



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN ANAK USIA DINI,
PENDIDIKAN DASAR DAN PENDIDIKAN MENENGAH
DIREKTORAT SEKOLAH MENENGAH ATAS
2020



Modul Pembelajaran SMA

Prakarya dan Kewirausahaan



KELAS
XII



**SISTEM KONSINYASI PRODUK USAHA PENGOLAHAN
MAKANAN KHAS DAERAH YANG DIMODIFIKASI DARI
BAHAN PANGAN NABATI DAN HEWANI
PRAKARYA DAN KEWIRAUSAHAAN
(KERAJINAN)**

KELAS XII

**PENYUSUN
ROSSA VINI ANGGALIA,. S.P., M.M.
SMAN 9 KOTA TANGERANG SELATAN**

DAFTAR ISI

PENYUSUN	ii
DAFTAR ISI	iii
GLOSARIUM	iv
PETA KONSEP.....	v
PENDAHULUAN.....	1
A. Identitas Modul	1
B. Kompetensi Dasar	1
C. Deskripsi Singkat Materi.....	1
D. Petunjuk Penggunaan Modul.....	1
E. Materi Pembelajaran	2
KEGIATAN PEMBELAJARAN 1	3
A. Tujuan Pembelajaran	3
B. Uraian Materi	3
C. Rangkuman	4
D. Penugasan Mandiri	4
E. Latihan Soal.....	4
F. Penilaian Diri.....	5
KEGIATAN PEMBELAJARAN 2	6
A. Tujuan Pembelajaran	6
B. Uraian Materi	6
C. Rangkuman	9
D. Penugasan Mandiri.....	9
E. Latihan Soal.....	9
F. Penilaian Diri.....	10
KEGIATAN PEMBELAJARAN 3	11
A. Tujuan Pembelajaran	11
B. Uraian Materi	11
C. Rangkuman	16
D. Penugasan Mandiri.....	16
E. Latihan Soal.....	16
F. Penilaian Diri.....	17
EVALUASI	18
DAFTAR PUSTAKA	21

GLOSARIUM

Bagan	: Gambar rancangan, skema; diagram yang memperlihatkan informasi sebagai serangkaian garis atau blok.
Consignee	: Penerima produk
Cogsignor	: Pemilik produk
Kerajinan	: Kegiatan membuat produk berbasis keterampilan
Konsinyasi	: Kegiatan menitipkan produk ke toko
Sistem	: Bagian yang saling berhubungan
Pemasaran	: Kegiatan menjual produk
Penjualan	: Melakukan pertukaran produk dengan nilai uang
Kebutuhan	: Dipergunakan untuk kegiatan sehari-hari
Keinginan	: Produk yang digunakan tidak terikat berdasarkan keperluan
Varian	: Beraneka ragam atau banyak jenis dari produk
Analisis	: Proses pemecahan suatu masalah
Perencanaan	: Proses
Wirausaha	: Aktivitas dalam mengelola produk
Kreatif	: Menciptakan sesuatu yang berbeda
Inovatif	: Memulai sesuatu yang baru
Ide	: Gagasan
Peluang	: Kesempatan

PETA KONSEP



PENDAHULUAN

A. Identitas Modul

Mata Pelajaran	: Prakarya dan Kewirausahaan
Kelas	: XII
Alokasi Waktu	: 4 x 45 menit
Judul Modul	: Sistem Konsinyasi Produk Usaha Pengolahan Makanan Khas Daerah yang dimodifikasi dari Bahan Pangan Nabati dan Hewani.

B. Kompetensi Dasar

3. 5. Menganalisis sistem konsinyasi produk usaha pengolahan makanan khas
 - 3.5.1. Menganalisis sistem konsinyasi produk usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani.
- 4.5. Memasarkan produk usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani dengan sistem konsinyasi.
 - 4.5.1. Merancang memasarkan produk usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani dengan sistem konsinyasi.

C. Deskripsi Singkat Materi

Kalian pasti mengetahui bahwa euforia dunia usaha sekarang ini semakin berkembang dengan pesat, bahkan cara memasarkan produk pun sudah menggunakan teknologi yang sangat canggih, maka dari itu mari kita mempelajari sistem atau cara penjualan yang mengikuti zaman. Pada kompetensi ini kita akan membahas mengenai pemasaran, seperti yang kalian sudah pelajari di kompetensi dasar 3.1 dan 4.1 mengenai perencanaan, jika kalian sudah melakukan perencanaan usaha, nah kali ini kita akan membahas bagaimana memasarkan produk yang sudah kalian riset dan dianalisis menggunakan analisis SWOT.

Selamat mempelajari materi dengan semangat!

D. Petunjuk Penggunaan Modul

Supaya belajar kalian dapat bermakna maka yang perlu kalian lakukan adalah

1. Pastikan kalian mengerti target kompetensi yang akan dicapai.
2. Mulailah dengan membaca materi.
3. Mencari referensi dari lingkungan disekitar.
4. Jika belum memahami maka cobalah baca kembali materinya dan bertanya kepada guru.
5. Kerjakan soal latihannya.
6. Jika sudah lengkap mengerjakan soal latihan, cobalah buka kunci jawaban yang ada pada bagian akhir dari modul ini.
7. Usahakan jangan mengerjakan ulang soal yang salah sebelum kalian membaca ulang materinya.
8. Jika skor kalian sudah minimal tujuh puluh, kalian bisa melanjutkan pembelajaran berikutnya.

E. Materi Pembelajaran

Modul ini terbagi menjadi 3 kegiatan pembelajaran dan di dalamnya terdapat uraian materi, contoh soal, soal latihan dan soal evaluasi.

Pertama : Pengertian dan Sistem Penjualan Konsinyasi

Kedua : Mengidentifikasi Karakteristik Pelaku Konsinyasi

Ketiga : Komponen Pemasaran dan Perancangan Pemasaran Produk Usaha dengan Sistem Konsinyasi

KEGIATAN PEMBELAJARAN 1

Pengertian dan Sistem Penjualan Konsinyasi

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran ini diharapkan kalian dapat memahami pengertian konsinyasi dan sistem penjualan konsinyasi.

B. Uraian Materi

Pengertian konsinyasi

Sistem penjualan konsinyasi banyak disukai oleh pedagang pemula, karena sangat bermanfaat khususnya bagi mereka yang masih belum berpengalaman untuk menghadapi konsumen secara langsung. Konsinyasi adalah sistem penjualan dengan cara titip jual dari pemilik produk sebagai *supplier*, kepada penjual atau pemilik toko dengan beberapa syarat dan ketentuan yang telah disepakati bersama.

Dengan sistem konsinyasi pemilik produk tidak langsung menerima pembayaran dari toko melainkan namun secara sementara hanya menitipkan produk mereka, jika kemudian ada konsumen yang membeli produknya maka baru pembayaran dilakukan sejumlah banyaknya produk yang terjual.

Sistem penjualan Konsinyasi adalah salah satu sistem transaksi penjualan dimana terdapat suatu perjanjian antara kedua belah pihak yang berisi penyerahan barang (produk) dari pihak pertama (pemilik barang) kepada pihak kedua (pemilik toko) untuk menjual kembali kepada konsumen dengan harga dan syarat yang sudah diatur di dalam perjanjian. Dalam perjanjian ini, biasanya pihak kedua (pemilik toko) akan mendapatkan komisi dari pihak pertama (pemilik barang), jika barang/produknya laku terjual.

Pihak yang menyerahkan barang/produk (pemilik barang) disebut *consignor*, sementara pihak yang dititipi barang disebut *consignee*. Barang (produk) yang dititipkan disebut barang konsinyasi.

Melihat cara kerja bisnis konsinyasi memang sebenarnya sangat mirip dengan sistem *dropshipping* yang cukup populer di Indonesia. Namun, apa yang membedakan kedua jenis sistem penjualan tersebut dan kenapa konsinyasi dianggap lebih menguntungkan dan aman bagi mereka yang baru ingin memulai usaha? Karena sistem konsinyasi memberikan dampak keuntungan dari kedua belah pihak, pihak yang menitipkan tidak memerlukan biaya sewa tempat untuk menjual produknya sedangkan pihak yang dititipi barang juga tidak perlu modal banyak untuk menambahkan barang dalam tokonya, bahkan pihak toko/tempat yang dititipi juga tidak menanggung resiko akan barang yang tidak laku terjual.

Dalam hal pemasaran/penjualan makanan yang di modifikasi kalian dapat menggunakan sistem konsinyasi ini, akan tetapi dalam usaha sejenis makanan, kalian harus memperhatikan masa kadaluarsa/*expire* dari produk yang kalian jual. Ketika memulai bisnis konsinyasi, sebaiknya jangan menitipkan kue/jajanan pasar terlalu banyak. Karena mengingat kue/jajanan pasar tidak dapat bertahan lama atau

cepat basi. Jadi, kalian perlu melakukan tes pasar terlebih dahulu, apakah penjualan dapat berjalan bagus atau tidak. Jika penjualan dapat berjalan bagus kalian dapat meningkatkannya secara bertahap, setelah itu kalian dapat melakukan pembuatan variasi kue/jajanan pasar setiap hari atau minggunya, agar konsumen/pembeli tidak merasa bosan dan memiliki beragam pilihan.

C. Rangkuman

1. Konsinyasi adalah sistem penjualan dengan cara titip jual dari pemilik produk sebagai supplier, kepada penjual atau pemilik toko dengan beberapa syarat dan ketentuan yang telah di sepakati bersama.
2. Sistem penjualan konsinyasi adalah salah satu sistem transaksi penjualan dimana terdapat suatu perjanjian antara kedua belah pihak yang berisi penyerahan barang (produk) dari pihak pertama (pemilik barang) kepada pihak kedua (pemilik toko) untuk menjualkan kembali kepada konsumen dengan harga dan syarat yang sudah diatur di dalam perjanjian.
3. Pihak yang menyerahkan barang/produk (pemilik barang) disebut consignor, sementara pihak yang dititipi barang disebut *consignee*. Dan untuk barang (produk) yang dititipkan disebut barang konsinyasi.

D. Penugasan Mandiri

Coba kalian amati kerajinan yang ada disekitar lingkungan kalian kemudian identifikasi kemungkinan usaha kerajinan berdasarkan pada kebutuhan dan keinginan tersebut dapat dipasarkan melalui konsinyasi.

No	Jenis Makanan	Bahan Baku	
		Kebutuhan	Keinginan

E. Latihan Soal

Kerjakan latihan soal di bawah ini secara lengkap meliputi jawaban dan pembahasan.

1. Jelaskan apa yang dimaksud dengan konsinyasi!
2. Jelaskan apa yang dimaksud dengan sistem penjualan konsinyasi!
3. Apa yang dimaksud dengan consignor!
4. Apa yang dimaksud dengan cogsisnee!
5. Apakah kerajinan berdasarkan kebutuhan dan keinginan dapat dipasarkan dengan konsinyasi? Mengapa?

Pembahasan Latihan Soal

1. Konsinyasi merupakan kegiatan menitipkan produk ke took.
2. Sistem Konsinyasi adalah sebuah sistem penjualan produk dimana produsen menitipkan barangnya kepada took/tempat penjualan dengan pembagian keuntungan yang telah disepakati.
3. *Consignee* adalah Penerima produk dalam sistem penjualan konsinyasi.
4. *Cosignor* adalah Pemilik produk dalam sistem penjualan konsinyasi.
5. Semua jenis usaha penjualan dalam bentuk produk dapat menggunakan sistem penjualan konsinyasi, karena sistem penjualan konsinyasi adalah sistem penjualan dengan pola menitipkan barang, ini mungkin tidak dapat berlaku maksimal dalam jenis usaha dalam bentuk jasa, walaupun dalam prakteknya tetap dapat dilakukan seperti mekanik yang bekerja dalam sebuah bengkel namun pengupahannya bergantung pada jumlah pekerjaan yang dia lakukan.

F. Penilaian Diri

Berilah tanda (√) pada kolom dibawah I ni!

No.	Kegiatan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Saya memahami pengertian konsinyasi		
2	Saya memeahami pengertian sistem penjualan konsinyasi		
3	Saya memahami pembelajaran ini		

KEGIATAN PEMBELAJARAN 2

Mengidentifikasi Karakteristik Pelaku Konsinyasi

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran ini diharapkan kalian dapat memahami dan mengidentifikasi karakteristik, kelebihan, kekurangan, dan kewajiban pelaku dalam konsinyasi.

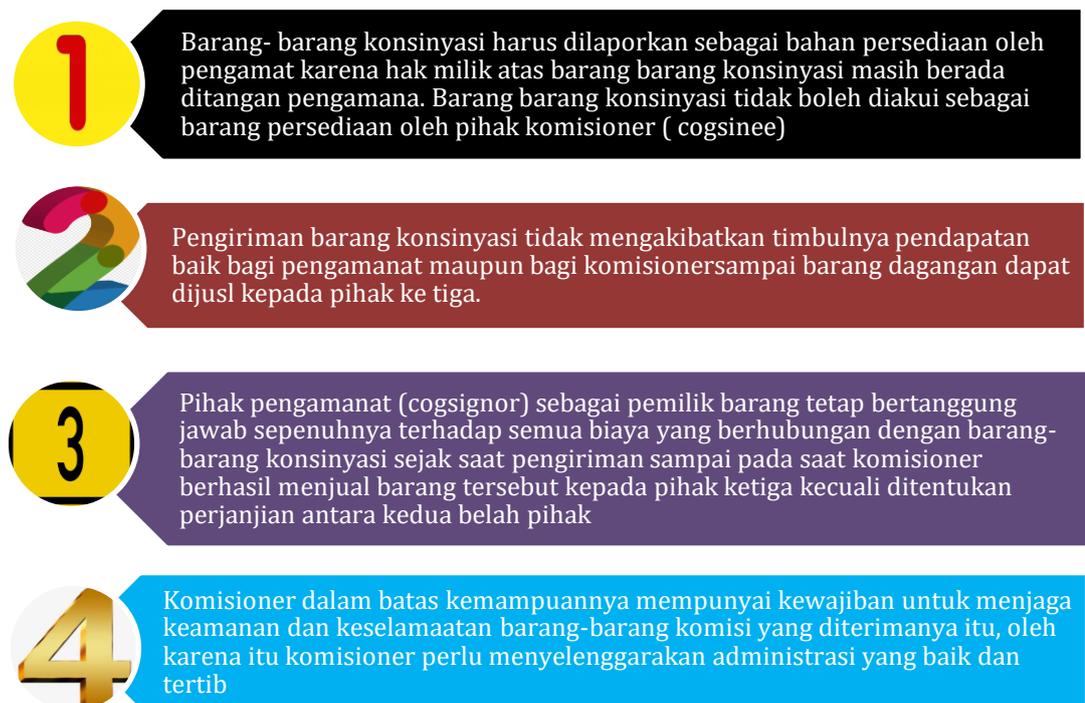
B. Uraian Materi

Karakteristik Penjualan Konsinyasi

1. Peluang Sistem Konsinyasi:
 - a. Bagi produsen (*consignor*); memberikan kesempatan pada pemilik toko untuk memasarkan produknya ke pembeli.
 - b. Bagi pemilik toko (*consignee*); pemilik toko dapat mengembalikan produk yang tidak laku terjual dan menukarnya dengan produk lainnya.
2. Resiko Sistem Konsinyasi:
 - a. Bagi produsen (*consignor*); produsen perlu memberikan imbalan, hadiah, atau komisi yang menarik kepada pemilik toko yang telah menjualkan produknya.
 - b. Bagi pemilik toko (*consignee*); tidak mendapat keuntungan atau komisi hingga barang titipan tersebut laku terjual.

Sumber : <https://www.slideshare.net/iqbalclever/perancangan-usaha>

Coba kalian perhatikan bagan dibawah ini :



Gambar 1. Bagan Konsinyasi

Kelebihan Sistem Konsinyasi

1. Keuntungan sistem konsinyasi bagi pihak pemilik barang (*Consignor*)
 - a. Menghemat biaya pelayanan dan penambahan tenaga kerja (sdm).
 - b. Sebagai pemilik barang, Kalian dapat menghemat biaya pelayanan dan biaya tenaga kerja.
 - c. Karena tidak perlu lagi merekrut pegawai baru untuk melayani konsumen dan menjualkan produk Kalian secara langsung
 - d. Lebih fokus pada penyediaan produk (proses produksi).
 - e. Melalui sistem konsinyasi, Kalian bisa lebih fokus pada penyediaan produk (proses produksi), karena Kalian sudah mempunyai bagian pemasaran dan penjualan sendiri (sudah di-*handle* oleh pihak pemilik toko).
 - f. Tentunya, Kalian juga bisa lebih leluasa untuk melakukan inovasi-inovasi terbaru agar produk Kalian lebih unggul dari tampilan dan kualitasnya.
 - g. Memperluas pasar dan menghemat biaya promosi.
 - h. Dengan adanya sistem konsinyasi, pihak pemilik barang akan merasa diuntungkan.
 - i. Pasalnya, produk Kalian dapat dipasarkan di toko yang sudah memiliki banyak pelanggan, sehingga pasaran yang dijangkau semakin luas, tergantung dari seberapa besar jaringan yang dimiliki pemilik toko tersebut. Pihak pemilik barang pun tidak perlu mengeluarkan biaya promosi, karena hal itu sudah menjadi tanggung jawab pihak pemilik toko.

2. Keuntungan Sistem Konsinyasi Bagi Pihak Pemilik Toko (*Consignee*)
 - a. Resiko kerugian relatif kecil.
Kemungkinan terburuk bagi pemilik toko adalah tidak akan mendapatkan komisi jika barang rusak atau tidak laku terjual. Namun, pihak *consignee* tidak akan mengalami kerugian atas produk yang rusak tersebut.
 - b. Stok produk bertambah.
Melalui sistem konsinyasi ini, penjual tidak akan kekurangan stok dagangan, karena produk akan terus dikirimkan oleh pihak *consignor*. Adanya penitipan-penitipan barang (produk) tersebut akan menambah jumlah barang yang dijual dalam etalase *display* tokonya.
 - c. Mendapat Keuntungan tanpa Mengeluarkan Modal.
Karena disini tugas *consignee* hanya menjual produk. Biaya produksi akan dikeluarkan oleh pihak *consignor* sebagai pihak yang memiliki barang. Sekalipun tanpa mengeluarkan modal, pihak *consignee* tetap mendapatkan komisi dari pihak *consignor*, dengan catatan produk yang ditawarkan laku dibeli konsumen. Biasanya pihak *consignee* akan menambahkan harga dari harga yang ditetapkan. Tambahan harga tersebut merupakan keuntungan yang akan diperoleh pihak *consignee*. Selain itu, pihak *consignee* juga akan mendapatkan *fee* dari pihak *consignor*.

Kekurangan Sistem Konsinyasi

1. Bagi Pemilik Produk atau Consignor
 - a. Risiko Kerugian
Adapun risiko kerugian yang dimaksud disebabkan jika salah dalam pemilihan tempat penitipan barang/penjual. Jika tempat penitipan barang/penjual yang Kalian pilih tidak menjual produk dengan baik atau produk yang ada lakunya sangat lama maka Kalian dapat mengalami kerugian. Oleh karena itu, Kalian juga harus memastikan penjual atau penyalur atau pihak *consignee* merupakan penjual yang baik dan dapat diandalkan.

- b. Promosi Tidak Sesuai
Karena pihak pemilik produk tidak melakukan penjualannya secara langsung, maka ada kemungkinan jika promosi yang dilakukan oleh penjual tidak sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini wajar jika Kalian menitipkan produk kepada toko-toko kelontong, biasanya mereka tidak akan mempromosikan produk Kalian. Untuk mengatasi hal ini, Kalian dapat menempatkan SPG di supermarket atau mall. Sementara untuk toko kelontong, dapat Kalian berikan tawaran *fee* atau bonus yang menarik.
 - c. Uang Tidak Dapat Langsung Diterima
Kelemahan terakhir dari penjualan konsinyasi bagi pemilik produk adalah pembayaran yang tidak langsung atau uang tidak dapat langsung diterima setelah produk terjual. Hal ini karena sistem pembayaran yang ada mengikuti sistem pembayaran dari penjual biasanya per minggu atau per bulan
2. Bagi Penjual atau Consignee
- Pihak Pemilik Toko (*consignee*) harus merawat dan menjaga barang yang dititipkan dengan benar dan harus rajin melakukan pemantauan stok. Karena biasanya dalam perjanjian kesepakatan, kehilangan barang merupakan tanggung jawab pihak pemilik toko dan akan ditagihkan sebagai barang yang laku terjual oleh pemilik barang (*consignor*).

Kewajiban *Consignee* Dalam Konsinyasi

- a. Melindungi keamanan dan keselamatan barang-barang yang diterima dari pihak pengamat.
- b. Mematuhi dan berusaha semaksimal mungkin untuk menjual barang-barang milik pengamat sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang diatur dalam perjanjian.
- c. Mengelola secara terpisah baik dari segi fisik maupun administratif terhadap barang-barang milik pengamat, sehingga identitas barang-barang tersebut tetap dapat diketahui setiap saat.
- d. Membuat laporan secara periodik tentang barang yang diterima, barang-barang yang berhasil dijual dan barang-barang yang masih dalam persediaan serta mengadakan penyelesaian keuangan seperti dinyatakan dalam perjanjian

Hak *Consignee* Dalam Konsinyasi

- a. Untuk mendapatkan komisi dan meminta penggantian atas beban-beban yang telah dikeluarkannya sehubungan dengan penerimaan dan penjualan barang-barang konsinyasi.
- b. Untuk dapat memberikan jaminan kepada pelanggannya atas barang-barang komisi yang terjual, dan pengamat wajib untuk menanggung beban jika ada kerusakan atau mutu yang kurang baik dari barang-barang konsinyasi yang telah diberikan jaminan oleh komisioner kepada pelanggannya.
- c. Untuk bisa menjamin pemasaran barang-barang konsinyasi, komisioner berhak memberikan syarat-syarat pembayaran kepada pelanggan seperti yang berlaku pada umumnya untuk barang-barang yang sejenis, meskipun pengamat dapat mengadakan pembatasan-pembatasan yang harus dinyatakan dalam perjanjian.

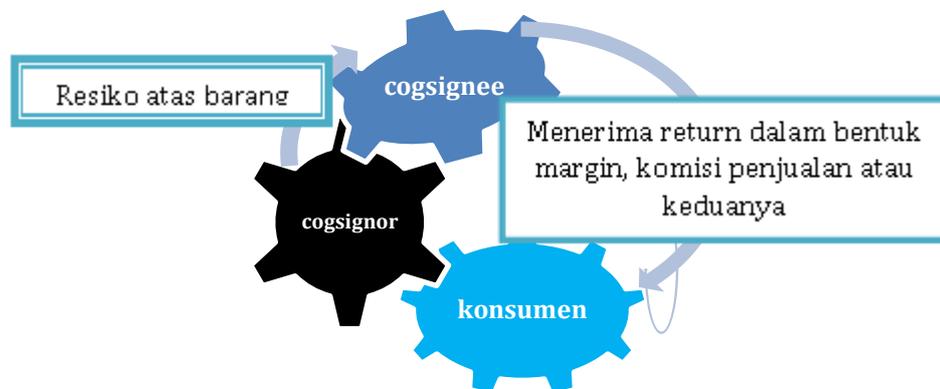
(sumber : <https://sarjanaekonomi.co.id/konsinyasi/>)

C. Rangkuman

1. Kekurangan sistem konsinyasi dibagi berdasarkan pihak:
 - a. Pemilik Produk atau *Consignor*
 - b. Penjual atau *Consignee*
2. Kelebihan sistem konsinyasi dibagi berdasarkan pihak:
 - a. Pemilik Barang (*Consignor*)
 - b. Pihak Pemilik Toko (*Consignee*)

D. Penugasan Mandiri

Untuk lebih memahami sistem konsinyasi, coba kamu amati skema penjualan konsinyasi dibawah ini dan coba jelaskan.



E. Latihan Soal

Kerjakan latihan soal di bawah ini dengan tepat dan jelas!

1. Sebutkan hak dan kewajiban *consignee* dalam konsinyasi!
2. Sebutkan keuntungan sistem konsinyasi bagi *consignee*!
3. Jelaskan peluang konsinyasi menurut pendapat kalian!
4. Jelaskan resiko menggunakan konsinyasi!
5. Sebutkan kekurangan konsinyasi!

Pembahasan Latihan Soal

1. Hak Consignee dalam sistem penjualan konsinyasi adalah sebagai berikut:
 - a. Mendapatkan komisi dan meminta penggantian atas beban-beban yang telah dikeluarkannya sehubungan dengan penerimaan dan penjualan barang-barang konsinyasi.
 - b. Dapatpatat memberikan jaminan kepada pelanggannya atas barang-barang komisi yang terjual, dan pengamat wajib untuk menanggung beban jika ada kerusakan atau mutu yang kurang baik dari barang-barang konsinyasi yang telah diberikan jaminan oleh komisioner kepada pelanggannya.
 - c. Dapat menjamin pemasaran barang-barang konsinyasi, komisioner berhak memberikan syarat-syarat pembayaran kepada pelanggan seperti ang berlaku pada umumnya untuk barang-barang yang sejenis, meskipun pengamat dapat mengadakan pembatasan-pembatasan yang harus dinyatakan dalam perjanjian.
2. Keuntungan sistem konsinyasi bagi consignee adalah sebagai berikut:
 - a. Resiko kerugian relatif kecil.
 - b. Stok produk bertambah.
 - c. Mendapat Keuntungan tanpa Mengeluarkan Modal.
3. Sistem konsinyasi harus dapat bersifat saling menguntungkan antar dua belah pihak yang terlibat.
4. Resiko Sistem Konsinyasi:
 - a. Bagi produsen (consignor); produsen perlu memberikan imbalan, hadiah, atau komisi yang menarik kepada pemilik toko yang telah menjualkan produknya.
 - b. Bagi pemilik toko (consignee); tidak mendapat keuntungan atau komisi hingga barang titipan tersebut laku terjual.
5. Bagi Pemilik Produk atau Consignor adalah Risiko Kerugian, Promosi Tidak Sesuai, Uang Tidak Dapat Langsung Diterima.

F. Penilaian Diri

Berilah tanda (√) pada kolom dibawah ini!

No.	Kegiatan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Saya sudah memahami hak dan kewajiban cinsidgnee		
2	Saya mampu mengidentifikasi kekurangan dan kelebihan dari system konsinyasi		
3	Saya mampu memahami peluang dan resiko menggunakan konsinyasi		
4	Saya memahami karakteristik konsinyasi		
5	Saya mampu menentukan jenis jenis usaha yang dapat menggunakan system konsinyasi		

KEGIATAN PEMBELAJARAN 3

Komponen Pemasaran dan Perancangan Pemasaran Produk Usaha dengan Sistem Konsinyasi

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran ini diharapkan kalian dapat memahami komponen pemasaran dan merancang pemasaran produk usaha pengolahan makanan khas daerah yang dimodifikasi dari bahan pangan nabati dan hewani dengan sistem konsinyasi.

B. Uraian Materi

Komponen pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan *managerial* yang didalamnya terdapat individu dan kelompok dimana mereka mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Transaksi adalah perdagangan nilai-nilai antara kedua belah pihak atau lebih. Sebuah transaksi melibatkan beberapa aspek sekurang-kurangnya dua benda yang bernilai, prasyarat disetujui waktu persetujuan dan tempat persetujuan. Agar pertukaran dapat berhasil pemasar menganalisa apa yang diharapkan akan didapat dan diberikan oleh masing masing pihak dari suatu transaksi suatu pertukaran sederhana dapat dipetakan dengan menggambarkan dua pelaku dan keinginan serta penawaran yang ada disekitar mereka proses untuk mendapatkan syarat yang disepakati bersama dinamakan negosiasi, negosiasi mengarah pada persyaratan persayratan yang disepakati bersama atau sebuah keputusan untuk tidak melakukan transaksi.

Pemasaran adalah seseorang yang mencari satu atau lebih calon pembeli yang akan terlibat dalam pertukaran nilai (*value*). Calon pembeli adalah seseorang yang diidentifikasi oleh pemasar sebagai orang yang mungkin bersedia dan mampu terlibat dalam pertukaran

Sebelum kita membahas lebih jauh mengenai pemasaran produk makanan modifikasi dari nabati dan hewani dengan sistem konsinyasi. Mari kita pahami terlebih dahulu komponen pemasaran dalam bentuk unsur-unsur pemasaran yang tergabung dalam bauran pemasaran. Hal yang kita lakukan adalah menentukan strategi pemasaran terlebih dahulu, strategi tersebut biasa dikenal dengan unsur pemasaran atau *Marketing mix*. Bauran pemasaran adalah strategi yang memadukan kegiatan-kegiatan pemasaran dalam satu waktu untuk meningkatkan penjualan produk.

Perhatikan skema bauran pemasaran dibawah ini !



Gambar 2. Bauran Pemasaran
(Sumber: <https://www.freepng.fr/png-066oz9/>)

1. Produk
Produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dan kemudian dibeli lalu dapat dipergunakan atau dikonsumsi, yang mana produk ini dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.
2. Harga
Harga adalah nilai uang yang ditukarkan oleh konsumen untuk mempunyai atau menggunakan produk dan mendapatkan manfaat dari produk itu sendiri.
3. Tempat (*Place*)
Tempat usaha merupakan lokasi dimana kita akan melakukan proses jual beli. Bagi usaha konvensional aspek ini memang sangat penting. Kalian harus memperhatikan apakah lokasi tersebut cukup strategis dan mudah dikunjungi konsumen.
4. Promosi
Promosi merupakan suatu komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada pasar sasaran akan adanya produk dengan cara membujuk, mempengaruhi, dan meyakinkan target pembeli.

Disajikan contoh 4 P kerajinan berdasarkan kebutuhan dan keinginan pada Tabel berikut :

Tabel 1. Bauran Pemasaran modifikasi makanan kentang menjadi keripik

Produk	Produk keripik kentang memiliki berbagai varian rasa dan keberadaan produk makanan ringan kemasan tersebut di sesuaikan dengan segmentasi masyarakat luas bahkan hanya disukai oleh anak-anak, remaja, maupun dewasa. Macam-macam varian rasa Chitato yaitu keripik kentang ayam barbeque, rasa sapi bumbu bakar, rasa keju, rasa sapi panggang, rasa ayam bumbu dan rasa original.
Harga (price)	Harga produknya yang terjangkau dan kualitas terbaik menjadikan produk keripik kentang menjadi favorit masyarakat terkadang dijumpai juga produk keripik kentang dengan diskon yang lumayan menguntungkan bagi konsumen. Hal ini tentu saja menarik daya beli konsumen pada produknya. Chitato dengan berat 35g harga yang biasa dipasarkan Rp.4500 – Rp.5500, sedangkan dengan berat 168g seharga Rp.18.000-Rp.19.000.
Tempat (Place)	Lokasi atau tempat yang dimasuki menentukan keberhasilan target pasar dari produk kami. Produk keripik kentang sering dipasarkan di supermarket, minimarket, toko, kantin sekolah, klontongan, maupun di warung.
Promosi	Promosi produk keripik menggunakan berbagai media, baik itu menggunakan media cetak maupun media elektronik seperti brosur, iklan maupun mobil-mobil yang sudah di cat gambar produk tersebut. dan tak jarang juga produk keripik kentang sering menjadi sponsor pada berbagai event yang di adakan di sekolah ataupun kampus.

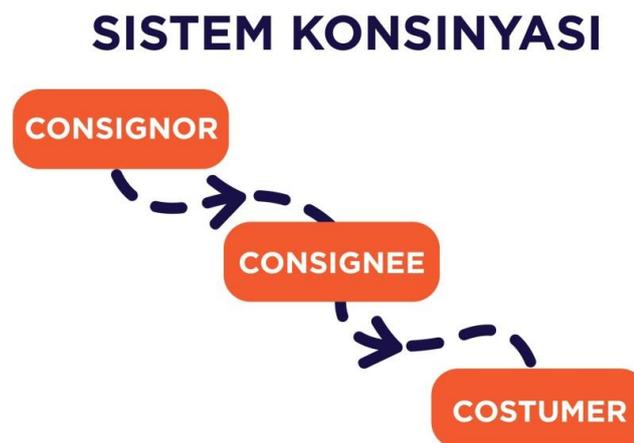
Merancang Pemasaran Dengan Sistem Konsinyasi

Sebelum memulai wirausaha konsinyasi, ada baiknya merancang pemasaran agar wirausaha yang akan dijalani sukses. Berikut beberapa rancangan yang dapat dijadikan referensi bagi wirausahawan konsinyasi, antara lain:

1. Menerapkan promo dan mekanisme kerjasama yang menarik.
2. Melakukan riset untuk memilih toko penyalur yang tepat.
3. Perbanyak jumlah toko penyalur yang akan diajak kerjasama,
4. Manfaatkan momen yang tepat untuk menjual produk,
5. Pastikan produk yang dijual memenuhi selera pasar yang dituju.
6. Memperhitungkan dengan matang dan ambil peluang yang ada.
7. Lakukan pembagian dan pemetaan area distribusi bisnis konsinyasi Kalian.
8. Lakukan Monitoring.
9. Pastikan toko penyalur kredibel.
10. Usahakan produk yang dijual berbeda dan unik.
11. Perencanaan Keuangan.
12. Punya Business Plan (Perencanaan Bisnis).

Jika Kalian sudah merancang pemasaran konsinya maka setelah itu harus memahami alur sitem konsinyasi, yang disajikan di bawah ini :

Alur Konsinyasi



Gambar 3. Alur Sistem Konsinyasi (Sumber : <https://invent.id/blog/berbisnis-produk-branded-dengan-marketplace-yang-tepat/>)

Sistem konsinyasi bukan satu-satunya cara dalam pemasaran atau penjualan produk, agar kalian dapat membedakan beberapa sistem pemasaran maka perhatikan Tabel dibawah ini:

Tabel 2. Tabel sistem pemasaran *Resseller* dan *Dropshiper*

Indikator	Sistem pemasaran / penjualan	
	Reseller	Dropshipper
Pengertian	Orang yang membeli produk dari seorang distributor/ <i>supplier</i> dengan harga yang lebih murah dari pasaran untuk dijual kembali dengan harapan mendapatkan sejumlah keuntungan dari penjualan produk tersebut.	Teknik pemasaran dimana penjual tidak mempunyai/menyimpan stok barang, dan jika penjual mendapatkan order maka penjual akan meneruskan orderan tersebut ke distributor/ <i>supplier</i> . Selanjutnya <i>supplier</i> akan mengirim barang tersebut dengan menggunakan nama penjual. Dengan cara ini maka penjual seolah-olah memiliki toko pribadi dengan stok barang yang lengkap
Kelemahan	<ul style="list-style-type: none"> • Harus memiliki modal yang cukup untuk memiliki stock barang. • Memiliki resiko jika produk tidak laku / tidak terjual • Masih direpotkan dengan proses packaging dan pengiriman • Menanggung kerugian jika ada barang yang tidak laku atau stock 	<ul style="list-style-type: none"> • Kalian tidak bisa mengetahui secara langsung stok produk apa saja yang <i>ready</i>. Maka dari itu cari <i>supplier</i> yang bisa menyediakan tabel stok secara <i>online</i> dan <i>update</i> terus. • Tidak punya kendali penuh terhadap stok. • Kalian tidak bisa mengetahui jenis bahan produk tersebut seperti apa,

	<p>yang ketinggalan jaman.</p>	<p>kondisi sebenarnya seperti apa, apakah cacat atau tidak. Tidak jarang pula calon pembeli yang ingin difotokan langsung dulu produknya. Karena mereka sadar bahwa foto yang di <i>showcase</i> itu foto yang sudah di-<i>edit</i> kualitas fotonya.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apabila <i>supplier</i> melakukan kesalahan, reputasi <i>dropshiper</i>-lah yang akan hancur. Kesalahan <i>supplier</i> yang sering terjadi adalah salah ukuran, salah jenis barang, salah alamat, dan kesalahan-kesalahan yang lain. Jika kesalahan ini terjadi yang menanggung dana kerugian adalah pihak <i>suppliernya</i> sendiri. • Kalian harus siap untuk menerima komplain/ komentar pelanggan karena barang yang mereka pesan tidak sesuai dengan gambar. • Diskon yang didapat biasanya tidak terlalu besar bila dibanding dengan reseller yang men-<i>stock</i> barang sendiri.
Kelebihan	<ul style="list-style-type: none"> • Bebas menentukan harga jual sendiri. • Mudah dalam menawarkan barang secara langsung karena bisa memperlihatkan produknya. Sebab tak jarang banyak konsumen yang bertanya-tanya mengenai produk terbuat dari bahan apa dan bagaimana kualitas dari produk tersebut. • Bebas menjual secara langsung maupun melalui website toko <i>online</i>. • Bisa mengelola stok dan mengecek ketersediaan barang yang dijualnya. • Memiliki <i>product knowledge</i> yang baik, karena memiliki produk fisiknya. • Minim kesalahan dan resiko kerugiannya bisa di kelola sendiri. • Dengan menjadi <i>reseller</i> Kalian bisa belajar bagaimana cara <i>manage</i> keuangan yang baik dan sangat diperlukan untuk para pebisnis <i>online</i> jika ingin berkembang pesat dengan syarat tekun dan ulet saat menjalani bisnis tersebut. 	<ul style="list-style-type: none"> • Minim modal untuk memulai usaha karena tidak memerlukan <i>stock</i> barang. • Tidak perlu memikirkan tentang produksi produk beserta <i>quality control</i>. Jadi Kalian hanya fokus memasarkan saja. • Tidak perlu repot mengurus packing dan proses pengirimannya. Ia hanya bertugas mencari pelanggan dan menghubungi pihak pemasok, sehingga pekerjaannya lebih sederhana. • Tidak perlu takut rugi jika ada barang yang tidak laku. • Bisa ganti-ganti <i>supplier</i> atau lebih dari 1 <i>supplier</i> bila dirasa <i>supplier</i> tersebut tidak cocok.

Sumber https://digitalentrepreneur.id/perbedaan-dropship-dengan-reseller/?bot_test=1

Nah, setelah melihat tabel sistem pemasaran/penjualan lain, kalian bisa memilih sistem pemasaran yang mudah dan kalian pahami.

C. Rangkuman

1. Bauran pemasaran meliputi harga, tempat, promosi, produk.
2. Pemasaran adalah seseorang yang mencari satu atau lebih calon pembeli yang akan terlibat dalam pertukaran nilai (*value*).
3. Calon pembeli adalah seseorang yang diidentifikasi oleh pemasar sebagai orang yang mungkin bersedia dan mampu terlibat dalam pertukaran.

D. Penugasan Mandiri

Sekarang cobalah kalian amati keadaan sekeliling kalian, kemudian tentukan satu jenis produk yang akan kalian pasarkan dengan membuat bauran pemasaran terlebih dahulu, lalu hitung konsinyasi dari produk tersebut menggunakan format tabel bauran pemasaran dibawah ini.

Tabel bauran pemasaran

Nama produk : _____

Bahan baku : _____

Bauran Pemasaran	Uraian/Keterangan
<i>Product</i>	
<i>Price</i>	
<i>Place</i>	
<i>Promotion</i>	

E. Latihan Soal

Silahkan kalian isi pertanyaan dibawah ini menurut pendapat dan referensi yang kalian ketahui!

1. Modifikasi makanan berbahan nabati dan hewani merupakan produk yang bisa dikatakan sebagai bahan makan kebutuhan, oleh sebab itu produk in harus berkualitas serta bergizi laku mengapa produk itu menjadi bagian dari aspek bauran pemasaran, jelaskan pendapatmu!
2. Promosi suatu produk pada zaman sekarang dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi yang sangat canggih, jika seorang pedagang ingin mempromosikan produknya dan dia tidak bisa menggunakan aplikasi tersebut, lalu bagaimanakah cara dia menjual produknya, jelaskan pendapatmu!
3. Basri ingin menjual makannya di warung-warung terdekat, Basri ingin menggunakan system penjualan konsinyasi, lalu apakah konsinyasi ini adalah cara pemasaran yang baik?! Jelaskan menurut pendapat kalian!
4. Apa yang dimaksud strategi harga dalam bauran pemasaran? Jelaskan!
5. Memodifikasi makanan adalah salah satu cara agar konsumen tertarik dengan produk kita, bagaimanakah cara agar konsumen tersebut bisa menjadi pelanggan di tokomu, jelaskan!

Kunci Jawaban

1. Produk merupakan benda yang menjadi objek untuk di jual dengan nilai guna yang baik maka produk ini sangat penting.
2. Cara yang dapat dilakukan adalah menggunakan system konsinyasi yaitu dengan menitipkan produk di toko orang lain dengan syarat ada kesepakatan yang dibuat bersama antara consignor dan consignee.
3. Konsinyasi adalah cara pemasaran yang tidak saling merugikan dikarenakan system konsinyasi, jika produk tidak laku maka produk akan dikembalikan.
4. Harga adalah ukuran nominal yang akan dilontarkan kepada konsumen, oleh sebab itu harga harus benar dihitung disesuaikan dengan biaya produksi yang dikeluarkan.
5. Memodifikasi makanan merupakan cara yang baik untuk menarik pelanggan akan tetapi selain itu produsen harus mampu bersaing harga, bersaing dalam hal promosi dan melihat tempat yang strategis sehingga konsumen dapat menjadi pelanggan karena nyaman, pemasaran dengan cara konsinyasi pun jika terjalin hubungan yang baik maka consignor dan consignee akan berjalan sesuai kesepakatan dan menjadi pelanggan atau bekerjasama dalam berwirausaha.

F. Penilaian Diri

Berilah tanda (√) pada kolom dibawah ini!

No.	Indikator	Ya	Tidak
1.	Saya memahami pengertian bauran pemasaran untuk kerajinan berdasarkan pada kebutuhan dan keinginan		
2	Saya dapat membedakan strategi pemasaran untuk kerajinan berdasarkan pada kebutuhan dan keinginan		
3	Saya mampu memasarkan produk dengan sistem konsinyasi		

EVALUASI

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang kalian anggap benar!

1. Salah satu strategi yang bisa ditempuh perusahaan jika ingin memiliki posisi yang kuat pada satu segmen saja adalah strategi....
 - a. Bauran Pemasaran.
 - b. Konsentrasi segmen ganda.
 - c. Konsentrasi segmen tunggal.
 - d. Memasuki pasar.
 - e. Tukar Guling
2. Pada perjanjian konsinyansi, apa keuntungan yang akan diperoleh pihak *consignee*?
 - a. Barang akan cepat dikenal oleh konsumen.
 - b. Harga jual dan syarat penjualan dapat dikendalikan.
 - c. Daerah pemasaran akan menjadi semakin luas.
 - d. Jaminan akan kembalinya barang tetap terjamin
 - e. Menghemat kebutuhan modal kerja dan menghemat biaya karena sebagian biaya ditanggung *consignor*.
3. Suatu bentuk perjanjian dimana salah satu pihak yang memiliki barang menyerahkan sejumlah barang kepada pihak lain untuk dijual dengan memberikan komisi tertentu disebut....
 - a. Kosinyasi
 - b. Lease Purchase
 - c. Komisi
 - d. Sales Contract
 - e. Salesman
4. Pihak yang menyerahkan barang dalam kosinyasi disebut...
 - a. Cosignee
 - b. Commision Merchan
 - c. Faktor
 - d. Consignor
 - e. Conduktor
5. Yang **bukan** merupakan karakteristik konsinyasi adalah...
 - a. Barang-barang konsinyasi harus dilaporkan sebagai persediaan oleh pengamat.
 - b. Pengiriman barang konsinyasi tidak mengakibatkan timbulnya pendapatan dan tidak boleh dipakai sebagai kriteria untuk mengakui pendapatan.
 - c. Pihak pengamat sebagai pemilik, tetap bertanggung jawab terhadap semua biaya yang berhubungan dengan barang konsinyasi.
 - d. Barang-barang konsinyasi boleh diperhitungkan sebagai persediaan oleh komisioner.
 - e. Komisioner dalam batas kemampuannya mempunyai kewajiban untuk menjaga keamanan keselamatan barang konsinyasi yang diterimanya.
6. Memilih sasaran pelanggan, mengidentifikasi kebutuhan dan keinginannya, serta menetapkan bauran pemasaran yang sesuai merupakan contoh implementasi fungsi perencanaan manajemen dari
 - a. Penjualan
 - b. Strategi
 - c. Tujuan
 - d. Sasaran
 - e. Pemasaran

7. Perhatikan pernyataan dibawah ini.
1. Menjual barang pengamanat sesuai harga yang ditentukan oleh pihak pengamanat.
 2. Laba dari penjualan konsinyasi tidak terpisah dari laba penjualan regular.
 3. Melindungi barang pengamanat
 4. Laba dari penjualan konsinyasi dicatat terpisah dari laba penjualan regular.
- Yang **bukan** merupakan hak dan kewajiban komisioner adalah....
- a. 1 dan 2
 - b. 1 dan 3
 - c. 1 dan 4
 - d. 2 dan 3
 - e. 2 dan 4
8. Dibawah ini merupakan keuntungan yang akan diperoleh *consignor* pada perjanjian konsinyasi, **kecuali**....
- a. Barang akan cepat dikenal oleh konsumen.
 - b. Harga jual dan syarat penjualan dapat dikendalikan.
 - c. Daerah pemasaran akan menjadi semakin luas.
 - d. Jaminan akan kembalinya barang tetap terjamin.
 - e. Menghemat kebutuhan modal kerja
9. Penyerahan barang dari pihak pemilik kepada pihak lain yang bertindak sebagai agen penjual, disertai amanat untuk dijual dengan upah berupa komisi. Sebutan yang sering muncul dalam penjualan konsinyasi merupakan ...
- a. Pengamanat
 - b. Consignee
 - c. Cogsignor
 - d. Konsinyasi
 - e. Sistem penjualan konsinyasi
10. Banu memiliki usaha kerajinan topi anyaman yang akan menitipkan produknya ke toko-toko yang berada dekat dengan tempat wisata, Banu melakukan penjualan dengan sistem konsinyasi, maka toko yang dititipkan produk oleh Banu dapat dikatakan sebagai ...
- a. Consignee
 - b. Consignor
 - c. Pemasok
 - d. Distributor
 - e. Konsumen

KUNCI JAWABAN

1. C. Konsentrasi segmen tunggal.
2. D. Jaminan akan kembalinya barang tetap terjamin
3. A. Konsinyasi
4. D. Consignor
5. B. Pengiriman barang konsinyasi tidak mengakibatkan timbulnya pendapatan dan tidak boleh dipakai sebagai kriteria untuk mengakui pendapatan.
6. E. Pemasaran
7. E. 2 dan 4
8. E. Menghemat kebutuhan modal kerja
9. D. Konsinyasi
10. A. Consignee

DAFTAR PUSTAKA

Wirausaha Produk Kerajinan Untuk Pasar Lokal Sumber Buku Prakarya dan Kewirausahaan, Kemendikbud Edisi Revisi 2018..

Dari internet

- <https://www.cookmeindonesian.com/nasi-goreng-indonesian-fried-rice/>
- <https://brilicious.brilio.net/>
- <https://bisnisukm.com/manisnya-peluang-bisnis-manisan-kering.html>
- <https://www.maxmanroe.com/vid/manajemen/pengertian-administrasi.html>
- <http://shiftindonesia.com/perbedaan-antara-pemasaran-produk-dan-pemasaran-layanan-jasa-yang-penting-untuk-diingat/>
- *Jurnsl entrepreneur, jurnal.id.blog*

Gambar 1. riset pasar, researchGate, <https://www.researchgate.net/figure/G>

Gambar 2. Analisis produk makanan, <http://soalujian-45.blogspot.com/>

*Tabel 1. modifikasi makanan khas daerah,
<https://www.mikirbae.com/2016/04/modifikasi-pangan-khas-daerah.html>*