“KARUPUAK LEAK MANAGIAH” SEBAGAI INOVASI PADA JAJANAN LEGENDARIS KHAS SUMATERA BARAT BIDANG PRODUKSI DAN PEMASARAN

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam

Acc Untuk munaqosah
13 November 2024

Nur Kholis

Oleh : Wido Ardani
20423016

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

LEMBAR PERNYATAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Wido Ardani

NIM : 20423016

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam

Judul Tugas Akhir : "Karupuak Leak Managiah" Sebagai Inovasi Pada Jajanan Legendaris Khas Sumatera Barat Bidang Produksi Dan Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan tugas akhir perintisan bisnis ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata kemudian hari penulisan tugas akhir perintisan bisnis ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya akan bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 15 November 2024



Wido Ardani

FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiai@uii.ac.id
W. fiai.uii.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan dalam Sidang Skripsi Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari	:	Selasa
Tanggal	:	3 Desember 2024
Judul Skripsi	:	karupuak Leak Managiah' sebagai Inovasi pada Jajanan Legendaris Khas Sumatera Barat Bidang Produksi dan Pemasaran
Disusun oleh	:	WIDO ARDANI
Nomor Mahasiswa	:	20423016

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing	: Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec.	(.....)
Penguji I	: Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.	(.....)
Penguji II	: Soya Sobaya, SEI, MM	(.....)

Yogyakarta, 3 Desember 2024
Dekan,

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Dr. Drs. Asmuni, MA

NOTA DINAS

Yogyakarta, 09 Jumadil Awal 1446 H

11 November 2024

Hal : Tugas Akhir Perintisan Bisnis

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam

Universitas Islam Indonesia

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 1059/Dek/60/DAATI/FIAI/VII/2024 tanggal 24 Juli 2024 M/ 18 Muharram 1446 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Wido Ardani

Nomor Induk Mahasiswa : 20423016

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Jurusan/Program Studi : Studi Islam/Ekonomi Islam

Judul Skripsi : "KARUPUAK LEAK MANAGIAH" SEBAGAI INOVASI PADA JAJANAN LEGENDARIS KHAS SUMATERA BARAT (Bidang Produksi dan Pemasaran)

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa Tugas Akhir Perintisan Bisnis saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 11 November 2024



Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec.

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen pembimbing skripsi:

Nama : Wido Ardani

NIM : 20423016

Judul Skripsi : "KARUPUAK LEAK MANAGIAH" SEBAGAI INOVASI PADA JAJANAN LEGENDARIS KHAS SUMATERA BARAT (Bidan Produksi dan Pemasaran)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah Tugas Akhir Perintisan Bisnis pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 November 2024

Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan Proyek Bisnis ini. Sholawat serta salam yang selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang selalu memberi contoh teladan, kebaikan, dan manfaat bagi umat manusia. Penulisan Laporan Proyek Bisnis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan proyek bisnis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan proyek bisnis ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orangtua, Bapak Ardison dan ibu Syamsi yurni dan adik penulis Weby Dwi Ardani dan Wike Kinaya Ardani yang selalu memberikan penulis semangat dan doa yang selalu dipanjatkan serta motivasi untuk kelancaran penyusunan Tugas Akhir Perintisan Bisnis penulis.

2. Keluarga Besar HAMKA Himpunan Anak Minangkabau UII. Yang selalu mendukung dan menyemangati penulis dalam Proses penyusunan Tugas akhir.

MOTTO

Alam takambang jadi guru

Artinya: Alam terkembang dijadikan guru

Maksudnya, semua ciptaan Tuhan, termasuk alam, menyajikan banyak pelajaran yang dapat menjadi guru dalam menjalani kehidupan. Karena itu, alam harus dijaga agar selalu terawat dan tidak rusak.

ABSTRAK

“KARUPUAK LEAK MANAGIAH” SEBAGAI INOVASI PADA JAJANAN LEGENDARIS KHAS SUMATERA BARAT

BIDANG PRODUKSI DAN PEMASARAN

WIDO ARDANI

20423016

“Karupuak Leak Managiah” merupakan sebuah inovasi dari jajan legendaris khas Sumatera Barat yang biasa dikenal dengan sebutan karupuak kuah sate. Bahan dasar dari Karupuak Leak Managiah adalah kerupuk yang terbuat dari singkong. Jajanan ini biasanya hanya di jual oleh masyarakat Sumatera barat, sehingga belum terlalu dikenali oleh orang-orang luar Sumatera. Inovasi yang dilakukan yaitu dengan membuat Karupuak Leak Managiah yang dikemas dengan kemasan standing pouch. Sedangkan strategi pemasaran Karupuak Leak Managiah dilakukan melalui sosial media berupa Instagram dan Tiktok serta marketplace dengan menggunakan Shopee dan tokopedia. Tujuan utama dari inovasi ini adalah meningkatkan eksistensi dan daya tarik pada produk Karupuak Leak Managiah. Hasil yang didapatkan dari bidang produksi dan pemasaran, dengan menggunakan strategi pemasaran yang baik, serta produksi yang mengedepankan terhadap citarasa dan ke authetic an dalam rasa. Maka, produk ini mendapatkan hasil yang positif bagi masyarakat terutama bagi para masyarakat yang ingin mencicipi kuliner daerah. Serta mendapatkan profit yang bagus dari penjualan produk yang diperjualkan kepada masyarakat.

Kata kunci: Karupuak Leak Managiah, Inovasi, Produksi, Pemasaran.

ABSTRACT

"KARUPUAK LEAK MANAGIAH" AS AN INNOVATION IN THE LEGENDARY SNACK OF WEST SUMATRA IN THE FIELDS OF PRODUCTION AND MARKETING

WIDO ARDANI

20423016

"Karupuak Leak Managiah" is an innovation of the legendary snack from West Sumatra, commonly known as "Karupuak kuah Sate". The main ingredient of Karupuak Leak Managiah is crackers made from cassava. This snack is typically sold only by the people of West Sumatra, so it has not been widely recognized outside the region. The innovation involves packaging Karupuak Leak Managiah in standing pouches. The marketing strategy for Karupuak Leak Managiah is carried out through social media platforms such as Instagram and TikTok, as well as marketplaces like Shopee and Tokopedia. The primary goal of this innovation is to increase the visibility and appeal of the Karupuak Leak Managiah product. The result achieved in production and marketing, by implementing an effective marketing strategy and focusing on taste and authenticity in production, have had a positive impact. This product has been well-received by the public, particularly by those who wish to experience regional cuisine. Additionaly, it has generated a good profit from the sales of the poduct to consumers. This demonstrates the importance of maintining quality and authenticity in flavor, as well as utilizing effective marketing strategies to introduce and sell the product to a wider market. As a result, the product not only provides value to the community by showcasing regional culinary traditions, but also creates a profitable business opportunity.

Keywords: Karupuak Leak Managiah, Innovation, Production, Marketing.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987 Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te

ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je

ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)

ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal

atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa

tanda atau harakat,transliterasinya sebagai berikut:

Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	**Nama**	**Huruf Latin**	**Nama**
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakatdan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut

Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يْ...َ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
وْ...َ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ...ىَ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ىِ...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وُ...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيْلَ qīla
- يَقُوْلُ yaqūlu

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

   Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah,transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

   Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةْ talhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuahtanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu hurufyang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- البِرُّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf,yaituال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata

sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariy di transliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuaidengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulisterpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلاَلُ al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut

dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْنَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/ Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalamtransliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apayang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskanhuruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului olehkata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ للهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمنِ الرَّحِيْمِ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللهُ غَفُوْرٌ رَحِيْمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّٰهِ الأُمُوْرُ جَمِيْعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْمِ

Assalamuálaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan Proyek Bisnis ini. Sholawat serta salam yang sellau tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang selalu memberi contoh teladan, kebaikan, dan manfaat bagi umat manusia. Penulisan Laporan Proyek Bisnis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan proyek bisnis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan proyek bisnis ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya dan rektor- rektor sebelumnya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.

2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia beserta jajarannya.

3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku ketua Jurusan Studi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam.

4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., M.E. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam.

5. Bapak Dr. H. Nur Kholis, S.Ag, S.E.I.,M.Sh.Ec Selaku Dosen Pembimbing Perintisan Bisnis yang telah dengan sabar membantu dan juga membimbing penulis dan juga tim dalam penyusunan Tugas Akhir Perintisan Bisnis.

6. Segenap Dosen serta staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu dan juga memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh mahasiswa Ekonomi Islam

7. Kedua orangtua, Bapak Ardison dan ibu Syamsi yurni dan adik penulis Weby Dwi Ardani dan Wike Kinaya Ardani yang selalu memberikan penulis semangat dan doa yang selalu dipanjatkan serta motivasi untuk kelancaran penyusunan Tugas Akhir Perintisan Bisnis penulis.

8. Keluarga Besar HAMKA Himpunan Anak Minangkabau UII. Yang selalu mendukung dan menyemangati penulis dalam Proses penyusunan Tugas akhir.

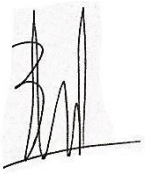
9. Teman-teman Seperjuangan Hasfi Fakhri. Dhicy Rhamadhan, M.Rafki, Rifqi hilmi, Soleh Kolihun, Nadhifa anggraini, Clairin ivena, Ahmad Royhan, Chintia Rahdatul putri, Dhoiva nahdatul Rahmi, Rehan Harnodi, Satria anugrah akbar dan semua teman teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu Atas Segala Semangat, saran, dan doan dalam menemani penulis menyelesaikan Tugas Akhir.

10. Tim Karupuak Leak Managiah, Hasfi Fakhri Zatawera yang selama ini telah berjuang Bersama-sama dalam menyelesaikan Tugas Akhir perintisan bisnis ini

Dengan kerendahan hati, penulis memohon kepada seluruh pihak atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan di hati, itu semata-mata kelalaian dan kekhilafan dari penulis sendiri. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga Laporan Tugas Akhir Perintisan Bisnis dapat berguna dan menambah pengetahuan bagi para pembacanya

Wassalamualaikum Warahmatullahi wabarakatuh

Yogyakarta, 11 November 2024



Wido Ardani

Daftar Isi

NOTA DINAS iii
REKOMENDASI PEMBIMBING v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
MOTTO vii
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN x
KATA PENGANTAR xix
Daftar Tabel xxii
Daftar Gambar xxiii
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Sistematika penulisan 4
BAB II 6
PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS 6
A. Profil Bisnis 6
B. Pelaksanaan Bisnis 13
BAB III 41
IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH 41
A. Identifikasi Masalah 41
B. Pemecahan Masalah 46
BAB IV 50
KESIMPULAN DAN SARAN 50
A. Kesimpulan 50
B. Saran 51
Daftar Pustaka 53
LAMPIRAN 54
RIWAYAT HIDUP 56

Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Riset Pasar 2
Tabel 2. 1Riset pasar 14
Tabel 2. 2 Rekap Penjualan 22
Tabel 2. 3 Stock Bahan Baku 27
Tabel 2. 4 Strategi Pemasaran 30
Tabel 2. 5 Tempat penjualan Karupuak Leak 31
Tabel 2. 6 Rekap Penjualan di Teh Tarik 34
Tabel 2. 7 Rekap penjualan di Toko Bofet Minang Saiyo 36
Tabel 2. 8 Rekap penjualan di toko Bungo Palo 37
Tabel 2. 9 Rekap penjualan di Malioboro 39
Tabel 3. 1 Kendala Bisnis 41
Tabel 3. 2 Persediaan Barang 44
Tabel 3. 3 Perhitungan HPP produk 45

Daftar Gambar

Gambar 2. 1 logo karupuak leak 10
Gambar 2. 2 Pesaing Karupuak kamang 14
Gambar 2. 3 Seblak Rafael & Geprek Rafael 15
Gambar 2. 4 Lokasaji 16
Gambar 2. 5 Kerupuk Kuah Jambi 17
Gambar 2. 6 Produk Serupa 18
Gambar 2. 7 Perbedaan Barang baku 20
Gambar 2. 8 Bahan Baku Rempah-Rempah 21
Gambar 2. 9 Bahan Baku Rempah-Rempah 23
Gambar 2. 10 Isi Dalan Kemasan 25
Gambar 2. 11 Instagram Karupuak Leak 28
Gambar 2. 12 Pemasaran Melalui Live Tiktok 29
Gambar 2. 13 Penempatan offline Store 32
Gambar 2. 14 Beberapa konsumen Kerupuk 33
Gambar 2. 15 Penitipan Barang di Rumah makan padang 35
Gambar 2. 16 Penitipan RM Padang bungo palo 36
Gambar 2. 17 Gambar beberapa pembeli 39

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia dikenal dari beragam banyak wisata dan kuliner yang tersebar di penjuru wilayahnya. Melalui potensi yang di miliki oleh wilayah yang ada, membuat para Masyarakat yang berada di wilayah tersebut menjadi memiliki inovasi untuk mendapatkan makanan khas yang dimiliki oleh wilayah. Seperti yang terdapat di wilayah Sumatera Barat memiliki kreativitas dan inovasi dalam membuat sebuah kuliner khas yang menjadi ciri khas dalam provinsi tersebut. Dapat menjadi pengertian pula dari wisata yang merupakan kegiatan perjalanan seseorang atau sekelompok orang dengan singgah ke suatu tempat untuk tujuan tertentu dan dalam waktu tertentu.

Berdasarkan UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan mengamanatkan bahwa setiap orang berhak memperoleh kesempatan wisata. Konteks tersebut menunjukan bahwa kebutuhan wisata (*tourism demand side)* harus terukur sejak meninggalkan rumah hingga Kembali dari kegiatan berwisata. Indonesia memiliki keragaman dan keunikan sebagai daya Tarik wisata (*tourism supply side),* sehingga pemerintah menempatkan sektor pariwisata menjadi sektor unggulan yang menopang system ekonomi nasional (Surur 2020,1)

Sumatera Barat sendiri menjadi daerah yang banyak diminati para wisatawan untuk dijadikan sebagai salah satu destinasi wisata yang banyak diminati oleh Masyarakat dari penjuru Nusantara. Dalam sektor pariwisata yang berada di daerah ini memegang peranan cukup penting sebagai sumber pendapatan dan aktivitas ekonominya. Sehingga, melalui sektor pariwisata dapat dijadikan sebuah Upaya untuk dapat meningkatkan pendapatan yang ada di Sumatera (Besra,2012) Potensi kepariwisataan Sumatera Barat sangat besar, terutama dalam jumlah destinasi wisata termasuk anugerah keindahan alam dan budaya Masyarakat Sumatera Barat, hampir di setiap wilayah Kabupaten dan Kota terdapat berjenis dan beragam daya tarik wisata (Pemerintah Daerah Sumatera Barat, 2021)

Kuliner khas Sumatera Barat yang banyak dikenal oleh seluruh pelosok Indonesia yaitu Rendang, olahan dari bahan baku daging dan santan yang diaduk dengan menggunakan bumbu dan rempah-rempah. Selain rendang, ada pula rumah makan padang yang menjadi ikonik dalam kuliner yang ada di Sumatera Barat. Pada umumnya, orang-orang hanya mengenal makanan khas Sumatera Barat seperti yang sudah disebutkan. Padahal, apabila di lihat lebih dalam lagi seringkali di jumpai banyak pedagang kaki lima dengan menggunakan toples yang berisikan kerupuk ubi bulat yang diberikan mie bihun dan kuah sate padang di atasnya. Berbeda dari kerupuk sanjai yang sering dijumpai di took oleh-oleh Sumatera Barat, yang menggunakan macam-macam rasa.

Karupuak Leak atau biasanya juga disebut karupuak mie atau karupuak kuah yang dulu biasanya dijual di depan SD dengan kisaran harga Rp1.000 -Rp5.000 (Asril 2021). Berdasarkan dari riset yang sudah dilakukan oleh penulis didapatkan beberapa rise pasar yang menjual makan serupa. Penulis mendapatkan beberapa persaingan pasar di antaranya pada table di bawah ini.

	Nama	Harga Jual	Keterangan
Toko 1	kerupuk kuah Jambi	Rp 25.000	Menjual kerupuk kuah
Toko 2	Lam.blang	Rp 35.000	menjual makan khas daerah
Toko 3	lokasaji	Rp 35.000	frozen food makaan daerah
Toko 4	seblak mag rafael	Rp 25.000	menjual makan khas daerah
Toko 5	Emak cw	Rp 85.000	menjual kerupuk singkong
Toko 6	Snack ceria	Rp 25.000	mejual keripik

Tabel 1. 1 Riset Pasar

Karupuak leak juga terbuat dari olahan singkong yang telah dihaluskan sebelumnya, kemudia dipotong tipis dengan bentuk lingkaran, dengan diberi kuah sate dan diberi topping bihun di atasnya, menjadikan karupuak leak sebagai jajanan yang cukup digemari oleh Masyarakat Minangkabau dari dulu hingga saat sekarang ini.

Karupuak leak hanya eksis di daerah asalnya saja, yaitu Sumatera Barat. Hal tersebut dikarenakan minimnya orang yang menjual karupuak leak di daerah-daerah diluar Sumatera Barat, tidak seperti nasi Padang yang dapat dijumpai Dimana saja di seluruh wilayah Nusantara. Nama karupuak leak berasal dari kata "leak" (baleak) yang jika diartikan ke dalam Bahasa Indonesia berarti "tumpah". Hal tersebut dikarenakann karupuak leak mudah lembik jika sudah disirami kuah sate, dan harus segera dihabiskan layaknya sebuah es krim (Asril 2021)

Untuk mengatasai hal tersebut, tentulah dibutuhkan sebuah inovasi pada karupuak leak agar dapat dikenal dan dapat dinikmati oleh Masyarakat luas layaknya Rendang, Karupuak Sanjai dan jajanan khas Minangkabau lainnya. Penjualan karupuak leak dalam bentuk kering yang disimpan dalam kemasan *standing pouch* adalah sebuah Solusi yang dapat menjawab permasalahan di atas. *Standing pouch* merupakan salah satu jenis kemasan yang higienis dikarenakan tidak adanya celah untuk masuknya kotoran. Selain itu memiliki kelebihan yang cantik dari segi desain dan bisa disesuaikan dengan kebutuhan, dilihat dari segi ukuran yang relative lebar dan bisa berdiri (Syahid 2018). Salah satu faktor penting dalam membuat desai kemasan yang mampu menarik perhatian pelanggan pada suatu produk adalah aspek visual. Oleh karena itu, pelaku bisnis perlu memperhatikan desain untuk kemsan produknya. Kemasan yang kurang menarik akan menyebabkan turunnya kualitas produk (L. D. Hastari 2019)

Dengan dijual dalam bentuk yang kering dan dikemas menggunakan kemasan *standing pouch,* tentunya karupuak leak dapak dinikmati oleh siapa saja tanpa harus berkujung ke Sumatera Barat. Bahan-bahan yang sederhana untuk usaha karupuak leak dalam kemasan *standing pouch* ini tidak terlalu sulit untuk dilakukan.

Berdasarkan inovasi tersebut, karupuak leak dari segi kebutuhan wisatawan diharapkan dapat menjadi salah satu inovasi jajanan khas Sumatera Barat.

Usaha karupuak leak dalam bentuk kemasan *standing pouch* akan sangat menjanjikan menginat belum adanya Masyarakat yang mengembangkan usaha tersebut jika dibantu dengan perkembangan teknologi. Akses informasi yang super cepat di era informasi sekarang ini membuat dari segi promisu dapat dibantu memalui internet maupun dengan memanfaatkan social media yang sudah dimiliki oleh hampir semua orang dan merupakan konsumsi sehari-hari pada saat sekarang ini (Noviyanti and Yuliana 2002)

Tidak hanya dari segi informasi, pemanfaatan internet saat ini juga merambat untuk melaksanakan transaksi. Penjualan nantinya dilakukan pada toko digital (*marketplace)* yang memang disediakan untuk transaksi jarak jauh. Pemanfaaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pun menjadi salah satu pilihan di era Masyarakat ekonomi Asean. Pemanfaatan digital tekonologi tidak hanya menghantar kita kepada penggunaaan aplikasi saja, namun dapat membantu dalam promosi (Noviyanti and Yulianan 2022).

B. Sistematika penulisan

Sistematika penulisan rancang bangun bisnis ini memiliki beberapa bagian yaitu bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Bagian inti laporan dibagi menajdi empat bagian yakni Bab I, II, III DAN IV.

Bab 1 menguraikan latar belakang ide binsis yang di usulkan, proses analisis kelayakan bisnis, dan stukrur laporan tugas akhir yang menjelaskan rancang bangun dan implementasi bisnis secara ringkas.

Pada bagian Bab II, membahas tentang laporan umum pelaksanaan kegiatan bisnis yang terdiri dari profil bisnis dan pelaksaannya. Pada bagian profil bisnis, menguraikan tentang profil bisnis secara umum meliputi bidang bisnis, Lokasi, waktu pendirian, dan perkembangan bisnis secara umum. Untuk bagian pelaksanaan bisnis laporan ini berisikan tentang aspek-aspek produksi pada bisnis Karupuak Leak Managiah

Pada Bab III identifikasi dan pemecahan masalah terdiri dari identifikasi masalah, tinjauan teoritis, dan pemencahan masalah. Pada bagian identifikasi masalah menguraikan tentang permasalahan yang dihadapi oleh pelaku bisnis dalam membuat bisnisnya. Kemudian bagian tinjauan teoritis berisikan tentang teori yang berkaitan dengan permasalahan yang muncul dan untuk bagian pemecahan masalah menjabarkan tentang teori atau pendekatan apa yang dipakai untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi dan bagaimana Tingkat efektifitasnya.

Terakhir bagian Bab IV Kesimpulan dan saran yaitu menjelaskan tentang pelaksannaan bisnis secara umum. Pelakasanaan aspek fungsional dan penyelesaian masalah yang dihadapi sebagaimana telah di terangkan pada Bab III, dan saran kepada calon wisudawan yang akan berkecimpung di bidang bisnis yang sama denga yang dijalankan. Kemudian dibagian akhir memaparkan tentang daftar Pustaka dan lampiran-lampiran dalam menunjang bisnis yang dijalankan.

BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS

A. Profil Bisnis

Karupuak Leak Managiah merupakan inovasi pada jajanan legendaris karupuak kuah Sumatera Barat. Karupuak Leak adalah jajanan kerupuk singkong yang disirami kuah sate dan ditambahkan bihun sebagai toppingnya. Nama karupuak leak berasal dari kata “Leak” (Baleak) yang jika diartikan ke dalam Bahasa Indonesia berarti “berserakan”. Hal tersebut dikarenakan dengan beralaskan kerupuk, kemudian diberikan tambahan bihun dan kuah satae di atasnya yang ditaburi secara berserakan. Sedangkan kata “Managiah” yang jika diartikan kedalam Bahasa Indonesia berari “ketagihan”. Diharapkan dengan menggunakan nama ini dapat menjadikan orang yang membeli kerupuak leak dapat ketagihan dalam membeli produk yang penulis tawarkan.

Makanan telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan Masyarakat yang ada di dunia. Seiring dengan berjalan nya waktu, banyak manusia yang ingin makan hanya dengan bahan yang praktis dan sederhana. Kerupuk Leak dengan mengedepankan pada kualitas dalam bahan baku serta berkomitmen dalam citra rasa yang terda[at dalam setiap gigitan nya membuat Masyarakat yang mengkonsumsi mendapatkan kenikmatan dalam mengkonsumsinya. Produk yang berkualitas tinggi menjadi ciri khas dalam makanannya.

Dengan rasa kuah padang yang memiliki ciri khas tersendiri, dapa menambah cita rasa Sumatera Barat yang melekat di dalamnya. Setiap gigitannya memberikan rasa renyah yang berasal dari kerupuk dan rasa yang gurih dari kuah sate padang dan bihun. Makanan ini sudah banyak tersedia di pinggir jalan maupun tempat wisata yang terkenal di Sumatera Barat. Karupuak leak biasa dinikmati bersamaan dengan minuman kelapa muda, sehingga menambah sensasi kenikmatan saat menyantap karupuak leak. Tak jarang orang tau bagaimana resep dan cara dalam memasak kerupuk leak ini. Sehingga, masih banyak orang luar daerah yang ingin mencicipi bagaimana rasa dari kerupuak leak atau kerupuk mie kuah ini kesulitan dalam mencicipinya. Diperlukan dana yang cukup besar apabila Masyarakat luar

daerah yang berada diluar provinsi maupun luar pulau untuk dapat mencicipi kuliner khas Sumatera Barat ini.

Seiring denga perkembangan zaman yang ada, serta kemudahan dalam digitalisai dan pengiriman, membuat Masyarakat luar mendapatkan kemudahan dalam merasakan kuliner tanpa harus mengeluarkan dana yang banyak. Banyak kemudahan yang didapatkan melalui era digitalisasi saat ini. Seperti hal dalam harga kerupuak leak atau kerupuk kuah mie ini hanya dibandro harga dengan kisaran Rp5.000 – Rp 10.000. Membuat para masyakarat Indonesia yang berada diluar daerah terbayarkan raas keingintahuan dan mudah untuk dapat mencicipi makanan khas Sumatera Barat ini. Dengan memiliki keunggulan yang terdapat dalam bahan baku yang berkualitas, berasal dari resep yang sudah secara turun temurun dalam rasa yang autentik dan proses produksi yang higienis dan seusai dengan standar pada pengelohan yang ada.

Target pasar dalam produk ini berfokus pada penggemar kuliner tradisional, restoran atau pun warung makan yang membutuhkan pelengkap dalam usahanya, komsumen yang mencari cemilan yang sederhana, serta para mahasiswa ataupun Masyarakat Rantau yang berasal dari Sumatera Barat, yang rindu dengan makanan khas daerahnya sendiri. Melalui kemudahan ini, bukan hanya memberikan kemudahan dalam memasak, namun juga mengobati rindu untuk produk yang di perjualkan.

Perkembangan dalam era digitalisasi membuat brand Karupuak Leak Managiah *launching* pada tanggal 3 agustus 2024 dengan melakukan sebuah inovasi berupa penyimpanan dalam kemasan dengan isian yang kering sehingga dapat tahan lama seta bisa dinikmati kapan saja dan Dimana saja. Kemasan yang menggunakan *standing pouch* berfungsi untuk melindungi dan menjaga produk dari kerusakan saat penyimpanan dan penjualan, serta dapat menarik perhatian konsumen karena keunikannya (Gonzalez, Thorhsbury and Twede 2007). Dengan menggunakan riset lapangan secara lansung untuk dapat mengetahui berapa lama ketahan dari produk dan bahan baku yang disimpan dalam *standing pouch.* Sehingga, di dapatkan lah ketahanan bahan baku dalam kemasan berada di rentang waktu 3 bulan setelah

produksi. Dalam kemasan sudah terdapat 5 keping kerupuk, bihun beserta bumbu seperti coconut powder, tepung beras, dan rempah-rempah yang akan digunakan untuk kuah satenya. Harga jugal produk per bungkus sebesar Rp 25.000.

Banyak persaingan dengan jenis-jenis kerupuk lainnya, apa lagi kerupuk sendiri sudah digunakan sebagai pelengkap dalam makanan. Namun dengan dihadirkannya Kerupuk Leak atau Kerupuk Kuah mie yang menjadikan makanan ini bukan sebagai pelengkap namun sebagai makanan utama atau cemilan yang sederhana dan mudah. Fokus utama Kerupuk Leak adalah tanggung jawab dalam Kesehatan dan kemudahan dalam pengonsumsiannya. Dengan memperhatikan Kesehatan dan higienis dalam produk bisa berkontribusi lansung dalam Kesehatan Masyarakat Indonesia.

Tujuan utaman dari bisnis kerupuk leak atau kerupuk kuah mie ini adalah memberikan dampak yang positif bagi Masyarakat. Bisnis ini memiliki tujuan yang mencerminkan komitmen penuh terhadap tanggung jawab penulis terhadap cita rasa, Kesehatan, mendukung perekonomian dan perkenalan budaya kuliner yang ada pada produk:

1. Cita Rasa

Memberikan rasa khas yang berasal dari resep autenik secara turun temurun yang berasal dari Sumatera Barat. Rasa yang khas dalam menciptakan kepuasan pelanggan sehingga dapat menghadirkan produk yang lezat dan berkualitas tinggi untuk memastikan kepuasan pada konsumen dan membangun loyalitas dalam rasa yang nikmat dan autentik.

2. Kesehatan

Dalam penyajian dibutuhkan bahan baku yang bukan hanya mengedepankan kenikmatan namun juga Kesehatan yang ada dalam produknya. Menyediakan makanan yang bergizi untuk memenuhi kebutuhan kesehaan dan pertumbuhan konsumen serta mendukung Kesehatan fisik dan mental.

3. Mendukung Ekonomi Lokal

Bahan baku yang digunakan dalam produk berkontribusi pada perekonomian local dengan menggunakan bahan baku yang berasal dari petani atau produsen lokal yang dekat dengan produksi.

4. Mempromosikan Budaya Kuliner

Dalam melakukan penjualan juga memperkenalkan dan melestarikan makanan tradisional atau khas daerah sebagai bagian dari warisan budaya yang ada pada produk ini.

Dengan tujuan-tujuan yang telah dijabarkan di atas, memberikan kontribusi dalam perubahan positif terhadapa Kesehatan, citarasa dan juga budaya yang terkandung di dalamnya. Kerupuk leak menjadi salah satu kemudahan dalam Masyarakat yang ingin mencicipi makanan khas daerah.

Kerupuk Leak atau Karupuak kuah mie bertempat di lokasinya sendiri di Yogyakarta, namun untuk bahan baku berasal dari tempat yang terpisah yaitu Sumatera Barat dan Jawa Tengah. Sistem yang digunakan dalam usaha ini dengan meletakkan produk di toko maupun secara online dalam menjalankan bisnisnya. Metode yang digunakan oleh kerupuk leak adalah *zero waste.* Yang dimaksud dengan *zero waste* tentu untuk meminimalisir hasil sisa produksinya untuk dapat dimanfaatkan Kembali.

Dalam perkembangan bisnis ini merupakan perintisan bisnis yang bertujuan untuk menyelesaikan tugas akhir. Berikut tim dari Karupuak Leak Managiah:

a. Wido Ardani sebagai tim di bidang produksi dan pemasaran.
b. Hashfi Fakhri Zatawera tim dibidang keuangan.



Gambar 2. 1 logo karupuak leak

Logo yang digunakan dalam produk ini merupakan sebuah identitas dari brand Karupuak Leak Mangiah yang tentunya memiliki arti yang ada dalam setiap lekukannya. Arti yang terdapat dalam logo itu sendiri, tertuai sebagai berikut:

1. Karupuak leak sendiri merupakan nama dari produk yang akan dipasarkan. Nama ini memang sudah digunakan oleh pedagang-pedagang yang terdapat di Sumatera Barat. Penggunaaan nama yang lain dalam makanan ada juga disebut Kerupuk Kuah mie. Namun, penulis lebih memilih dalam menggunakan nama “Kerupuk Leak” karena sudah menjadi ciri khas daerah yang ada pada kerupuk ini. Karupuak atau dalam Bahasa Indonesia nya Kerupuk, merupakan salah satu bahan baku utama yang digunakan dalam bisnis ini, sehingga ini menjadi ciri khas yang digunakan untuk membuat sebuah inovasi. Leak sendiri yang memiliki arti “beserakan” karena mie dan kuah yang merupakan bahan baku utama diletakkan di atas kerupuk yang diletakan secara berserakan di atasnya. Hal itulah yang menjadi alasan penis menggunakan salah satu nama ini

2. Managiah sendiri merupakan sebuah kata yang berasal dari tempat kerupuk ini sendiri berasal, yaitu Sumatera Barat. Managiah sendiri memiliki arti yaitu ketagihan. Alasan dari diberikannya nama produk ini karena penulis memiliki harapan supaya produk yang ditawarkan ini memiliki dampat positif bagi konsumen apabila membeli produk ini sekali, maka akan ketagihan untuk membeli produk ini, Cita rasa menjadi poin utama dalam usaha ini. Pengalaman dalam mengkonsumsi makanan dan menjadi terobsesi untuk mengonsumsi makanan tersebut secara berulang kali.

3. Lambing atap Rumah Gadang pada logo memberikan identitas budaya kepada para Masyarakat bahwa produk berasal dari daerah Sumatera Barat. Makana lain yang terdapat pada arti atap rumah gadang adalah keharmanosian yang berada di setiap lengkungan atap dan keseimbangan dalam kehidupan sosial yang ada pada Masyarakat Minangkabau. Penggunaan atap rumah gadang juga memiliki arti pada kepemimpinan yang Dimana atap selalu berada di atas bangunan, dan mengartikan derajatnya tinggi. Sehingga, diharapkan bisnis ini akan selalu berada di Tingkat teratas dalam hal yang positif. Atap rumah gadang ini mencerminkan kekayaan tradisi dan arsitektur lokal.

4. Gambar matahari pada logo melambangkan kehidupan yang terdapat di bumi, matahari merupakan sumber utama kehidupan yang ada di bumi, sehingga diartikan sebagai simbol energi. Cahaya matahari yang terang benderang melambangkan harapan, dan dalam konteks positif ingin menunjukkan masa depan yang cerah. Akibat dari pengertian terkait gambar matahai yang cerah, penulis sangat mengharapkan bisnis dalam produk ini dapat memiliki masa depan yang cerah. Akibat dari pengertian gambar matahari yang cerah, penulis sangat mengharapkan bisnis dalam produk ini dapat memiliki masa depan yang cerah. Dapat membuka lapanga kerja untuk Masyarakat. Selain itu, diharapkan juga untuk Cahaya yang terang ini

sehingga bisnis ini akan selalu terus bersinar dan memberikan pencerahan yang baik kepada Masyarakat.

5. Penulis menggunakan warna kuning sebagai latar untuk menciptakan kesan hangat dan ramah. Warna ini memberikan nuansa kehangatan, sehingga diharapkan dapat membuat orang di lingkungan bisnis ini merasa nyaman dan disambut dengan baik. Dalam dunias bisnis, penting untuk menciptakan kehangatan dan kenyamanan yang terdapat di dalam nya. Hubungan antara Perusahaan, karyawan dan pelanggan menjadi hal terpenting untuk dapat memberikan kenyamanaan, melalu suasana yang nyaman dan hangat membuat yang terdapat dalam bisnis merasa dihargai dan termotivasi, sehingga akan menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan inovatif. Apabila sesame tim anggota merasa nyaman, itu akan menciptakan sebuah kolaborasi yang lebih baik, dalam mengungkapkan sebuah ide, serta memiliki komitmen yang sama untuk mencapai suatu tujuan Bersama yang semakin baik, namun juga strategi yang mendalam untuk dapat meraih kesuksesan di Tengah persaingan pasar yang ketat.

Visi misi yang menjadi pedoman dalam bisnis ini adalah sebagai berikut:

1. Visi: Menjadikan “Karupuak Leak Managiah” sebagai jajanan legendaris dengan menciptakan inovasi baru yang dapat dinikmati oleh khalayak ramai.

2. Misi

- Memberikan kepuasa kepada konsumen melalui rasa yang autentik.
- Memberikan prospek yang positif terhadap Masyarakat yang luas.
- Melalui inovasi yang menarik sehingga mudah dikenali oleh khalayak luas

B. Pelaksanaan Bisnis

Pelaksanaan perintisan bisnis Karupuak leak Managiah dilaksanakan pada bulan November 2023. Pada aspek perintisan Bisnis ini merupakan aspek produksi memiliki program kerja inti yaitu alur produksi, kemasan, label dan evaluasi.

1. Alur Produksi



a. Riset pasar

Sebelum melakukan produksi untuk mengetahui bahan baku yang akan disajikan. Diperlukan adanya riset pasar terkait dengan pengidentifikasian dalam target pasar untuk mengetahui bagaimana tujuan dibuat produk dan kebutuhan konsumen. Riset pasar juga digunakan untuk menganalisis persaingan yang ada dalam makanan yang akan di produksi. Dengan adanya riset pasar ini akan memudahkan penulis dalam mengetahui lebih dalam terkait analisis yang ada dalam produksi. Berdasarkan riset yang ada sudah banyak para penjual produksi makanan yang berupa kerupuk, namuk kerupuk itu hanyalah sebagai pelengkap dalam hidangan makanan. Kerupuk kuah mie juga diperjual belikan secara online yang terdapat di daerah lain. Melalui riset inilah didapatkan inovasi yang juga mendukung dalam pengenalan budaya kepada

Masyarakat sekitar secara luas. Berikut ini diberikan data dari riset pasar yang sudah penulis simpulkan melalui table dibawah ini:

	Nama	Harga Jual	Keterangan
Toko 1	kerupuk kuah Jambi	Rp 25.000	Menjual kerupuk kuah
Toko 2	Lam.blang	Rp 35.000	menjual makan khas daerah
Toko 3	lokasaji	Rp 35.000	frozen food makaan daerah
Toko 4	seblak mag rafael	Rp 25.000	menjual makan khas daerah
Toko 5	Emak cw	Rp 85.000	menjual kerupuk singkong
Toko 6	Snack ceria	Rp 25.000	mejual keripik

Tabel 2. 1Riset pasar



Gambar 2. 2 Pesaing Karupuak kamang

Berdasarkan tabel dan gambar di atas, didapatkan beberapa brand yang menjual kerupuk tradisional kemasan yang tidak hanya dapat dibeli secara offline namun juga menawarkan dengan pembelian secara online. Sehingga berdasarkan riset

tersebut didapatkan inovasi Dimana penulis tertarik untuk mengambil sebuah menu yang berdasarkan terhadap budaya dan melibatkan digitalisasi yang ada di dalam produk ini.



Gambar 2. 3 Seblak Rafael & Geprek Rafael

Diambil sebuah contoh Dimana makanan yang sering menjadi kuliner khas yang ada digarut adalah seblak, sehingga di dapatkan orang orang yang berada di luar dari Jawa Barat tidak perlu bersusah payah untuk dapat ke Garut, Jawa Barat supaya mencicipi makanan tersebut. Dalam inovasi ini, di dapatkan sebuah kemudahan dalam mencicipi kuliner pada daerah tertentu tanpa harus dating ke daerah asal dari produk tersebut berasal.



Gambar 2. 4 Lokasaji

Brand yang bernama “lokasaji” juga menawarkan makanan yang memasarkan frozen food untuk para konsumen maupun resellernya. Dengan mengembangkan produk-produk makanan lokal yang telah di modernisasi yang bertujuan untuk melestarikan produk-produk lokal khususnya Jawa Barat agar dapat dikonsumsi oleh khalayak luas dari sabang hingga Merauke kualitas yang terbaik dan tetap fresh hingga ketangan konsumen.



Gambar 2. 5 Kerupuk Kuah Jambi

Melalui aplikasi Instagram, terdapat salah satu akun yang digunakan sebagai pemberian informasi terkait produk yang di jual. Akun Instagram tersebut bernama @kerupuakkuahjambi, yang menjual produk kerupuk kuah mie khas Sumatera Barat, namun produk tersebut menjual produknya secara santuan. Konsumen dari toko tersebut bebas dalam membeli beberapa buah yang akan di beli. Toko tersebut memberikan produk yang sudah jadi, sehingga konsumen yang ingin membeli, sudah menerima produk yang telah diolah dan hanya siap di santap. Sehingga, pembelinya hanya bisa berada di dalam kota saja. Belum bisa hingga kepunjuru pelosok Indonesia.

Saat ini, Masyarakat sudah tidak asing lagi dengan fitur Tiktok shop yang diberikan oleh aplikasi TikTok. Melalui fitur tersebut digunakan sebagai alat jual beli oleh produsen kepada konsumen. Sudah banyak produk yang di perjual belikan melalui fitur tersebut. Metode yang digunakan dalam fitur tersebut adalah, sebuah akun pribadi maupun bisnis membuat sebuah video yang dapat menarik perhatian Masyarakat. Video yang menarik akan membuat Masyarakat menjadi penasaran dengan produk yang di pasasrkan. Fitur tersebut memberkan kemudahan dengan

menyediakan keranjang yang digunakan sebagai alat pembelian. Berikut ini penulis dapatkan salah satu produk serupa yang dijualkan melalui fitur tersebut.



Gambar 2. 6 Produk Serupa

a. Penentuan dan Sourcing bahan baku

Dalam merancang resep yang digunakan dalam produksi ini terlebih dahulu diuji dengan melakukan percobaan dengan menggunakan beberapa resep dari bahan baku yang berbeda di setiap resepnya. Setiap resep dilakukan uji coba dan dipilih untuk mendapatkan rasa dan kualitas yang baik dalam komposisinya. Dalam uji coba ini, penulis memberikan terlebih dahulu kuah-kuah yang telah diuji coba kepada beberapa teman penulis, untuk dipilih mana yang terbaik untuk diperjual kan. Membutuhkan waktu yang cukup lama dalam pemilihan bahan baku ini.

Hal lain yang menjadi sedikit terhambatnya dalam melakukan uji coba juga dikarenakan terdapat bahan baku yang sulit untuk didapatkan. Seperti bahan baku berupa kerupuk singkong dan bumbu rempah yang ditulis dalam resep. Untuk kerupuk singkong sendiri, penulis menggunakan kerupuk singkong yang terdapat

di Sumatera Barat. Alasan penulis menggunakan kerupuk singkong ini dikarenakan terdapat rasa dan kualitas yang berbeda daripada kerupuk singkong yang lainnya. Terdapat juga bahan rempah yang digunakan penulis didapatkan dari luar provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini menyebabkan proses produksi Karupuak Leak Managiah menjadi terhambat. Setelah mendapatkan bahan baku yang diinginkan, penulis melakukan negosiasi harga dan kontrak pasokan dengan vendor yang telah dipilih. Butuh banyak pertimbangan dalam melakukan negosiasi dan penggunaan bahan baku. Melalui negosiasi panjang ini, akhirnya didapatkan final dalam penentuan harga dan juga bahan baku.

Setelah didapatkan bahan baku yang digunakan untuk bumbu kuah yang diinginkan barulah penulis dapat memproduksi dengan menggunakan produk yang sudah dipilih. Dengan mengedepankan pada kesehatan yang ada pada bahan baku. Untuk itu bahan baku yang digunakan dalam membuat karupuak leak adalah kerupuk singkong, bihun jagung, coconut powder, tepung beserta bumbu rempah.







Gambar 2. 7 Perbedaan Barang baku

Gambar di atas merupakan perbedaan dalam bahan baku, terdapat perbedaan dalam salah satu bahan baku yaitu bubuk santan kelapa. Gambar 1 merupakan bubuk santan kelapa yang didapatkan dari online store yang dibeli secara curah. Sedangkan gambar 2 merupakan bahan baku berupa bubuk santan kelapa dari brand Kara yang sudah memiliki pabrik tersendiri dalam pengolahannya. Terdapat pula gambar 3 yang juga merupakan salah satu brand besar yang menjual Bubuk Santan Kelapa secara sachet. Berdasarkan dari perbandingan 3 brand di atas, penulis memutuskan untuk mengambil brand Bubuk Santan Kelapa dari Kara dan Sasa, karena memiliki kualitas yang bagus dan juga telah teruji higienis melalui nomor BPOM yang tertera dalam kemasan. Diandingkan dengan brand bubuk santan kelapa yang didapatkan secara curah, yang penulis sendiri belum mengetahui kehigienisan dan apakah bagus bagi kesehatan manusia untuk dikonsumsi. sudah teruji higienis melalui nomor BPOM yang tertera dalam kemasan. Dibandingkan dengan brand bubuk santan kelapa yang didapatkan secara curah, yang penulis sendiri belum mengetahui bagaimana kehigienisan dan apakah bagus bagi kesehatan manusia untuk dikonsumsi.



Gambar 2. 8 Bahan Baku Rempah-Rempah

Untuk bahan baku rempah-rempah halus lainnya, penulis membeli bubuk yang berada di toko swalayan yang terdapat di Jogja. Namun, karena penulis membeli bahan baku yang cukup banyak, sehingga membutuhkan produsen yang secara langsung dapat membeli bahan baku dalam skala besar. Menjadi tantangan yang cukup susah dalam pemilihan bahan baku rempah-rempah dikarenakan produsen yang menjual skala besar ini penulis dapatkan secara online dan berada di luar daerah tempat penulis berasal.

b. Laporan Hasil Penjualan

Hasil dari penjualan yang sudah dilakukan oleh tim dilakukan dalam kurun waktu ± 1 bulan, dan dalam penjualan dilakukan dengan melakukan metode offline. Laporan hasil penjualan di jabarkan melalui tabel yang ada di bawah ini :

Laporan Penjualan				
No	Tanggal	Jumlah	Metode pembayaran	Nominal
1	03/08/24	5	Cash	Rp 125.000
2	07/08/24	2	Cash	Rp 50.000
3	17/08/24	1	Cash	Rp 25.000
4	30/08//24	3	Cash	Rp 75.000
5	07/09/24	2	Cash	Rp 50.000
6	08/09/24	4	Cash	Rp 100.000
7	10/09/24	4	Cash	Rp 100.000
Total		21		Rp 525.000

Tabel 2. 2 Rekap Penjualan

Berdasarkan dari tabel penjualan diatas, diketahui dalam kurun waktu kurang lebih 1 bulan, kami mendapatkan penjualan sebesar 21 pcs. Dalam penjualan yang dibilang sebentar, produk Karupuak Leak sudah berhasil memasarkan hampir dari sebagian produk yang diproduksi. Dalam perintisan bisnis ini karupuak leak telah mencapat target yang telah di rencanakan. Dan sudah dapat dikatakan mendapat keuntungan melebihi modal.

c. Survei Kemasan

Adapun untuk kemasan sendiri penulis memesan kemasan standing pouch di kota bandung. Dikarenakan harga yang lebih murah dan juga bisa menggunakan desain sesuai yang penulis inginkan. Harga tersebut juga melalui negosiasi dengan vendor kemasan. Pemilihan dalam bahan untuk kemasan juga menjadi pertimbangan penulis. Dibutuhkan kemasan yang telah dipastikan aman dan telah sesuai dengan regulasi yang ada. Dikarenakan, terdapat beberapa jenis kemasan dan dapat ditentukan kemasan yang ramah lingkungan dan juga memiliki kualitas yang bagus dalam menjaga produk agar tetap bagus dan tahan lama. Kemasan yang digunakan juga di design dengan semenarik mungkin supaya konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Melalui proses ini dapat dikumpulkan referensi mana saja yang akan menjadi contoh kemasan yang menarik perhatian konsumen. Referensi tersebut dilihat dari warna, bentuk dan material kemasan yang menarik perhatian konsumen. Evaluasi dan uji coba untuk ketahanan produk yang berada dalam kemasan juga dilakukan dalam alur ini.



Gambar 2. 9 Bahan Baku Rempah-Rempah

Bahan pilihan untuk kemasan produk menggunakan jenis bahan aluminium foil atau alufoil, yang dimana sifat dari aluminium ini adalah elastis, fleksibel, tidak tembus cahaya dan tahan terhadap air, udara dan kelembapan. Tak hanya dengan mengedepankan terhadap kemasan luar yang menarik dan menjaga keamanan pada dalam produk. Untuk kemasan dalam setiap bahan baku digunakan pula plastik ziplock yang berbahan bening, sehingga dapat mengurangi terkontaminasinya bahan baku dengan bakteri maupun dengan bahan baku lainnya, supaya tidak berceceran dan bercampur dengan bahan baku yang lainnya. Diberikannya berlapis kemasan pada produk guna faktor keamanan yang menjadi fokus utama dalam pemikiran konsumen dan penulis supaya tidak cacat ataupun rusak. Sehingga, konsumen yang membeli produk mempercayai produk yang ditawarkan dan terjamin kualitasnya.

d. Produksi

Proses produksi memerlukan persiapan fasilitas yang sesuai standar kebersihan dan keselamatan untuk para konsumen dan juga pekerja. Dalam pengerjaan produksi keselamatan dalam bekerja juga menjadi prioritas penulis dalam alur produksi. Dibutuhkan proses produksi yang dilakukan secara efisien dan konsisten dalam melakukannya, supaya takaran yang digunakan saat pengolahan produk didapatkan hasil yang baik dan bagus. Dalam proses produksi juga menerapkan untuk meningkatkan kecepatan dan mengurangi kesalahan yang ada pada manusia. Sehingga menggunakan alat produksi seperti timbangan digital menjadi salah cara dalam mengurangi kesalahan dalam takaran untuk komposisi yang ada pada produk. Pelatihan yang dilakukan dalam produksi secara terus menerus sehingga mendapatkan bahwa semua anggota tim yang bekerja dalam produk ini memahami standar operasional dan juga menjaga kualitas yang ada dalam produk. Dengan menggunakan prinsip ini, diharapkan mencapai produksi makanan yang tidak hanya efisien namun juga konsisten dalam hal kualitas dan rasa.



Gambar 2. 10 Isi Dalan Kemasan

Pengendalian kualitas selama proses produksi menjadi langkah yang paling utama dalam memastikan bahwa produk yang dihasilkan aman, sehat, dan telah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Tidak boleh sembarangan dalam produksi bahan baku, dikarenakan bagi penulis mengedepankan kenikmatan dan juga kesehatan bagi konsumen. Dengan melibatkan seluruh anggota tim dalam komitmen terhadap kualitas, tidak hanya memenuhi harapan konsumen, tetapi juga membangun reputasi yang baik terhadap pasar. Pengendalian kualitas yang efektif diharapkan menjadi langkah awal dalam keberlanjutan usaha dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Bahan baku yang digunakan dalam produksi dilakukan uji coba juga dengan memasukkan bahan ke dalam kemasan yang telah dipilih untuk mengetahui kondisi yang tepat untuk mencegah adanya kerusakan dalam distribusi.

No.	Nama Bahan Baku	Jumlah Stock
1.	Coconut Powder	320 gr

2	Bihun Jagung	8 pack
3	Kerupuk Singkong	50 keping
4	Tepung Tapioka	1 kg
5.	Kaldu	30 pcs
6	Jahe Bubuk	300 gr
7	Lada Bubuk	300 gr
8	Cabe Bubuk	600 gr

9.	Kunyit	300 gr

Tabel 2. 3 Stock Bahan Baku

Adapun stock bahan baku yang karupuak leak punya seperti yang telah dijelaskan di tabel diatas. Kami membeli bahan baku di online store yang memilki produk yang premium, agar mendapatkan rasa produk karupuak leak yang premium dengan harga yang terjangkau. Kami melakukan cross check untuk setiap unit penjualan yang akan dipasarkan. Dengan cara menghitung produk yang ada dalam setiap kemasan agar tidak ada kejadian yang tidak diinginkan.

1) Pemasaran dan Penjualan

Suatu merek di pasar harus mengedepankan tampilan kemasan dalam penjualan produk makanan sehingga mendapatkan keberhasilan dalam berkompetisi dengan merek pasar lainnya. Strategi pemasaran yang efektif menjadi tahapan awal untuk memahami tentang target konsumen termasuk juga preferensi. Trend dalam pemasaran yang dapat menarik konsumen dalam pembelian produk menjadi awal dari tahap pemasaran dan penjualan produk. Penulis bersama dengan anggota tim menggunakan berbagai saluran seperti media sosial, iklan digital dan promosi di toko untuk dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Akibat dari menariknya kemasan dan informatif menjadi peranan yang penting, karena kemasan di produk tidak hanya untuk melindungi produk, namun juga sebagai alat komunikasi yang dapat mengekspresikan nilai merek dan informasi yang penting bagi konsumen. Strategi dalam penjualan yang efisien juga menjadi kepentingan dalam memastikan produk tersedia di lokasi yang mudah di akses oleh konsumen, seperti pada Rumah Makan Padang yang menjadi tempat makanan yang banyak menjadi tempat singgah dari target pasar. Teknik lain juga diberikan dengan memberikan diskon, bundling, dan sampling produk juga menjadi dalam meningkatkan minat pembelian. Umpan balik dari konsumen setelah peluncuran produk sangat berharga, karena

membantu dalam menyesuaikan pendekatan yang telah sesuai dengan ekspektasi pasar. Dengan memadukan semua elemen ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan, serta membangun loyalitas mereka yang kuat dan berkelanjutan di kalangan para konsumen.



Gambar 2. 11 Instagram Karupuak Leak

Gambar di atas merupakan salah satu media sosial yang tim bisnis gunakan untuk melakukan pemasaran produk. Melalui aplikasi Instagram, seluruh tim bisnis memberikan informasi terkait dengan produk yang akan dipasarkan. Strategi yang diberikan melalui sosial media ini adalah dengan membagikan foto produk kepada pengikut untuk memberi harapan supaya para pengguna instagram mendapatkan pemberitahuan informasi terkait produk yang akan dijual. Penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran merupakan sebuah cara bisnis atau strategi dalam bisnis untuk memperkenalkan dan juga mempromosikan produk. Ini akan menjadi salah satu jembatan yang menciptakan hubungan kuat antara merek dan konsumen. Banyak sekali pengguna sosial media yang sudah memanfaatkan platform ini untuk dijadikan sebagai salah satu sarana dalam pemasaran produk.

Instagram yang tim gunakan memiliki fungsi dalam memberikan informasi secara gambar dan tulisan, serta penulis memberikan beberapa informasi mengenai produk. Selain sosial media melalui Instagram, penulis juga menggunakan aplikasi TikTok sebagai sarana dalam pemasaran dan penjualan produk. Untuk aplikasi TikTok sendiri, penulis berkolaborasi dengan talent yang dipilih untuk diberikan produk dan menjualkan produk melalui fitur Live Streaming. Alasan penulis menggunakan talent dan mempromosikan produk kepada masyarakat adalah, karena mengikuti trend yang sedang ada di kalangan masyarakat. Khususnya yang berada di Indonesia. Fitur live yang terdapat pada aplikasi TikTok menggunakan proses di mana bagi pengguna TikTok yang melakukan Live Streaming akan dibagikan kepada seluruh beranda pengguna TikTok yang lainnya, dan menyebar ke seluruh pelosok. Tidak hanya pengikut dari pengguna tersebut yang dapat melihat dari Live Streaming tersebut. Namun, juga dari seluruh pelosok penjuru dunia. Apalagi, sesuai dengan trend yang sedang berkembang di seluruh penjuru.



Gambar 2. 12 Pemasaran Melalui Live Tiktok

No	Tanggal	Kampanye Pemasaran	Saluran Pemasaran	Jumlah Penjualan	Alasan Tidak Terjual	Rencana Tindak Lanjut
1	27/7/2024	Demo sample	On site	10	Di bagikan untuk memperkenalkan product kepada masyarakat sekitar	-
2	08/05/2024	Live Streaming Social Media	Tiktok	0	Live dilakukan pada waktu yang kurang tepat, audiens target banyak yang tidak aktif dapat mempengaruhi jumlah penonton	Membuat konten yang menarik
3	21/08/24	Live Streaming Social Media	Tiktok	0	Dalam live belum tetera link pembelian, dan proses checkout belum dapat dilakukan secara cepat dan nyaman	Menggunakan fitur e-commerce langsung yang terintegrasi dengan TikTok bisa sangat membantu.
4	28/08/24	Pembuatan Konten pemasaran	Instagram	0	Konten hanya menampilkan produk tanpa memberikan penawaran seperti diskon atau bonus	Memberikan penawaran menarik yang dibagikan di feeds

Tabel 2. 4 Strategi Pemasaran

Alasan dari kurang terjualnya produk dalam aplikasi TikTok melalui fitur LiveStreaming adalah kurangnya penawaran yang menarik dari LiveStreaming yang diberikan. Konten yang dilakukan kurang efektif karena tidak menawarkan nilai yang cukup menarik bagi audiens. Dalam menindak lanjuti hal ini, dilakukan upaya berupa mengubah talent yang digunakan dalam LiveStreaming, menjadi yang telah sesuai dengan konten yang ditawarkan.

Mengadapatasi produk berdasarkan pengembangan budaya, seperti memudahkan konsumen dalam pembelian makanan yang hanya dapat dijangkau apabila ke tempat asal produk makanan tersebut. Sehingga didapatkan inovasi yang dimana memudahkan para konsumen untuk mencicipi makanan khas daerah tanpa perlu mengeluarkan dana yang lebih untuk dapat mencicipi kuliner yang khas dari daerah tersebut. Dengan inovasi yang menarik ini, dapat memberikan kemudahan dalam pembelian ke seluruh penjuru indonesia. Strategi lain juga dilakukan dengan

melakukan sampling produk dengan memberikan kesempatan bagi konsumen untuk dapat mencicipi produk terlebih dahulu secara gratis. Atau dengan melakukan demonstrasi produk dengan menawarkan produk kepada para masyarakat dengan melakukan ke daerah wisata yang terdapat di Yogyakarta untuk meningkatkan ketertarikan dan minat beli bagi konsumen. Berikut ini diberikan tabel yang berisi tempat penjualan dari produk Karupuak Leak Managiah:

No	Nama Tempat	Alamat
1.	Teh Tarik Melaka	Jl. Damai, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta
2.	Bofet Saiyo	Jl. Kaliurang, Km 8, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta
3.	Rumah Makan Padang Bungo Palo	Jl. Palagan, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta
4.	Warung Martabak Mesir dan Nasi Goreng Uda Jangguik	Jl. Lembah UGM No.1, Karang Gayam, Catur tunggal, Sleman, Yogyakarta
5.	Burjo Minang	Jl. Kemangi, Geblangan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta

Tabel 2. 5 Tempat penjualan Karupuak Leak

Berdasarkan dari tabel dan gambar di atas, alasan penulis meletakkan produk di tempat tersebut, karena memberikan peluang bagi tim anggota bisnis dalam menjual produk kepada masyarakat. Tempat yang tertera merupakan tempat makan yang sudah terkenal dengan nuansa minangkabau, dan produk yang tim anggota berikan pun juga berasal dari minangkabau. Alasan tersebut lah yang menjadi pedoman dalam penulis.



Gambar 2. 13 Penempatan offline Store

Gambar di atas menampilkan salah satu tempat yang digunakan untuk melakukan pemasaran dari produk bisnis. Teh Tarik Melaka yang beralamatkan di Jalan Damai, alasan penulis memilih tempat ini dikarenakan tempat ini menjadi salah satu usaha milik penulis bersama tim anggota, yang konsumennya ada beberapa yang berasal dari luar daerah. Konsep yang penulis lakukan di sini adalah dengan memberikan beberapa stock produk untuk di perjualkan di toko tersebut. Produk diletakkan di meja kasir toko sehingga, konsumen secara langsung dapat melihat produk. Produk bisnis juga berkolaborasi dengan Teh Tarik Melaka dalam promosi pemasaran dan penjualannya. Produk Karupuak Leak Managiah dapat langsung dihidangkan di toko, tanpa konsumen harus perlu memasaknya terlebih dahulu di rumah. Hal tersebut dapat membantu konsumen dalam memberikan kemudahan untuk cepat mengkonsumsi produk. Jadi, di toko ini dapat memberikan 2 (dua) opsi dimana ingin membeli produk kemasan atau langsung makan di tempat. Hal ini membantu penulis dan rekan tim anggota dalam penjualan dan pemasaran pada produk. Penulis juga ikut andil dalam pembuatan produk yang sudah jadi. Dengan menggunakan harga yang berbeda daripada produk kemasan.



Gambar 2. 14 Beberapa konsumen Kerupuk

Gambar di atas merupakan beberapa konsumen yang membeli produk yang berada di Teh Tarik Melaka. Pembeli tersebut membeli produk dengan berbentuk kemasan. Konsumen yang membeli produk secara tidak sengaja tertarik dengan produk yang dipajang pada kasir toko, sehingga merasa penasaran dengan rasa yang ada pada produk. Tempat dalam peletakan produk juga menjadi strategi dalam pemasaran produk. Karena, apabila diletakkan di tempat yang dapat menarik perhatian masyarakat, maka akan menambah rasa penasaran dengan produk. Apalagi, tak banyak dari masyarakat yang belum tau terkait dengan produk ini, sehingga menambah rasa penasaran dan berakhir dengan membeli produk. Strategi dalam pemasaran menjadi kunci penting supaya produk dapat dikenal dan memiliki banyak peminatnya. Terkait dengan nama dari produk pun juga dapat menambah rasa penasaran dari produk. Tabel penjualan pada produk dijabarkan di bawah ini:

Penjualan di Toko Teh Tarik Managiah				
No	Tanggal	Jumlah	Metode Pembayaran	Nominal
1	03/08/24	3	Cash	Rp 75.000
Total		3		Rp 75.000

Tabel 2. 6 Rekap Penjualan di Teh Tarik

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh hasil penjualan pada pertama kali di offline store Toko Teh Tarik Managiah sebesar 3 pcs. penjualan pada teh tarik managiah adalah penjualan pertama untuk produk karupuak leak dengan perkenalan pertama akan produk ini sebagai makanan khas daerah Sumatra Barat dapat menarik perhatian dari pembeli yang ada pada teh Tarik.



Gambar 2. 15 Pamflet Karupuak Leak

Pamflet di atas merupakan salah satu contoh menu yang penulis buat guna menambah informasi bagi masyarakat dalam mengetahui produk dari tim. Dengan menggunakan sosial media yaitu, instagram.



Gambar 2. 15 Penitipan Barang di Rumah makan padang

Penulis juga memasarkan produk hingga rumah makan padang, yang penulis titipkan guna menambah jangkauan dalam memberikan informasi kepada para menambah jangkauan dalam memberikan informasi kepada para masyarakat tentang Karupuak Leak yang berada dalam kemasan. Penulis sengaja memilih tempat tersebut dikarenakan warung makan tersebut terkenal dengan kenikmatannya, sehingga ramai akan pengujung. Melihat prospek yang didapatkan ketika menitipkan produk di tempat tersebut, seluruh tim setuju akan keputusan ini. Banyak dari pembeli yang melirik dengan produk yang ditampilkan, dengan menggunakan kemasan yang dapat menarik perhatian bagi konsumen, sehingga produk ini sering ditanyakan oleh para pengunjung dari warung makan tersebut.

Toko Bofet Minang Saiyo				
No	Tanggal	Jumlah	Metode Pembayaran	Nominal
1	03/08/24	2	Cash	Rp 50.000
2	07/08/24	2	Cash	Rp 50.000
Total		4		Rp 100.000

Tabel 2. 7 Rekap penjualan di Toko Bofet Minang Saiyo

Berdasarkan dari table diatas, diperoleh penjualan secara berkala di Toko Bofet Minang Saiyo yang artinya terdapat ketertarikan dalam pembelian karupuak leak managiah ini, dikarenakan terdapat pembelian berulang pada tempat yang sama. Dengan citra khas daari cemlian ini dapat membawa konsumen membeli kerupuk untuk berulang kali. Tempat yang cocok untuk dititipkan dengan produk kami dikarenakan sama pada bidang makanan.



Gambar 2. 16 Penitipan RM Padang bungo palo

Berikut ini, juga merupakan salah satu tempat yang tim gunakan sebagai tempat pemasaran. Tak banyak dari masyarakat yang tahu tentang produk ini atau kuliner makanan khas Sumatera Barat yang satu ini, sehingga butuh pemasaran yang sangat kuat untuk dapat mempromosikannya. “Rumah Makan Padang Bungo Palo” merupakan rumah makanan khas Padang, yang beralamatkan di Jalan Jl. Palagan, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta. Tim memilih rumah makan ini sebagai tempat untuk melakukan pemasaran karna, tempat ini menjadi salah satu tempat makan favorite.

Bungo Palo				
No	Tanggal	Jumlah	Metode Pembayaran	Nominal
1	07/08/24	2	Cash	Rp 50.000
Total		2		Rp 50.000

Tabel 2. 8 Rekap penjualan di toko Bungo Palo

Berbicara tentang budaya yang ada pada produk, membuat tim anggota produk memutuskan untuk melakukan pemasaran dan penjualan di daerah wisata yang kental akan budaya nya. Tempat yang tim pilih adalah tempat-tempat yang terkenal akan keramaiannya, dan menjadi objek wisata masyarakat apabila berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta. Salah satu yang menjadi tempat masyarakat dari luar daerah untuk berlibur adalah, Jalan Malioboro. Pasti setiap orang yang berkunjung ke Yogyakarta akan pergi ke Malioboro, dikarenakan tempat itu merupakan salah satu ikonik yang menjadi pusat wisata warga. Dengan menyusuri jalan Malioboro dari ujung Utara hingga Selatan, bahkan Titik 0 Kilometer. Tim melakukan pemasaran dengan memperkenalkan produk serta menawarkan kepada para pengunjung yang sedang melintasi jalanan tersebut.

Terdapat beberapa pembeli yang bahkan berasal dari Sumatera Barat yang juga sedang berkunjung ke Yogyakarta untuk melakukan liburan bersama teman. Ada Pula mahasiswa yang berasal dari luar daerah, seperti Sumatera yang juga sudah tahu tentang makanan dari produk.











Gambar 2. 17 Gambar beberapa pembeli

Melalui gambar tersebut diberikan beberapa pembeli yang sudah membeli produk yang tim promosikan. Lumayan banyak dari masyarakat yang antusias terhadap produk yang tim tawarkan.

Malioboro				
No	Tanggal	Jumlah	Metode Pembayaran	Nominal
1	08/09/24	4	Cash	Rp 100.000
2	10/09/24	4	Cash	Rp 100.000
Total		8		Rp 200.000

Tabel 2. 9 Rekap penjualan di Malioboro

Berdasarkan data rekapitulasi penjualan diatas, karupuak leak telah melakukan pemasaran di sekitar Malioboro, yang dimana banyak masyarakat yang tertarik atas produk daerah Sumatera Barat ini. Banyak konsumen yang tertarik

untuk membeli karupuak leak karena produk ini dapat dikatakan ide bisnis yang baru dan belum pernah ada sebelumnya, maka dari itu banyak orang yang penasaran akan rasa dan cita khas daerah Sumatera Barat ini. Karupuak Leak memiliki daya tarik yang kuat karena keunikan rasa, bahan lokal yang sederhana namun lezat, serta kedekatannya dengan budaya dan tradisi Sumatera Barat. Camilan ini berhasil menggabungkan keaslian tradisional dengan inovasi yang membuatnya tetap relevan dan menarik bagi semua kalangan.

BAB III

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

A. Identifikasi Masalah

Dalam bisnis selalu terdapat permasalahan, rintangan, dan kesulitan yang harus dihadapi selama proses dari bisnis ini berjalan. Hambatan dan rintangan yang ada menjadikan penulis semakin yakin bahwasannya tidak ada yang namanya bisnis akan selalu berada di jalan yang lurus. Yang dimaksudkan disini, pasti dalam memulai sebuah bisnis ada keadaan di mana sedang berada di bawah dan berada di atas, tidak semuanya selalu berjalan datar sesuai dengan yang diinginkan. Namun, di balik segala ujian maupun cobaan pasti akan ada hikmah yang tersembunyi di balik ini semua. Penulis memiliki harapan dengan bisnis ini semoga kedepannya dapat selalu berkembang dengan baik daripada sebelum-sebelumnya. Melalui permasalahan yang muncul pada bisnis ini, penulis telah mengidentifikasikan masalah dalam bisnis, berupa situasi yang tim anggota dalam bisnis ini hadapi. Berikut penulis jabarkan kendala yang dihadapi dalam menjalankan bisnis :

No	Kendala Internal	Kendala External
1.	Masih banyak belajar terkait uji coba yang dilakukan dalam memasak	Masih banyak masyarakat luar yang belum mengetahui produk
2.	Wadah yang digunakan untuk produk	Pengiriman bahan baku dari produsen yang tidak menentu
3.	Konten dalam media sosial yang tidak konsisten	
4.	Kurang memahami terkait kendala yang ada dalam pemasaran	

Tabel 3. 1 Kendala Bisnis

1. Tinjauan Teoritis Pemasaran

Pengertian Marketing (Pemasaran)

Pemasaran atau marketing merupakan suatu proses sosial yang menggunakan proses ini, suatu individu maupun kelompok individu mendapatkan apa yang dibutuhkan maupun diinginkan dengan melakukan sebuah penawaran atau bisa juga dalam bebas bertukar produk dan jasa yang sama-sama memiliki nilai (Rauf et al., 2021). Pada setiap perusahaan maupun individu yang terlibat dalam bisnis ataupun suatu usaha perlu memikirkan sebuah trik maupun strategi supaya bisnis yang dijalankan berjalan dengan lancar. Tujuan utama dilakukannya strategi untuk bisnis ini adalah supaya mendapatkan target pasar yang banyak dan meraih keuntungan yang sebanyaknya. Perlu adanya pengembangan yang harus dilakukan secara terus-menerus dalam menyusun strategi dan kualitas yang ada untuk meningkatkan keberlanjutan dalam bisnis. Fungsi dari pemasaran adalah sebagai jembatan antara konsumen dan produsen. Melalui bisnis ini, produsen memperkenalkan barang yang akan dijual kepada konsumen yang berasal dari seluruh masyarakat Indonesia.

Internet merupakan sebuah alat yang memiliki fungsi untuk dapat menghubungkan berbagai macam individu maupun kelompok dari seluruh penjuru dunia (Yoga, 2023). Seiring dengan perkembangan zaman yang sudah maju, internet memiliki peranan yang digunakan untuk memperluas jangkauan dalam melakukan pemasaran yang semula hanya berada dalam cakupan regional atau nasional, namun saat ini dapat semakin luas hingga ke seluruh pelosok dunia (Yoga, 2023). Internet menjadi salah satu strategi yang digunakan untuk membantu dalam memahami akan keadaan pasar dan perumusan strategi pasar guna membantu promosi dalam melakukan penjualan ataupun pemasaran antara produsen dengan konsumen dalam berkomunikasi (Kurniawati, 2013).

Tugas dari dilakukannya pemasaran adalah sebagai wadah untuk menciptakan, menyerahkan barang dan jasa, serta memperkenalkan barang yang diperjualkan kepada konsumen dari bisnis (Saifuddin & Soraya, 2014). Proses yang

terdapat dalam pemasaran di antaranya melakukan perencanaan dan pelaksanaan konsepsi dalam bisnis, melakukan promosi, mengatur harga, dan mendistribusikan ide, barang, dan layanan untuk dapat menciptakan pertukaran yang baik dan memuaskan bagi individu dan organisasi (Saifuddin & Soraya, 2014). Teknologi saat ini sudah sangat canggih di mana kita dapat menggunakan teknologi informasi guna melakukan kegiatan dalam melakukan jual beli pada konsumen maupun produsen yang terlibat dalam bisnis. Apalagi, dalam dunia perdagangan saat ini, baik yang berada dalam bidang jasa maupun produk saling berlomba-lomba dalam melayani keinginan pelanggan supaya menjadi yang terbaik dan terdepan. Tak sedikit pula para pelaku UMKM yang terdapat di Indonesia sudah menggunakan teknologi dalam komunikasi pemasaran. Padahal dengan sudah semakin majunya teknologi informasi, memiliki potensi yang lumayan apik untuk dapat mengubah pemasaran terhadap UMKM (Az-Zahra, 2021). Dalam melakukan pemasaran butuh adanya strategi marketing yang hingga dapat membuat tujuan dari produk dapat terealisasikan.

Dalam pemasarannya, tim selalu melakukan strategi guna mencapai tujuan yang ingin di dapatkan. Tim anggota bisnis melakukan sejumlah strategi yang dimana strategi sendiri memiliki fungsi sebagai peranan utama dalam melakukan pemasaran. Dengan adanya strategi dalam marketing akan menjadi teratur dalam melakukan kegiatan yang dapat mencapai tujuan utama.

1. **Perhitungan**

   Pehitungan dalam melakukan penjualan digunakan untuk menghitung berapa jumlah persediaan stock yang tersedia dan kapan di perlukan stock yang ada. Untuk mengetahuinya dapat dilhat melalui tabel di bawah ini.

No	Tanggal	Penambahan	Penjualan	Jumlah Stock
1.	3-Agustus-2024	20 pcs	5 pcs	15 pcs
2.	7-Agustus-2024	10 pcs	2 pcs	23 pcs
3.	17-Agustus-2024	-	1 pcs	22 pcs
4.	30-Agustus-2024	-	3 pcs	19 pcs
5.	7-September-2024	-	2 pcs	17 pcs
6.	8-September-2024	-	4 pcs	13 pcs
7.	10-September-2024	-	4 pcs	9 pcs

Tabel 3. 2 Persediaan Barang

Berdasarkan dari tabel di atas, di lakukan pembuatan barang sebanyak 20 pcs, yang dimulai pada tanggal 3 Agustus 2024. Pada tanggal itu pula, terdapat penjualan sejumlah 5 pcs. Sehingga Penulis dan Tim Menambah Persedian Barang Pada Tanggal 7 Agustus 2024 Sebanyak 10 pcs.Adapun Pada Tanggal 17 Agustus 2024 Terdapat penjualan sejumlah 1 pcs, Pada Tanggal 30 Agustus 2024 Terdapat penjualan 3 pcs dan juga pada tanggal 7,8, Dan 10 September 2024 Terdapat penjuaan dengan total keseluruhan sebanyak 10 pcs.

Dalam memilih persediaan barang yang ada, diperlukan adanya quality control untuk dapat mengetahui apakah bahan yang digunakan masih teruji dalam pemakaian atau tidak. Dalam melakukannya menggunakan uji melihat expired pada kemasan.

a. Biaya Produksi

Dalam menetapkan harga jual kerupuk leak ini kami memerlukan beberapa item bahan, diantaranya:

No	Nama Bahan	Harga (Rp)	Berat	Kebutuhan	HPP
1	Kerupuk singkong	1.250	5	5	1.250
2	Coconut powder	2.500	20gr	10gr	1.250
3	Bumbu rempah	5.000			
4	Bihun jagung	1.600	2	1	800
5	Tepung	11.000	1kg	100gr	1.000
6	Packing	3.720	1	1	3.720
7	Upah	500			500
	Total (HPP)				8.520

Tabel 3. 3 Perhitungan HPP produk

b. Penetapan Harga Jual

Dalam menetapkan harga jual krupuk leak kami berdiskusi untuk menetapkan harga sebesar Rp 25.000

Perhitungan BEP

Harga jual per 1 pack(P) = 25.000

Harga jual = HPP + (HPP $\boldsymbol{x}\frac{\boldsymbol{persentase\ keuntungan}}{\boldsymbol{100}}$)

= 8.520 + (8.520 x 1,9)

= 8.520 + (16.188)

= 24.708

= 25.000

Biaya Produksi = Biaya Tetap + Biaya Variabel

= Rp 400.000 + Rp 240.600

= Rp 640.600

BEP Produksi

BEP Produksi = Biaya Tetap: (Harga Jual /Unit – Total Biaya Variabel/unit)

= Rp 400.000 : (Rp 25.000 - Rp 8.020)

= Rp 400.000 : Rp 16.980

= 23,56 = 23 pcs

BEP Penjualan

BEP Harga = Biaya Produksi / produksi

= Rp 640.600 / 23 pcs

= Rp 27.852,2

B. Pemecahan Masalah

Pada poin identifikasi masalah, penulis telah memberikan rincian terkait dengan yang menjadi permasalahan penulis dalam melakukan bisnis. Masalah tersebut dibagi menjadi 2 bagian, terdapat di permasalahan internal maupun eksternal. Berikut ini penulis jabarkan terkait dengan permasalahan yang terdapat dalam menjalankan bisnis.

a) Kendala Internal :

Terdapat beberapa poin yang menjadi kendala internal dalam menjalankan usaha bisnis. Namun, perlu diketahui selalu ada pemecahan masalah yang dapat memberikan kemudahan untuk meminimalisir dari masalah ataupun kendala yang ada.

Permasalahan pertama terkait dengan masih harus terus belajar untuk dapat mendapatkan hasil yang terbaik dari produk yang akan dijual. Dalam setiap produk pasti tentunya selalu ada uji coba yang dimana menjadi syarat utama sebelum di perjualkan nya suatu produk. Sudah menjadi hal yang wajar, apabila dalam menjual produk harus diberikan uji coba dari segi ketahanan maupun dari cita rasa makanan. Dalam mengatasi masalah tersebut, penulis terus melakukan uji coba dengan tidak pantang menyerah supaya mendapatkan hasil yang terbaik. Penulis juga banyak belajar melalui channel maupun dari asumsi warga lokal yang sudah menjual produk khas Sumatera Barat.

Permasalahan kedua terdapat pada tempat yang digunakan dalam pengemasan produk. Banyak pertimbangan yang membuat penulis sedikit merasa kesulitan dalam pengemasan. Keamanan dalam pangan menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam membuat sebuah produk pangan tetap fresh dan tidak mudah terkontaminasi dengan bahan lain yang dapat membahayakan produk. Jenis- jenis yang digunakan sebagai salah satu penyimpanan bahan baku yang baik, serta wadah dari produk yang higienis. Apalagi, kualiatas dari produk yang buruk, seperti rasa ataupun tekstur yang tidak konsisten dan baik juga akan membuat reputasi yang ada dalam bisnis akan buruk. Pemecahan masalah yang dilakukan untuk mempermudah

dari masalah ini adalah dengan melakukan pencarian terkait bahan- bahan kemasan yang baik, serta memerlukan uji untuk dapat memilih bahan dari kemasan yang mana yang dapat sesuai dengan kualifikasi produk.

Permasalah ketiga terkait dengan konten media sosial yang tidak konsisten. Seiring dengan trend yang silih berganti untuk memasarkan sebuah produk, sehingga membuat penulis harus terus memutar otak untuk dapat memberikan hasil yang terbaik dalam pemberian informasi produk. Masalah dari ketidakkonsistenan ini sering terjadi karena tujuan dan strategi konten yang terkadang masih kurang jelas. Sehingga pemecahan masalah yang diberikan untuk kendala ini adalah dari bisnis sendiri harus terlebih dahulu memiliki visi dan misi ataupun tujuan yang jelas. Apabila sudah mengetahui terkait dengan tujuan yang spesifik dari konten media sosial, seperti mengikuti trend yang ada dalam media sosial, juga mempromosikan produk baru sehingga dapat menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan. Penulis juga terdapat mengikuti trend yang sedang berjalan di media sosial, sehingga butuh waktu yang lama untuk dapat melakukan promosi. Biasanya penulis juga menggunakan kalendar editorial supaya dapat merencanakan kapan dan jenis konten yang seperti apa yang akan di posting di media sosial. Namun ternyata hal tersebut terkadang sering lewat dari waktu yang di telah ditentukan.

Kendala keempat pada permasalahan ini adalah kurangnya pemahaman terkait dengan pemasaran. Pemasaran ini sering kali menjadi topik utama dalam melakukan penjualan, karena dari proses pemasaran ini lah sehingga dapat diberikan membuat tujuan dari perusahaan apakah berjalan dengan lancar atau tidak. Dalam melakukan pemasaran harus mengetahui terkait dengan strategi pemasaran, hingga pemahaman konsumen. Jika pemahaman yang terkait dengan pemasaran tidak dapat diatasi dengan baik, akan sangat mempengaruhi efektivitas pemasaran. Perlu adanya pemecahan masalah yang di mana, untuk permasalahan ini penulis perlu mengerti terlebih dahulu siapa target dari produknya, apa yang diperlukan oleh konsumen serta perilaku dalam melakukan pemasaran. Pemecahan masalah yang terkait dengan pemahaman pemasaran adalah dengan membutuhkan

evaluasi menyeluruh terhadap strategi pemasarannya. Untuk itu, strategi pemasaran ini sangat penting bagi perusahaan. Perlu pula adanya riset yang terkait dengan trend produk yang sedang berjalan, dengan memperhatikan alat pemasaran yang tepat. Melalui pemecahan tersebut, permasalahan terkait dengan pemasaran ini dapat diatasi dan mendapatkan pemasaran yang lebih efektif dan baik.

b) Kendala Eksternal :

Kendala pertama dalam bidang eksternal dari pengembangan bisnis ini adalah masih banyaknya masyarakat luar yang masih belum mengetahui terkait produk yang diperjualkan oleh bisnis ini. Banyak dari masyarakat yang masih belum mengenali produk Karupuak Leak ini, untuk itu perlu adanya branding produk yang memberikan informasi terkait produk sehingga dapat lebih mudah dikenali oleh masyarakat yang lebih luas. Saat ini zaman sudah semakin modern dan sudah semakin mudah dalam menyebarkan informasi. Banyak aplikasi yang dapat membantu dalam memberikan informasi terkait penjelasan mengenai produk yang diperjualkan ini. Jadi, pemecahan masalah yang terkait dengan kendala eksternal pertama ini adalah dengan melakukan branding untuk produk dengan menggunakan segala jenis platform yang memiliki fungsi sebagai alat dalam menyebarkan informasi secara lebih luas. Apabila melalui pengenalan produk ini, sehingga masyarakat yang masih belum mengenal dan mengetahui produk ini akan menjadi tahu dan menjadi penasaran dengan bagaimana rasa yang diberikan oleh produk ini.

Kendala kedua dalam masalah eksternal terkait dengan bahan baku yang lama sampai, sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama. Pengiriman yang lama dan terkadang terhambat membuat produsen dari bahan baku juga tidak memiliki solusi dalam pengiriman bahan baku ini. Sehingga, satu-satunya pemecahan masalah yang dapat penulis berikan adalah dengan mengganti produsen bahan baku ke produsen yang lainnya dengan kualitas dari bahan baku nya masih sama. Dari hal tersebut, dapat memudahkan penulis dan tim dalam melakukan persediaan bahan baku. Terkecuali bagi salah satu bahan baku, yaitu kerupuk singkong. Yang dimana kerupuk singkong ini tidak dapat menemukan vendor lainnya, sehingga

salah satu pemecahan masalah adalah dengan penulis harus dari jauh hari untuk melakukan restock barang. Dan dilakukan pendataan untuk produk-produk dari bahan baku, sehingga memudahkan dalam bahan baku supaya tidak menunggu waktu yang terlalu lama hanya karena pengirimannya. Untuk alat pengemasan sendiri penulis sudah aman dalam pencetakannya, karena untuk kemasan sendiri, memiliki masa yang lama atau tidak mudah basi. Sehingga, dari awal dilakukannya proses produksi, kemasan sudah di stock dengan quantity yang cukup banyak.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang tidak akan pernah habis masanya dan selalu menjadi kebutuhan setiap hari bagi manusia. Melalui kesempatan yang ada saat ini, penulis bersama tim menjalankan sebuah bisnis kuliner yang dimana kuliner ini merupakan salah satu makanan yang berasal dari Sumatera Barat dengan berbahan dasar kerupuk singkong, mi, dan juga kuah sate padang. Peluang yang didapatkan dari bisnis ini cukup besar apabila dari tim sendiri dapat mengelola dan menjalankan bisnisnya dengan baik. Melalui pengelolaan yang baik didapatkan dengan memerhatikan dari segala divis yang berada dalam bisnis, seperti pemasaran, produksi dan keuangan. Bisnis yang baik dapat dilihat dari corporate governance yang terdapat pada bisnis tersebut. Apakah dalam bisnis sudah baik atau belum. Dengan adanya pengelolaan dalam bisnis yang baik, maka akan membuat konsumen akan tertarik dengan produk yang ditawarkan. Perlu adanya strategi marketing yang diperlukan guna mencapai tujuan yang didapatkan dari produk ini.

Pada laporan tugas akhir perintisan bisnis in, penulis mempunyai tugas dan tanggungjawab terhadap divisi produksi dan pemasaran. Tugas utama dari divisi ini sendiri adalah melakukan produksi dan melakukan pemasaran produk kepada masyarakat, melakukan branding produk sehingga mencapai tujuan yang diinginkan. Dengan melakukan produksi sehingga penulis memiliki tanggung jawab di mana memastikan produk yang dipasarkan sudah teruji dengan baik dan dapat dilakukan proses penjualan produk. Banyak proses yang diperlukan hingga dapat pada proses yang baik.

Penulis perlu melakukan riset terlebih dahulu terkait produk yang akan dipasarkan, dengan melihat banyaknya persaingan dan juga dengan riset bahan baku yang baik. Bahan baku yang digunakan dalam produk ini tentunya juga sudah menjadi tanggungjawab penulis. Karupuak Leak dibuat dari bahan-bahan pilihan, seperti kerupuk singkong, bihun, coconut powder, tepung tapioka, penyedap rasa,

jahe, lada, cabe, dan kunyit. yang diolah secara tradisional dengan resep turun-temurun khas Sumatra Barat. karupuak ini menghadirkan cita rasa gurih, renyah, dan sedikit pedas yang menggugah selera. Tanpa bahan pengawet, Karupuak Leak menjadi pilihan camilan sehat dan otentik untuk menemani waktu santai. Perlu adanya pengecekan dan uji coba untuk mendapatkan cita rasa dan kesehatan yang ada pada produk. Setelah melakukan riset ini, barulah penulis melakukan proses dalam mengetahui kemasan yang baik dan sudah sesuai dengan standarisasi kesehatan. Walaupun Belum Adanya Logo Halal Namun Dapat Dipastikan Bahan baku Yang digunakan 100% Halal. untuk bahan yang kami gunakan setelah kami melakukan uji coba selama 4 bulan bahan baku masih bisa di gunakan dengan baik.oleh karena itu kami menetapkan produk ini dapat bertahan selama 4 bulan dari masa produksi. Karupuak leak adalah cemilan tinggi kalori, lemak, dan sodium, tetapi rendah protein dan vitamin.meski memberikan rasa renyah dan gurih khasm konsumsinya perlu dibatasi untuk mejaga kesehatan, terutama bagi yang harus mengontrol asupan garam, minyak, atau kalori. Sebaiknya dikonsumsi bersama makanan yang lebih bernutrisi, seperti sayuran atau lauk tinggi protein. Kemasan berguna sebagai wadah yang di mana menjadi salah satu fokus utama juga, supaya bahan baku yang diberikan kepada konsumen tidak rusak ataupun masih dalam keadaan yang baik dan bagus untuk dikonsumsi. Tahapan terakhir yang ada pada proses ini adalah melakukan pemasaran dan memikirkan bagaimana strategi pemasaran yang baik supaya mendapatkan tujuan yang baik pula bagi produk.

B. Saran

Berdasarkan dengan hasil yang sudah didapatkan penulis dengan melakukan perintisan bisnis ini, penulis bermaksud untuk memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat berguna bagi lembaga maupun peneliti selnajutnya, saran yang penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pihak Lembaga

Penulis memiliki harapan, dengan adanya inovasi ini sehingga lembaga dapat mengoptimalkan kualitas layanan berupa informasi terkait layanan yang dimana memudahkan mahasiswa untuk dapat memasarkan produknya melalui

layanan ataupun sarana yang diberikan oleh lembaga. Penulis juga memiliki harapan dimana lembaga dapat bekerja sama dengan para pelaku usaha yang lebih berpengalam untuk dapat membagikan sarankepada para peneliti yang akan melakukan perintisan bisnis.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis memiliki harapan supaya peneliti selanjutnya lebih meningkatkan dalam kualitas pengelolaan produknya dan lebih paham terkait trend yang sedang berkembang dalam masyarakat. Sehingga, dalam pemilihan produk peneliti selanjutnya dapat mengetahui apa yang sedang ramai ataupun sedang dibutuhkan oleh masyarakat.

Daftar Pustaka

Az-Zahra, N. S. (2021). Implementasi digital marketing sebagai strategi dalam meningkatkan pemasaran UMKM. NCOINS: National Conference Of Islamic Natural…, 77–88.

http://103.35.140.33/index.php/NCOINS/article/view/47%0Ahttp://103.35.140.33/index.php/NCOINS/article/download/47/30

Besra, E. (2012). Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang. Jurnal Riset Akutansi Dan Bisnis, 12(1), 74–101.

Kurniawati, D. (2013). Strategi pemasaran melalui media sosial dan minat beli mahasiswa. Jurnal Simbolika, 1(2),

193–198.

http://www.ojs.uma.ac.id/index.php/simbolika/article/download/200/162
Pemerintah Daerah Sumatera Barat. (2021). Peraturan Daerah Provinsi Sumbar Nomor

6 Tahun 2021 tentang RPJMD Sumatera Barat tahun 2021-2026. 1–499. https://ppid.sumbarprov.go.id/images/2021/11/file/Perda_No_6_RPJMD_4_Oktober_2021.pdf

Rauf, A., Manullang, S. O., Diba, F., & Akbar, I. (2021). Digital Marketing : Konsep dan Strategi (Romindo & E. Sudarmanto (eds.)). Insania Team.

Saifuddin, M., & Soraya, F. (2014). E-Marketing Dalam Pandangan Bisnis. Jurnal Bisnis Dan Teknologi, 1(1), 48–49.

Yoga, M. (2023). Analisis Sosial Media sebagai Strategi Marketing dalam Bisnis Online. JPNM Jurnal Pustaka Nusantara Multidisiplin, 1(4), 143–149. https://doi.org/10.59945/jpnm.v1i4.70

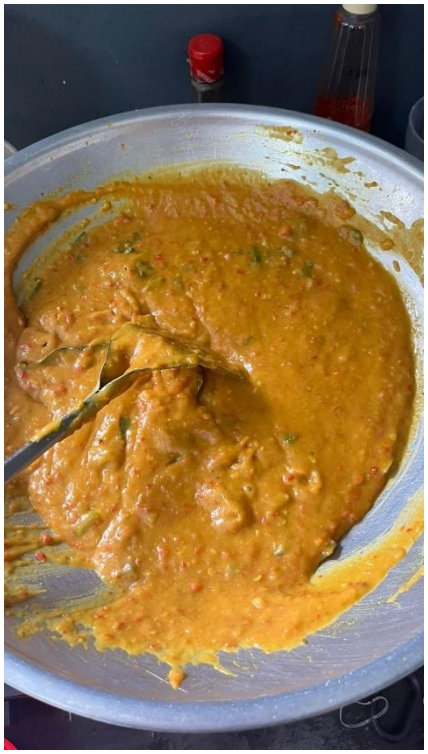
LAMPIRAN












WHITE BOARD
double side
SNACK
MENU
12K
CIRENG
10K
KEJU AROMA
HARI INI ADA MEN
BARU
• KEJU AROMA
• KARUPUAK LEAK
"Khas Sumatra barat"
SABUN KERTAS
Teh O
Teh Als



RIWAYAT HIDUP

Penulis wido ardani atau biasa di panggil wido lahir di solok, 18 Januari 2002. Penulis merupakan anak pertama dari 3 bersaudara dari pasangan bapak Ardison dan ibu Syamsi Yurni. Penulis berdomisili di Padang Sumatera Barat. Penulis menempuh pendidikan sekolah dasar di SDN Negeri 9 Sijunjung dan lulus pada tahun 2014. Kemudian penulis melanjutkan di sekolah menengah pertama di smp darul hikmah Padang panjang dan menyelesaikan pada tahun 2017. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMA INSAN CENDEDEKIA dan menyelesaikan pada tahun 2020. Lalu melanjutkan pendidikan kuliah di Universitas Islam Indonesia mengambil program studi Ekonomi islam Fakultas Ilmu Agama Islam.