

MODUL
PRODUK KREATIF DAN KEWIRAUSAHAAN
KELAS XII /SEMESTER GENAP
TAHUN AJARAN 2020/2021

KOMPETENSI KEAHLIAN AGRIBISNIS TERNAK RUMINANSIA



NAMA : MANASJE M. BANI, S.Pt.,M.Pt
NIP : 197705112008121003
PANGKAT/GOL : PENATA (III/C)
NUPTK : 1843755660120002
JABATAN : GURU MUDA
UNIT KERJA : SMK-PP NEGERI KUPANG

KEMENTERIAN PERTANIAN
BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SUMBERDAYA MANUSIA PERTANIAN
SMK – PP NEGERI KUPANG

2021

BAB I PENDAHULUAN

A. DESKRIPSI

Modul ini merupakan modul pada kelas XII semester II Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan adalah Ilmu yang mempelajari tentang hal-hal yang berkaitan dengan Pengolahan makanan khas daerah NTT (Se'i) mulai dari tahapan-tahapan dalam proses pembuatan Daging Asap (se'i) daging sapi serta memuat informasi tentang prinsip-prinsip dalam pembuatan Daging Asap (se'i) daging sapi yang berkualitas yang harus dimiliki oleh para pelaku agribisnis bagaimana mempersiapkan daging yang baik sampai pada pengemasan produk yang dihasilkan . Selain mempelajari hal-hal yang bersifat teoritis, Siswa juga diberikan praktek tentang cara-cara pembuatan Daging Asap (se'i) dari daging sapi. Adapun Ruang lingkup dari materi yang akan dipelajari pada kelas XII semester genap berdasarkan kompetensi dasar adalah sebagai berikut

KOMPETENSI DASAR	KOMPETENSI DASAR
3.13.Menerapkan metoda perakitan produk barang/jasa	4.13.Melakukan perakitan produk barang/jasa
3.14..Menerapkan penanganan kelahiran ternak ruminansia	4.14. Melakukan pengujian produk barang/jasa
3.15.Mengevaluasi kesesuaian hasil produk dengan rancangan	4.15. Melakukan pemeriksaan produk sesuai dengan kriteria kelayakan produk/standar operasional
3.16.Memahami paparan deskriptif,naratif,argumentatif, atau persuasif tentang produk/jasa	4.16.Menyusun paparan deskriptif,naratif,argumentatif,atau persuasif tentang produk/jasa
3.17. Menentukan media promosi	4.17. Membuat media promosi berdasarkan segmentasi pasar
3.18. Menyeleksi strategi pemasaran	4.18. Melakukan Pemasaran
3.19. Menilai perkembangan usaha	4.19. Membuat bagan perkembangan usaha
3.20 Menentukan standar laporan usaha	4.20. Membuat laporan keuangan

B. PETUNJUK PENGGUNAAN MODUL

1. Langkah-langkah yang harus diikuti oleh siswa dalam kegiatan belajar dengan menggunakan modul ini.

1. Modul ini dirancang sebagai bahan pembelajaran dengan pendekatan siswa aktif
2. Penggunaan modul ini dikombinasikan dengan sumber belajar yang lainnya yang relevan.
3. Pembelajaran untuk pembentukan sikap spiritual dan sosial dilakukan secara terintegrasi dengan pembelajaran kognitif dan psikomotorik
4. Siswa membaca modul secara mendalam untuk dapat menjawab pertanyaan. Apabila pertanyaan belum terjawab, maka siswa dipersilahkan untuk mempelajari kembali modul ini atau sumber belajar lainnya yang relevan.

2. Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar

KOMPETENSI INTI 1 (SIKAP SPIRITUAL)	KOMPETENSI INTI 2 (SIKAP SOSIAL)
1. Menghayati dan mengamalkan ajaran agama yang dianutnya.	2. Menghayati dan mengamalkan perilaku jujur, disiplin, tanggung jawab, peduli (gotong royong, kerja sama, toleran, damai), bertanggung-jawab, responsif, dan proaktif melalui keteladanan, pemberian nasihat, penguatan, pembiasaan, dan pengkondisian secara berkesinambungan serta menunjukkan sikap sebagai bagian dari solusi atas berbagai permasalahan dalam berinteraksi secara efektif dengan lingkungan sosial dan alam serta dalam menempatkan diri sebagai cerminan bangsa dalam pergaulan dunia.

KOMPETENSI INTI 3 (PENGETAHUAN)	KOMPETENSI INTI 4
<p>3. Memahami, menerapkan, menganalisis dan mengevaluasi tentang pengetahuan faktual, konseptual, prosedural, dan metakognitif sesuai dengan bidang dan lingkup kajian <i>Produk Kreatif dan Kewirausahaan</i> pada tingkat teknis, spesifik, detail dan kompleks berkenaan dengan ilmu pengetahuan, teknologi, seni, budaya, dan humaniora dalam konteks pengembangan potensi diri sebagai bagian dari keluarga, sekolah, dunia kerja, warga masyarakat nasional, regional dan internasional.</p>	<p>4. Melaksanakan tugas spesifik, dengan menggunakan alat informasi dan prosedur kerja yang lazim dilakukan serta menyelesaikan masalah sederhana sesuai dengan lingkup kajian <i>Produk Kreatif dan Kewirausahaan</i>. Menunjukkan keterampilan menalar, mengolah, dan menyaji secara efektif, kreatif, produktif, kritis, mandiri, kolaboratif, komunikatif dan solutif dalam ranah abstrak, terkait dengan pengembangan dari yang dipelajarinya di sekolah. Menunjukkan keterampilan mempersepsi, kesiapan, meniru, membiasakan gerak mahir, menjadikan gerak alami, dalam ranah kongkrit terkait dengan pengembangan dari yang dipelajarinya di sekolah.</p>

Kompetensi Dasar

Kompetensi Dasar	Kompetensi Dasar
3.1 Memahami sikap dan perilaku wirausahawan	4.1 Memrepresentasikan sikap dan perilaku wirausahawan
3.2 Menganalisis peluang usaha produk barang/jasa	3.2 Menganalisis peluang usaha produk barang/jasa
3.3 Memahami hak atas kekayaan intelektual	4.3 Memrepresentasikan hak atas kekayaan intelektual
3.4 Menganalisis konsep desain/ <i>prototype</i> dan kemasan produk barang/ jasa	4.4 Membuat desain/ <i>prototype</i> dan kemasan produk barang/jasa
3.5 Menganalisis proses kerja pembuatan <i>prototype</i> produk barang/jasa	4.5 Membuat alur dan proses kerja pembuatan <i>prototype</i> produk barang/jasa
3.6 Menganalisis lembar kerja/ gambar kerja untuk pembuatan <i>prototype</i> produk barang/jasa	4.6 Membuat lembar kerja/ gambar kerja untuk pembuatan <i>prototype</i> produk barang/jasa
3.7 Menganalisis biaya produksi <i>prototype</i> produk barang/jasa	4.7 Menghitung biaya produksi <i>prototype</i> produk barang/jasa
3.8 Menerapkan proses kerja pembuatan <i>prototype</i> produk barang/jasa	4.8 Membuat <i>prototype</i> produk barang/jasa
3.9 Menentukan pengujian kesesuaian fungsi <i>prototype</i> produk barang/jasa	4.9 Menguji <i>prototype</i> produk barang/jasa
3.10 Menganalisis perencanaan produksi massal	4.10 Membuat perencanaan produksi massal
3.11 Menentukan indikator keberhasilan tahapan produksi massal	4.11 Membuat indikator keberhasilan tahapan produksi missal
3.12 Menerapkan proses produksi massal	4.12 Melakukan produksi massal
3.13 Menerapkan metoda perakitan produk barang/jasa	4.13 Melakukan perakitan produk barang/jasa
3.14 Menganalisis prosedur pengujian kesesuaian fungsi produk barang/jasa	4.14 Melakukan pengujian produk barang/jasa

3.15 Mengevaluasi kesesuaian hasil produk dengan rancangan	4.15 Melakukan pemeriksaan produk sesuai dengan kriteria kelayakan produk/standar operasional
3.16 Memahami paparan deskriptif, naratif, argumentatif, atau persuasif tentang produk/jasa	4.16 Menyusun paparan deskriptif, naratif, argumentatif, atau persuasif tentang produk/jasa
3.17 Menentukan media promosi	4.17 Membuat media promosi berdasarkan segmentasi pasar
3.18 Menyeleksi strategi pemasaran	4.18 Melakukan pemasaran
3.19 Menilai perkembangan usaha	4.19 Membuat bagan perkembangan usaha
3.20 Menentukan standard laporan keuangan	4.20 Membuat laporan keuangan

BAB II

KEGIATAN BELAJAR

KEGIATAN BELAJAR SATU (Pembuatan Produk Olahan Daging Sapi (Se'i))

A. KOMPETENSI DASAR (KD)

3.13. Menerapkan metoda perakitan produk barang/jasa

4.13. Melakukan perakitan produk barang/jasa

B. INDIKATOR PENCAPAIAN KOMPETENSI (IPK)

Siswa mampu melakukan pembuatan produk Olahan Daging Sapi (Se'i)

C. GLOSARIUM

Daging *se'i* (daging asap) = produk olahan tradisional yang telah populer di NTT umumnya menggunakan daging sapi

(*Schleichera Oleasa*) = kusambi

Palatabilitas = derajat kesukaan pada makanan tertentu yang terpilih dan dimakan dengan adanya respon yang diberikan

D. KEGIATAN BELAJAR

Produk Pangan Khas Daerah

Berbagai jenis wirausaha yang dapat menjadi alternatif dalam pemilihan ide bagi calon wirausahawan. Jenis wirausaha ini disesuaikan dengan banyak hal, baik keahlian, minat dan kesukaan, maupun berdasarkan ketersediaan bahan baku yang ada di sekitarnya, dan peluang yang ada. Persoalan mencari ide wirausaha seringkali menjadi masalah utama bagi calon wirausahawan. Ide wirausaha dapat diperoleh dari mana saja mulai dari yang kita lihat di lingkungan sekitar, apa yang kita dengar sehari-hari, melihat potensi diri sendiri, sampai dengan meniru wirausaha orang lain yang sukses.

Kewirausahaan bidang pangan olahan dapat menjadi ide alternatif yang sangat menjanjikan. Pilihan produk pangan khas daerah adalah pilihan yang tepat karena banyak faktor kemudahan dan peluang yang dapat dari bidang ini.

1. Pengertian Produk Pangan Se'i

Daging *se'i* (daging asap) merupakan produk olahan tradisional yang telah populer di NTT. Hal ini disebabkan karena produk tersebut memiliki bau, warna dan rasa yang khas (Tapatfeto, 1998). Daging *se'i* yang diolah oleh masyarakat NTT secara tradisional umumnya menggunakan garam dapur, sendawa chili/salpeter, daging sapi dan kayu serta daun kusambi (*Schleichera Oleasa*) sebagai sumber asap sehingga asap yang dihasilkan sangat baik yang akan berpengaruh terhadap warna daging yaitu daging menjadi merah mengkilap atau merah cerah (Poma dan Mandala, 1995).

Kelebihan yang dapat diperoleh dari proses pengolahan daging *se'i* adalah bahwa daging yang diasapi dapat disimpan lebih lama dan palatabilitasnya tinggi, meskipun derajat kesukaan sepenuhnya tergantung kepada selera konsumen (Wasya *dkk*, 1982 dikutip oleh Poma dan Mandala, 1998).

Menurut Sinlae (1986) dikutip Ghunu (1992), bahwa faktor-faktor yang diperhatikan dalam pengolahan daging *se'i* adalah bagian daging sapi yang digunakan harus memenuhi persyaratan yaitu masih segar, warna merah cerah, terdiri dari serat-serat bergaris melintang yang arahnya sejajar dan daging harus bebas dari penyakit. Daging diiris tidak boleh terlalu tipis tapi juga tidak terlalu tebal (± 3 cm) dengan panjang ± 1 meter.

2. Prinsip Dasar Pembuatan Daging Sei Sapi

Pembuatan Daging Sei Sapi merupakan suatu produk pangan hasil pengolahan dari daging sapi yang diolah secara tradisional. Proses pengolahan daging sapi menjadi Sei meliputi proses pelunakan daging, kyuring dan pengasapan. Masing-masing proses penting untuk diperhatikan karena dapat berpengaruh pada hasil akhir. Hal-hal yg perlu diperhatikan adalah :

Proses pelunakan daging:

Meliputi proses pengirisan daging selebar ± 2 jari dan setebal ± 3 cm tdk terlalu tebal dan tdk terlalu tipis, serta seragam, karena kalau pengirisan terlalu tebal

akan menghasilkan sei yg keras dan seluruh bumbu tdk dapat meresap dengan baik, sehingga sulit utk dikonsumsi, kurang empuk serta kurang lezat. Dalam proses pelunakan ini, apabila daging yg digunakan terlalu tua/keras, maka dapat digunakan papain utk merendam daging tsb agar sedikit lunak.

Sering juga digunakan cara tradisional dengan cara daging yg telah dipotong dicampur dengan daun pepaya atau ditumbuk/digepuk dengan tujuan mematahkan serat-serat daging supaya menjadi lunak. Dalam proses pelunakan dengan cara ini, upayakan agar daging tidak terlalu hancur karena akan menghasilkan sei yg kurang baik. Cara lain untuk mendapatkan se'I yang empuk adalah dengan mengirisnya dengan arah serat melintang sehingga mudah pada saat dikunyah.

Proses kyuring:

Kyuring merupakan proses pengawetan makanan dengan melakukan pemberian kombinasi bahan-bahan preservatif seperti garam, nitrat, nitrit, gula, dengan tujuan mengeluarkan cairan dari makanan tersebut dalam proses osmosis. Sebagai bahan utk kyuring adalah campuran antara garam dan garam salpeter atau NaNO_2 / KNO_3 /garam sendawa (jika ada) dengan formulasi umum garam (NaCl) sebanyak 1-2% utk 1 kg daging (\pm 1 sendok makan) dan garam salt peter 500/mg atau 0,05% untuk 1 kg bahan/daging sapi. Bahan-bahan tersebut dilarutkan dengan air secukupnya dan dilakukan proses kyuring selama 6-12 jam. Berdasarkan penelitian bahwa perendaman selama 8 jam yang terbaik karena menghasilkan se,I yang enak dan memiliki rasa yang khas, empuk, memiliki warna dan aroma yang disukai. Setelah diangkat, digantung untuk mengeluarkan air dari daging dan sisa –sisa darah selama 1-2 jam. Proses ini sangat penting sebab apabila daging yang tidak ditiriskan terlebih dulu tapi langsung di asap akan menghasilkan se'I yg berwarna menyimpang yaitu merah kehitaman.

Pengasapan:

Setelah daging di kyuring kemudian diasap dengan menggunakan tungku batu atau drum pengasap (sesuai alat yang ada) dan sebagai bahan bakarnya adalah kayu api/arang yang berasal dari kayu jenis kusambi. Pada proses pengasapan, yg perlu diperhatikan adalah kayu api/arang, jangan sampai

mengeluarkan nyala api pada saat pengasapan dan jarak antara daging dengan bara api \pm 30 cm . Hal ini akan mempengaruhi hasil dimana nyala api akan membuat daging terbakar dan hangus. Dengan demikian maka tidak akan menghasilkan daging sei tetapi daging bakar. Pada bagian atas daging ditutupi dengan daun kusambi agar memberikan rasa khas pada se'i yang dihasilkan. Proses pengasapan 15-30 menit tergantung pada panas yang diberikan dan jumlah daging serta besarnya alat yang digunakan. Pada saat mengasap daging harus dibalik-balik agar semua permukaan merata.

Tugas

Berdasarkan teori dari beberapa referensi yang Anda baca, hasil informasi yang telah Anda peroleh, hasil pengamatan langsung, maka : buatlah makalah tentang Prosedur Pembuatan daging se'i sapi.

Tes Formatif

1. Apa yang diketahui tentang Daging *se'i*
2. Bagaimana proses pengasapan daging *se'i*
3. Apa Kelebihan yang dapat diperoleh dari proses pengolahan daging *se'i*
4. Sebutkan bahan dalam proses pembuatan daging *se'i*
5. Mengapa arang yang digunakan pengasapan daging *se'i* berasal dari kayu jenis kusambi

A. REFLEKSI DIRI

Petunjuk :

1. Tuliskan nama dan KD yang telah anda selesaikan pada lembar tersendiri
2. Tuliskan jawaban pada pertanyaan pada lembar refleksi!
3. Kumpulkan hasil refleksi pada guru anda

1. Bagaimana kesan anda setelah mengikuti pembelajaran ini?

.....
.....

2. Apakah anda telah menguasai seluruh materi pembelajaran ini? Jika ada materi yang belum dikuasai tulis materi apa saja.

.....
.....

3. Manfaat apa yang anda peroleh setelah menyelesaikan pelajaran ini?

.....
.....
4. Apa yang akan anda lakukan setelah menyelesaikan pelajaran ini?

.....
.....
5. Tuliskan secara ringkas apa yang telah anda pelajari pada kegiatan pembelajaran ini!

.....
.....

KEGIATAN BELAJAR KEDUA (Pengujian Produk Olahan Daging Sapi (Se'i))

A. KOMPETENSI DASAR (KD)

3.14 Menganalisis prosedur pengujian kesesuaian fungsi produk barang/jasa

4.14. Melakukan Pengujian produk Barang Jasa

B. INDIKATOR PENCAPAIAN KOMPETENSI (IPK)

Siswa mampu melakukan pengujian produk Olahan Daging Sapi (Se'i)

C. GLOSARIUM

Daging *se'i* (daging asap) = produk olahan tradisional yang telah populer di NTT umumnya menggunakan daging sapi

(*Schleichera Oleasa*) = kusambi

D. KEGIATAN BELAJAR

Kualitas Karkas dan Daging Sapi

Kualitas karkas dan daging dipengaruhi oleh faktor sebelum dan setelah pemotongan. Faktor sebelum pemotongan yang dapat mempengaruhi kualitas daging antara lain adalah faktor genetik, spesies, bangsa, tipe ternak, jenis kelamin, umur, pakan termasuk bahan aditif (hormon, antibiotik dan mineral), dan juga faktor stres.

Faktor setelah pemotongan daging yang mempengaruhi kualitas daging antara lain meliputi metode pelayuan, stimulasi listrik, metode pemasakan, pH karkas dan daging, bahan tambahan termasuk enzim pengempuk daging, hormon dan antibiotik, lemak intramuskular atau marbling, metode penyimpanan dan preservasi, macam otot daging dan lokasi pada suatu daging.

Pada dasarnya kualitas karkas adalah nilai karkas yang dihasilkan oleh ternak relatif terhadap suatu kondisi pemasaran. Faktor yang menentukan nilai karkas meliputi berat karkas, jumlah daging yang dihasilkan dan kualitas daging dari karkas yang bersangkutan. Nilai karkas dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin atau tipe ternak yang menghasilkan karkas, umur atau kedewasaan ternak, dan jumlah lemak intramuskular atau marbling di dalam otot. Faktor nilai karkas dapat diukur secara subjektif, misalnya dengan pengujian organoleptik atau metode panel. Disamping

kualitas (nilai) karkas, juga dikenal kualitas hasil yaitu estimasi jumlah daging yang dihasilkan dari suatu karkas.

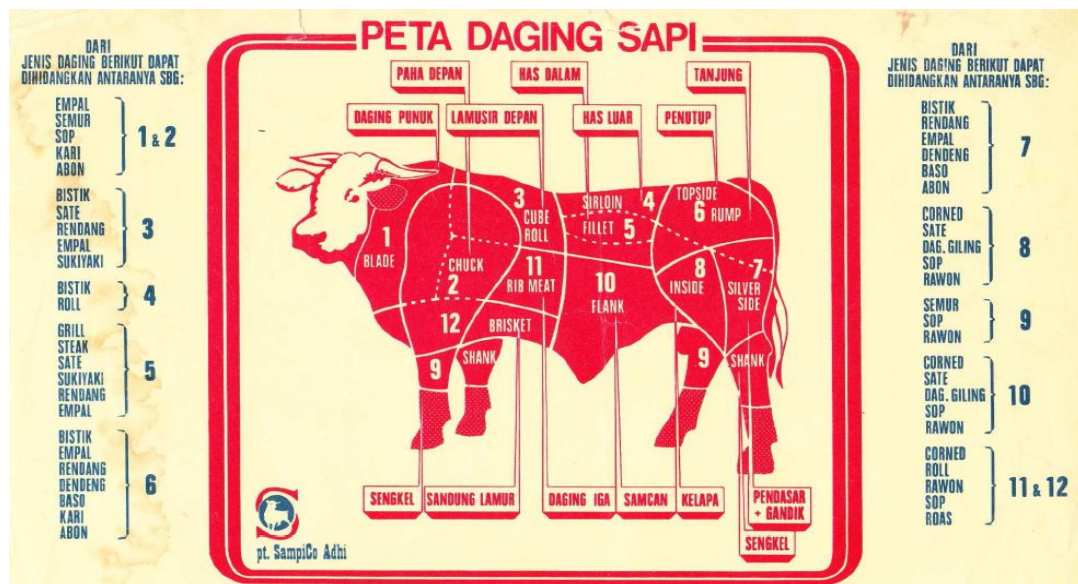
Faktor kualitas daging yang dimakan terutama meliputi warna, keempukan dan tekstur, flavour dan aroma termasuk bau dan cita rasa serta kasan jus daging (*juiciness*). Disamping itu lemak intramuskular, susut masak (*cooking loss*) yaitu berat sampel daging yang hilang selama pemasakan atau pemanasan, retensi cairan dan pH daging ikut menentukan kualitas daging.

Daging yg berkualitas baik adalah daging yg pada sayatan lintangnya penuh (masif) dan berkembang baik, konsistensinya agak kenyal, tekstur halus, warna terang dan mempunyai jumlah marbling yang cukup serta cita rasa yg terdiri atas dua faktor yaitu: rasa (taste) dan aroma yg baik. Sedangkan faktor yang berpengaruh terhadap flavour adalah kondisi dan lamanya penyimpanan dimana perubahan yang akan terjadi diakibatkan rusaknya senyawa-senyawa kimia tertentu, hilangnya asam lemak terbang, komponen tertentu yang mengalami oksidasi dan bertumbuhnya mikroba (Natasasmitha, 1978).

Kualitas daging yang diharapkan dalam pembuatan daging se'i dapat dilihat dari beberapa kriteria antara lain:

- Daging berasal dari isi has/ham
- Mengandung sedikit serat dan lemak
- Berasal dari sapi yang berumur muda
- Berwarna merah cerah, dan Berbau khas serta Masih segar.

CONTOH GAMBAR KARKAS DAN DAGING SAPI



Faktor-faktor Penentu Kualitas Se'i

Keempukan Daging:

Pengertian keempukan daging dihubungkan dengan mudahnya gigi masuk ke dalam daging waktu mengunyah dan dikunyah menjadi potongan-potongan lebih kecil serta banyak residu yang tertinggal setelah pengunyahan (Lawrie, 1995).

Faktor yang mempengaruhi keempukan daging dapat diklasifikasikan ke dalam 2 faktor yaitu: faktor *antemortem* dan faktor *postmortem*. Faktor antemortem antara lain bangsa, umur, pakan, banyaknya gerak dari otot dan jumlah jaringan ikat menyebabkan variasi keempukan antar otot yang satu dengan lainnya.

Faktor Postmortem yang dapat mempengaruhi keempukan antara lain : pendinginan, pelayuan dan pembekuan, temperatur dan waktu penyimpanan, metode pengolahan dan penambahan enzim pengempuk.

Dalam metode pengolahan, lama waktu pemasakan mempengaruhi pelunakan kolagen, sedangkan temperatur pemasakan lebih mempengaruhi kealotan miofibril.

Protein miofibril akan mengalami koagulasi atau denaturasi sempurna pada temperatur 60⁰ C, sehingga pemasakan pada temperatur yang lebih tinggi dapat menyebabkan pengeringan dan kealotan miofibril yang mengalami koagulasi. Konversi kolagen menjadi gelatin diatas temperatur 65C akan meningkatkan keempukan daging (Soeparno, 1994).

Meurut Gamman dan Sherington (1994), keempukan daging tergantung pada ukuran serat otot, jumlah jaringan ikat, kegiatan ternak sebelum mati dan lama penggantungan. Daging yang tersusun dari serat lembut dan kecil lebih empuk dari pada daging dengan serat yang lebih besar. Daging liat mengandung jaringan ikat yang lebih banyak dari daging empuk. Semakin tua ternak dan semakin banyaknya aktivitasnya selama hidup akan semakin banyak jumlah jaringan ikatnya.

Warna Daging:

Warna daging merupakan salah satu indikator dalam menentukan kualitas daging. Sifat warna daging atau perubahan warna daging sering dihubungkan dengan kesegaran daging yang akhirnya mempengaruhi selera konsumen (Soeparno, 1994).

Winarno (1989) menyatakan bahwa suatu bahan yang dinilai bergizi, enak, teksturnya sangat baik, tidak akan dimakan apabila memiliki warna yang tidak sedap dipandang atau telah menyimpang dari warna sebenarnya.

Menurut Lawrie (1995), perbedaan warna permukaan daging terutama disebabkan oleh kualitas, kuantitas dan tipe molekul mioglobin. Tipe molekul itu sendiri tergantung pada status inti hematin, globin dan Fe.

Warna daging akan tetap merah apabila segera digarami dengan sedikit nitrit. Efek-efek yang ditampilkan oleh daging cukup dengan menggunakan nitrat atau nitrit lebih menarik dalam warnanya.

Warna merah ini disebabkan karena reaksi ion-ion nitrit dengan zat warna mioglobin yang bereaksi dengan Nitrogen Oksida menghasilkan senyawa Nitrit Okside Mioglobin (merah gelap), yang selanjutnya mengalami perubahan oleh panas dan garam membentuk Nitrosyl Hemochrome berwarna merah cerah yang relatif stabil yang merupakan ciri khas produk-produk daging asin.

Flavor dan Aroma:

Flavor dan aroma daging adalah sensasi yang kompleks dan saling terkait. Flavor melibatkan bau, rasa, tekstur, temperatur dan pH (Soeparno, 1994 dan Lawrie 1995). Sensasi rasa yang dominan adalah pahit, manis, asam dan asin. Daging dari ternak yang tua mempunyai bau yang lebih kuat dari ternak yang lebih muda (Soeparno, 1998)

Natasasmitha (1978), menyatakan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap flavor adalah kondisi dan lamanya penyimpanan dimana perubahannya yang akan terjadi diakibatkan oleh rusaknya senyawa-senyawa kimia tertentu, hilangnya asam lemak terbang, komponen-komponen tertentu yang mengalami oksidasi dan bertumbuhnya mikroba. Menurut Soeparno, (1994), Flavor daging berkembang selama pemasakan, flavor serta aroma daging masak dipengaruhi oleh umur ternak, type pakan, spesies, jenis kelamin, lemak, bangsa, lama waktu dan kondisi penyimpanan daging setelah pemotongan serta jenis dan temperatur pemasakan.

Ketahanan Simpan Se'i

Ditinjau dari nilai gizinya, se'i memiliki kandungan protein yang cukup tinggi yaitu antara 30-32% dengan kandungan lemak berkisar antara 0,81-0,92%, namun demikian dibanding dengan produk daging sapi olahan lainnya seperti dendeng dan abon, se'i memiliki kandungan air yang tinggi yaitu 60% (Rubino, 1998), Sedangkan kandungan air dendeng adalah 20-40% dan kandungan air abon sekitar 7% (Fachrudin, 1997).

Hal ini yang menyebabkan se'i mudah terkontaminasi oleh mikroorganisme yang mengakibatkan masa simpan se'i sangat singkat yaitu (\pm) 3-7 hari (anonym, 2001). Adanya pertumbuhan dan perkembangan mikroorganisme dalam bahan makanan akan menyebabkan perubahan-perubahan tertentu baik fisik maupun kimiawi, seperti adanya perubahan warna, konsistensi bahan makanan menjadi lunak, adanya gas atau aroma tertentu dan zat racun yang membahayakan (Baedhowiel dan Pranggonowati, 1978).

Pertumbuhan mikroorganisme dapat ditekan dengan memperhatikan faktor suhu yang mempengaruhi perkembangannya. Temperatur di bawah kira-kira 5°C dapat menghambat pertumbuhan mikroorganisme perusak atau pembusuk dan mencegah hampir semua mikroorganisme patogen. Temperatur di bawah 5°C ini dianggap

sebagai temperature kritis selama penanganan dan penyimpanan daging (Frazies, 1967; Forrest *at al*, 1975).

Selain temperatur rendah, pemberian asam juga dapat menekan pertumbuhan mikroorganisma. Pengawetan daging dengan pemberian asam bertujuan untuk memperpanjang masa simpan daging karena asam bersifat bakteristatik sehingga dapat menghambat pertumbuhan bakteri. Dengan pemberian asam dapat menurunkan pH daging atau karkas. pH menentukan jumlah asam yang berkembang dalam jaringan daging selama permulaan rigor. Pada daging sapi maksimum jumlah akumulasi asam terjadi pada pH 5,4-6,0 (Johnson, 1991). pH Daya Ikat Air (DIA) daging. Dengan meningkatnya pH Ultimate maka persentase kehilangan air atau terbentuknya drip semakin kecil.

pH mendekati netral (7) merupakan pH yang baik untuk pertumbuhan bakteri. Menurut Judge *at al* (1989), penurunan pH sebesar satu unit dapat meningkatkan pengaruh bakteristatik sebesar sepuluh kali lipat. Disamping itu menurut Supardi dan Sukanto, (1999) hasil uraian asam akan menimbulkan racun yang khas sehingga dapat mematikan mikroorganisme pada permukaan daging.

Tugas

Berdasarkan teori dari beberapa referensi yang Anda baca, hasil informasi yang telah Anda peroleh, hasil pengamatan langsung, maka : buatlah makalah tentang penilaian daging se'i sapi (warna, rasa, aroma, tekstur, daya simpan)

B. REFLEKSI DIRI

Petunjuk :

1. Tuliskan nama dan KD yang telah anda selesaikan pada lembar tersendiri
2. Tuliskan jawaban pada pertanyaan pada lembar refleksi!
3. Kumpulkan hasil refleksi pada guru anda

1. Bagaimana kesan anda setelah mengikuti pembelajaran ini?

.....
.....

2. Apakah anda telah menguasai seluruh materi pembelajaran ini? Jika ada materi yang belum dikuasai tulis materi apa saja.

.....
.....

3. Manfaat apa yang anda peroleh setelah menyelesaikan pelajaran ini?

.....
.....
4. Apa yang akan anda lakukan setelah menyelesaikan pelajaran ini?

.....
.....
5. Tuliskan secara ringkas apa yang telah anda pelajari pada kegiatan pembelajaran ini!

.....
.....

KEGIATAN BELAJAR KETIGA (Menyusun Paparan Deskriptif, naratif, argumentatif Daging Sapi (Se'i))

A. KOMPETENSI DASAR (KD)

3.16. Memahami paparan deskriptif, naratif, argumentatif tentang produk barang/jasa

4.16. Menyusun paparan deskriptif, naratif, argumentatif tentang produk barang/jasa

B. INDIKATOR PENCAPAIAN KOMPETENSI (IPK)

Siswa mampu menyusun paparan deskriptif, naratif, argumentatif tentang produk Olahan Daging Sapi (Se'i)

C. GLOSARIUM

Copywriting = tindakan atau pekerjaan menulis teks untuk tujuan periklanan atau bentuk pemasaran lainnya

D. KEGIATAN BELAJAR

Dalam memasarkan produk, kita seringkali memerlukan teks yang menyertai, sehingga informasi tentang produk dapat diterima oleh masyarakat atau target pasar.

Dalam dunia modern ini, sudah banyak lembaga periklanan yang menyediakan jasa pembuatan teks penjualan (*copywriting*), namun alangkah baiknya setiap pengusaha menguasai kemampuan ini. Oleh karena itu, paparan deskriptif, naratif, argumentatif, dan persuasif tentang produk barang/jasa menjadi salah satu pokok bahasan dalam mata pelajaran PKK. Ingat, mata pelajaran ini bertujuan untuk mencetak pengusaha-pengusaha muda dari SMK, sesuai bidang masing-masing.

Menguasai *copywriting* dapat menghemat biaya pembuatan iklan, sehingga biaya tersebut dapat dialihkan untuk keperluan pengembangan bisnis.

Umumnya, ada empat jenis teks (paparan) untuk pemasaran produk, yaitu:

1. Paparan Deskriptif

Paparan deskriptif adalah teks yang menggambarkan obyek. Teks ini bertujuan membuat pembaca seolah melihat sendiri obyek yang digambarkan. Agar penggambarannya tepat, maka kata-kata yang digunakan jelas dan terperinci.

Berikut ini contoh paragraf deskriptif:

Menjadi pengusaha muda bukan hal yang mustahil. Sosok pengusaha muda di jaman modern ini bukan lagi pria dewasa yang sehari-hari mengenakan jas, berdasi, saptu kulit mengkilap, membawa koper kulit, dan pulpen mahal. Saat ini, banyak pengusaha muda usia belasan yang menjalankan bisnis dengan masih memakai baju rumah, sandal jepit, duduk di depan komputer sambil menikmati kopi dan camilan.

2. Paparan Naratif

Paparan naratif adalah tulisan yang mengungkapkan pengalaman pribadi, kisah, atau peristiwa berdasarkan urutan-urutan kejadian. Urutan kejadian ini dirangkai dalam sebuah kesatuan waktu.

Berikut ini contoh paragraf naratif:

Awalnya saya ragu menjalankan bisnis olshop ini. Saya kan masih sekolah, tidak punya modal, dan sama sekali tidak ada keluarga yang berbisnis. Tetapi, saya memberanikan diri. Saya memulai dengan mencari produk yang sesuai dengan minat saya, yaitu pernik remaja putra. Saya mencari produsen yang reputasinya baik, kemudian menjalin kontak. Saya menggunakan kamera HP untuk menghasilkan foto produk yang bagus, sesuai petunjuk dari beberapa portal fotografi. Saya mulai membuka olshop saya di medsos, kemudian masuk ke marketplace. Saat ini, saya sudah memiliki omzet sekitar 5 juta setiap bulan. Cukup untuk membiayai sekolah saya.

3. Paparan Argumentatif

Paragraf argumentatif adalah teks yang berisi pemaparan pendapat, pokok bahasan, ulasan, dan ide pribadi penulis. Tulisan ini bertujuan untuk meyakinkan pembaca agar mempunyai pendapat yang sama dengan penulis.

Berikut ini contoh paragraf argumentatif:

Memang banyak orang yang meragukan kemampuan saya sebagai remaja untuk berbisnis. Tetapi, ternyata tidak sesulit itu. Saya tetap bisa sekolah seperti biasa, menyelesaikan semua tugas, meraih nilai raport yang bagus, sambil tetap berbisnis. Semua bisa saya jalankan dengan bantuan aplikasi online yang sangat membantu. Jadi saya buka toko di pagi hari. Saat di sekolah, saya tutup toko agar bisa fokus. Saya buka toko lagi sore hari, sambil mengerjakan tugas-tugas. Intinya, sangat mungkin anak muda berbisnis. Syaratnya hanyalah bisa mengorganisir kegiatan dan waktu, sehingga semua bisa berjalan dengan baik. Pendapat yang menyatakan anak sekolah tidak bisa berbisnis, itu salah.

4. Paparan Persuasif

Paragraf persuasif adalah teks yang digunakan untuk mengimbau, memengaruhi, membujuk, atau merayu pembaca sehingga terpengaruh untuk mengikuti kegiatan penulis naskah.

Berikut ini contoh paragraf persuasif:

Setiap orang memiliki kesempatan yang sama dalam meraih kehidupan yang lebih baik melalui jalur bisnis. Syarat utama menjadi pebisnis adalah tekad yang kuat dan kemampuan mengorganisir. Kabar baiknya, kemampuan ini bisa dipelajari dan dilatih secara mandiri, sebab saat ini sudah banyak sekali portal yang menyediakan sarana

belajarnya secara gratis. Jadi, jangan ragu memulai berbisnis. Pilih saja produk yang sudah kamu kenal. Cari produsen atau agen yang terpercaya. Cari informasi atau tutorial membuka dan mengelola toko, kemudian langsung mulai. Konsisten lakukan penawaran dan buat interaksi yang baik dengan semua kontak dan teman kamu. Ini semua mudah kok. Yuk, kita berbisnis.

Tugas

Berdasarkan teori dari beberapa referensi yang Anda baca, hasil informasi yang telah Anda peroleh, hasil pengamatan langsung, maka : buatlah makalah yang berisi Paparan Deskriptif, Naratif, argumentatif tentang daging se'i sapi.

C. REFLEKSI DIRI

Petunjuk :

1. Tuliskan nama dan KD yang telah anda selesaikan pada lembar tersendiri
2. Tuliskan jawaban pada pertanyaan pada lembar refleksi!
3. Kumpulkan hasil refleksi pada guru anda

1. Bagaimana kesan anda setelah mengikuti pembelajaran ini?

.....
.....

2. Apakah anda telah menguasai seluruh materi pembelajaran ini? Jika ada materi yang belum dikuasai tulis materi apa saja.

.....
.....

3. Manfaat apa yang anda peroleh setelah menyelesaikan pelajaran ini?

.....
.....

4. Apa yang akan anda lakukan setelah menyelesaikan pelajaran ini?

.....
.....

5. Tuliskan secara ringkas apa yang telah anda pelajari pada kegiatan pembelajaran ini!

.....
.....

KEGIATAN BELAJAR KEEMPAT (Membuat media Promosi berdasarkan segmentasi pasar)

A. KOMPETENSI DASAR (KD)

3.17. Menentukan media promosi

4.17. Membuat media promosi berdasarkan segmentasi pasar

B. INDIKATOR PENCAPAIAN KOMPETENSI (IPK)

Siswa mampu membuat media promosi berdasarkan segmentasi pasar

C. GLOSARIUM

D. KEGIATAN BELAJAR

Promosi dalam pemasaran

Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan antar seseorang atau suatu unit usaha dan masyarakat luas, dengan tujuan memperkenalkan suatu produk sekaligus memengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut.

1. Pengertian promosi menurut para ahli:

a. Menurut Swastha, promosi adalah bentuk persuasi satu arah yang dibuat untuk memengaruhi orang lain dengan tujuan menciptakan pertukaran pemasaran.

b. Menurut Boone dan Kurtz promosi adalah proses menginformasikan, membujuk, dan memengaruhi suatu keputusan pembelian.

c. Tjiptono mengartikan promosi sebagai bentuk komunikasi pemasaran dalam rangka menyebarkan informasi, memengaruhi/membujuk, serta mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal.

d. Menurut Kotler, promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran dalam rangka menyebarkan informasi.

e. Menurut Zimmerer, promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan mengenai produk dan untuk memengaruhi mereka agar membeli produk tersebut yang mencakup publisitas, penjualan perorangan, dan periklanan.

2. Tujuan promosi

Tujuan utama usaha melakukan promosi adalah meningkatkan angka dan keuntungan usaha.

- A. Menyebar luaskan informasi mengenai suatu produk kepada masyarakat atau calon konsumen potensial.
- B. Menjangkau dan mendapatkan konsumen baru serta menjaga loyalitas mereka.
- C. Membantu menginformasikan keunggulan dan pembeda produk yang dimiliki dibandingkan dengan produk pesaing.
- D. Menciptakan citra suatu produk dimata konsumen sesuai keinginan perusahaan.
- E. Memengaruhi pendapat dan perilaku konsumen sesuai keinginan perusahaan.

3. Jenis-jenis Promosi

Untuk mencapai tujuan dari promosi, sebuah usaha dapat menggunakan cara dan jenis promosi yang berbeda-beda.

A. Promosi secara langsung

Promosi secara langsung merupakan cara mengenalkan produk dengan bertemu calon konsumen secara langsung adalah suatu wilayah yang sudah ditentukan.

B. Promosi melalui media offline

Promosi jenis ini adalah cara untuk mengenalkan produk dengan menggunakan media offline, seperti media cetak dan media elektronik.

C. Promosi melalui media online

Perkembangan teknologi dan media informasi telah mengubah cara promosi di era digital sehingga promosi melalui media online telah banyak digunakan para pengusaha.

B. Gambaran usaha offline dan online

1. Modal

- A. Usaha online membutuhkan modal yang lebih murah karena biaya awal yang dibutuhkan untuk membuka toko online hampir bisa dikatakan gratis jika siswa hanya membuat website tidak berbayar.
- B. Usaha offline membutuhkan persiapan yang matang karena modal yang dibutuhkan relatif banyak.

2. Jangkauan Pemasaran

- A. Usaha online mempunyai jangkauan yang sangat luas.
- B. Usaha offline memiliki jangkauan yang lebih sempit mungkin hanya pada orang-orang di sekitar toko atau daerah tersebut saja.

3. Waktu operasional

- A. Usaha online tidak terikat oleh waktu sehingga dapat beroperasi selama 24 jam.
- B. Usaha offline hanya dapat beroperasi pada waktu-waktu tertentu, sekitar 8 jam per hari dan akan tutup pada tanggal merah dan hari libur

4. Sistem pemasaran

- A. Usaha online tidak membutuhkan sistem pemasaran yang rumit, seperti harus mengeluarkan uang untuk cetak brosur dan menyebarkannya ke masyarakat.
- B. Usaha offline masih membutuhkan dan memakai sistem cetak brosur yang membutuhkan modal tidak sedikit dan siswa juga harus repot membagikan brosur tersebut agar banyak orang yang melihatnya.

5. Jenis produk

- A. Usaha online bisa menjual berbagai jenis produk.
- B. Usaha offline bisa menjual berbagai jenis barang dalam satu toko.

6. Jumlah persediaan produk

- A. usaha online tidak harus memiliki persediaan atau stok produk.
- B. Usaha offline siswa harus mempunyai stok barang yang akan dipasarkan dan siswa perlu mencermati barang yang harus diantisipasi ketersediaannya

7. Cara penjualan

- a. **Usaha online** melakukan penjualan dengan cara bertransaksi melalui media digital sehingga tidak perlu terjadi tatap muka.
- B. **Usaha offline** melakukan penjualan dengan tatap muka secara langsung dengan pembeli

8. Sistem pembayaran

- a.usaha online menerapkan sistem pembayaran secara online
- b.usaha offline menerapkan sistem pembayaran langsung ,bersamaan dengan saat pembeli datang memilih barang yang diinginkan

9. Tenaga kerja

- a.usaha online tidak membutuhkan banyak tenaga kerja untuk mengerjakannya
- b.usaha offline sangat membutuhkan tenaga kerja bantuan ,terutama ketika siswa baru membuka tempat usahanya

10.Pembukaan cabang

a.usaha online bisa memiliki cabang banyak hanya dengan cara membuat banyak website atau membuat toko secara gratis

b.usaha offline siswa bisa membuka cabang di wilayah yang berbeda dengan pasar cukup meyakinkan .

C.MEDIA PROMOSI OFFLINE

Media promosi offline adalah media untuk memberitahukan mengenai produk dan profil usaha melalui alat yang berwujud langsung tertuju kepada target konsumen .

1.Media promosi ruang terbuka

a.brosur atau pamflet

b.booklet

c. Katalog

d.leaflet

e.flyer

f.kartun nama

g.billboard

h.baliho

i .spanduk

j. Banner

2.Media promosi produk alternatif

produk alternatif ini beraneka macam seperti jam dinding ,gelas, piring, botol minum ,flashdisk ,kaos, topi, tas, pulpen, payung, dan benda-benda lainnya.

3.Media promosi offline bentuk lain nya

a.word of mouth

Lebih di kenal dengan istilah promosi dari mulut ke mulut atau getok tular

b.tester/sample

Promosi ini menggunakan media contoh produk yang di bagikan secara langsung kepada orang-orang yang menjadi target promosi .

C.Surat penawaran

media promosi ini menggunakan surat yang memuat info singkat tentang produk atau jasa yang di hasilkan usaha ke pada pihak lainnya yang menjadi target pomosi

D.Telemarketing

merupakan media promosi lewat telpon langsung untuk memberi tahu mengenai informasi produk atau penawaran khusus

E.Iklan media cetak

promosi ini dilakukan dengan beriklan di media cetak seperti surat kabar,majalah,tabloid,dan media cetak lain nya

F.Iklan media elektronik

promosi ini di lakukan dengan beriklan

Di media elektronik seperti radio dan televisi

D.Media promosi online

adalah media yang dapat di gunakan untuk melakukan promosi dengan teknologi digital dan internet

1.Media sosial

merupakan situs dimana setiap oarang bisa membuat web page pribadi,kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi

a.Facebook

merupakan situs media sosial terbesar saat ini karena hampir semua orang menggunakan facebook

b.Twitter

media sosial ini hanya menampilkan pesan sebanyak 140 karakter saja tetapi sangat efektif dalam menyampaikan pesan penting dengan singkat

c.Linkedin

situs ini adalah tempat terbaik untuk para profesional yang ingin meningkatkn karir

d.Pinterste

situs ini merupakan tempat berbagi minat para netter dengan mengirimkan gambar yang mereka sukai

e.Instagram

merupakan situs berbagi foto dan video

2.SEO Google

Seo merupakan kepanjangan dari search engine Optimization milik Google yang merupakan situs pencarian yang tidak berbayar atau non iklan dari sebuah mesin pencari

3.Blog dan website untuk bisnis

blog adalah sebuah aplikasi web yang berupa aneka macam tulisan yang dimuat sebagai artikel pada sebuah halaman web umum.

a.konten

sebuah blog dapat berisi berbagai macam konten

b.bahasa konten

menggunakan bahasa yang berbeda untuk menangani pembacanya

c.coding

adalah bahasa pengodean yang biasanya dimengerti oleh programmer atau pembuat program

d.Daftar konten

sebuah blog yang memiliki daftar kronologis postingan

e. Home page

menjelaskan isi dasar situs web

f.Rating

sebuah blog yang dianggap aktif bergantung pada jumlah pengunjung aktif yang dimilikinya

g.Waktu

waktu yang tepat sangat penting untuk kesuksesan sebuah blog

h.Interaksi pengguna

blog menawarkan pengunjung opsi untuk berkomentar, menyukai, dan membagikan postingan

i.Search engine

blog yang akan dicari lebih banyak dibandingkan dengan website karena isi blog berubah

4. Market place

merupakan tempat jual beli barang atau tempat bertemunya penjual dan pembeli

a. sudah terciptanya transaksi jual beli

merupakan keuntungan tersendiri bagi penjual karna tidak perlu repot-repot mendatangkan pengunjung atau calon konsumen

b. banyak belajar dari semua penjual

keberadaan penjual lain di market place dapat siswa manfaatkan dengan saling berbagi ilmu

c. keamanan bertransaksi dengan rekening bersama

difasilitasi oleh market place dengan membuat rekening bersama

d. bisa memanfaatkan promosi gratis

biasanya ,pihak market place menawarkan banyak promosi untuk klien mereka

e. Memiliki daya tarik untuk konsumen karena konsep serba ada

market place bisa dikatakan seperti toko serba ada

5. Youtube

youtube adalah layanan video hosting online yang memungkinkan orang untuk berbagi video mereka.

Tugas

Berdasarkan teori dari beberapa referensi yang Anda baca, hasil informasi yang telah Anda peroleh, hasil pengamatan langsung, maka :

1. Buatlah desain label kemasan daging sapi.
2. Lakukan pemasaran produk peternakan (online atau offline) dokumentasikan hasilnya dan kirimkan ke guru mata pelajaran.

KEGIATAN BELAJAR KELIMA (Melakukan Pemasaran)

A. KOMPETENSI DASAR (KD)

3.18. Menyeleksi strategi pemasaran

4.18. Melakukan pemasaran

B. INDIKATOR PENCAPAIAN KOMPETENSI (IPK)

Siswa mampu melakukan pemasaran

C. GLOSARIUM

D. KEGIATAN BELAJAR

Macam-Macam Strategi Pemasaran Online

Era sekarang ini, kehidupan manusia hampir tidak bisa dipisahkan dari aktifitas online atau internet. Hampir semua kalangan dan profesi membutuhkan akses internet untuk memudahkan aktifitas termasuk juga pebisnis. Pebisnis membutuhkan internet untuk menjaga pangsa pasar dengan strategi pemasaran bahkan menambah target pasar.

Berikut macam-macam strategi pemasaran online yang bisa dilakukan

Content Marketing

Para pengguna internet, selalu mencari berbagai informasi melalui internet. Informasi apa saja yang mereka butuhkan hampir tersedia. Oleh sebab itu, strategi pemasaran dengan model Content Marketing adalah sangat tepat karena bisa menarik konsumen dengan beragam informasi yang telah disediakan di website pelaku bisnis. Informasi yang dibuat bisa berupa artikel atau text, video, gambar atau bahkan hasil riset tertentu. Hanya saja, lebih baik informasi yang disediakan harus memiliki keterikatan atau relevan dengan usaha bisnis yang dimiliki oleh pelaku usaha.

Mobile Marketing

Ini adalah salah satu strategi pemasaran online yang sedang tren saat ini. Mobile Marketing bisa dikatakan sebagai strategi pemasaran yang menasar pada konsumen yang menggunakan perangkat mobile seperti tablet, smartphone dll. Oleh sebab itu,

para pelaku usaha mau tidak mau harus mendesain ulang tampilan website mereka sehingga ramah atau *user friendly* ketika website tersebut diakses melalui perangkat mobile. Fakta, berdasarkan survey atau penelitian, sekitar 30 sampai 40% konsumen memesan atau membeli produk secara online melalui ponsel atau smartphone.

Continuous Marketing

Untuk menjalankan strategi pemasaran online ini, Facebook serta Twitter adalah pilihan yang tepat termasuk juga Instagram. Continuous Marketing atau pemasaran berkelanjutan menekankan pada aktifitas promosi di jejaring media sosial. Akan menjadi lebih baik lagi jika para pelaku bisnis melakukan analisa data seperti mengerti demografi feedback pelanggan, termasuk opini mereka untuk tetap berinovasi dan menemukan konsep produk bisnis yang sesuai dengan apa yang pasar inginkan.

Integrated Digital Marketing

Ini adalah salah satu strategi pemasaran online yang *powerful*. Kenapa? Sebab disini, semua komponen sumber daya digital digunakan secara maksimal. Artinya, semua cara untuk memperkuat efektivitas pemasaran melalui online dimanfaatkan sebaik-baiknya. Seperti contoh, membuat blog atau website, melakukan kampanye brand atau iklan, menggunakan media sosial dan yang lainnya untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Tentu dibutuhkan orang-orang yang mengetahui seluk beluk dunia digital termasuk juga dunia marketing.

Visual Marketing

Ada yang mengatakan bahwa gambar berbicara jauh lebih banyak dari pada text panjang lebar. Ada juga yang bilang 1 gambar mewakili 1000 kata. Itulah kekuatan visual marketing. Pemasaran ini mengedepankan bagaimana caranya untuk menciptakan objek visual yang bisa mewakili produk yang pelaku bisnis tawarkan kepada konsumen. Visual marketing tidak hanya di dunia nyata tetapi juga bisa di dunia maya seperti Instagram, Pinterest, bahkan YouTube. Tentu, dibutuhkan banyak pihak untuk bekerjasama untuk bisa menyediakan gambar visual yang sangat tajam dan mengundang konsumen.

Personalized Marketing

Strategi pemasaran jenis ini lebih mengedepankan konsumen secara personal. Oleh sebab itu, disebut juga sebagai one to one marketing. Strategi marketing ini menganggap bahwa setiap konsumen itu unik. Oleh sebab itu, setiap konsumen diperlakukan secara berbeda. Untuk bisnis e-commerce, maka strategi marketing ini sangat tepat. Toko online dengan sistem e-commerce bisa menampilkan produk-produk yang disediakan bisa berbeda-beda tergantung dari masing-masing user dari mulai perbedaan lokasi, hobi, minat, umur, gender dan lain-lain. Dengan cara ini, pastinya konsumen akan lebih tertarget. Tapi, dibutuhkan software khusus agar sistem pemasaran ini berjalan sesuai rencana.

Dari semua metode pemasaran ini, pastinya Anda sudah memiliki gambaran metode mana yang pas yang bisa Anda terapkan untuk bisnis Anda. Jika Anda tidak menguasai semuanya, memang dibutuhkan kerjasama antara mereka yang ahli di bidang IT atau teknologi serta marketing strategis dan bahkan orang yang bisa menganalisa.

Tes Formatif

1. Sebutkan macam-macam strategi pemasaran online yang bisa dilakukan
2. Apa yang anda ketahui tentang *Mobile Marketing*
3. Sebutkan contoh dari *Mobile Marketing* di bidang peternakan
4. Bagaimana strategi dalam menggunakan Visual marketing
5. strategi pemasaran online yang akan anda lakukan dalam pemasaran?

D. REFLEKSI DIRI

Petunjuk :

1. Tuliskan nama dan KD yang telah anda selesaikan pada lembar tersendiri
2. Tuliskan jawaban pada pertanyaan pada lembar refleksi!
3. Kumpulkan hasil refleksi pada guru anda

1. Bagaimana kesan anda setelah mengikuti pembelajaran ini?

.....
.....

2. Apakah anda telah menguasai seluruh materi pembelajaran ini? Jika ada materi yang belum dikuasai tulis materi apa saja.

.....
.....

3. Manfaat apa yang anda peroleh setelah menyelesaikan pelajaran ini?

.....
.....

4. Apa yang akan anda lakukan setelah menyelesaikan pelajaran ini?

.....
.....

5. Tuliskan secara ringkas apa yang telah anda pelajari pada kegiatan pembelajaran ini!

.....
.....

KEGIATAN BELAJAR KEENAM (Keberhasilan Usaha)

A. KOMPETENSI DASAR (KD)

3.19. Menilai Perkembangan Usaha

4.19. Membuat Bagan Perkembangan Usaha

B. INDIKATOR PENCAPAIAN KOMPETENSI (IPK)

Siswa mampu Membuat Bagan Perkembangan Usaha

C. GLOSARIUM

D. KEGIATAN BELAJAR

Indikator Keberhasilan Usaha

Berikut merupakan indikator-indikator keberhasilan dari suatu usaha menurut pakar : Kemampuan menyesuaikan diri, produktifitas, kepuasan kerja, kemampuan mendapatkan laba dan pencarian sumber daya (Steers, 1978).

Suranti (2006:46), berpendapat bahwa indikator keberhasilan usaha dapat dinilai melalui 3 (tiga) pendekatan yaitu :

1. Pendekatan pencapaian tujuan menyebutkan bahwa keberhasilan usaha harus dinilai sehubungan dengan pencapaian tujuan yaitu mendapatkan laba atau keuntungan yang merupakan selisih antara harga jual dengan biaya produksi.
2. Pendekatan sistem mengatakan bahwa keberhasilan usaha dinilai cara yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan akhir yaitu bagaimana hubungan antar individu dalam unit usaha dapat bekerjasama dan koordinasi sehingga tercipta kondisi kerja yang kondusif.

Pendekatan konstituensi strategis menyatakan bahwa keberhasilan usaha dinilai dari hubungan baik dengan mitra kerja yang menjadi pendukung kelanjutan unit usaha. Kotler (1997:58) menyebut bahwa yang termasuk mitra usaha/pihak yang berkepentingan antara lain pelanggan, karyawan, dan Pemasok. Keberhasilan usaha adalah permodalan sudah terpenuhi, penyaluran yang produktif dan tercapainya tujuan organisasi (Ina Primiana, 2009).

Keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara teknis dan efisiensi secara ekonomis (Algifari,2003).

Apabila setelah jangka waktu tertentu usaha tersebut mengalami peningkatan baik dalam permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan” (Erliah, 2007).

Indikator keberhasilan usaha menurut Dwi Riyanti (2003), dapat dilihat dari :

1. Peningkatan dalam akumulasi modal atau peningkatan modal
2. Jumlah produksi
3. Jumlah pelanggan
4. Perluasan usaha
5. Perluasan daerah pemasaran
6. Perbaikan sarana fisik dan
7. Pendapatan usaha

Indikator keberhasilan usaha menurut Suryana (2003), terdiri dari :

1. Modal
2. Pendapatan
3. Volume Penjualan
4. Output produksi
5. Tenaga Kerja
6. Konsep Keberhasilan Usaha

Definisi Keberhasilan Usaha

Menurut Suyanto (2010), keberhasilan usaha industri kecil di pengaruhi oleh berbagai faktor. Kinerja usaha perusahaan merupakan salah satu tujuan dari setiap pengusaha. Kinerja usaha industri kecil dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan dalam pencapaian maksud atau tujuan yang diharapkan. Sebagai ukuran keberhasilan usaha suatu perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti : kinerja keuangan dan image perusahaan. Menurut Glancey dalam Sony Heru Priyanto (2009), Wirausaha yang memiliki kemampuan mengambil keputusan yang superior akan dapat meningkatkan performansi usaha seperti peningkatan profit dan pertumbuhan usaha.

Seperti yang dikemukakan oleh Suryana (2011), bahwa “Untuk menjadi wirausaha yang sukses harus memiliki ide atau visi bisnis (business vision) yang jelas, kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu maupun uang”. Erliah (2007), mengatakan bahwa “Suatu usaha dikatakan berhasil di dalam usahanya apabila setelah jangka waktu tertentu usaha tersebut mengalami peningkatan baik dalam permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan”. Menurut Sony (2009), seseorang yang memiliki kewirausahaan tinggi dan digabung dengan kemampuan manajerial yang memadai akan menyebabkan dia sukses dalam usahanya.

Selain dari laba, keberhasilan usaha dapat dilihat dari target yang dibuat oleh pengusaha. Hal ini seperti yang terungkap oleh Dalimunthe dalam Edi (2005), yang menyatakan bahwa kita dapat menganalisis keberhasilan usaha dengan mengetahui kinerja suatu perusahaan yang dapat dirumuskan melalui suatu perbandingan nilai yang

dihasilkan perusahaan dengan nilai yang diharapkan dengan memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki. Kinerja perusahaan adalah output dari berbagai faktor di atas yang oleh karenanya ukuran ini menjadi sangat penting untuk mengetahui tingkat adaptabilitas bisnis dengan lingkungannya.

Kinerja usaha perlu dihubungkan dengan target perusahaan yang ditentukan oleh manajer pemilik usaha. Apapun targetnya, kinerja usaha merupakan tolok ukur untuk menilai seberapa besar tingkat pencapaian suatu target atau tujuan usaha.

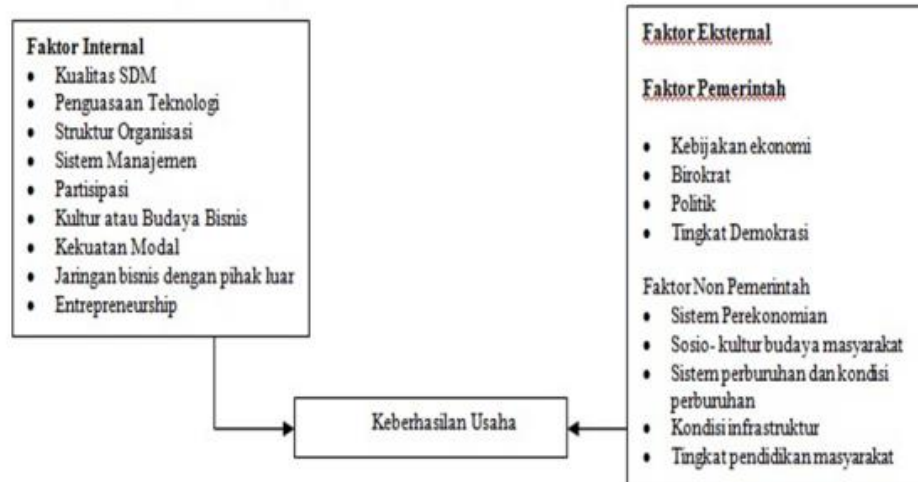
Menurut Ina (2009) mengemukakan bahwa “Keberhasilan usaha adalah permodalan sudah terpenuhi, penyaluran yang produktif dan tercapainya tujuan organisasi”. Algifari (2003) mengatakan bahwa “Keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara teknis dan efisiensi secara ekonomis”.

Moch. Kohar Mudzakar dalam Ressa (2011) berpendapat bahwa, “Keberhasilan usaha adalah sesuatu keadaan yang menggambarkan lebih daripada yang lainnya yang sederajat/sekelasnya.” Henry (2007) mengemukakan bahwa “Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis”

Dwi (2003) mengemukakan bahwa “Keberhasilan usaha didefinisikan sebagai tingkat pencapaian hasil atau tujuan organisasi”. Menurut Albert Wijaya dalam Suryana (2011) yang mengemukakan bahwa “Faktor yang merupakan tujuan yang kritis dan menjadi ukuran dari keberhasilan suatu perusahaan adalah laba”. Dan keberhasilan usaha menurut Dwi (2003) keberhasilan usaha yaitu usaha kecil berhasil karena wirausaha memiliki otak yang cerdas, yaitu kreatif, mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkan secara proaktif. Mereka juga memiliki energi yang melimpah serta dorongan dan kemampuan asertif.

Sehingga, dapat diketahui bahwa definisi keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, dimana keberhasilan tersebut didapatkan dari wirausaha yang memiliki otak yang cerdas, yaitu kreatif, mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkan secara proaktif dan hal tersebut terlihat dari usaha dari wirausaha dimana suatu keadaan usahanya yang lebih baik dari periode sebelumnya dan menggambarkan lebih daripada yang lainnya yang sederajat atau sekelasnya, dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara teknis dan efisiensi secara ekonomis, target perusahaan yang ditentukan oleh manajer-pemilik usaha, permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan, kinerja keuangan, serta image perusahaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Keberhasilan Usaha



Aliran adalah pemenuhan tujuan yang berasal dari dalam individu. Ini adalah bagian dari inti pusat atau esensi di mana orang-orang memiliki rasa yang mendalam siapa mereka, di mana mereka datang dari, dan di mana mereka akan pergi. Ini menyediakan sumber energi yang sangat besar dan arah yang memberi makna bagi kehidupan.

Characteristics of flow summary in Kauanui, King Sandra (2010) :

1. Tujuan jelas dan umpan balik (Clear goals and feedback)
2. Tantangan keterampilan (Challenge skill)
3. Hilangnya ego (Loss of ego)
4. Fokus konsentrasi (Focused concentration)
5. Rasa kontrol (Sense of control)
6. Waktu distorsi (Time distortion)
7. Pengalaman autotelic (Autotelic experience)

Aliran atau flow yang ada pada diri pengusaha memberikan pengaruh atas proses kewirausahaan yang dilakukan terutama dalam hal sikap yang dilakukan dalam mencapai keberhasilan usaha.

Dimensi Keberhasilan Usaha

Samir (2005) mengemukakan bahwa indikator dalam mengukur keberhasilan usaha atau kinerja organisasi, yaitu sebagai berikut :

1. Produktivitas, yang diukur melalui perubahan output kepada perubahan di semua faktor input (modal dan tenaga kerja).
2. Perubahan di tingkat kepegawaian (output, teknologi, cadangan modal, mekanisme penyesuaian, dan pengaruh terhadap perubahan status).
3. Rasio finansial (mengurangi biaya pegawai dan meningkatkan nilai tambah pegawai).

Keberhasilan usaha diidentikkan dengan perkembangan perusahaan. Istilah itu diartikan sebagai suatu proses peningkatan kuantitas dari dimensi perusahaan. Perkembangan perusahaan adalah proses dalam pertambahan jumlah karyawan, peningkatan modal, dan lain-lain.

Beberapa indikator dalam menentukan keberhasilan usaha menurut Henry (2007), adalah sebagai berikut :

- *Laba (Profitability)*

Laba merupakan tujuan utama dari bisnis. Laba usaha adalah selisih antara pendapatan dengan biaya.

- *Produktivitas dan Efisiensi*

Besar kecilnya produktivitas suatu usaha akan menentukan besar kecilnya produksi. Hal ini akan mempengaruhi besar kecilnya penjualan dan pada akhirnya menentukan besar kecilnya pendapatan, sehingga mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh.

- *Daya Saing*

Daya saing adalah kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil, bila dapat mengalahkan pesaing atau paling tidak masih bisa bertahan menghadapi pesaing.

- *Kompetensi dan Etika Usaha*

Kompetensi merupakan akumulasi dari pengetahuan, hasil penelitian, dan pengalaman secara kuantitatif maupun kualitatif dalam bidangnya sehingga dapat menghasilkan inovasi sesuai dengan tuntutan zaman.

- *Terbangunnya citra baik*

Citra baik perusahaan terbagi menjadi dua yaitu, trust internal dan trust external. Trust internal adalah amanah atau trust dari segenap orang yang ada dalam perusahaan. Sedangkan trust external adalah timbulnya rasa amanah atau percaya dari segenap stakeholder perusahaan, baik itu konsumen, pemasok, pemerintah, maupun masyarakat luas, bahkan juga pesaing. Indikator keberhasilan usaha menurut Dwi (2003), kriteria yang cukup signifikan untuk menentukan keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari :

1. Peningkatan dalam akumulasi modal atau peningkatan modal
2. Jumlah produksi
3. Jumlah pelanggan
4. Perluasan usaha
5. Perluasan daerah pemasaran
6. Perbaikan sarana fisik dan
7. Pendapatan usaha

Adapun indikator keberhasilan usaha menurut Suryana (2003) keberhasilan usaha terdiri dari :

1. Modal

2. Pendapatan
3. Volume Penjualan
4. Output produksi
5. Tenaga Kerja

Tes Formatif

1. Faktor yang merupakan tujuan yang kritis dan menjadi ukuran dari keberhasilan suatu perusahaan adalah
2. Sebutkan indikator keberhasilan usaha
3. Apa kiat sukses menjadi wirausahawan
4. Apa yang anda ketahui tentang keberhasilan usaha
5. Buatlah bagan usaha yang akan anda lakukan dalam berwirausaha

E. REFLEKSI DIRI

Petunjuk :

1. Tuliskan nama dan KD yang telah anda selesaikan pada lembar tersendiri
2. Tuliskan jawaban pada pertanyaan pada lembar refleksi!
3. Kumpulkan hasil refleksi pada guru anda

1. Bagaimana kesan anda setelah mengikuti pembelajaran ini?

.....
.....

2. Apakah anda telah menguasai seluruh materi pembelajaran ini? Jika ada materi yang belum dikuasai tulis materi apa saja.

.....
.....

3. Manfaat apa yang anda peroleh setelah menyelesaikan pelajaran ini?

.....
.....

4. Apa yang akan anda lakukan setelah menyelesaikan pelajaran ini?

.....
.....

5. Tuliskan secara ringkas apa yang telah anda pelajari pada kegiatan pembelajaran ini!

.....
.....

BAB III

PENUTUP

Modul Bahan Ajar “Produk Kreatif dan Kewirausahaan ” ini merupakan salah satu bahan ajar sebagai acuan atau referensi dalam pelaksanaan pembelajaran siswa/siswi SMK-PP Negeri Kupang kelas XII semesterVI(Genap) Program Keahlian Agribisnis Ternak Ruminansia. Penyusunan Modul Bahan Ajar ini mengacu pada Kurikulum 2013 Program Keahlian Agribisnis Ternak bersifat fleksibel yang dapat mengarahkan pembaca untuk dapat mengembangkan metode, strategi dan teknis pelaksanaan pembelajaran secara efektif, kreatif dan inovatif, sesuai dengan kebutuhan siswa dan kurikulum 2013 yang APIK (Afektif, Produktif, Inovatif, Kreatif). Diharapkan pula modul bahan ajar ini dapat menunjang pelaksanaan pembelajaran yang bermutu dan tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

<http://yourraditya.com/2020/08/09/perakitan-produk-barang-dan-jasa/> (diakses tanggal 26 januari 2021)

<https://teguhpriyanto.web.id/2019/11/12/kd-3-13-metoda-perakitan-produk-barang-jasa/> (diakses tanggal 26 Januari 2021)

<http://www.agustinadewi.com/2020/10/paparan-deskriptif-naratif-argumentatif.html#:~:text=Paparan%20deskriptif%20adalah%20teks%20yang,muda%20bukan%20hal%20yang%20mustahil.>(diakses tanggal 27 Januari 2021)

<http://bbppkupang.bppsdp.pertanian.go.id/storage/app/media/uploaded-files/9ba-pembuatan-daging-asap-sei-sapi-khas-ntt.pdf>(diakses tanggal 27 Januari 2021)