnis

c. Power Merchant PRO

Pada Power Merchant PRO, skema keanggotaan ditujukan khusus untuk Seller terpilih yang konsisten memberikan pelayanan terbaik ke pembeli dan berhak mendapatkan berbagai keuntungan eksklusif.

d. Official Store.

Pada Official Store, skema keanggotaan ditujukan untuk brand resmi atau pemegang hak merek yang sah.

## **2. Pendaftaran Tokopedia**

Syarat untuk menjadi penjual yang akan berjualan di tokopedia sangat mudah. Persyaratan hanya mendaftarkan/ membuat akun tokopedia dan membuka toko.

Tahapan membuka toko di Tokopedia adalah sebagai berikut :

a. Persiapan

Pada tahap persiapan untuk membuka toko di Tokopedia, diperlukan akun email yang masih aktif dan nomor handphone.

b. Membuat Akun Tokopedia

Tahapan ini diawali dengan membuka website tokopedia.com dan klik tombol daftar, atau klik di sini untuk membuka langsung.

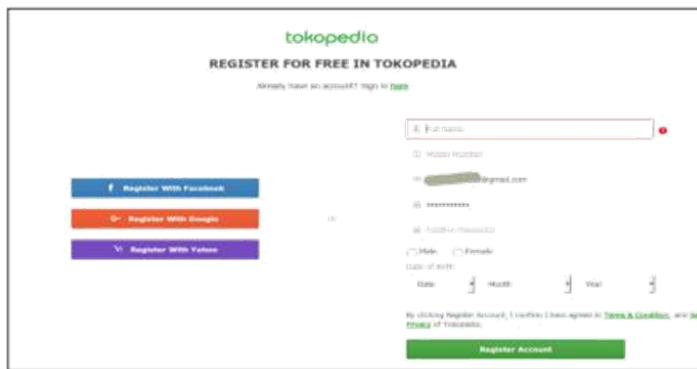
Lakukan pengisian formulir, mulai dari nama, nomor handphone, email dan lain-lain Lengkapi seluruh data yang diminta dan pastikan data yang diisikan sudah benar, kemudian klik tombol Register Account



c. Membuka Toko di Tokopedia

Setelah memiliki akun tokopedia, kemudian dapat langsung membuka toko untuk berjualan online. Lakukan log in, klik simbol toko di kanan atas layar, kemudian klik tombol Buka Toko yang berwarna hijau.

Pendaftaran tokopedia dapat juga dilakukan menggunakan akun Facebook, Google, atau Yahoo. Pembuatannya tidak sulit hanya dengan klik salah satu tombol yang ada di samping kiri layar.



**Gambar 32 Halaman Pendaftaran Tokopedia**

Tahapannya sebagai berikut :

a. Buka Toko di Tokopedia.

Setelah terbuka halaman baru, buat nama toko dengan mengisikannya pada kotak Nama Toko. Pastikan nama toko anda unik dan belum pernah digunakan oleh orang lain. Caranya klik tombol Cek Nama Toko di sebelah kanan kotak isian sampai muncul tulisan Nama toko yang Anda pilih tersedia berwarna hijau.



**Gambar 33 Halaman Nama Toko**

b. Membuka Toko di Toped

Begitu pula dengan domain, buatlah nama domain yang unik dan pastikan dengan meng-klik tombol Cek Domain. Nama domain ini akan menjadi alamat web toko online anda, oleh karena itu buatlah sesederhana mungkin dan mudah diingat misal <https://tokopedia.com/tokobajuku>. Setelah itu, isikan pula slogan toko anda misalnya seperti “murah dan berkualitas“. Demikian pula dengan kotak deskripsi, isikan yang paling sesuai menurut anda. Selanjutnya, siapkan sebuah foto untuk logo toko anda dan unggah dengan menekan tombol Browse File. Pilih kotak Asal Pengiriman dan isikan juga kode pos toko anda. Untuk alamat pickup bisa anda isi dengan alamat toko fisik anda. Tetapi jika anda tidak punya toko fisik atau hanya jualan online saja, kotak ini boleh dikosongkan.



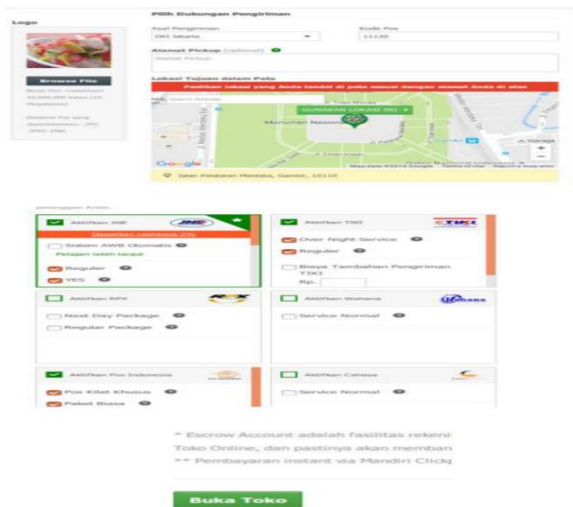
**Gambar 34 Informasi Toko**

- c. Membuka toko di Tokopedia dengan memilih dukungan pengiriman

Centang semua jasa pengiriman yang paling sesuai menurut anda. Lebih banyak pilihan pengiriman tentu lebih baik, namun pastikan anda mempunyai akses ke lokasi cabang ekspedisi tersebut. Jika tidak, pilihlah setidaknya 3 ekspedisi paling banyak dipakai yaitu JNE, TIKI, dan Pos Indonesia. Untuk wilayah kota besar tertentu juga tersedia pilihan kurir dengan ojek online Gojek.

- d. Memilih Kurir Tokopedia Tombol Buka Toko

Setelah semua formulir anda isi, periksa kembali dan pastikan data yang dimasukkan sudah benar dan sesuai. Jika sudah yakin dengan data yang dimasukkan, klik tombol Buka Toko yang berwarna hijau di bagian bawah formulir tadi.



**Gambar 35 Pilihan Ekspedisi**

- e. Siap berjualan di Tokopedia

Di halaman selanjutnya akan tampil informasi bahwa anda telah berhasil membuka toko di tokopedia. Kemudian tinggal menambahkan produk, deskripsi produknya dan anda siap berjualan online.

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran UMKM dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: DeePublish.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Jubilee Enterprise. (2012). *Rahasia Sukses Buka Lapak Jualan di Tokopedia*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Maysura.MD, Rangkuti,K & Fuadi.M.(2019). Pemanfaatan Limbah Ampas Tahu Dalam Upaya Diversifikasi Pangan. *AGRINTECH*. Vol 2(2), hal 52-54. eISSN 2614-1213. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/agrin/article/view/3660/0>
- Musdalifah,S, Qomariyah,E & Mustakim, (2021), Analisis Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Sate Taichan Bali Di Kota Kendari, *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis* Vol.6. No.1 ISSN 2503-1406. <http://ojs.uho.ac.id/index.php/BUSSINESUHO/article/view/17647>
- Novita, D., & dkk. (2021). *Pelatihan Digital Marketing Untuk UMKM*. Indramayu: Penerbit Adab.Yusuf, S. (2014). *Kewirausahaan*. Ghalia Indonesia.
- Pratiwi,DN. Pravasanti,YA. (2019). Inovasi Kerupuk Tepung Ampas Tahu Guna Peningkatan Pendapatan Ibu-Ibu Purwogondo. *Jurnal BUDIMAS* Vol. 01, No. 01, hal. 9-12. DOI: <http://dx.doi.org/10.2904/budimas.v1i01.705>. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/705>

Sandya Sari Putri,I. Rahmawati,D & Novita Sari, N.(2019).  
Pemasaran Online Produk Olahan Unik Ampas Tahu  
Sebagai Bentuk Diversifikasi Produk Menggunakan Hasil  
Proses Pengolahan Limbah Sederhana Industri Tahu. Jurnal  
Difusi Vol 2(1). ISSN 2615-2363.  
[https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/difusi/article/view/  
1818](https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/difusi/article/view/1818)

## TENTANG PENULIS

### PENULIS 1

#### **Essy Malays Sari Sakti, S.Kom. MMSI**



Essy Malays Sari Sakti merupakan wanita beragama islam yang lahir di Jakarta pada tanggal 2 Maret 1967. Nidn penulis yaitu 0302036702. Penulis beralamat di Jl.Lematang IV No. 180, RT 001 RW 04 Depok 16418 dengan nomor telepon 0217713858 / 08176637377.

Pendidikan yang ditempuh penulis yaitu S1 dengan bidang studi Teknik Komputer di STK Gunadarma pada 1992 dan S2 dengan bidang studi Information System di Universitas Gunadarma pada 2007.

Pengalaman kerja penulis yaitu sebagai pengajar di Universitas Persada Indonesia Y.A.I pada tahun 1997 sampai sekarang, sebagai pengajar di Institut Bisnis Nusantara pada tahun 2015 sampai sekarang, sebagai pengajar di Universitas Mercubuana pada tahun 2013 sampai sekarang, sebagai pengajar di Universitas Gunadarma pada tahun 1992 sampai sekarang, dan sebagai EDP Department di PT Suria Yozani pada tahun 1992-1994.

Penelitian yang pernah dilakukan penulis yaitu Penelitian mandiri: Efektifitas Pengelolaan Jaringan Komputer Dan Reduksi Biaya Operasional TI dengan Remote Monitoring System - 2015, Penelitian Mandiri: Aplikasi Rekening Bersama Sebagai Mediasi Pembeli Penjual Dalam Transaksi Online Store- 2015, Penelitian Mandirii : Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikas (TIK) Pada Usaha Mikro,Kecil Dan Menengah (UKM) Di Indonesia - 2014, Penelitian Mandiri : Pemanfaatan Load Balancing dan failover Dalam perencanaan Pengembangan Jaringan Komputer Untuk menghindari Down Time - 2013, Penelitian mandiri : Analysis of Data Security on Cloud Computing System Case Study TelkomCloud - 2012, Penelitian Mandiri : Sistem Informasi Kelurahan Baktijaya-Depok berbasis Web - 2011.

Publikasi ilmiah yang pernah dilakukan penulis yaitu Efektifitas Pengelolaan Jaringan Komputer Dan Reduksi Biaya Operasional TI dengan Remote Monitoring System Prosiding PESAT 2015 ISSN 1858-2559, Aplikasi Rekening Bersama Sebagai Mediasi Pembeli Penjual Dalam Transaksi Online Store Jurnal Ilmiah FIFO Vol 5/No.1/Mei/2015 Univ. Mercubuana ISSN 2085-4315, Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikas (TIK) Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UKM) Di Indonesia National Annual Sysposum 2015 Call Paper Univ.Indraprasta PGRI , ISSN 2442-5532, Pemanfaatan Cloud Storage Dalam Perencanaan Suatu Pemulihan Bencana Teknologi Informasi (IT Disaster Recovery Planning) Proseding Seminar Nasional Teknologi STMIK AMIKOM, Strategi Komunikasi Cloud Computing. Jurnal FIFO tahun 2013 Universtas Mercubuana ISSN 2085-4315, Analysis of Data Security of Cloud Computing System Case Study Telkom Cloud Proceedings KNSI 2013/ ISBN 978-602-17488-0-0, dan Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Penerima Beasiswa di UPI-YAI Menggunakan FMADM Proceedings KNSI 2013/ ISBN 978-602-17488-0-0.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang pernah dilakukan penulis antara lain Penyuluhan Internet Sehat untuk Anak di RT 01 RW 04 Baktijaya, Sukmajaa Depok, Agustus 2016, Pelatihan dan penyuluhan Pemanfaatan Aplikasi Internet dalam meningkatkan pemasaran, untuk Peserta didik Pondok Pesantren Baiturahman-Mei 2016, Penyuluhan pemanfaatan T.I.K untuk Memotivasi Belajar Siswa Kelas X SMA Perguruan Ksatria - November 2016, Penyuluhan Pemanfaatan Teknologi Internet Dalam Membantu Pembelajaran Anak Untuk Anggota Posyandu Melati - 2015, Pelatihan Pembuatan Modul Bahan Ajar Menggunakan TIK Untuk Guru-guru SMA Muhammadiyah 1 Jakarta - Juni 2014, dan Anggota KPPS Depok untu Pemilihan Gubernur Jawa Barat, 2012.

## **PENULIS 2**

### **Dr. Shafenti, SE., MM**



Shafenti adalah wanita beragama islam yang lahir di Kuningan pada tanggal 24 Januari 1965. Penulis menjabat sebagai Lektor dengan NIDN 0324016502. Penulis bertempat tinggal di Jl. Sawo 2 No. 1 Rt. 011 Rw. 008, Rawamangun, Jakarta Timur 13220 Indonesia dengan nomor telepon 081287812980.

Riwayat pendidikan formal penulis yaitu pada tahun 1987-1991 di STIE Y.A.I, Jurusan Akuntansi (S1), Salemba, Jakarta Pusat, tahun 1995-1997 di UPI Y.A.I, Jurusan Manajemen Keuangan (S2), Salemba, Jakarta Pusat, dan tahun 2013-2017 di UPI Y.A.I, Jurusan Manajemen Keuangan (S3), Salemba, Jakarta Pusat.

Pendidikan non formal yang pernah diikuti penulis yaitu pada tahun 1980 - 1981 mengikuti Kursus Bahasa Inggris di Intensif English Course (E.I.C), pada 1982 mengikuti Ketrampilan Terikat Sub Bid. Studi Elektronika dan Tata Busana, pada tahun 1985 mengikuti Kursus mengetik, pada tahun 1986 mengikuti Kursus Tata Buku Bond A1 dan A2, pada tahun 1986 - 1988 mengikuti Kursus Bahasa Inggris di PPIA (LIA).

Pengalaman kerja penulis yaitu Pada tahun 1985 di PT. Metro Melawai sebagai Kasir / Bagian keuangan, pada tahun 1986 - 1987 di PT. Varista Internasional sebagai Dispatcher dan Guest Relation Officer, pada tahun 1987 - 1988 di Kedutaan Besar Afghanistan sebagai Sekretaris Duta Besar, pada tahun 1988 - 1989 di PT. Varista Internasional sebagai Bagian Keuangan, pada tahun 1989 - 1997 di PT. Nassau Sports Indonesia sebagai Assitant Manager Akunting dan Keuangan, pada tahun 1997 - 1998 sebagai Kepala BAUK UPI Y.A.I, pada tahun 1999 - 2005 sebagai Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi UPI Y.A.I, pada tahun 2005 sebagai Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Komunikasi UPI Y.A.I, pada tahun 2010 - 2019 sebagai Wakil Kepala Pengendalian Mutu Internal UPI Y.A.I, pada tahun 2019 s/d selarang sebagai Wakil Kepala Bidang Pengembangan Bisnis dan Usaha LPK UPI Y.A.I, dan pada tahun



1997 s/d sekarang mengajar di Fakultas Ekonomi UPI Y.A.I. penulis juga masih aktif mengajar di Fakultas Ilmu Komunikasi UPI Y.A.I, mengajar di Akademi Akuntansi Y.A.I, mengajar di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Y.A.I, mengajar di Universitas Islam Attahiriyah, mengajar di STIE - Kalpataru, mengajar di STIENI - kampus B (Cawang), masih aktif mengajar di UNPI (Universitas Putra Indonesia) Cianjur, dan masih aktif mengajar di STIE Jayakarta - Salemba.

Selain buku ini, penulis juga pernah menulis buku Manajemen Pemasaran dan Metodologi Penelitian Bidang Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi.

Bidang penelitian dan pengembangan ilmu penulis pada lima tahun terakhir yaitu Gasal 2016-2017 : Meneliti "Determinan Profitabilitas Perbankan dan Implikasinya terhadap Return Saham", Genap 2016-2017 : Meneliti "Determinan Capital Adequacy Ratio, Non Performing Loan dan Dana Pihak Ketiga Implikasinya terhadap Jumlah Penyaluran Kredit pada Bank Umum", Gasal 2017-2018 : Meneliti "Determinan Profitabilitas Perbankan dan Implikasinya Terhadap Return Saham Bank Umum yang tercatat di Bursa Efek Indonesia", Genap 2017-2018 : Bedah Buku Ajar : Manajemen Pemasaran", Ganjil 2020-2021 : Analisa Peranan Kredit Sektoral dan Pengaruh BI Rate dalam mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional, dan Ganjil 2021- 2022 : Supply chain management, supply chain flexibility and firm performance; and empricial investigation of agriculture companies in Indonesia.

Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat yang pernah diikuti penulis lima tahun terakhir antara lain Gasal 2016-2017 : Sebagai Pembicara Penyuluhan Pemberdayaan Masyarakat Bidang Manajemen, Akuntansi Pengrajin Kaset di Desa Pengaluh Utara Kecamatan Kota Baru Kabupaten Karawang, Genap 2016-2017 : Sebagai Pembicara Penyuluhan Meningkatkan Kualitas Siswa SMA Muhammadiyah 1 Jakarta Pusat dengan Pemanfaatan Aplikasi Open Office Calc sebagai Media Pembelajaran untuk mata pembelajaran ekonomi, Genap 2016-2017 : Sebagai Pembicara Penyuluhan Meningkatkan Keterampilan Ibu-ibu PKK Rw.008

Kelurahan Rawamangun. Jakarta Timur, Gasal 2017-2018 : Sebagai pembicara pada Penyuluhan dan Pelatihan Membuat Pembukuan Keuangan dan Memahami tentang Anggaran Usaha Koperasi Perwasi Desa Setia Mekar Kecamatan Tambun. Kabupaten Bekasi, Genap 2017-2018 : Sebagai Pembicara tentang mengenal Hakiki Kewirausahaan untuk siswa SMA Muhammadiyah 1 Jakarta, Gasal 2018-2019 : Sebagai Pembicara pada Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan di Handphone menggunakan Aplikasi MS Excel untuk Kader PKK Kelurahan Kwitang, Gasal 2018-2019 : Sebagai Pembicara Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan Untuk Industri Tahu dan Tempe, Gasal 2020-2021 : Meciptakan kreativitas Ekonomi Keluarga di Era Covid 19 pada RW 07 Kelurahan Pulo Gebang Kecamatan Cakung Jakarta Timur.

### **PENULIS 3**

#### **Diah Pramestari, ST. MT**



Diah Pramestari merupakan wanita beragama islam yang lahir di Palembang pada tanggal 3 Desember 1977. Penulis bertempat tinggal di Mediterania Regency Cikunir CB. 4 Jl. Dr. Ratna, Bekasi.

Riwayat pendidikan formal penulis yaitu Sarjana Teknik program studi Teknik Industri pada tahun 1996-2000 di Institut Teknologi Nasional, Bandung dan Master Teknik program studi Pasca Sarjana Teknik Industri pada tahun 2001-2004 di Institut Teknologi Nasional, Bandung.

Pengalaman kerja penulis yaitu menjadi Dosen Teknik Industri – 2005 - sekarang Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jakarta, menjadi Wakil Dekan II Fakultas Teknik – Agustus 2010 – Juli 2011 Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jakarta, menjadi Kepala LPPM Fak Teknologi dan Desain – Maret 2009 – Agustus 2010 Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jakarta, menjadi Ketua Jurusan Teknik Industri – Desember 2005 – 2009 Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jakarta, dan menjadi Store Supervisor – Januari - Mei 2005 PT. Mitra Transport Operator, Tangerang.

Publikasi ilmiah penulis yaitu Penjadwalan Distribusi Produk dengan Penerapan Metode Distribution Requirement Plainning di PT.X, Jurnal IKRA-ITH Teknologi Vol 4 No. 1 Maret 2020 (E ISSN 2654-8046), Pengukuran Kinerja Perusahaan Dengan Metode Economic Value Added, Jurnal Gerbang No.II Edisi Februari 2020 (ISSN 0853-6376), Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Kawula Muda di Era Milenial Melalui Pendekatan Inside-Out, Jurnal IKRA-ITH Abdimas Vol 2 No.2, Juli 2019 (ISSN 2654-5721, E.ISSN 2654-7546), Analisis Penjadwalan Produksi Oxygen Sensor Dengan Metode Heuristic Gupta dan Campbell, Dudek and Smith, Jurnal IKRA-ITH Teknologi Vol 2 No 3, November 2019 (ISSN 2580-4308), dan Penentuan Kriteria Perbaikan Produktivitas Pada Suatu

Departemen Kerja Dengan Menggunakan Metode Objective Matrix (OMAX), Jurnal IKRA-ITH Teknologi Vol 2 No.2 Juli 2018 (ISSN 2580-7080, E ISSN 2580- 7099).

Publikasi lainnya yaitu Pekerja dan Resiko Beban Kerja, disajikan di Koran Berita Bekasi, Senin 30 Januari 2017, Hal. 10 dan Pentingnya Display, disajikan di Koran Berita Bekasi, Selasa 8 Agustus 2017, Halaman 12.

No. tlp : 081389931871

e-mail : mesta\_dp@yahoo.com.

REPUBLIC INDONESIA  
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

## SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202296987, 30 November 2022

**Pencipta**

Nama : Ir. Essy Malays Sari Sakti, M.MSI, Dr. Shafenti, SE. MM dkk  
Alamat : Jl. Lematang IV No. 180 RT 004 RW 01 Sukmajaya Depok 16418, Depok, JAWA BARAT, 16418  
Kewarganegaraan : Indonesia

**Pemegang Hak Cipta**

Nama : Ir. Essy Malays Sari Sakti, M.MSI, Dr. Shafenti, SE. MM dkk  
Alamat : Jl. Lematang IV No. 180 RT 004 RW 01 Sukmajaya Depok 16418, Depok, JAWA BARAT, 16418  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Jenis Ciptaan : Buku  
Judul Ciptaan : **Monograf Peningkatan Daya Kreatifitas Pengembangan Produk Dengan Diversifikasi Ampas Tahu Dan Penjualan Melalui Marketplace**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 24 November 2022, di Purbalingga

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000412731

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.  
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia  
Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual  
u.b.  
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Anggoro Dasananto  
NIP.196412081991031002

Disclaimer:  
Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.