



PROSES PRODUKSI KERUPUK NASI SEBAGAI SALAH SATU INOVASI CAMILAN SEHAT DAN BERNUTRISI DI DESA KORAJIM

Oleh

Nia Wati¹, Haidir Lubis²

^{1,2}Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah

E-mail: ¹nia.wati1801@gmail.com, ²haidir@umnaw.ac.id

Article History:

Received: 03-11-2022

Revised: 14-12-2022

Accepted: 21-12-2022

Keywords:

Production, Rice Crackers,
Snack Innovation.

Abstract: *The purpose of this research is to create employment and to advance people's lives and improve the local economy. A rice cracker business was established in Korajim Village, Dolok Merawan District, Serdang Bedagai Regency. This location was chosen because it is a strategic location in the village of Korajim, which is a place with a lot of people and also a crossing road for residents. In establishing a rice cracker business, researchers used a SWOT analysis. The promotion methods used are personal selling and internet marketing. The results of this study, namely the rice cracker business can achieve a profit of up to IDR 7,800,000/month assuming all rice cracker products produced (50 pcs/day) are sold out.*

PENDAHULUAN

Proses pembelajaran merupakan salah satu perwujudan pembelajaran yang berpusat pada mahasiswa yang sangat esensial, salah satu kegiatannya adalah wirausaha. Menurut Vernia (2018) Wirausaha (*Entrepreneur*) adalah seorang individu yang mampu mendirikan, menjalankan dan melembagakan suatu usaha atau bisnis yang dimilikinya.

Kegiatan wirausaha dilakukan untuk mendorong pengembangan minat wirausaha mahasiswa, khususnya potensi wirausaha mahasiswa sebagai generasi milenial. Melalui kegiatan wirausaha, mahasiswa dibimbing untuk mengembangkan kegiatan usaha lebih dini oleh dosen pembimbing dan mentor dari pakar wirausaha/pengusaha secara langsung, sehingga diharapkan terbentuk mahasiswa wirausaha yang terdidik, berkarakter dan memiliki konsep bisnis.

Menurut Wiwin Novitasyari (2017) Kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha, kemudian diberi imbuhan ke-an. Wira dapat diartikan sebagai pahlawan, pejuang atau gagah berani, sedangkan usaha adalah bekerja atau melakukan sesuatu. Kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah perilaku penuh semangat dengan adanya keberanian untuk mengambil resiko sehingga menjadi kreatif dan berkembang.

Saat ini dunia sedang mengalami krisis global. Banyak perusahaan yang terkena dampak krisis tersebut, tak terkecuali perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia. Dampak dari krisis global tersebut membuat banyak perusahaan harus mengurangi jumlah karyawan dan bahkan melakukan PHK besar-besaran. Dampak ini tentu menciptakan banyaknya pengangguran di Indonesia. Hal ini menyebabkan banyaknya orang yang melakukan wirausaha dengan mendirikan usaha mikro kecil menengah (UMKM) untuk tetap dapat memenuhi kebutuhan ekonomi keluarganya.



Menurut Hutabarat (2015) Pengaruh usaha kecil dan menengah (UMKM) ditengah-tengah masyarakat sangatlah besar, terutama dalam memberdayakan masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan. Selain itu, UMKM juga berpengaruh pada berbagai sektor usaha, seperti usaha jasa pengiriman dan transportasi. Berbagai usaha mikro kecil menengah (UMKM) saat ini dapat ditemui di mana saja, salah satunya adalah bisnis makanan ringan.

Saat ini, bisnis makanan ringan atau cemilan banyak ditemukan di mana saja. Hal ini dikarenakan makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia. Makanan ringan sangat digemari orang banyak karena dapat dikonsumsi di sela kepadatan aktivitas dan juga dapat menunda rasa lapar. Dengan demikian, pola mengonsumsi camilan/makanan ringan dapat menjadi sebuah kebiasaan yang dapat mengurangi rasa lapar sebelum datangnya jam makan yang utama (Lekahena, 2019).

Bisnis makanan ringan merupakan salah satu bisnis yang banyak diminati dan memiliki prospek yang baik. Hal ini disebabkan peluang bisnis pada sektor makanan sangat menggiurkan. Dapat dikatakan, peluang bisnis pada sektor makanan sangat terbuka lebar karena semua manusia pasti membutuhkan makanan. Oleh karena itu dengan adanya peluang yang sangat menjanjikan ini maka penulis tertarik untuk membuka usaha “Kerupuk Nasi” yang tentunya penulis melakukan deferensiasi dalam bidang usaha ini agar para konsumen lebih tertarik untuk membeli produk yang dijual.

Karak atau yang biasa disebut dengan kerupuk nasi, gendar maupun puli merupakan kerupuk yang sangat familiar dan digemari oleh masyarakat Indonesia. Kerupuk yang mempunyai tekstur renyah dan gurih ini biasanya dikonsumsi sebagai tambahan lauk pauk atau sebagai camilan. Pembuatan kerupuk ini relatif mudah dan dengan biaya yang murah, serta bahan yang digunakan juga mudah didapat.

Ide mendirikan usaha ini berawal dari pengalaman penulis yang mengikuti program MBKM Kewirausahaan di PT. Amal Surya Consulting. Perusahaan tersebut membuka salah satu usaha angkringan, di mana terdapat menu yang berbahan dasar nasi. Jadi pada saat pagi terdapat nasi sisa dan dari temuan tersebut penulis berinisiatif ingin melakukan inovasi dari nasi sisa tersebut.

Adapun tujuan dari mendirikan usaha kerupuk nasi ini adalah:

1. Menciptakan lapangan kerja.
2. Menginspirasi banyak orang.
3. Memajukan kehidupan masyarakat dan memperbaiki ekonomi masyarakat sekitar.
4. Menciptakan makanan yang digemari masyarakat sesuai dengan cita rasa yang sesuai dengan lidah masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Usaha ini akan dilakukan di Dusun III desa Korajim, Kecamatan Dolok Merawan, Kabupaten Serdang Bedagai. Tepatnya usaha ini akan didirikan di rumah milik penulis. Pemilihan tempat ini dikarenakan tempat usaha yang akan didirikan terletak pada lokasi strategis di desa Korajim, yaitu merupakan tempat yang ramai penduduk dan juga jalan perlintasan warga. Selain itu, karakteristik warga sekitar juga terlihat sering mengonsumsi makanan ringan/camilan.

Dalam pendirian usaha ini, penulis juga melakukan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang digunakan dalam mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam suatu



spekulasi bisnis. Adapun analisis SWOT dalam usaha ini, yaitu:

Tabel 1

Kekuatan (<i>strenghts</i>)	1. Kerupuk nasi bisa kreasikan varian rasa sehingga membuat konsumen ingin merasakan produk ini. 2. Kerupuk nasi memiliki rasa yang gurih. 3. Lokasi penjualan yang letaknya strategis sehingga mudah di jangkau oleh konsumen. 4. Terdapat layanan sistem pemesanan <i>online</i> sehingga konsumen dari berbagai daerah Desa Korajim Kec. Dolok Merawan maupun luar kota dapat memesan produk ini dengan tambahan biaya pengiriman.
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	1. Produk hanya satu jenis. Produk yang ditawarkan hanya satu jenis saja, jika selera konsumen berubah, mungkin saja produk ini akan ditinggalkan dan beralih ke produk yang lebih inovatif.
Peluan (<i>Opportunities</i>)	1. Produk kerupuk nasi ini masih jarang dijual, bisa dikatakan akan sangat menjanjikan karena usaha ini belum banyak saingan. 2. Harga kerupuk nasi sangat terjangkau bagi semua kalangan.
Ancaman (<i>Threats</i>)	1. Akan banyak penjual lain yang meniru usaha kerupuk nasi, terutama keunikan produknya, tentunya ini menjadi saingan bagi kami 2. Banyak pendatang baru atau pesaing dengan produk makanan yang kekinian

A. Bahan-Bahan Pembuatan Kerupuk Nasi

Dalam proses produksi kerupuk nasi, membutuhkan bahan baku, antara lain:

- Nasi
- Tepung Tapioka
- Air
- Bawang Putih
- Daun Bawang
- Udang Kecepe/Udang Rebon
- Ketumbar
- Penyedap Rasa
- Minyak Goreng

B. Alat-Alat Pembuatan Kerupuk Nasi

- Kompor Gas
- Peniris
- Spatula
- Wajan
- Pisau
- Baskom
- Tamba
- Plastik Pouch



METODE PROMOSI

Produk ini akan menggunakan beberapa cara sebagai sarana promosi, antara lain:

➤ *Personal Selling* (Penjualan Pribadi)

Menurut Robinson dalam Winardi (2018 : 113) "*personal selling* sebagai interaksi antar pribadi dan secara tatap muka untuk mencapai tujuan menciptakan, memodifikasi, mengeksploitasi atau mengusahakan timbulnya suatu hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak yang lain". Dengan metode ini penjual berinteraksi langsung dengan konsumen. Penjual mempromosikan dan mengenalkan secara langsung kepada pelanggan tentang produk yang dijual, harga, varian rasa, kualitas dan lain-lain. Bisa dikatakan promosi ini dilakukan dari mulut ke mulut. Promosi ini merupakan promosi yang paling sederhana, serta tidak memerlukan banyak biaya untuk melakukannya. promosi ini.

➤ *Internet Marketing*

Internet marketing sering disebut juga sebagai *Digital marketing*, *online marketing* atau *web marketing*. Dengan meningkatnya penggunaan media digital, istilah pemasaran digital dan dampaknya berkembang lebih baik (Atshaya & Rungta, 2016). *Internet marketing* adalah cara pemasaran yang paling nyaman dan efektif akhir akhir ini dan didukung perkembangan teknologi yang membuat cakupannya bertambah luas (Dilham, Sofiyah, & Muda, 2018). *Internet Marketing* produk ini dilakukan dengan memanfaatkan media sosial yang sedang berkembang saat ini. Media sosial yang digunakan adalah Instagram, *Whatapp*, Facebook, *Market Place* dan lain-lain. Tujuan dari penggunaan media sosial adalah untuk menjangkau konsumen dengan ekonomis dan hemat biaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerupuk memang tidak pernah terlepas dari teman makan, selain rasanya yang gurih, kerupuk juga dapat dijadikan sebagai lauk makan dan cemilan saat santai. "Berawal dari adanya nasi sisa di angkringan usaha tempat penulis magang dan mubazir jika harus dibuang, penulis mencoba untuk mengolahnya menjadi kerupuk. Kerupuk yang berbahan dasar nasi yang menjadi solusi buat kita yang memiliki nasi sisa agar tidak mubazir, sehingga kita dapat mengolahnya menjadi makanan ringan yang gurih dan nikmat, serta menghasilkan pemasukan tambahan untuk keluarga.

A. Cara Pembuatan Kerupuk Nasi

Proses pembuatan kerupuk nasi ini menggunakan teknologi sederhana dan mudah diterapkan. Proses pembuatannya meliputi tahapan – tahapan berikut:

➤ Pemilihan bahan baku

Bahan baku yang dipilih untuk pembuatan kerupuk nasi ini adalah bahan baku dengan kualitas terbaik, bebas dari penyakit dan tidak basi.

➤ Perendaman

Perendaman nasi dilakukan dengan air selama 2-3 jam, lalu saring buang airnya hingga benar-bener tidak ada airnya yang menetes, karena jika lembek adonan akan susah digulung.

➤ Proses Pembuatan

Haluskan nasi yang telah disaring, tambahkan bumbu halus, kemudian haluskan kembali hingga tercampur rata.

- Proses penggulungan
Campur adonan nasi yang sudah berbumbu dengan tepung tapioka, sampai bisa dibentuk gulungan, lalu kukusan yang sudah dipanaskan.
- Proses pemotongan
Jika sudah matang dikeluarkan dari kukusam, dan dibiarkan dingin. Lalu masukan kecekukan semalaman supaya mudah dipotong, selanjutnya adonan yang sudah beku, letakkan ditampah atau nampan.
- Proses penjemuran
Lalu jemur dibawah sinar matahari kurang lebih 3-4 hari hingga benar-bener kering.
- Proses penggorengan
Goreng kerupuk yang sudah kering dengan minyak panas. Bolak-balik sampai matang semua sisi. Dijami renyah dan mengembang.
- Proses penyajian/pengemasan
Kerupuk nasi yang sudah ditiriskan kemudian dimasukan atau dikemas kedalam plastik pouch yang telah ditempel logo produk sehingga kesan elegan dan ciri khas dari produk ini.

B. Labelisasi Produk

Label merupakan ciri dari produk yang perlu diperhatikan. Menurut Marinus (2002:192), label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya. Label bisa merupakan bagian sebuah kemasan yang ditempelkan pada produk.



Gambar 1.
Label Kerupuk Nasi

Penggunaan label pada produk kerupuk nasi bertujuan agar konsumen dapat mengenal produk kerupuk nasi serta menemukan kontak pemesanan.

C. Rincian Biaya

Ada beberapa peralatan yang dibutuhkan dalam memulai usaha kerupuk nasi. Peralatan-peralatan tersebut berserta dengan rincian biayanya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2

No	Alat	Jumlah	Harga Satuan	Total
1	Kompor Gas	1 Buah	Rp 100.000	Rp 100.000
2	Peniris	1 Buah	Rp 15.000	Rp 15.000
3	Spatula	1 Buah	Rp 15.000	Rp 15.000



4	Wajan	1 Buah	Rp 25.000	Rp 25.000
5	Pisau	2 Buah	Rp 2.500	Rp 5.000
6	Baskom	2 Buah	Rp 10.000	Rp 20.000
7	Tampa	3 Buah	Rp 20.000	Rp 60.000
Total				Rp 260.000

Sedangkan biaya awal produksi untuk membuat 50pc kerupuk nasi, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3

No	Bahan	Jumlah	Harga Satuan	Total
1	Nasi	5 Kg	Rp 3.000	Rp 15.000
2	Tepung Tapioka	3 Kg	Rp 8.000	Rp 24.000
3	Bawang Putih	5 Ons	Rp 3.000	Rp 15.000
4	Daun Bawang	5 Ons	Rp 3.000	Rp 15.000
5	Udang Kecepe	3 Ons	Rp 10.000	Rp 30.000
6	Ketumbar	5 Bungkus	Rp 1.000	Rp 5.000
7	Penyedap Rasa	5 Bungkus	Rp 1.000	Rp 5.000
8	Minyak Goreng	3 Kg	Rp 12.000	Rp 36.000
9	Plastik Pouch	1 Bungkus	Rp 20.000	Rp 20.000
Total				Rp 165.000

D. Rincian Keuntungan

Adapun rincian keuntungan per-bulan dari usaha kerupuk nasi adalah:

Biaya Pembuatan 50pc Kerupuk Nasi	= Rp. 165.000 / hari
	= Rp. 165.000 x 30 hari
	= Rp. 4.950.000
Harga jual kerupuk nasi	= Rp. 8.500/pc
Produksi kerupuk nasi/hari	= 50pc
Hasil penjualan kerupuk nasi/hari	= Rp. 8.500 x 50pc
	= Rp. 425.000
Hasil penjualan kerupuk nasi/bulan	= Rp. 425.000 x 30 hari
	= Rp. 12.750.000
Laba yang diperoleh per-bulan	= Rp. 12.750.000 - 4.950.000
	= Rp. 7.800.000

Dengan perkiraan per-bulan Rp 12.750.000, maka akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 7.800.000/bulan dengan asumsi semua produk habis terjual.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan beberapa hal, di antaranya:

1. Kerupuk nasi merupakan makanan ringan/camilan yang cukup digemari masyarakat di Indonesia.
2. Alat dan bahan pembuatan kerupuk nasi murah dan mudah didapatkan.
3. Pembuatan kerupuk nasi dapat menjadi solusi agar nasi yang berlebih dapat dimanfaatkan kembali tanpa harus dibuang.
4. Total laba bersih penjualan kerupuk nasi dapat mencapai Rp. 7.800.000/bulan.

Saran

Penulis ingin menyampaikan agar mahasiswa-mahasiswa lainnya dapat melakukan inovasi dalam berwirausaha guna membuka semakin banyak lapangan pekerjaan di tengah



perekonomian dunia yang sedang tidak stabil. Dengan terbukanya lapangan kerja, maka kita akan dapat membantu kestabilan ekonomi.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Angipora, Marinus, 2002, Dasar – dasar Pemasaran, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- [2] Atshaya, S., & Rungta, S. (2016). Digital Marketing VS Internet Marketing : A Detailed Study. Digital Marketing VS Internet Marketing: A Detailed Study, 3(1), 29–33.
- [3] Dilham, A., Sofiyah, F. R., & Muda, I. (2018). The Internet Marketing Effect on the Customer Loyalty Level with Brand Awareness as Intervening Variabels. International Journal of Civil Engineering and Technology, 681-695.
- [4] LB. Ruth Florida W. M. Hutabarat. 2015. Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif. JESP-Vol. 7, No 1 Maret 2015.
- [5] Lekahena, V. N. J. (2019). Karakteristik Kimia dan Sensori Produk Stik di Fortifikasi dengan Tepung Ikan Madidihang. Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan, 12(2), 284–290. <https://doi.org/10.29239/j.agrikan.12.2.284-290>.
- [6] Vernia, D. M. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Siswa Kelas XI SMK Mitra Bakti Husada Bekasi. Jurnal Pendidikan : Vol. 9, No. 2 .
- [7] Winardi. 2018. Pengantar Manajemen Penjualan (Sales Management). Cetakan Pertama. Bandung. PT.Citra Aditya Bakti.
- [8] Wiwin Novitasyari, T. S. (2017). Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Boga Universitas Pendidikan Indonesia. Media Pendidikan, Gizi dan Kuliner: Vol. 6, No. 2.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN