



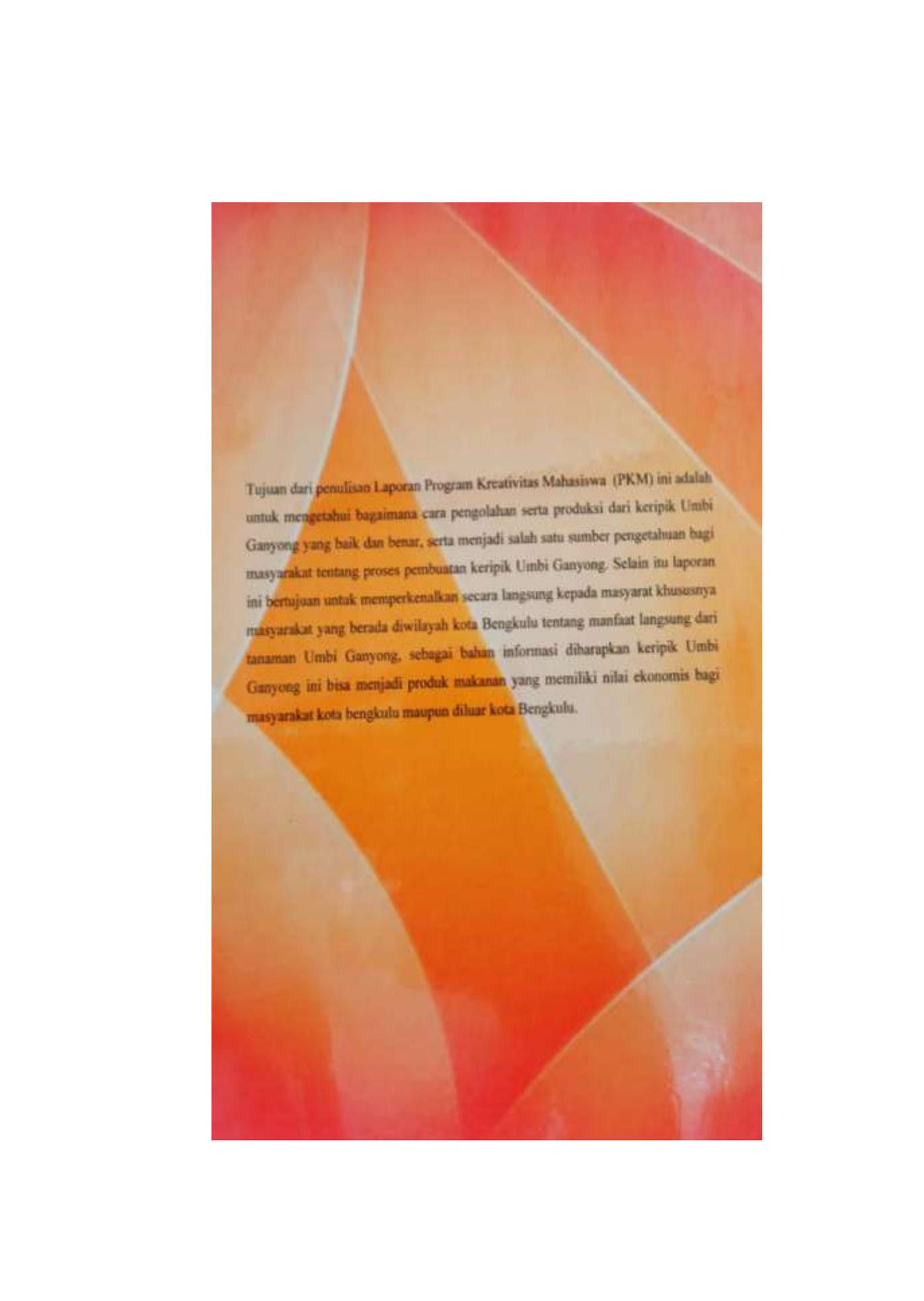
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

FATMA WATI
Dr. FATIMAH YUNUS, MA

PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA (PKM) PRODUKSI KERIPIK UMBI GANYONG (CANNA EDULIS KERR)



Editor
ANDI HARPEPEN, M. Kom



Tujuan dari penulisan Laporan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara pengolahan serta produksi dari keripik Umbi Ganyong yang baik dan benar, serta menjadi salah satu sumber pengetahuan bagi masyarakat tentang proses pembuatan keripik Umbi Ganyong. Selain itu laporan ini bertujuan untuk memperkenalkan secara langsung kepada masyarakat khususnya masyarakat yang berada di wilayah kota Bengkulu tentang manfaat langsung dari tanaman Umbi Ganyong, sebagai bahan informasi diharapkan keripik Umbi Ganyong ini bisa menjadi produk makanan yang memiliki nilai ekonomis bagi masyarakat kota Bengkulu maupun diluar kota Bengkulu.

**PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA (PKM)
PRODUKSI KERIPIK UMBI GANYONG
(*CANNA EDULIS KERR*)**



Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

Fatma Wati
NIM: 1811140153

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI
SUKARNO (UINFAS) BENGKULU
BENGKULU, 2022 M/1443 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Fatma Wati, NIM 1811140153 dengan judul "Program Kreativitas Mahasiswa (Pkm) Produksi Keripik Umbi Ganyong (*Canna Edulis Kerr*)", Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Pembimbing I dan Pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang *Munawasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

Bengkulu, 14 April 2022 M
13 Ramadhan 1443 H

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Fatimah Yunus, MA
NIP.19630319200032003

Andi Harpepen, M.Kom
NIDN.2014128401



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172, Faksimil (0736) 51171-51172
Website: www.uin-sukarnobengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Program kreativitas Mahasiswa (PKM) Produksi Keripik Umbi Ganyong (Canna Edulis Kerr)", oleh Fatmawati NIM.1811140153, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UIN FAS) Bengkulu Pada :

Hari : Senin

Tanggal : 25 Juli 2022 M / 14 Dzulhijah 1443H

Dinyatakan **LULUS** Telah diperbaiki, dapat diterima dan di sahkan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Bengkulu, Juli 2022 M
Dzulhijah 1443 H

TIM SIDANG MUNAQASYAH

Ketua


Idwal, B. MA
NIP.198307092009121005

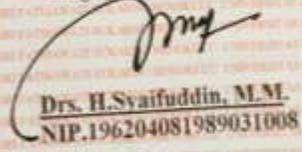
Sekretaris


Andi Harpepen, M.Kom
NIDN.2014128401

Penguji I


Idwal, B. MA
NIP.198307092009121005

Penguji II


Drs. H.Syaifuddin, M.M.
NIP.196204081989031008

Mengetahui,


Drs. H. Syaifuddin, Ag
NIP.196504101993031007

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul "**Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) Produksi Keripik Umbi Ganyong (*Canna Edulis Kerr*)**" adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UINFAS Bengkulu maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri tanpa ada bantuan yang tidak sah dari pihak lainnya kecuali arahan dari pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan nama pengarangnya serta dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Juni 2022
Mahasiswa Yang Mengatakan



Fatma Wati
NIM: 1811140153

MOTTO

“Dialah yang menjadikan bumi ini mudah bagi kamu, maka berjalanlah disegala penjurunya dan makanlah dari sebagian rizekinya’

(Surat Al-Mulk (67): 15)

Hidup adalah perjuangan, jadikanlah hidup ini bermamfaat bagi orang lain. Kegagalan merupakan awal dari langkah menuju kesuksesan bukan akhir dari sebuah perjalanan

(Fatma Wati)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin

Sujud syukur kuucapkan kepada Allah SWT yang maha agung dan maha tinggi yang telah menjadikan aku manusia yang senantiasa selalu berfikir, berilmu, beriman, dan senantiasa selalu bersabar dalam menjalankan kehidupan ini. Semoga dengan langkah keberhasilan ini mengantarkan aku menuju cita-citaku.

1. Kupersembahkan karya ini untuk kedua orang tuaku Ayahanda Zakariah dan Ibudanku Nurhayati, yang tiada henti-hentinya memberi doa, semangat, kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan yang selalu mendorong anakmu menghadapi rintangan kehidupan ini. Ayah ibu terimalah hadiah kecilku ini sebagai kado dari keseriusanku selama ini dalam belajar. Maafkan anakmu ini ayah, ibu yang selalu membuat ayah, ibu harus berkorban menguras keringat setiap hari demi menunjang kesuksesanku.
2. Untuk saudara-saudariku Wo Meda, Dank Eduar, Dodo Mika Julianti terimakasih atas doa dan dukungannya.
3. Untuk keponakanku Kesya, Adi, Azka dan Aizwa semoga nantinya bisa mengikuti jejak penulis sampai kejenjang sekolah tinggi

4. Untuk orang yang selalu mendampingi dan mendukung dalam berbagai hal “Robet Eko Saputra”.
5. Untuk guru-guru yang telah mengajarku dari sekolah SD, SMP, dan SMA yang tidak biasa aku sebutkan satu persatu terimakasih telah mengajarku.
6. Dosen pembimbingku “Ibu Dr. Fatimah Yunus, M.A dan “Bapak Andi Harpepen, M.Kom” terimakasih telah membimbingku, sehingga kesulitan –kesulitan dapat penulis lalui.
7. Untuk almamater kebanggaanku

ABSTRAK

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM)
Produksi Keripik Umbi Ganyong (*Canna Edulis Kerr*)
Oleh Fatma Wati, Nim: 1811140153

Tujuan dari penulisan Laporan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara pengolahan serta produksi dari keripik Umbi Ganyong yang baik dan benar, serta menjadi salah satu sumber pengetahuan bagi masyarakat tentang proses pembuatan keripik Umbi Ganyong. Selain itu laporan ini bertujuan untuk memperkenalkan secara langsung kepada masyarakat khususnya masyarakat yang berada di wilayah kota Bengkulu tentang manfaat langsung dari tanaman Umbi Ganyong, sebagai bahan informasi diharapkan keripik Umbi Ganyong ini bisa menjadi produk makanan yang memiliki nilai ekonomis bagi masyarakat kota Bengkulu maupun diluar kota Bengkulu.

Adapun yang menjadi fokus masalah dalam Laporan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) ini adalah 1) Bagaimana cara memproduksi Keripik Umbi Ganyong.

Hasil laporan Ini menunjukkan: 1) Dalam memproduksi keripik Umbi Ganyong ini dilakukan 8 langkah yang dimulai dari proses pencucian Umbi Gayong hingga proses pengemasan. Dalam proses pembuatan umbi Ganyong dijamin kebersihan dan kehalalannya karena sudah mendapatkan izin dan telah dinyatakan lulus tahap uji oleh dinas kesehatan.

Kata Kunci : Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) ; Produksi Keripik Umbi Ganyong (*Canna Edulis Kerr*)

ABSTRACT

*Student Creativity Program (PKM)
Production of Canna Bulb Chips (Canna Edulis Kerr)
By Fatma Wati, Nim: 1811140153*

The purpose of writing this Student Creativity Program Report (PKM) is to find out how to properly and correctly process and produce Gayong Bulbs chips, and to become a source of knowledge for the community about the process of making Gayong Bulbs chips. In addition, this report aims to introduce directly to the community, especially people in the Bengkulu city area about the direct benefits of the Gayong tuber plant, as information material it is hoped that this Canna Bulb tuber chip can become a food product that has economic value for the people of Bengkulu city and outside the city of Bengkulu.

The focus of the problem in this Student Creativity Program (PKM) Report is 1) How to produce Canna Bulb Chips.

The results of this report show: 1) In producing Canna Bulb chips, 8 steps are carried out starting from the washing process of Canna Bulb to the packaging process. In the process of making Canna Bulb tubers, cleanliness and halalness are guaranteed because they have obtained a permit and have been declared to have passed the test stage by the health department.

*Keywords: Student Creativity Program (PKM); Bulb Chips
Production Canna Bulb*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir program kreatifitas mahasiswa yang berjudul “**Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) Produksi Keripik Umbi Ganyong (*Canna Edulis Kerr*)**”.

Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan tugas akhir ini bertujuan untuk mengungkap masalah olahan dari bahan utama Umbi Ganyong dan juga memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. KH. Zulkarnain Dali M.Pd, selaku Rektor UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah

memberikan kesempatan kepada kami untuk membina ilmu di UIN Fatmawati Sukarno.

2. Dr. H. Supardi, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan kemudahan kepada kami selama masa perkuliahan.
3. Dr. Fatimah Yunus, M.A, selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan bimbingan pada penulisan tugas akhir ini.
4. Andi Harpepen, M.Kom, selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Kedua Orang Tua Penulis yang selalu mendoakan kesuksesan penulis.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
7. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan tugas akhir ini.

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan Penulis ke depan.

Bengkulu, Februari 2022 M
Rajab 1443 H

Fatma Wati
NIM. 1811140153

PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Program	7
D. Manfaat Program	7
E. Luaran yang Diharapkan	8
BAB II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA	
A. Analisa Produk	10
B. Teori Pemasaran	17
C. Pemasaran Syariah	23
D. Lokasi Usaha	34
E. Pangsa Pasar	35
F. Analisa Kelayakan Usaha/Program	36
G. Analisa Biaya Produksi dan Keuntungan	40
BAB III METODE PELAKSANAAN	
A. Uji Produk	44

B. Alat dan Bahan	44
C. Proses Pembuatan.....	46

BAB IV ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

A. Anggaran Biaya.....	54
B. Jadwal Kegiatan	57

BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN

A. Hasil Yang Dicapai Berdasarkan Luran Program	60
B. Keberlanjutan Usaha/Program	65

BAB VI PENUTUP

A. Evaluasi	66
B. Kesimpulan	67
C. Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang terkenal akan sumber daya alam yang berlimpah, baik berupa sumber alam di lautan maupun di darat. Indonesia adalah wilayah yang kaya akan hasil alam yang melimpah, salah satunya dari bidang pertanian. Pangan lokal sudah seharusnya dijadikan pangan unggulan di negara ini. Tetapi seiring perkembangan zaman, budaya mengonsumsi pangan lokal mulai menurun karena dianggap kuno dan tidak mengikuti jaman. Namun walaupun sumber daya alam yang sangat berlimpah itu kebanyakan masyarakat Indonesia belum bisa memanfaatkan sumber daya tersebut menjadi baik bahkan menjadikan nilai ekonomis yang tinggi.¹

Perkembangan zaman yang semakin maju menjadikan pola hidup manusia semakin konsumtif, terutama dalam memilih makanan. Manusia zaman sekarang tidak lepas dari yang namanya jajanan. Berbagai macam jenis jajanan yang ada dipasar yang sangat mudah dijumpai mulai dari yang basah maupun yang kering. Salah satu cemilan yang sangat diminati oleh

¹ Raynald Putra Pratama, *Tepung Umbi Ganyong Sebagai Bahan Substitusi dalam Pembuatan Produk Suricanna dan Bolen Ganyong Si Butalo*, Universitas Negeri Yogyakarta, Tugas Akhir, hlm 5

masyarakat adalah keripik seperti keripik pisang, ubi kayu dan sebagainya. Namun untuk keripik yang terbuat dari Umbi Ganyong belum ditemui dipasaran. Salah satu yang menjadi daya tarik disini adalah mengenai pemanfaatan tanaman Ganyong yang bisa memberikan nilai ekonomis bagi masyarakat, khususnya masyarakat yang ada di provinsi Bengkulu.

Ganyong merupakan tanaman jenis umbi-umbian yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber pangan rumahan yang memiliki nilai ekonomi, Umbi Ganyong dapat menjadi sumber pangan alternatif karena kandungan pati (karbohidrat) yang tinggi. Umbi ini juga kaya dengan protein, kalori, lemak, vitamin C, vitamin B1, fosfor, kalsium dan zat besi. Bentuk tanaman ganyong adalah berumpun dan merupakan tanaman herba, semua bagian vegetatif yaitu batang, daun serta kelopak bunganya sedikit berlili. Tanaman ini tetap hijau disepanjang hidupnya, di akhir hidupnya, dimana umbi telah cukup dewasa, daun dan batang mulai mengering. Keadaan seperti ini seakan-akan menunjukkan bahwa tanaman mati, padahal tidak. Karena bila hujan tiba maka rimpang atau umbi akan bertunas dan membentuk tanaman lagi.

Tinggi tanaman Ganyong antara 0.9 – 1,8 meter dan batang dapat mencapai 3 meter.²

Tanaman Ganyong daunnya lebar dengan bentuk elip memanjang dengan bagian pangkal dan ujungnya agak runcing. Panjang daun 15 – 60 sentimeter, sedangkan lebarnya 7 – 20 sentimeter. Di bagian tengahnya terdapat tulang daun yang tebal. Warna daun beragam dari hijau muda sampai hijau tua. Kadang-kadang bergaris ungu atau keseluruhannya ungu. Demikian juga dengan pelepahnya ada yang berwarna ungu dan hijau.³

Ukuran Bunga Ganyong yang biasa diambil umbinya relatif lebih kecil, bunga Ganyong ini adalah merah oranye dan pangkalnya kuning dengan benangsari tidak sempurna. Jumlah kelopak bunga ada 3 buah dan masing-masing panjangnya 5 sentimeter.

Tanaman Umbi Ganyong ini bisa hidup didataran yang tinggi maupun dataran yang rendah, bahkan tanaman ini masih banyak sekali dijumpai di hutan-hutan yang tumbuh dengan liar bahkan sangat subur. Tetapi pada kenyataan yang ada hanya segelintir masyarakat saja yang mengetahui manfaat dari tumbuhan ini. Padahal jika

²Tintin Suhartini, *Keragaman Karakter Morfologi Tanaman Gayong*, Jurnal Buletin Plasma Nurfah Vol. 16 No. 2 Th. 2010

³Damayanti, *Pemanfaatan Ubi Ganyong untuk Membuat Sereal Bayi*, Fakultas Teknologi Pangan UNISRI Solo

tanaman ini dikelola dengan baik bisa menghasilkan nilai ekonomi bagi masyarakat.

Jika kita menemukan Umbi dari Tumbuhan Ganyong ini akan terlihat seperti Tanaman Lengkoas bahkan sangat sulit membedakan keduanya. Namun keduanya jelas berbeda Umbi Ganyong memiliki rasa yang khas yaitu legit dan manis. Berikut ini adalah gambar dari tanaman Umbi Ganyong.

Gambar 1.1

Umbi Ganyong yang Masih Mentah



Dimana dalam hal ini selaku mahasiswa sekaligus warga masyarakat Provinsi Bengkulu akan memperkenalkan manfaat dari Tumbuhan Ganyong dan cara pengelolaannya kepada masyarakat Bengkulu bahwa tanaman ini bisa menghasilkan nilai ekonomi. Dalam hal ini dimana tumbuhan ini akan diproduksi menjadi keripit Umbi Ganyong. Selain tumbuhan ini mudah di dapat karena hidup dengan liar di hutan dan bisa hidup dimana

saja tentunya tanaman ini belum memiliki nilai ekonomis yang tinggi bahkan bisa didapat secara gratis karena tumbuh ini tumbuh dengan liar di hutan sehingga proses produksinya relatif murah dan bisa menghasilkan keuntungan yang berlipat ganda.

Dimana lewat Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKMK) merupakan program pengembangan keterampilan mahasiswa dalam berwirausaha dan berorientasi pada laba (*profit*). Entreprenur/wirausahawan adalah orang yang mengabdikan diri untuk mencari sesuatu yang baru dan mengeksplorasi gagasan dan visi baru menjadi peluang yang menguntungkan dengan menanggung risiko yang terlibat dalam proses. Dimana PKM bertujuan untuk meningkatkan iklim akademik yang kreatif, inovatif, visioner, solution dan mandiri. Meningkatkan mutu peserta didik (mahasiswa) di Perguruan Tinggi agar kelak dapat menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademis dan profesional.⁴

PKM dilaksanakan pertama kali pada tahun 2001, yaitu setelah dilaksanakannya program restrukturisasi di lingkungan Ditlitabmas. Kegiatan pendidikan, penelitian

⁴ Tri Puji Rahayu, *Memunculkan Ide Kreatif Melalui Program Kreativitas Mahasiswa*, (Jawa Tengah: Pustaka Rumah Cinta, 2020), h.3

dan pengabdian kepada masyarakat yang selama ini merupakan sarat dengan partisipasi aktif mahasiswa.⁵

Komoditas usaha yang dihasilkan oleh mahasiswa dapat berupa barang atau jasa yang selanjutnya merupakan salah satu modal dasar mahasiswa dalam berwirausaha dan memasuki pasar.⁶

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Wirausaha dan pengusaha menurut KBBI seakan-akan memiliki fungsi yang berbeda. Namun, kenyataan dilapangan dunia wirausaha Indonesia, antara istilah wiraswata, pengusaha, dan wirausahawan memiliki makna yang serupa dalam bahasa Inggris dikenal sebagai Entrepreneur.⁷

Seorang wirausaha pada hakekatnya memiliki berbagai ciri, atau sifat serta watak yang membedakannya dengan orang-orang biasa. Seorang wirausahawan akan cenderung berkeinginan kuat untuk mewujudkan ide-ide.⁸

Untuk mencapai kualitas produk keripik Umbi Ganyong yang baik dan sesuai kriteria yang dipersyaratkan serta dapat meningkatkan nilai jual Keripik

⁵ Tri Puji Rahayu, *Memunculkan Ide Kreatif Melalui Program Kreativitas Mahasiswa*..... h. 4

⁶ Dwi Cahyo Yulianto, "Kamus Lengkap (lolos) PKM", (Jakarta: Bhuanna Ilmu Popular, 2019), h.11-12

⁷ Agung Purnomo, dkk, "*Dasar-Dasar Kewirausahaan: Untuk Penguruan Tinggi dan Dunia Bisnis* ". (Sumatra Utara : Yayasan Kita Menulis, 2020), h.5

⁸ Sukmadi, "*Inovasi dan Kewirausahaan (Edisi Paradigm Baru Kewirausahaan)*",(Bandung: Humaniora Utama Press, 2016), h. 5

Umbi Ganyong maka dari itu dari latar belakang di atas di ambillah judul “**PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA (PKM) PRODUKSI KERIPIK UMBI GANYONG (*CANNA EDULIS KERR*)**”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara memproduksi Keripik Umbi Ganyong?

C. Tujuan Program

Adapun yang menjadi tujuan utama dari program kreativitas ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui cara memproduksi Keripik Umbi Ganyong. Sebagai salah satu sumber pengetahuan tentang proses pembuatan keripik Umbi Gayong agar nantinya dapat dikembangkan dan sebagai bahan informasi tentang sistem industri pembuatan produk

D. Manfaat Program

1. Bagi Fakultas

Dapat memberikan informasi terhadap mahasiswa sebagai upaya dalam membuat produksi Keripik Umbi Ganyong dengan bahan utama Umbi Ganyong yang dapat memanfaatkan potensi lokal.

2. Bagi Masyarakat

- a. Menambah keberagaman jenis kuliner masyarakat Provinsi Bengkulu.
- b. Memanfaatkan sumber daya alam berupa pemanfaatan Umbi Ganyong
- c. Membuka peluang usaha baru.
- d. Dapat memberikan informasi kepada masyarakat dan industri pangan mengenai pemanfaatan Umbi Ganyong sebagai produk olahan yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi
- e. Dapat meningkatkan kelestarian Umbi Ganyong dan meningkatkan nilai jual Umbi Ganyong

3. Bagi Penulis

Mendapatkan ilmu yang dimulai dari perencanaan, pembuatan produk hingga pemasaran yang dapat dijadikan pengalaman untuk kedepannya.

E. Luaran yang Diharapkan

Luaran yang diharapkan pada Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) yaitu:

1. Terciptanya produk Keripik Umbi Ganyong sebagai alternatif makanan ringan yang memiliki nilai gizi yang tinggi

2. Produk makanan dapat menginspirasi masyarakat untuk menciptakan produk baru yang bernilai dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki.
3. Dapat memberikan pelatihan terhadap masyarakat untuk memulai suatu produk dengan bahan yang dimiliki.
4. Dapat membuka peluang usaha bagi masyarakat.

BAB II

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

A. Analisa Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.⁹ Sedangkan produksi merupakan suatu proses dimana barang dan jasa yang di input diubah menjadi barang dan jasa yang disebut output. Produksi pada dasarnya merupakan proses penciptaan atau penambahan faedah dalam bentuk, waktu dan tempat atas faktor-faktor produksi sehingga dapat bermanfaat bagi pemenuhan kebutuhan manusia.¹⁰

Secara ekonomis, produksi merupakan suatu proses pendayagunaan segala sumber yang tersedia untuk memperoleh hasil yang terjamin kualitas maupun kuantitasnya, terkelola dengan baik sehingga merupakan komoditi yang dapat diperdagangkan. Adanya hubungan antara faktor-faktor produksi yang digunakan dengan output yang dihasilkan dinyatakan dalam suatu fungsi produksi.¹¹

⁹ Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*, (Surabaya : Qiara Media, 2019), h. 2-3.

¹⁰ Boediono, *Teori Ekonomi Mikro*, (BPFE: Yogyakarta, 2006), h. 63.

¹¹ Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikroekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2002), h. 193

Dengan pengertian ini dapat dipahami bahwa kegiatan produksi diartikan sebagai aktivitas dalam menghasilkan output dengan menggunakan teknik produksi tertentu untuk mengolah atau memproses input sedemikian rupa.¹²

Selama proses produksi dimana penulis menamai produk ini adalah “*Keripik Umbi Ganyong Aneka Rasa*” diambil karena bahan utama pembuatan produk ini adalah Umbi Ganyong selain itu alasan lainnya yaitu karena Umbi Ganyong ini belum banyak dikenal dan diketahui oleh masyarakat. Produk ini merupakan salah satu olahan yang bahan dasarnya berasal dari Umbi Ganyong yang nantinya akan diproduksi dengan berbagai macam rasa yang ada seperti asin, pedas dan manis yang tentunya menambah rasa yang gurih pada keripik ini.

Keripik Umbi Ganyong dapat dijadikan makanan ringan yang nantinya digemari oleh banyak orang, karena rasanya yang renyah, enak dan lezat serta mengandung nilai gizi yang tinggi yaitu berupa asupan protein dan vitamin yang baik untuk tubuh kita. Keripik Umbi Ganyong sangat baik dikonsumsi sebagai makanan ringan untuk cemilan dan sangat cocok dijadikan cemilan

¹² Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah. Edisi Revisi, Cet. 12* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), h.1

santai karena mengandung banyak nilai gizi yang cocok untuk tubuh.¹³

Umbi Ganyong merupakan merupakan tumbuhan yang sama seperti umbi-umbi lainnya seperti ketela, ubi kayu yang mana dapat dimanfaatkan sebagai bahan makanan yang bergizi karena mengandung protein dengan kadar yang tinggi. Selain itu Umbi ini juga kaya dengan protein, kalori, lemak, vitamin C, vitamin B1, fosfor, kalsium dan zat besi. Umbi Ganyong memiliki manfaat yang baik untuk pertumbuhan dan perkembangan pada tubuh baik dikonsumsi oleh anak-anak, remaja dan orang dewasa serta memperbaiki jaringan tubuh dan baik untuk metabolisme.

Dalam dunia industri, pelaku ekonomi merasa perlu mengatur kegiatan produksi, kegiatan pemasaran barang dan menjaga hubungan baik antara produsen dan karyawan.¹⁴

Kegiatan produksi adalah kegiatan mengolah dengan memakai metode tertentu untuk menghasilkan keluaran yang ditentukan sebelumnya, baik berupa barang maupun jasa. Produksi adalah setiap bentuk aktivitas yang dilakukan manusia untuk mewujudkan

¹³Hidayat, *Pati Ganyong Potensi Lokal Yang Belum Termanfaatkan*, Majalah Kunilogi Maret 2010

¹⁴Ahmad Ibrahim Abu Sinn, *Manajemen Syariah-Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 218

manfaat atau menambah dengan cara mengeksplorasi sumber-sumber ekonomi yang disediakan oleh Allah SWT sehingga menjadi masalah, untuk memenuhi kebutuhan manusia.¹⁵

Dalam memulai sebuah usaha tentunya dibutuhkan penerapan manajemen yang baik agar usaha yang dilakukan terarah. Adapun penerapan fungsi-fungsi manajemen produksi antara lain adalah sebagai berikut:

a. Perencanaan (*planning*)

Dalam fungsi perencanaan, manajer produksi menentukan tujuan dari subsistem produksi dari organisasi dan mengembangkan program, kebijaksanaan dan prosedur yang diperlukan untuk mencapai tujuan itu.¹⁶ Perencanaan produksi adalah proses pengambilan keputusan mengenai produk apa yang akan dibuat, di mana, kapan, dan bagaimana produk tersebut akan dilakukan.¹⁷ Tahap ini mencakup penentuan peranan dan fokus dari produksi termasuk perencanaan produk, perencanaan fasilitas dan perencanaan penggunaan sumber daya produksi.¹⁸

¹⁵ Murdifin Haming, *Manajemen Produksi Modern* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 28

¹⁶ Sofjan Assauri, *Manajemen Operasi Produksi Pencapaian Sasaran Organisasi Berkesinambungan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 2.

¹⁷ Suhardi, *Pengantar Manajemen dan Aplikasinya* (Yogyakarta: Gava Media, 2018), h. 261.

¹⁸ Eddy Herjanto, *Manajemen Operasi Edisi Ketiga* (Jakarta: Grasindo, 2008), h. 4

Dengan adanya tujuan tersebut dapatlah kemudian diletakkan kebijaksanaan-kebijaksanaan dasar. Misalnya untuk penyediaan bahan mentak diletakkan kebijaksanaan pembelian/pemesanan, penyimpanan, pembelanjanya.¹⁹

Untuk pencapaian tujuan maka setiap usaha itu harus didahului oleh oleh proses perencanaan yang baik sebagaimana firman Allah dalam surat Al-Hasyr ayat :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ
وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا
تَعْمَلُونَ

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (Qs: Al-Hasyr : 18)

¹⁹ Sukanto Reksohadiprodjo, *Manajemen Produksi Edisi 4* (Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2000), h. 8.

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Dalam fungsi pengorganisasian, manajer produksi menentukan struktur individu, grup, seksi, bagian, divisi, atau departemen dalam subsistem produksi untuk mencapai tujuan organisasi. Manajer produksi juga menentukan kebutuhan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan produksi serta mengatur wewenang dan tanggung jawab yang diperlukan dalam melaksanakannya.²⁰

c. Penggerak (*actuating*)

penggerakan dilaksanakan dengan memimpin, mengawasi dan memotivasi karyawan untuk melaksanakan tugasnya selama proses produksi berlangsung. Motivasi dapat bersifat moneter yaitu berupa upah, gaji, dan insentif lain. Dapat juga bersifat nonmoneter seperti pujian atas hasil kerja/produk yang dihasilkan, pemberian bantuan cara kerja modern, pemberian kesempatan berpartisipasi, mengemukakan ide-ide produk baru, dan lain-lain.²¹

d. Pengendalian (*controlling*)

Pengendalian atau pengawasan dilakukan dengan mengembangkan standar dan jaringan komunikasi yang

²⁰ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 238.

²¹ Sofjan Assauri, *Manajemen Produksi dan Operasi* (Jakarta: LPFE Universitas Indonesia, 2008), h. 27.

diperlukan agar pengorganisasian dan penggerakan sesuai dengan yang direncanakan dan mencapai tujuan. pengarahan/penggerakan merupakan segi dari memulai suatu kegiatan, dan pengendalian/pengawasan mengatur agar kegiatan-kegiatan produksi sesuai dengan yang direncanakan.²²

Strategi merupakan berbagai cara untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Micheal Porter menyatakan bahwa strategi adalah sekumpulan tindakan atau aktivitas yang berbeda untuk mengantarkan nilai yang unik. Thompos dan Strickland menegaskan bahwa strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas yang penuh daya saing serta pendekatan-pendekatan untuk mencapai kinerja yang memuaskan. Clausewits menjelaskan ada elemen-elemen penting dalam sebuah strategi yaitu, kekuatan, operasional, letak geografis, dan moral. Strategi adalah keseluruhan tindakan yang ditetapkan sebagai aturan dan direncanakan oleh suatu organisasi.

Strategi digunakan oleh para eksekutif senior untuk mengevaluasi keunggulan dan kelemahan sehubungan dengan peluang dan ancaman yang ada dilingkungan kemudian memutuskan strategi yang

²² Philip Kotler, dkk, *Manajemen Pemasaran dari Sudut Pandang Asia*, (Indeks, Jakarta, 2004), h. 94.

menyesuaikan antara kompetensi inti pengorganisasi dan peluang lingkungan.

Dalam merumuskan sebuah strategi tidaklah mudah, makna terpenting dalam pemahaman strategi adalah mengambil sebuah tindakan yang berbeda dari lembaga pesaing lainnya guna mencapai posisi dan tujuan yang diinginkan. Strategi didasarkan pada analisis yang terintegrasi dan holistik, maksudnya ialah setelah strategi disusun, semua unsur dan elemen yang ada di dalam pengorganisasi sudah menginternalisasikan visi, misi secara baik dan benar.

B. Teori Pemasaran

Pengertian pemasaran menurut peristilahan, berasal dari kata “pasar” yang artinya tempat terjadinya pertemuan transaksi jual-beli atau tempat bertemunya penjual dan pembeli. Kondisi dinamika masyarakat dan desakan ekonomi, maka dikenal istilah “pemasaran” yang berarti melakukan suatu aktivitas penjualan dan pembelian suatu produk atau jasa, didasari oleh kepentingan atau keinginan untuk membeli dan menjual.

Dasar pengertian ini yang melahirkan teori pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler, sebagai teori

pasar. Kotler selanjutnya memberikan batasan bahwa teori pasar memiliki dua dimensi yaitu dimensi sosial dan dimensi ekonomi.²³ Pemasaran menurut Saladin merupakan aktivitas penjualan suatu produk atau jasa yang dapat diterima atau dibeli oleh pembeli karena produk atau jasa tersebut bermanfaat bagi pembeli dan menguntungkan bagi penjual.

William J. Stanton menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. pemasaran sebagai suatu sistem dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan, ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa kepada kelompok pembeli.

Kegiatan-kegiatan tersebut beroperasi di dalam suatu lingkungan yang dibatasi oleh sumber-sumber dari perusahaan itu sendiri, peraturan-peraturan, maupun konsekuensi sosial dari perusahaan. Pada umumnya, dalam pemasaran perusahaan berusaha menghasilkan laba dari

²³ Philip Kotler, A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta: PT Salemba Emban Patria, 2001), h. 157.

penjualan barang dan jasa yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan pembeli.²⁴

Teori permintaan dan penawaran menurut Douglas dalam Saladin yaitu bahwa permintaan meningkat apabila produksi kurang dan penawaran meningkat apabila produksi banyak atau berlimpah. Dasar inilah yang menjadi acuan terjadinya transaksi dalam kegiatan pemasaran.²⁵ Umumnya para ahli pemasaran berpendapat bahwa kegiatan pemasaran tidak hanya bertujuan bagaimana menjual barang dan jasa atau memindahkan hak milik dari produsen ke pelanggan akhir, akan tetapi pemasaran merupakan suatu usaha terpadu untuk mengembangkan rencana strategis yang diarahkan pada usaha bagaimana memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli guna mendapatkan penjualan yang dapat menghasilkan keuntungan yang diharapkan.

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen.²⁶ Manajemen memegang peranan yang

²⁴ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2005) hal. 5

²⁵ Raisza Makis, *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Omzet Penjualan Mobil Merek Toyota Avanza di Showroom PT. Johar Megah Motor Makassar*, (Makassar: tidak diterbitkan, 2001), h. 5.

²⁶ Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah. Edisi Revisi, Cet. 12* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), h.1

sangat penting dalam kelangsungan hidup suatu usaha, baik usaha yang berskala kecil, sedang maupun besar. Perusahaan yang tidak menerapkan manajemen akan mengalami kesulitan untuk mencapai tujuannya. Manajemen adalah seni dalam menyelesaikan masalah melalui orang lain. Definisi tersebut mengandung arti bahwa manajer untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi melalui pengaturan orang-orang lain untuk melaksanakan berbagai tujuan yang mungkin diperlukan, atau berarti dengan tidak melakukan tugas-tugas itu sendiri.

Dalam dunia industri, pelaku ekonomi merasa perlu adanya pemikiran manajemen guna menjalankan bisnisnya. Pemikiran manajemen digunakan untuk mengatur kegiatan produksi, kegiatan pemasaran barang dan menjaga hubungan baik antara produsen dan karyawan. Kegiatan produksi adalah kegiatan mengolah masukan dalam proses dengan memakai metode tertentu untuk menghasilkan keluaran yang ditentukan sebelumnya, baik berupa barang maupun jasa.²⁷ Produksi adalah setiap bentuk aktivitas yang dilakukan manusia untuk mewujudkan manfaat atau menambah dengan cara mengeksplorasi sumber-sumber ekonomi yang disediakan oleh Allah SWT sehingga menjadi masalah, untuk memenuhi kebutuhan manusia.

²⁷ Murdifin Haming, *Manajemen Produksi Modern* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), 2 8

Melalui kegiatan operasi/produksi, segala sumber daya masukan perusahaan diintegrasikan untuk menghasilkan keluaran yang memiliki nilai tambah. Produk yang dihasilkan dapat berupa barang akhir, barang setengah jadi, atau jasa. Kegiatan operasi/produksi merupakan kegiatan kompleks, yang mencakup tidak saja pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan dalam mencapai tujuan operasi/produksi, tetapi juga mencakup kegiatan teknis untuk menghasilkan suatu produk yang memenuhi spesifikasi yang diinginkan, dengan proses produksi yang efisien dan efektif serta dengan mengantisipasi perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumsi di masa datang.

Manajemen produksi adalah kegiatan untuk mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan sumber daya, yang berupa dari sumber daya manusia, sumber daya alat dan sumber daya dana serta bahan secara efektif dan efisien untuk menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) suatu barang atau jasa.

Dalam buku Suyadi Prawirosentono Menurut Sukanto Reksohadiprojo, manajemen produksi adalah kegiatan yang bertalian dengan penciptaan barang-barang dan jasa-jasa melalui pengubahan masukan atau faktor produksi menjadi keluaran dari hasil produksi, kegiatan

mana memerlukan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian dan pengawasan agar tujuan-tujuan dapat dicapai secara efisien dan efektif.

Manajemen strategi bertugas mengendalikan proses panjang, mengangkat dan menempatkan orang-orang yang terkait dalam proses itu. Manajemen strategi adalah seni dan ilmu penyusunan, penerapan, dan pengevaluasian keputusan lintas fungsional yang memungkinkan suatu perusahaan mencapai sasarannya, mengembangkan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai sasaran, serta pengalokasian sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan perencanaan pencapaian tujuan organisasi.

Barney, mengartikan manajemen strategi sebagai proses pemilihan dan penerapan strategi secara keseluruhan mengenai penggunaan sumber daya untuk menciptakan posisi yang menguntungkan.

Tujuan dari manajemen strategi adalah melaksanakan dan mengevaluasi strategi yang dipilih secara efektif dan efisien, mengevaluasi kinerja, merumuskan pengembangan lingkungan eksternal, meninjau kembali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, dan melakukan inovasi atas produk sesuai dengan yang diinginkan konsumen.

Kegiatan manajemen operasi/produksi memerlukan pengetahuan yang luas karena mencakup berbagai fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian. Dalam pelaksanaannya, berbagai sumber daya seperti manusia, material, modal, mesin, manajemen atau metode, energi, dan informasi diintegrasikan untuk menghasilkan barang atau jasa.

Integrasi merupakan penggabungan dua atau lebih sumber daya dalam berbagai kombinasi yang terbaik. Selain itu, manajemen produksi juga dituntut untuk mempunyai kemampuan bekerja secara efisien agar dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya dan memperkecil limbah. Kegiatan manajemen produksi mempunyai tujuan, yaitu menghasilkan suatu produk sesuai dengan yang direncanakan.

Dengan manajemen strategi diharapkan strategi dapat dikelola dengan baik sehingga dapat tercapainya tujuan yang hendak dicapai, karena manajemen strategi adalah alat untuk mencapai tujuan dari organisasi.

C. Pemasaran Syariah

Pemasaran dalam ekonomi Islam berkaitan dengan jual beli yang dikenal dengan murabahah. Murabahah berbeda dengan jual beli mengharuskan

penjual memberikan informasi kepada pembeli tentang biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan komoditas (harga pokok pembelian) dan tambahan keuntungan yang diinginkan oleh penjual berdasarkan kesepakatan bersama. Murabahah dapat diartikan sebagai bentuk transaksi jual beli dimana penjual menyebutkan harga pokok dan tambahan keuntungan yang diinginkan berdasarkan kesepakatan bersama.²⁸

Syariah marketing adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsi-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam. pemasaran syariah juga merujuk kepada kaidah fiqih dalam Islam yang mengatakan “Al-muslimuuna „alaa syuruutihim illa syarthan harrama halaalan aw ahalla haraaman” (kaum muslim terikat dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis yang mereka buat, kecuali kesepakatan yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram). Selain itu dalam Islam yang paling mendasar dalam konsep muamalah, yaitu “*al-ashlu fi al mu’amalati al ibaha illa an yadulla daliilun,„ala tahriimihaa*” (Pada dasarnya semua bentuk muamalah

²⁸ Ismail Nawawi, *Fiqh Muamalah: Klasik dan Kontemporer*, (Bogor: Penerbitan Ghalia Indonesia, 2012), hal. 91

boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya).²⁹

Syekh al-Qaradhawi mengatakan bahwa kaidah “asal segala sesuatu adalah halal” ini tidak hanya terbatas dalam masalah benda, tetapi meliputi masalah perbuatan dan pekerjaan yang tidak termasuk daripada urusan ibadah, yaitu yang biasa kita istilahkan dengan adat atau muamalah. Prinsip pokok dalam masalah ini ialah tidak haram dan tidak terikat, kecuali sesuatu yang memang oleh syar’i (Allah dan Rasul) sendiri telah diharamkan.

Dalam syariah marketing, seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (value) tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah yang Islami tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam proses suatu bisnis, maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran boleh dilakukan. Allah Swt juga mengingatkan agar kita tidak berbuat zalim dalam berbisnis termasuk dalam hal memasarkan.

Dalam syariah marketing, perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, namun turut pula

²⁹Veithzal Riva’i, *Islamic Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis Dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), h.34

berorientasi pada tujuan lainnya yaitu keberkahan. Perpaduan konsep keuntungan dan keberkahan ini melahirkan konsep masalah yaitu suatu perusahaan syariah akan berorientasi pada pencapaian masalah yang optimal. Definisi pemasaran syariah menurut Kartajaya dan Sula merupakan sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai (value) dari suatu inisiator kepada stakeholder (para pemercayanya) yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.

Dalam pemasaran syariah terdapat indikator,

- 1) Kualitas produk
- 2) Kemasan
- 3) Merek
- 4) Pelayanan
- 5) Garansi
- 6) Keanekaragaman

Bagi perusahaan syariah, untuk komponen produk haruslah didasari dengan nilai kejujuran dan keadilan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Kualitas produk yang diberikan harus sesuai dengan yang ditawarkan. Jadi

sangat dilarang bila perusahaan menyembunyikan kecacatan dari produk yang mereka tawarkan.³⁰

Dalam Islam tidak boleh menggunakan cara-cara yang merugikan pebisnis lainnya. Islam tentu memperbolehkan pedagang untuk mengambil keuntungan, karena hakekat berdagang adalah mencari keuntungan. Namun untuk mengambil keuntungan tersebut janganlah berlebih-lebihan. Karena jika harga yang ditetapkan adalah harga yang wajar, maka pedagang tersebut pasti akan unggul dalam kuantitas. Dengan kata lain, mendapat banyak keuntungan dari banyaknya jumlah barang yang terjual, dan tampak nyata adalah keberkahan rizkinya. Dalam proses penentuan harga, Islam juga memandang bahwa harga haruslah disesuaikan dengan kondisi barang yang dijual.

Islam memberikan kebebasan pasar, dan menyerahkannya kepada hukum naluri yang kiranya dapat melaksanakan fungsinya selaras dengan penawaran dan permintaan.

Bauran pemasaran adalah empat komponen dalam pemasaran yang terdiri dari 4P yaitu:

³⁰Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani, cet. ke-7, 2008), h.171.

a. Produk

Pada pemasaran Islami yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW selalu menjelaskan dengan baik kepada pembeli akan kelebihan dan kekurangan produk yang dijualnya, sebagaimana sabda beliau:

Muhammad SAW bersabda, dalam (HR Muslim, dari Hakim bin Hizam Ra) "Dua orang yang berjual beli masing-masing mempunyai hak pilih (untuk meneruskan jual beli atau tidak) selama keduanya belum pernah berpisah. Jika keduanya berlaku jujur dan berterus terang menjelaskan (keadaan barang yang diperjual belikan), maka keduanya akan mendapat berkat dari jual beli mereka tetapi jika mereka berdusta dan menyembunyikan cacat, hilanglah jual beli mereka.

b. Harga

Berkenaan dengan kebijakan strategis dan taktis seperti tingkat harga, tingkat diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga diantara berbagai kelompok pelanggan.

Harga menggambarkan besarnya rupiah yang harus dikeluarkan seorang konsumen untuk memperoleh satu buah produk dan hendaknya harga akan dapat dijangkau oleh konsumen.

Dalam Islam tidak boleh menggunakan cara-cara yang merugikan pebisnis lainnya. Islam tentu

memperbolehkan pedagang untuk mengambil keuntungan, karena hakekat berdagang adalah mencari keuntungan. Namun untuk mengambil keuntungan tersebut janganlah berlebih-lebihan. Karena jika harga yang ditetapkan adalah harga yang wajar, maka pedagang tersebut pasti akan unggul dalam kuantitas. Dengan kata lain, mendapat banyak keuntungan dari banyaknya jumlah barang yang terjual, dan tampak nyata adalah keberkahan rizkinya. Dalam proses penentuan harga, Islam juga memandang bahwa harga haruslah disesuaikan dengan kondisi barang yang dijual. Nabi Muhammad SAW pernah marah saat melihat seorang pedagang menyembunyikan jagung basah di bawah jagung kering, kemudian si pedagang menjualnya dengan harga tinggi.

Islam memberikan kebebasan pasar, dan menyerahkannya kepada hukum naluri yang kiranya dapat melaksanakan fungsinya selaras dengan penawaran dan permintaan. Justru itu kita lihat Rasulullah s.a.w. ketika sedang naiknya harga, beliau diminta oleh orang banyak supaya menentukan harga, maka jawab Rasulullah S.A.W:

"Allahlah yang menentukan harga, yang mencabut, yang meluaskan dan yang memberi rezeki. Saya mengharap ingin bertemu Allah sedang tidak ada seorang pun di antara kamu yang meminta saya upaya berbuat

zalim baik terhadap darah maupun harta benda."
(Riwayat Ahmad, Abu Daud, Tarmizi, Ibnu Majah, ad-Darimi dan Abu Ya'la).

c. Tempat

Dalam menentukan place, perusahaan Islami harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target market. Sehingga pada intinya, dalam menentukan marketing mix harus didasari pada prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran. Fungsi distribusi bertujuan untuk mempercepat sampainya barang di tangan konsumen atau pasar pada saat yang tepat. Kebijakan distribusi setidaknya harus memenuhi tiga kriteria. Pertama, yaitu ketepatan dan kecepatan waktu tiba di tangan konsumen. Kedua, keamanan yang terjaga dari kerusakan, dan yang ketiga sarana kompetisi dalam memberikan kecepatan dan ketepatan memenuhi kebutuhan konsumen.

Penentuan lokasi harus dilakukan dengan pertimbangan yang matang. Kesalahan dalam menentukan lokasi akan berakibat fatal bagi suatu usaha. Kerugian yang diderita perusahaan sangatlah besar. Oleh karena itu, prioritas untuk menentukan lokasi sebelum ditetapkan perlu dianalisis secara baik. Prioritas utama untuk menganalisis masalah lokasi adalah penentuan tujuan untuk lokasi jenis apa, apakah untuk kantor pusat, lokasi cabang, lokasi pabrik, atau lokasi gudang. Masing-masing

lokasi memiliki pertimbangan sendiri, misalnya apakah lokasi harus dekat dengan konsumen atau bahan baku. Lokasi yang sulit dijangkau konsumen akan sangat berbahaya bagi kehidupan perusahaan.

Seorang pembisnis muslim tidak akan melakukan tindakan kedzaliman terhadap pesaing lain, suap untuk melicinkan saluran pasaran dan tindakan lainnya. Dalam menentukan place atau saluran distribusi, perusahaan Islami harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target market, sehingga dapat efektif dan efisien. Pada intinya, dalam menentukan marketing-mix harus didasari pada prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran.

Yusanto dan Wijayakusuma berpendapat perbedaan antara bisnis Islami dan non-Islami terletak pada aturan halal dan haram, sehingga harus terdapat kehati-hatian dalam menjalankan strategi. Tujuan dari fungsi distribusi adalah mempercepat sampainya barang di tangan konsumen atau pasar pada saat yang tepat. Kebijakan distribusi setidaknya harus memenuhi tiga kriteria. Pertama, yaitu ketepatan dan kecepatan waktu tiba di tangan konsumen. kedua, keamanan yang terjaga dari kerusakan, dan yang ketiga sarana kompetisi dalam memberikan kecepatan dan ketepatan memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, Islam melarang adanya ikhtikar atau penimbunan (*monopoly's rent*

seeking), sebab ikhtikar akan menyebabkan berhentinya saluran distribusi yang mengakibatkan kelangkaan sehingga harga barang tersebut akan meningkat.

d. Promosi

Promosi bagi perusahaan yang berlandaskan syariah haruslah menggambarkan secara riil apa yang ditawarkan dari produk-produk atau servis-servis perusahaan tersebut. Dalam buku Yusanto menurut Bygrave, variabel lokasi bauran pemasaran syariah mempunyai beberapa indikator, yaitu: Iklan adalah setiap bentuk presentasi dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu.

Keuntungan-keuntungan penggunaan iklan untuk berkomunikasi dengan para pembeli di antaranya adalah biaya yang rendah perpemasangan, keragaman media (surat kabar, majalah, TV, radio, surat-surat pos, dan iklan di jalanan), pengendalian pemasangan, isi pesan yang konsisten, dan kesempatan untuk mendesain pesan yang kreatif. Selain itu, daya tarik dan pesan dapat disesuaikan bila tujuan komunikasi berubah. Iklan juga memiliki beberapa kelemahan. Ia tidak dapat menarik perhatian orang-orang yang melihatnya. Dan pesannya hanya cocok selama waktu pemasangan saja.

Promosi penjualan terdiri dari berbagai kegiatan promosi, antara lain peragaan penjualan, kontes,

pemberian sampel, display, pembelian insentif, dan kupon. Pengeluaran promosi penjualan pada prinsipnya lebih besar daripada pengeluaran periklanan. Urutan teknik-teknik komunikasi dan insentif memberikan beberapa keuntungan, promosi dapat digunakan untuk menargetkan pembeli, menjawab kesempatan khusus, dan menciptakan insentif pembelian.

Penentuan target pasar dalam penjualan tatap muka adalah faktor yang paling penting. Berdasarkan target pasar yang telah ditetapkan, maka penjualan tatap muka akan semakin efektif dalam arti langsung mengenai sasaran tertentu dan efisien dalam arti perusahaan akan mengeluarkan biaya yang tidak sia-sia karena sasaran pasar sudah ditentukan.

Penjualan tatap muka (personal selling) merupakan cara yang paling efektif untuk menanamkan pilihan membeli, keyakinan pembeli, dan tindakan pembeli pada tingkat tertentu. Promosi dalam tinjauan syariah harus sesuai dengan sharia compliance yang merefleksikan kebenaran, keadilan dan kejujuran kepada masyarakat. Segala informasi yang terkait dengan produk harus diberitahukan secara transparan dan terbuka sehingga tidak ada potensi unsur penipuan dan kecurangan dalam melakukan promosi. Promosi yang tidak sesuai dengan kualitas atau kompetensi, contohnya promosi yang

menampilkan imajinasi yang terlalu tinggi bagi konsumennya, adalah termasuk dalam praktik penipuan dan kebohongan. Untuk itu promosi yang semacam tersebut sangat dilarang dalam Islam.

D. Lokasi Usaha

Pembuatan Keripik Umbi Ganyong ini berada di Jalan Seruni 01 Kelurahan Nusa Indah Kecamatan Ratu Agung RT 08 RW 02, Kota Bengkulu. Lokasi ini berpeluang bagus karena lokasinya sangat strategis dekat dengan pusat keramaian yang padat penduduk sehingga usaha ini bisa memberikan inovasi bagi masyarakat terutama di daerah padat karya dan sekitarnya. Lokasi ini juga tidak jauh dari kawasan kampus dan lembaga perkantoran sehingga produk ini bisa dipromosikan dengan mahasiswa dan masyarakat sekitar. adapun yang menjadi peluang usaha dan tantangan yang ada adalah:

1. Peluang usaha
 - a. Bahan-bahan yang digunakan sangat mudah di dapat dan relatif murah
 - b. Proses pengolahan mudah dilakukan
 - c. Pemasaran dapat dilakukan setiap saat baik hari pada hari biasa maupun menjelang hari besar.
 - d. Dapat dijadikan ciri khas oleh-oleh Bengkulu.

2. Tantangan usaha

Tantangan dari produk Umbi Ganyong berupa Keripik Umbi Ganyong ini adalah dimana sebagian besar masyarakat belum mengenal Umbi Ganyong, sehingga dalam proses pemasarannya nanti akan benar-benar memerlukan penjelasan yang sangat mendetail dalam memasarkan produk kepada masyarakat.

E. Pangsa Pasar

Segmentasi adalah kegiatan mengelompokkan konsumen yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang sama akan suatu produk.³¹ Pangsa pasar yang menjadi tujuan awal dalam memperkenalkan produk dari Umbi Ganyong ini adalah masyarakat dan kalangan mahasiswa. Dimana Selain memiliki rasa yang ranyah dan enak Keripik Umbi Ganyong ini belum banyak diketahui oleh masyarakat. Oleh karena itu, target pasar adalah semua kalangan masyarakat yang dimulai dari usia anak-anak, dewasa hingga lanjut usia. Untuk merealisasinya produk Keripik Umbi Ganyong, lokasi yang akan menjadi mangsa pasar yaitu tempat keramaian yang sering dikunjungi oleh banyak orang, seperti di area

³¹ Huda Maulana, *Segmenting Targeting Positioning Mengapa, Apa, dan Bagaimana*, (Jawa Tengah: Muhammadiyah University Press, 2021) h.4.

kampus, pantai dan pemukiman penduduk. Selain itu pangsa pasar selanjutnya adalah pemasaran yang dilakukan secara online seperti menggunakan aplikasi media berupa *whatsApp*, *instagram* dan *marketplace (facebook)*.

Kekuatan dari produk Umbi Gayong ini yaitu sumber bahan baku yang melimpah sehingga mudah di dapat, kualitas produk terjamin karena tanpa bahan pengawet, mengandung protein dan vitamin yang baik untuk tubuh, rasanya renyah, enak dan tahan lama. Adapun kelemahan dari produk ini yaitu belum banyak masyarakat mengetahui Umbi Ganyong ini sehingga dalam pemasaran membutuhkan pemahaman yang sangat rinci kepada masyarakat.

F. Analisa Kelayakan Usaha/Program

Berdasarkan analisis pasar Keripik Umbi Ganyong mempunyai peluang yang tinggi untuk dikembangkan di Kota Bengkulu khususnya di Daerah Kabupaten Kaur. Kelayakan dalam Bisnis ini dapat dilihat dari pendanaan yang tidak mengeluari banyak biaya dan bahan utamanya dapat diperoleh dari tumbuhan sekitar yg banyak tertanam di Kota Bengkulu khususnya daerah Kabupaten Kaur sehingga mahasiswa ataupun pelajar dapat mendirikan industri kecil ini dan juga Umbi Ganyong

memiliki banyak kandungan seperti protein, kalori, lemak, vitamin C, vitamin B1, fosfor, kalsium dan zat besi yang tinggi. Keunggulan dari produk Keripik Umbi Ganyong ini yaitu dari segi komposisi dengan bahan dasar utama Umbi Ganyong yang memiliki cita rasa yang legit dan manis, dan tentunya produk ini tanpa menggunakan bahan pengawet. Selain itu tanaman Umbi Ganyong ini juga masih banyak dan bisa dijumpai dimana saja terlebih lagi di hutan.

Jika Keripik Umbi Ganyong ini mengalami kerugian di masa mendatang dalam hal pendapatan atau *income* perbulannya, maka kita harus melakukan evaluasi untuk mengurangi kerugian, karena di dalam berbisnis kadang akan mendapatkan untung yang besar namun tak jarang yang sedikit bahkan bisa juga rugi. Dalam menjalankan bisnis harus siap rugi. Menyiapkan pula finansial apabila terjadi suatu masalah pada usaha yang di bangun.

Berikut ini adalah tabel investasi peralatan dan investasi biaya modal kerja diantaranya:

Tabel 1.1
Rekap Biaya Keripik Umbi Ganyong
Investasi Peralatan

No	Jenis Alat	Jumlah	Harga Satuan	Harga Total
1	Wajan	1 buah	Rp. 30.000	Rp. 30.000
2	Saringan	1 buah	Rp. 25.000	Rp. 25.000
3	Sarung tangan plastik	1 buah	Rp.10.000	Rp. 10.000
4	Sendok Penggorengan	1 buah	Rp. 10.000	Rp. 10.000
5	Pisau	2 buah	Rp. 10.000	Rp. 20.000
6	Baskom keranjang	1 buah	Rp. 20.000	Rp. 20.000
7	Ember sedang	1 buah	Rp. 25.000	Rp. 25.000
8	Tabung Gas	1 buah	Rp. 100.000	Rp. 100.000
9	Timbangan	1 buah	Rp. 50.000	Rp. 50.000
10	Baskom Kecil	2 buah	Rp. 10.000	Rp. 20.000
11	Parutan	1 buah	Rp. 25.000	Rp. 25.000
12	Mangkok	1 buah	Rp. 25.000	Rp. 25.000
13	Kompore Gas	1 buah	Rp. 150.000	Rp. 150.000
14	Plastik	2 Buah	Rp. 2.500	Rp. 5.000
15	Kemasan Produk	4 Pack	Rp. 20.000	Rp. 80.000

16	Baskom sedang	1 Buah	Rp. 20.000	Rp. 20.000
Total				Rp. 620.000

Tabel 1.2
Investasi Modal Kerja

No	Jenis Bahan	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Harga Total (Rp)
1	Ganyong	48 Kg	Rp. 1.000	Rp. 48.000
2	Kapur Sirih	2 Bungkus	Rp. 2.000	Rp. 4.000
3	Minyak Goreng	1 Drigen	Rp. 77.000	Rp. 77.000
4	Garam	1 Bungkus	Rp. 5.000	Rp. 5.000
5	Bumbu Bubuk Balado	½ Kg	-	Rp. 26.000
8	Bumbu Bubuk Coklat	½ Kg	-	Rp. 27.000
9	Tepung Terigu	1 Kg	Rp. 8.000	Rp. 8.000
Total				Rp. 195.000

Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut:

Biaya Variabel :

Setiap 1 kg Umbi Gayong menghasilkan **800 gram**. Dalam **12 kg** Umbi Gayong mentah dapat menghasilkan **9.600 gram** keripik yang sudah di olah.. Dalam 1 bulan kami hanya memproduksi Keripik Umbi Gayong sebanyak 4 kali,

1 kg umbi ganyong = 0,8 kg (800 gr)

12 kg umbi ganyong = 9,6 kg (9600 gr)

1 pcs kripik ganyong = 0,25 kg (250 gr)

Jadi dalam 1 kali produksi kami dapat menghasilkan **38 pcs (9600 gr : 4 = 38 pcs)**. Jadi dalam sebulan bisa menghasilkan **150 Pcs/bungkus** Keripik Umbi Ganyong. Setelah megetahui berapa pcs yang ingin di produksi maka untuk menentukan harga per pcs digunakan Rumus di bawah ini :

$$\text{HPP} = \frac{TC}{Q} = \frac{Rp. 815.000}{150} = \text{Rp. 5,400/pcs}$$

G. Analisa Biaya Produksi dan Keuntungan

1. Pengertian analisis break even point (BEP)

Menurut Mulyadi, keadaan suatu usaha yang memperoleh laba dan tidak menderita rugi

2. Kegunaan analisis break even point (BEP)

Menurut kasmir, terdapat beberapa manfaat di dalam analisis break even point (BEP) bagi manajemen perusahaan,diantaranya yaitu :

- a. Mendesain spesifikasi produk
- b. Menentukan harga jual persatuan
- c. Menentukan target penjualan dan penjualan minimal
- d. Memaksimalakan jumlah produksi dan penjualan
- e. Merencanakan laba yang diinginkan serta tujuan lainnya.

3. Keterbatasan analisis breka even point (BEP)

Ada beberapa keterbatasan yang perlu untuk diketahui dalam analisis break even point menurut kowen.adalah sebagai berikut :

- a. Hubungan biaya,volume, laba diasumsikan meningkat secara linear.
- b. Kurva total pendapatan (kurva penjualan) diasumsikan meningkat secara linear sesuai dengan volume output.
- c. Diasumsikan perpaduan antara produksi dan penjualan relatif tetap
- d. Diagram break even dan perhitungan break even merupakan bentuk analisis statis.

4. Asumsi dasar analisis break even point (BEP)

Asumsi-Asumsi yang mendasari analisis impas menurut mulyadi dalam bukunya “ akuntansi manajemen sebagai berikut :

- a. Variabilitas biaya dianggap mendekati pola perilaku yang diramalkan
- b. Harga jual produk tidak berubah-ubah pada berbagai tingkat volume penjualan
- c. Kapasitas produksi pabrik dianggap secara relatif konstan
- d. Harga faktor-faktor produksi dianggap tidak berubah Perubahan jumlah persediaan awal dan persediaan akhir tidak berpengaruh.

5. Analisa Keuntungan Break Even Point (BEP)

Total biaya yang diperlukan untuk mendirikan industri kecil “**Keripik Umbi Ganyong**” adalah **Rp. 620.000 + Rp. 195.000** sehingga total **Rp. 815.000**

Biaya Variabel :

Setiap 1 kg Umbi Gayong menghasilkan **800 gram**. Dalam **12 kg** Umbi Ganyong mentah dapat menghasilkan **9.600 gram** keripik yang sudah di olah.. Dalam 1 bulan kami hanya memproduksi Keripik Umbi Ganyong sebanyak 4 kali,

$$1 \text{ kg umbi ganyong} = 0,8 \text{ kg (800 gr)}$$

12 kg umbi ganyong = 9,6 kg (9600 gr)

1 pcs kripik ganyong = 0,25 kg (250 gr)

Jadi dalam 1 kali produksi kami dapat menghasilkan **38 pcs (9600 gr : 4 = 38 pcs)**. Jadi dalam sebulan bisa menghasilkan **150 Pcs/bungkus** Keripik Umbi Ganyong. Setelah mengetahui berapa pcs yang ingin di produksi maka untuk menentukan harga per pcs digunakan Rumus di bawah ini :

$$\text{HPP} = \frac{TC}{Q} = \frac{\text{Rp. } 815.000}{150} = \text{Rp. } 5.400/\text{pcs}$$

Penetapan harga yang akan di tentukan adalah dengan menetapkan harga berdasarkan tingkat keberlangsungan usaha , dimana kami mencari keuntungan yang berhubungan dengan menjalankan usaha secara kontinyu dengan **HPP Rp. 5.400**, sedangkan keuntungan di ambil **85% jadi Rp. 9.990 dibulatkan Rp. 10.000** .

Rencana Pendapatan

Jumlah penjualan perhari x 7 hari = Rp. 50.000

x 7 = Rp. 350.000

Jumlah penjualan perbulan =

Rp.350.000 x 4 = Rp. 1.500.000

Jadi pendapatan dalam 1 bulan adalah Rp. 1.500.000

Laba yang diperoleh

Laba / bungkus = Rp. 10.000 – Rp. 5.400 = Rp. 4.600

$$\text{Laba / hari} = \text{Rp. } 4.600 \times 5 = \text{Rp. } 23.000$$

$$\text{Laba / bulan} = \text{Rp. } 23.000 \times 30 = \text{Rp. } 690.000$$

Break Event Point atau BEP adalah keadaan dimana tingkat penjualan atau pendapatan yang diperoleh dan modal yang digunakan untuk menghasilkan laba berada dalam posisi yang sama.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

A. Uji Produk

Uji produk meliputi pembuatan logo produk, brand produk serta melakukan uji coba terkait komposisi balado stick untuk mendapatkan tekstur dan rasa yang sesuai.

B. Alat dan Bahan

1. Alat

Alat adalah sesuatu yang digunakan untuk membuat sesuatu, berupa benda. Bahan adalah sesuatu yang diperlukan dan merupakan bagian dari sesuatu yang akan dibuat. Berikut ini adalah alat dan bahan yang diperlukan :

Tabel 1.3

Peralatan Pembuatan Produk

No	Jenis Alat	Jumlah
1	Wajan	1 buah
2	Saringan	1 buah
3	Sarung tangan plastik	1 buah
4	Sendok Penggorengan	1 buah
5	Pisau	2 buah
6	Baskom keranjang	1 buah

7	Ember sedang	1 buah
8	Tabung Gas	1 buah
9	Timbangan	1 buah
10	Baskom Kecil	2 buah
11	Parutan	1 buah
12	Mangkok	1 buah
13	Kompor Gas	1 buah
14	Plastik	2 Buah
15	Kemasan Produk	4 Pack
16	Baskom sedang	1 Buah

2. Bahan

Adapun bahan yang digunakan dalam pembuatan keripik Umbi Ganyong ini disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1.4
Bahan Pembuatan Produk

No	Jenis Bahan	Jumlah
1	Ganyong	48 Kg
2	Kapur Sirih	2 Bungkus
3	Minyak Goreng	1 Drigen
4	Garam	1 Bungkus
5	Bumbu Bubuk Balado	½ Kg

7	Bumbu Bubuk coklat	½ Kg
8	Tepung Terigu	1 Kg

C. Proses Pembuatan

Tujuan produksi dalam Islam yang adalah untuk memberikan mashlahah yang maksimum bagi konsumen. Walaupun dalam ekonomi Islam tujuan utamanya adalah memaksimalkan mashlaha, memperoleh laba tidaklah dilarang selama berada dalam bingkai tujuan dan hukum Islam. Dalam konsep ekonomi konvensional produksi yang dimaksudkan adalah untuk memperoleh laba sebesar-besarnya.³²

Berikut ini adalah proses produksi keripik Umbi Ganyong:

a. Proses Pembuatan Keripik Umbi Ganyong Aneka Rasa

Adapun proses dalam pembuatan Keripik Umbi Ganyong Aneka Rasa langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Langkah Pertama

Siapkan Umbi Ganyong sebanyak 12 kg masukan ke dalam ember berukuran sedang dengan air sebanyak kurang lebih 25 liter cuci bersih sampai tidak ada lumpur yang melengket. Setelah proses

³² Mishabul Ali, 2013, “Prinsip Dasar Produksi Dalam Ekonomi Islam”, Volume 7, No. 1., Hal. 21-22

pencucian tiriskan Umbi Ganyong kedalam baskom keranjang diamkan selama 3 menit.

Gambar 2.1
Umbi Ganyong



2. Langkah Kedua

Kupas Kulit Umbi Ganyong hingga bersih lalu masukkan Umbi Ganyong yang sudah dikupas ke dalam ember berukuran sedang yang berisi air kurang lebih sebanyak 25 liter lalu pindahkan ke baskom berukuran sedang yang berisi air sebanyak kurang lebih 30 liter pencucian 2 kali ini dilakukan agar Umbi Ganyong benar-benar bersih, setelah itu

pindahkan Umbi Ganyong kedalam baskom keranjang tiriskan selama 5 menit.

Gambar 2.2

Proses Pengupasan Kulit Umbi Ganyong



3. Langkah Ketiga

Setelah di tiriskan parut Umbi Ganyong di dalam baskom ukuran kecil. Lalu cuci kembali Umbi Ganyong di dalam ember sedang dg air 20 liter yang sudah di campur kapur sirih sebanyak 2 sendok makan agar keripik Umbi Ganyong menjadi ranyah diamkan selama 15 menit.

Gambar 2.3

Proses Pengirisan Umbi Ganyong





4. Langkah Keempat

Masukan Ubi Ganyong yang sudah di bersihkan sedikit demi sedikit ke dalam baskom ukuran kecil dengan keadaan yang kering agar tidak lengket setelah di kasih tepung tapioka. Dalam 1 baskom berukuran kecil di beri 8 sendok makan tepung tapioka, pemberian tepung tapioka digunakan agar Keripik Ubi Ganyong menjadi renyah dan tidak alot lalu aduk hingga tercampur rata.

Gambar 2.4

Proses Pengadonan Ubi Ganyong Menggunakan Tepung Tapioka



5. Langkah Kelima

Nyalakan kompor gas letakan wajan di atas tungku lalu masukan minyak goreng sebanyak 2 kg ke dalam wajan tunggu sampai minyak menjadi

panas, jika minyak sudah panas masukan Umbi Ganyong yang sudah di kasih tepung tapioka kemudian kecilkan api agar keripik tidak cepat gosong dan matang dengan sempurna sesekali aduk Keripik Umbi Ganyong menggunakan sendok penggorengan, lalu tunggu sampai Umbi Ganyong berubah warna menjada kecoklatan.

Gambar 2.5
Proses Penggorengan



6. Langkah Keenam

Angkat Keripik Umbi Ganyong yang sudah berubah warna menjadi kecoklatan dengan menggunakan saringan minyak kemudian tiriskan agar sisa minyak yang menempel di keripik terbuang. Lalu keripik yang sudah di tiriskan di diamkan ke dalam mangkok selama 15 menit atau sampai keripik tidak panas lagi.

Gambar 2.6

Proses Pengangkatan dan Penyaringan Sisa Minyak



7. Langkah Ketujuh

Selanjutnya taburi bumbu balado dan bubuk coklat kedalam Keripik Umbi Ganyong aduk sampai tercampur dengan merata.

Gambar 2.7

Proses Pencampuran Bumbu Balado dan Bubuk Coklat



8. Langkah Kedelapan

Langkah terakhir yaitu pengemasan, masukan Keripik Umbi Ganyong kedalam kemasan berukuran

13x20 yang berisi Keripik Umbi Ganyong sebanyak 250 gram.

Gambar 2.8
Proses Pengemasan



Usaha “Keripik Umbi Ganyong Aneka Rasa” yang di dirikan adalah usaha kecil yang bergerak di bidang produksi makanan ringan yaitu Keripik Umbi Ganyong Aneka Rasa. Hal ini mengacu kepada permintaan makanan ringan yang enak, sehat dan berkasiat bagi tubuh, membuat usaha Keripik Umbi Ganyong Aneka Rasa menjadi awalan pilihan untuk memulai sebuah usaha.

Adapun dalam pelaksanaan produksi Keripik Umbi Ganyong Aneka Rasa, dimana melakukan proses uji coba hanya dilakukan 1 kali saja. Dalam pelaksanaan produksi pertama memerlukan 2 Kg Umbi Ganyong yang di dapat langsung dibelakang rumah dan hasilnya sesuai dengan yang diharapkan, hanya saja dalam proses pengirisan memerlukan alat pengiris yang tajam dikarenakan Umbi Ganyong yang digunakan sudah agak tua sehingga umbinya sedikit agak keras untuk diiris.

Dalam pelaksanaan produksi kedua dimana tidak mengalami kesulitan dikarenakan bahan utama mudah didapat dan mempunyai tekstur umi yang masih muda sehingga mudah untuk diiris. Setelah pembuatan selesai langkah selanjutnya adalah proses pengemasan dimana langsung menggunakan kemasan yang berukuran lebih besar dan memberi lebel logo pada depan kemasan.

Adapun deskripsi dari produk yang diproduksi adalah sebagai berikut:

1. Nama Produk : Keripik Umbi Ganyong Aneka Rasa
2. Jenis Produk : Produk Makanan Ringan
3. Kegunaan Produk : Sebagai Makanan Ringan
4. Ukuran Kemasan : Sedang dan besar serta ada logo di depan kemasan
5. Rasa yang ditawarkan : Balado dan coklat

BAB IV

ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

A. Anggaran Biaya

Anggaran Biaya merupakan rencana biaya yang akan dikeluarkan perusahaan untuk memperoleh pendapatan yang direncanakan. Anggaran biaya biasanya disusun berdasarkan jenis biaya yang dikeluarkan.

Adapun yang menjadi anggaran biaya dalam produksi keripik Umbi Ganyong ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Rekap Anggran Biaya

No	Kegiatan	Harga Barang		Jumlah
		Unit	Usaha	
A	TAHAP PELATIHAN			
	Pelatihan PKP	1 Orang	Rp. 350.000	Rp. 350.000
	Jumlah			Rp. 350.000
B	TAHAP PELAKSANAAN			
1	Bahan yang digunakan	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total Harga
	Ganyong	48 Kg	Rp. 1.000	Rp. 48.000
	Kapur Sirih	2 Bungkus	Rp. 2.000	Rp. 4.000
	Minyak Goreng	1 Drigen	Rp. 77.000	Rp. 77.000

	Garam	1 Bungkus	Rp. 5.000	Rp. 5.000
	Bumbu Bubuk Balado	½ Kg	-	Rp. 26.000
	Bumbu Bubuk Coklat	½ Kg	-	Rp. 27.000
	Tepung Terigu	1 Kg	Rp. 8.000	Rp. 8.000
	Jumlah			Rp. 195.000
2	Peralatan Tetap	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total Harga
	Wajan	1 Buah	Rp. 30.000	Rp. 30.000
	Saringan	1 Buah	Rp. 25.000	Rp. 25.000
	Sarung tangan plastic	1 Buah	Rp. 10.000	Rp. 10.000
	Sendok Penggoreng	1 Buah	Rp. 10.000	Rp. 10.000
	Pisau	2 Buah	Rp. 10.000	Rp. 20.000
	Baskom keranjang	1 Buah	Rp. 20.000	Rp. 20.000
	Ember sedang	1 Buah	Rp. 25.000	Rp. 25.000
	Tabung Gas	1 Buah	Rp. 100.000	Rp. 100.000
	Timbangan	1 Buah	Rp. 50.000	Rp. 50.000
	Baskom Kecil	2 Buah	Rp. 10.000	Rp. 20.000
	Parutan	1 Buah	Rp. 25.000	Rp. 25.000
	Mangkok	1 Buah	Rp. 25.000	Rp. 25.000
	Kompor Gas	1 Buah	Rp. 150.000	Rp. 150.000
	Plastik	2 Buah	Rp. 2.500	Rp. 5.000
	Kemasan Produk	4 Pack	Rp. 20.000	Rp. 80.000
	Baskom sedang	1 buah	Rp. 20.000	Rp. 20.000

	Jumlah			Rp. 620.000
C	PELAPORAN			
	Proposal dan Pengadaan	4 Buah	Rp. 10.000	Rp. 40.000
	Jumlah			Rp. 40.000
E	PROMOSI			
	Cetak Label Produk	152 lembar	Rp 1.000	Rp 152.000
	Jumlah			Rp. 152.000
Total Biaya (Jumlah A – E)				Rp. 1.007.000

B. Jadwal Kegiatan

Adapun jadwal perencanaan yang akan dilakukan dalam kegiatan ini adalah:

1. Perencanaan
2. Mempersiapkan Alat dan Bahan yang akan digunakan dalam proses produksi
3. Uji coba pembuatan produk
4. Promosi
5. Pemasaran
6. Laporan Kegiatan Usaha
7. Penyerahan Laporan Akhir.

Adapaun rencana kegiatan yang akan penulis lakukan adalah sebagaimana seperti tabel di bawah ini:

Tabel 2.2
Jadwal Kegiatan

No	Pelaksanaan Kegiatan	Bulan Ke I				Bulan Ke II				Bulan Ke III				Bulan Ke IV			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Perencanaan																
2	Persiapan Alat dan Bahan																
3	Uji Coba Pembuatan Produk																
3	Publikasi dan Promosi																
4	Produksi																
5	Pemasaran																
6	Evaluasi																
7	Laporan Kegiatan Usaha																

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa:

1. Sebelum melakukan tahap produksi, terlebih dahulu melakukan survey keberbagai tempat seperti pasar, hal ini merupakan langkah awal dari tahapan dalam perencanaan, yang mana survey ini bertujuan untuk mengetahui kondisi yang ada di lapangan serta bagaimana respon dan minat konsumen.

2. Tahapan selanjutnya adalah melakukan pemilihan baik berupa alat dan bahan serta penyediaan tempat selama proses produksi berlangsung.
3. Tahapan selanjutnya mengikuti pelatihan sertifikat PIRT untuk keberlanjutan usaha yang akan dijalankan.
4. Tahap selanjutnya adalah melakukan tahapan promosi. Dimana Promosi yang kami lakukan yaitu dengan menggunakan media social, antara lain: whatsapp, instagram dan facebook secara online.
5. Tahapan selanjutnya adalah proses Produksi keripik Umbi Gayong aneka rasa dilanjutkan dengan
6. Tahapan selanjutnya adalah proses pemasaran keripik Umbi Gayong anekan rasa.
7. Tahapan terakhir adalah laporan kegiatan usaha yang sudah dilakukan selama proses produksi Umbi Gayong berlangsung untuk diserahkan laporan akhirnya kepada pihak kampus.

BAB V

HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN

A. Hasil Yang Dicapai Berdasarkan Luran Program

Program Kreatifitas Mahasiswa (PKM) ini dilakukan mulai dari perencanaan, promosi, pembuatan produk hingga pemasaran. Ketercapaian program yang dihasilkan dari luaran yang ditargetkan adalah produk itu sendiri yakni keripik Umbi Ganyong. Untuk melakukan produksi tahap awal dirincikan bahan dan alat yang digunakan untuk produksi. Setelah merincikan alat dan bahan tahap selanjutnya yaitu menentukan lokasi produksi sekaligus pemasaran.

Selanjutnya kegiatan pemasaran dilakukan setelah semua proses produksi selesai. Pada proses pemasaran produk ini promosi dengan cara menyebarkan brosur keripik umbi ganyong melalui media sosial seperti *WhatsApp*, *Instagram*, dan *marketplace*. Promosi ini dilakukan saat masih proses produksi untuk menarik perhatian konsumen lebih awal dan untuk menampung kebutuhan konsumen. Alur penjualan secara online yaitu dengan cara memposting produk kerupuk gurita dengan sangat menarik, setelah posting akan ada pemesanan dari konsumen, pengantaran produk dan pembayaran di tempat. Pemasaran ini dilakukan selama tiga bulan dan produksi disesuaikan dengan pemasaran. Produk ini dijual dengan harga Rp. 10.000 per kemasan.

Agar produk yang dihasilkan terjamin kebersihan dan kehalalannya adapun langkah-langkah yang ditempuh adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan Pelatihan PIRT

Kegiatan Pelatihan PIRT adalah singkatan dari Pangan Industri Rumah Tangga dimana saat ini permintaannya sedang meningkat dikarenakan saat ini bisnis rumahan sedang sangat menjamur di masyarakat Indonesia, khususnya pada industri pangan. Bisnis dengan skala kecil atau yang biasa dikategorikan dengan Usaha Kecil Menengah (UKM) sedang berkembang dengan pesat, dan berubah menjadi penopang utama di dalam roda perekonomian Indonesia saat ini. Para pelaku industri mengaku mendapatkan banyak keuntungan jika menjalankan bisnisnya dengan cara rumahan. Mereka mengaku bisa lebih berhemat dalam anggaran sewa lokasi produksi, anggaran modal, memiliki kendali penuh, dan juga bisa memiliki waktu yang lebih fleksibel untuk bekerja ataupun bersama keluarga dirumah. Tetapi sebelum para pelaku industri olahan pangan dapat memulai bisnisnya, mereka harus terlebih dahulu mengurus sertifikat perizinan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) Adapun kegiatan yang diadakan oleh dinas kesehatan dilakukan pada tanggal 16 Desember 2021 Dihotel Adeva Pantai Panjag Kota Bengkulu. Yang mana

dikegiatan ini diikuti oleh saya sendiri Fatma Wati sebagai peserta penyuluhan keamanan pangan dengan narasumber dari kepala dinas kesehatan yaitu Bapak Dr. Hairul Arifin, Ibu Elensa, SKM, dan Kepala Bidang Pelayanan SDK Dinkes yaitu Ibu Ganevi S.Kep.

2. Produk dengan PIRT

Tidak semua produk pangan dapat disertifikasi dengan PIRT. Diantaranya yang tidak termasuk ke dalam klasifikasi ijin edar ini adalah produk susu dan semua olahannya, daging dan semua olahannya, air minum dalam kemasan, makanan bayi, dan beberapa yang lainnya. Makanan basah yang memerlukan penanganan khusus pada pengawetan dan penyimpanan juga tidak termasuk ke dalam PIRT, seperti makanan kaleng dan frozen food.

3. Masa berlaku PIRT

Masa berlaku PIRT ada dua macam. Pertama, untuk pangan dengan masa kadaluarsa di atas tujuh hari, sertifikasi PIRT memiliki masa berlaku 5 tahun. Kedua, pangan dengan masa kadaluarsa di bawah tujuh hari, sertifikasi PIRT memiliki masa berlaku 3 tahun. Keduanya dapat diperpanjang kembali setelahnya.

4. Syarat Mengurus PIRT

Untuk pengajuan PIRT yaitu setelah mengikuti pelatihan PKP (Penyuluhan Keamanan Pangan) dengan persyaratan sebagai berikut :

- a) Mengisi formulir pendaftaran
- b) Fotocopy KTP
- c) Pas foto ukuran 3×4 sebanyak 2 lembar

Setelah pelatihan maka akan mendapatkan sertifikat PKP, sertifikat ini dapat digunakan di seluruh wilayah Indonesia dan juga digunakan untuk mendapatkan No PIRT dengan syarat lain yaitu NIB (Nomor Induk Berusaha), NPWP, dan rancangan label (harus ada netto, komposisi, dan baik digunakan).

5. Cara Pengelolaan Yang Baik Menurut Materi Halal

Suatu pedoman yang menjelaskan bagaimana memproduksi pangan agar aman, bermutu dan layak untuk dikonsumsi antara lain dengan cara :

- a) Mencegah tercemarnya pangan olahan oleh cemaran biologis, kimia dan benda lain.
- b) Mematikan atau mencegah hidupnya jasad renik patogen
- c) Mengendalikan proses produksi

Jadi dari mengikuti pelatihan PIRT ini kita mendapatkan hasil keberlanjutan yang diharapkan. Dengan mendapatkan No PIRT itu pula maka akan lebih

meyakinkan konsumen untuk membeli produk karena mereka percaya, tidak ragu dan merasa aman pada saat mengkonsumsi produk. Sebab sudah ada No PIRT itu artinya telah diberikan izin untuk produk industri rumah tangga yang mana diterbitkan oleh Dinas Kesehatan untuk produk makanan dan minuman yang telah memenuhi standar keamanan pangan. Adapun bukti izin adalah sebagai berikut:

Gambar SPP-IRT



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA UNTUK MENUNJANG KEGIATAN USAHA
SERTIFIKAT PEMENUHAN KOMITMEN PRODUKSI PANGAN OLAHAN
INDUSTRI RUMAH TANGGA (SPP-IRT)
LAMPIRAN PB-UMKU:

1. No. Pendaftaran	PIRT 211175401006-27
2. Nama RTP	FATMA WATI
3. Nama Pemilik	FATMA WATI
4. Alamat	Tanjung Besar Raha 009703 Tanjung Besar Raha, Kecamatan Sedau
5. Provinsi	BENGKULU
6. Kabupaten/Kota	RAB. RAUB
7. Jenis Pangan	Hasil olahan biji-bijian, kacang-kacangan, dan umbi
8. Nama Produk Pangan	Kuepek Ulati Ben-Ida/Pangng
9. Branding Produk	Ulati Ganyang
10. Komposisi	Ulati Ganyang, tepung terigu, bumbu tabek, bubuk coklat, minyak
11. Kemasan Primer	Plastik
12. Masa Berlaku Sertifikat	03-03-2027
13. Rencanan	<ul style="list-style-type: none"> a. Mengikuti Peninjauan Keamanan Pangan b. Memenuhi persyaratan Cara Produksi Pangan yang Baik untuk Industri Rumah Tangga (CPPPI-IRT) atau hygiene sanitasi dan dokumentasi c. Memenuhi ketentuan label dan iklan pangan olahan

Akan dipenuhi dalam waktu 3 bulan

1. Dokumen ini diterbitkan oleh: OSS berdasarkan data dari Pemilik Usaha, terdapat dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pemilik Usaha.
 2. Data ini tidak sah/valid jika tidak disertai dengan dokumen pendukung sebagaimana tertera.
 3. Jika terdapat Pemilik Usaha yang dapat dipertimbangkan secara OSS menggunakan link above.

B. Keberlanjutan Usaha/Program

Keberlanjutan dari usaha atau program ini akan terus berlanjut dengan produk lebih berinovasi dan proses produksi akan lebih banyak untuk menghasilkan produk yang lebih bagus, serta memperluas pangsa pasar terkhusus untuk Provinsi Bengkulu. Melihat tingginya peluang produksi Umbi Ganyong sebagai makanan ringan, sehat dengan harga yang terjangkau untuk masyarakat umum dan mahasiswa sehingga mendorong kami untuk meningkatkan produksi keripik Umbi Ganyong.

Dengan memproduksi Keripik Umbi Ganyong ini diharapkan dapat mengelola cemilan baru dari olahan Umbi Ganyong yakni Keripik Umbi Ganyong dengan berbagai aneka rasa yang mana sebelumnya kurang diketahui masyarakat sehingga mampu menjadi alternatif cemilan ringan terbaru di kalangan masyarakat Bengkulu. Keripik Umbi Ganyong ini dibuat untuk meningkatkan produksi Keripik Umbi Ganyong khususnya pada masyarakat Bengkulu.

BAB VI

PENUTUP

A. Evaluasi

Berdasarkan uji coba yang telah dilakukan dalam pembuatan keripik Umbi Ganyong ini dilakukan beberapa kali proses pembuatan keripik Umbi Gayong. Tahapan pertama dimana pada saat pembuatan keripik Umbi Ganyong ini mengalami kendala yaitu keripik yang sudah diolah memiliki tekstur yang cukup keras dan sulit dikunyah. Pada tahap pembuatan kedua tidak mengalami kesulitan lagi dan hasilnya memuaskan karena olahannya ditambah tepung terigu dan rasanya enak, memiliki tekstur yang lembut dan renyah.

Dalam memperkenalkan produk Umbi Ganyong ini ke masyarakat dimana diperlukan pengenalan yang sangat rinci karena Umbi gayong merupakan tumbuhan yang masih terbilang langka dan belum banyak masyarakat mengetahuinya. Dengan mengelola Umbi Ganyong ini menjadi keripik kami dapat menjelaskan kepada masyarakat bahwa tanaman Umbi Ganyong itu bisa di makan, selain bisa di jadikan olahan keripik juga bisa dijadikan pengganti Nasi karna memiliki karbohidrat yang tinggi. Umbi ini juga kaya dengan protein, kalori, lemak, vitamin c, vitamin B1, fosfor, kalsium dan zat besi. Manfaat dari Tanaman Umbi Ganyong sebagai obat menghilangkan panas dalam, hipetetis, anti diare

dan bisa menurunkan berat badan . Dengan adanya kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) mampu memperluas wawasan, memperoleh keterampilan baru, memaksimalkan potensi dan bakat diri bagi mahasiswa.

Usaha Keripik Umbi Ganyong ini merupakan suatu usaha skala kecil yang dapat membantu menciptakan lapangan usaha baru, sehingga mengurangi pengangguran. Usaha Ini tidak memerlukan modal yang cukup besar, namun dapat meningkatkan penghasilan bagi masyarakat.

B. Kesimpulan

Berdasarkan dari pelaksanaan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) yang telah melewati semua rangkaian dari pelatihan, produksi, pengemasan, promosi dan penjualan dapat disimpulkan bahwa Umbi Ganyong dapat memberikan inovasi bagi masyarakat bahwasanya Umbi Ganyong ini dapat di olah dan di manfaatkan menjadi cemilan yang enak dan sehat. Dengan mengelola Umbi Ganyong ini menjadi keripik kami dapat menjelaskan kepada masyarakat bahwa tanaman Umbi Ganyong itu bisa di makan, selain bisa di jadikan olahan keripik juga bisa dijadikan pengganti Nasi karna memiliki karbohidrat yang tinggi. Umbi ini juga kaya dengan protein, kalori, lemak, vitamin c, vitamin B1, fosfor, kalsium dan zat besi. Manfaat dari Tanaman Umbi Ganyong sebagai obat menghilangkan panas dalam, hipetetis, anti diare dan bisa

menurunkan berat badan. Dengan adanya kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) mampu memperluas wawasan, memperoleh keterampilan baru, memaksimalkan potensi dan bakat diri bagi mahasiswa.

Usaha Keripik Umbi Ganyong ini merupakan suatu usaha skala kecil yang dapat membantu menciptakan lapangan usaha baru, sehingga mengurangi pengangguran. Usaha Ini tidak memerlukan modal yang cukup besar, namun dapat meningkatkan penghasilan bagi masyarakat.

Berdasarkan dari rumusan masalah yang ada maka terdapat kesimpulan yang di dapat diantaranya:

1. Dalam memproduksi keripik Umbi Gayong ini dilakukan 8 langkah yang dimulai dari proses pencucian hingga proses pengemasan.

C. Saran

Penyusunan laporan ini memerlukan perbaikan dan kritik serta saran yang sifatnya membangun. Sehingga dalam penyusunan laporan ini dapat menjadi lebih baik lagi dan dapat menjadi contoh untuk generasi selanjutnya. Untuk itu penyusun mohon saran dalam melengkapi dan memperbaiki laporan serta diharapkan dengan disusunnya laporan ini dapat menjadikan panduan untuk membuat laporan usaha serta dapat menambah lapangan kerja yang baru yang bisa mengurangi pengangguran yang ada di Indonesia khususnya di Kota Bengkulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Ibrahim Abu Sinn, *Manajemen Syariah-Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008
- Agung Purnomo, dkk, ”*Dasar-Dasar Kewirausahaan: Untuk Penguruan Tinggi dan Dunia Bisnis* “. Sumatra Utara : Yayasan Kita Menulis, 2020
- Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*, Surabaya : Qiara Media, 2019
- Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2013
- Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 200
- Boediono, *Teori Ekonomi Mikro*, BPFE: Yogyakarta, 2006
- Damayanti, *Pemanfaatan Umbi Ganyong untuk Membuat Sereal Bayi*, Pakultas Teknologi Pangan UNISRI Solo
- Dwi Cahyo Yulianto,” *Kamus Lengkap (lolos) PKM*“, Jakarta: Bhuanna Ilmu Popular, 2019

Eddy Herjanto, *Manajemen Operasi Edisi Ketiga*, Jakarta: Grasindo, 2008

Hidayat, *Pati Ganyong Potensi Lokal Yang Belum Termanfaatkan*, Majalah Kunilogi Maret 2010

<https://www.studocu.com/id/document/universitas-indonesia-timur/manajemen/5-tahap-proses-pemetaan/6693400>. Diakses Pada Hari Senin 10 Januari 2022.

Huda Maulana, *Segmenting Targeting Positioning Mengapa, Apa, dan Bagaimana*, Jawa Tengah: Muhammadiyah University Press, 2021

Ismail Nawawi, *Fiqh Muamalah: Klasik dan Kontemporer*, Bogor: Penerbitan Ghalia Indonesia, 2012

Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah. Edisi Revisi, Cet. 12*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016

Mishabul ali, 2013, “*Prinsip Dasar Produksi Dalam Ekonomi Islam*”, Volume 7, No. 1

Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet
Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema
Insani, cet. ke-7, 2008

Murdifin Haming, *Manajemen Produksi Modern*, Jakarta: PT
Bumi Aksara, 2014

Raynald Putra Pratama, *Tepung Umbi Ganyong Sebagai Bahan
Substitusi dalam Pembuatan Produk Suricanna dan Bolen
Ganyong Si Butalo*, Universitas Negeri Yogyakarta, Tugas
Akhir

Raisza Makis, *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap
Peningkatan Volume Omzet Penjualan Mobil Merek Toyota
Avanza di Showroom PT. Johar Megah Motor Makassar*,
(Makassar: tidak diterbitkan, 2001

Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikroekonomi*, Jakarta: Raja
Grafindo, 2002

Sukmayadi, *Kebijakan Penetapan Harga Pada PT. Atrindo Asia
Global Bandung*, (Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol.10 No.2 :
2019

Sukmadi ,”*Inovasi dan Kewirausahaan (Edisi Paradigm Baru Kewirausahaan)*”, Bandung: Humaniora Utama Press, 2016

Sukanto Reksohadiprodjo, *Manajemen Produksi Edisi 4*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2000

Sofjan Assauri, *Manajemen Produksi dan Operasi* Jakarta: LPFE Universitas Indonesia, 2008

Suhardi, *Pengantar Manajemen dan Aplikasinya*, Yogyakarta: Gava Media, 2018

Sofjan Assauri, *Manajemen Operasi Produksi Pencapaian Sasaran Organisasi Berkesinambungan*, Jakarta: Rajawali iPers, 2016

Tintin Suhartini, *Keragaman Karakter Morfologi Tanaman Gayong*, Jurnal Buletin Plasma Nurfah Vol.16 No.2.Th.2010

Tri Puji Rahayu, *Memunculkan Ide Kreatif Melalui Program Kreativitas Mahasiswa*, Jawa Tengah:Pustaka Rumah Cinta,2020

Philip Kotler, dkk, *Manajemen Pemasaran dari Sudut Pandang Asia*, Indeks, Jakarta, 2004

Philip Kotler, A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*
Jakarta: PT Salemba Emban Patria, 2001

Veithzal Riva'î, *Islamic Markting Membangun dan
Mengembangkan Bisnis Dengan Praktik Marketing
Rasulullah SAW*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,
2012

**L
A
M
P
I
R
A
N**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
JalanRaden Fatah Pagardewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.umfashengkulu.ac.id

SURAT KETERANGAN

Dengan ini memberikan keterangan bahwa :

Nama : Fatma Wati
NIM : 1811140153
Program Studi : Perbankan Syariah

Telah memiliki sertifikat **LENGKAP** sesuai dengan persyaratan **SKPI** sehingga dapat mengikuti ujian munaqosah.

Demikian surat keterangan ini di buat, atas perkenannya diucapkan terima kasih.

Bengkulu, Juli 2022

Ka. Prodi Perbankan Syariah

Debby Arisandi, MBA
NIP. 198609192019032012



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon: (0736) 51216-51171-51172. Faksimili: (0736) 51171-51172
Website: www.uinfatmawati.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIARISME

Nomor: 073/SKLP-FEB1/02/7/2022

Ketua Tim Uji Plagiarisme Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu menerangkan bahwa mahasiswa berikut:

Nama : Fatma Wati
NIM : 1811140153
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenis Tugas Akhir : PKM
Judul Tugas Akhir :
Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) Produksi
Keripik Umbi Ganyong (*Canna Edulis Kerr*)

Dinyatakan lulus uji cek plagiasi menggunakan turnitin dengan hasil 19 %. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti ujian tugas akhir.

Demikian surat keterangan ini disampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Bengkulu, 18 Juli 2022
Ketua / Wakil Dekan I

Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telpone
(0736) 51270-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN

Nama : Fatma wati (1811140153) Program Studi : Perbankan Syariah
Rizky puri. A (1811140149) Pembimbing II: Andi Harpepen, M. Kom
Judul PKM : Pemanfaatan Umbi Ganyong (Canna Ebulis Kerr) Sebagai Bahan Dasar Pembuatan
Keripik Aneka Rasa Dalam Upaya Meningkatkan Kreativitas Mahasiswa

No	Har/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	13/12/2021	Bab I	<ul style="list-style-type: none">- Penulisan harus sesuai dengan pedoman Laporan PKM yang baru- Rumusan Masalah harus jelas	f
2	13/01/2022	Bab II	<ul style="list-style-type: none">- Cari Rumus Biaya Produksi dan Keuntungan- Tentukan harga pokok penjualan (HPP)	f
3	23/03/2022	Bab III&VI	<ul style="list-style-type: none">- Langkah langkah proses pembuatan harus jelas agar mudah dipahami- Dalam setiap promosi pemasaran online atau offline harus diberi keterangan pada setiap gambar- Kesimpulan harus sesuai dengan Rumusan Masalah	f
4	11/04/2022	Laporan PKM kelompok dan individu	- DI ACC	p

Bengkulu, 13 - 4 - 2022

Pembimbing II

Andi Harpepen, M. Kom
NIDN. 2014128401



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telpom
(0736) 51276-51171-51172- Faksimil (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN

Nama : Fatma wati (1811140153) Program Studi : Perbankan Syariah
Rizky putri. A (1811140149) Pembimbing I: Dr. Fatima Yunus, M.A
Judul PKM : Pemanfaatan Umbi Ganyong (Canna Edulis Kerr) Sebagai Bahan Dasar
Pembuatan Keripik Aneka Rasa Dalam Upaya Meningkatkan Kreativitas Mahasiswa

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	6/5-22	toerus pekerja	for. pe... - Bala F... - Uj: Per... Kajal	l.
2	22/6-22	Ace	toh di profos uj-	l

Bengkulu, April 2022

Pembimbing I

Dr. Fatima Yunus, M.A
NIP. 19630319200032003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telepon
(0738) 51276-51171-51172 - Faksimili (0738) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN

Nama : Fatma wati (1811140153) Program Studi : Perbankan Syariah
Rizky puri. A (1811140149) Pembimbing II: Andi Harpepen, M. Kom
Judul PKM : Pemanfaatan Umbi Ganyong (Canna Edulis Kerr) Sebagai Bahan Dasar Pembuatan
Keripik Aneka Rasa Dalam Upaya Meningkatkan Kreativitas Mahasiswa

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	13/12/2021	Bab I	<ul style="list-style-type: none">- Penulisan harus sesuai dengan pedoman Laporan PKM yang baru- Rumusan Masalah harus jelas	f
2	12/01/2022	Bab II	<ul style="list-style-type: none">- Cari Rumus Biaya Produksi dan Keuntungan- Tentukan harga pokok penjualan (HPP)	f
3	23/03/2022	Bab III&VI	<ul style="list-style-type: none">- Langkah langkah proses pembuatan harus jelas agar mudah dipahami- Dalam setiap promosi pemasaran online atau offline harus diberi keterangan pada setiap gambar- Kesimpulan harus sesuai dengan Rumusan Masalah	f
4	11/04/2022	Laporan PKM kelompok dan individu	<ul style="list-style-type: none">- Di ACC	p

Bengkulu, 13 - 4 - 2022

Pembimbing II

Andi Harpepen, M. Kom
NIDN. 2014128401



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0736) 51171, 51172, 51276 Fax: (0736) 51171

FORM 2 PENGAJUAN JUDUL TUGAS AKHIR
JURNAL ILMIAH, BUKU, PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT,
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

I. Identitas Mahasiswa

Nama Fatma Wati
NIM 1811140153
Program Studi Perbankan Syariah
Anggota Rizki Putri Ananda 1811140149

II. Pilihan Tugas Akhir:

- Jurnal Ilmiah
 Buku
 Pengabdian Kepada Masyarakat
 Program Kreativitas Mahasiswa (Karya di Bidang Kewirausahaan)

Judul Tugas Akhir
PEMANFATAN UMBI GANYONG [Canna edulis Kerr] SEBAGAI BAHAN DASAR
PEMBUATAN KERIPIK ANEKA RASA DALAM UPAYA MENINGKATKAN KREATIVITAS MAHASISWA

III. Proses Validasi:

A. Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Catatan Ace. lanjutkan

Bengkulu,

Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Andi Harpepen, M.Kom

B. Ketua Jurusan

Judul yang disetujui

Penunjukkan Dosen Pembimbing

Bengkulu,

Mengesahkan
Kapur Ekis/Manajemen

Dr. Desi Isnaini, M.A.
NIP. 197412022006042001

Ketua Tim
Mahasiswa

Fatma Wati



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53870 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKAN

Nomor: 1775 /In.11/F.IV/PP.00.9/12/2021

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. N A M A : Dra. Fatimah Yunus, M.A
NIP : 19630319200032003
Tugas : Pembimbing Tugas Akhir
2. N A M A : Andi Harpepen, M. Kom.
NIDN. : 2014128401
Tugas : Pembimbing Tugas Akhir

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

N A M A : Fatma Wati
NIM : 1811140153
N A M A : Rizki Putri Ananda
NIM : 1811140149
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : **Pemanfaatan Umbi Ganyong (*Canna Edulis Kerr*) Sebagai Bahan Dasar Pembuatan Keripik Aneka Rasa dalam Upaya Meningkatkan Kreativitas Mahasiswa**

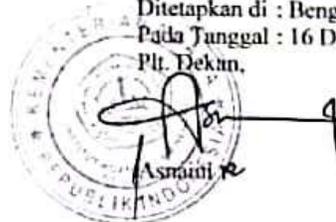
Keterangan : Program Kreativitas Mahasiswa

Demikian surat penunjukkan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu

Pada Tanggal : 16 Desember 2021

Plt. Dekan,



Tembusan :

1. Wakil Rektor I
2. Dosen yang bersangkutan;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;
4. Arsip.



PEMERINTAH KOTA BENGKULU
DINAS KESEHATAN
Jl. Basuki Rahmat No.8 Bengkulu Kode Pos 34223
Telp.(0738) 21702



Sertifikat

PENYULUHAN KEAMANAN PANGAN

NOMOR : 1540/1771/21

Diberikan kepada :

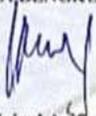
Nama : **Fatma Wati**
Jabatan : **Pemilik**
Alamat : **Tanjung Besar Rt/Rw 009/003 Tanjung Besar Kec.
Kaur Selatan**

Yang telah mengikuti Penyuluhan Keamanan Pangan (PKP) dalam rangka Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) berdasarkan Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 22 Tahun 2018 tanggal 13 Agustus 2018 tentang Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga yang diselenggarakan di :

Kota : **Bengkulu**
Propinsi : **Bengkulu**
Pada Tanggal: **16 Desember 2021**



Bengkulu, 16 Desember 2021
KEPALA DINAS KESEHATAN
KOTA, BENGKULU


Dr. Hairul Arifin
Pembina/ IV.A
NIP 19700907 200212 1 006



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 3101220025718

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

- | | |
|--|---|
| 1. Nama Pelaku Usaha | : FATMA WATI |
| 2. Alamat | : TANJUNG BESAR KAUR SELATAN, Desa/Kelurahan Tanjung Besar, Kec. Kaur Selatan, Kab. Kaur, Provinsi Bengkulu |
| 3. Nomor Telepon Seluler | : +6285766873001 |
| Email | : rizkiputriananda747@gmail.com |
| 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) | : Lihat Lampiran |
| 5. Skala Usaha | : Usaha Mikro |

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai Angka Pengenal Impor (API-P), hak akses kepabeanan, serta pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan.

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai persetujuan penggunaan tanda Standar Nasional Indonesia (SNI) dan Sertifikat Halal (SH).

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 31 Januari 2022

**Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 3 Februari 2022

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, terdapat dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSE/BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.





PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN
NOMOR INDUK BERUSAHA: 3101220025718

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Klasifikasi Risiko	Perizinan Berusaha	
					Jenis	Legalitas
1	10794	Industri Kerupuk, Keripik, Peyek Dan Sejenisnya	tanjung besar rt/w 009/003 tanjung besar kecamatan kaur selatan, Desa/Kelurahan Tanjung Besar, Kec. Kaur Selatan, Kab. Kaur, Provinsi Bengkulu Kode Pos: 38225	Rendah	NIB	Untuk persiapan, operasional, dan/atau komersial kegiatan usaha

1. Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Judul KBLI yang tercantum dalam lampiran ini.
2. Pelaku Usaha wajib memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban sesuai Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Kementerian/Lembaga (K/L).
3. Pengawasan pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban Pelaku Usaha dilakukan oleh Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah terkait.
4. Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah diterbitkan secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BS-E-SSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



LAMPIRAN GAMBAR

1. Lokasi Produksi Pemasaran



2. Bahan-Bahan Produk



3. Proses Pengemasan



4. Logo Produk



5. Kemasan Produk



6. Pemasaran







7. Pelatihan PIRT





8. Expo Kewirausahaan

