

**“Produksi Dan Pemasaran *Pie* Sebagai Produk Diversifikasi Tape Singkong”**  
**Diny Nawang Kripsianasari**

Program Studi Teknologi Industri Pangan  
Jurusan Teknologi Pertanian

**ABSTRAK**

Produksi dan pemasaran *pie* tape bertujuan untuk mencari formulasi dalam pembuatan *pie* tape yang baik dapat diterima konsumen, menghitung perhitungan analisa biaya produksi *pie* tape, dan mengetahui strategi pemasaran produk *pie* tape. Proses produksi *pie* tape terdiri dari persiapan bahan, penimbangan, pencampuran, pencetakan, pengisian *pie*, pengovenan, dan pengemasan. Perbedaan biaya tidak tetap antara rencana dengan realisasi dikarenakan beberapa perubahan harga dan berat bahan yang dibutuhkan. Pada rencana usaha awal diharapkan keuntungan dari hasil penjualan *pie* tape sebesar Rp 5.633.816 dengan laju keuntungan 151,1%, sedangkan pada realisasi usaha keuntungan yang didapatkan sebesar Rp 2.596.679,- dengan laju keuntungan 76,9%. Perbedaan tersebut dikarenakan adanya perubahan jumlah biaya tidak tetap dan jumlah produksi, rencana usaha total biaya tidak tetap sebesar Rp.3.410.955 dan jumlah produksi pada rencana awal usaha sebanyak 720 kemasan akan tetapi total biaya tidak tetap pada realisasi usaha sebesar Rp. 3.688.550 dan jumlah produksi realisasi usaha sebanyak 435 kemasan. Selain itu juga biaya variabel per unit. Penjualan secara langsung lebih efektif yaitu 80% dibanding secara tidak langsung yaitu 20%.

Kata Kunci : *Pie* Tape, Produksi, Pemasaran