

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SECARA *ONLINE*
DAN *OFFLINE* PADA BISNIS KERUPUK GURITA**



SKRIPSI

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

Oleh :

NINA GUSTINA
NIM. 1811140035

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

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Alamat: Jln. Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telp. (0736) 51276-51171-51172; Faksimili: (0736) 51171-51172
Website: www.uinirasbengkulu.ac.id



HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini ditulis oleh Nina Gustina, NIM 1811140035 dengan judul “ Analisis Strategi Pemasaran Secara Online dan Offline pada Bisnis Kerupuk Gurita”, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Perbankan Syariah telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing. Oleh karena itu, Skripsi ini disetujui dan layak untuk di ujian dalam sidang *Munaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, Agustus 2022 M

Pembimbing I

Pembimbing II

Nurul Hak, M. A
NIP. 196606161995031002

Yetti Afrida Indra, M. Ak
NIDN. 0214048401

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul “ Analisis Strategi Pemasaran Secara *Online* dan *Offline* pada Bisnis Kerupuk Gurita “ Adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, Baik di UINFAS Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing
3. Didalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, Dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima saksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan saksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku

Bengkulu, Agustus 2022 M
1444 H

Mahasiswa yang menyatakan



NINA GUSTINA
NIM. 1811140035

MOTTO

“ Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya” – Ali bin Abi Thalib

“ Barang siapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia melihat balasannya “ QS Al – *Zalزالah*: 7

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk:

1. Kedua Orang Tua ku tercinta, Bapak Burzian David dan Ibu Gadis Sumariah. Terimakasih telah atas semua Doa dan kasih sayang yang telah kalian berikan, serta perhatian dan semangat yang tiada henti kalian berikan sehingga Nina bisa sampai saat ini.
2. Untuk kakak ku yang selalu memberi semangat dalam menyelesaikan Skripsi ini Andri Defriansah, S.E , Belly Tri Abadi, Devi Susianti, S.Pd, dan kedua ponakan kecil ku Suci Queen Defriansah dan Shireen Elmera Eefriansah Serta teman satu perjuanganku Welda Hotiva yang selalu bersama sampai saat ini.
3. Untuk kakak ku Eni Suryani dan Roky Gumanti, Terimakasih telah membimbing Nina hingga bisa selesai mengerjakan skripsi, dan Vella Apriani R Gumanti teman terbaik yang selalu dipihak nina
4. Untuk keluarga besarku keluarga Bahari dan Anuar Ali Terimakasih atas dukungan dan doa yang telah kalian berikan selama ini sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
5. Dosen Pembimbing I dan Pembimbing II Bapak Nurul Hak, M.A dan Ibu Yetti Afrida Indra, M. Ak yang telah membimbing ku dengan penuh kesabaran serta memberikan semangat.
6. Sahabat dan teman teman seperjuangan Perbankan Syariah kelas A Angkatan 2018.
7. Almamater yang telah menempahku.

RINGKASAN EKSEKUTIF

Analisis Strategi Pemasaran Secara *Online* dan *Offline*
pada Bisnis Kerupuk Gurita

Nina Gustina NIM.1811140035

Kerupuk gurita merupakan suatu jenis makanan ringan yang sudah lama dikenal oleh sebagian besar masyarakat. Pada umumnya kerupuk gurita dikonsumsi sebagai makanan tambahan atau selingan sebagai variasi lauk pauk atau makanan ringan

Pemasaran merupakan suatu proses kegiatan perencanaan dan menjalankan harga, promosi serta distribusi sejumlah ide barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan konsumen.

Kekuatan dari produk kerupuk gurita 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 harga gurita dipasaran masih terbilang mahal, jika cuaca mendung atau hujan proses penjemurannya lama dan akan menghambat proses produksi.

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 **“Analisis Strategi Pemasaran Secara *Online* dan *Offline* pada Bisnis Kerupuk Gurita”**. 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 gurita dan juga memenuhi salah satu syarat guna untuk 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 (UIN FAS) 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. Nurul Hak, M.A, selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan bimbingan pada penulisan tugas akhir ini.
4. Yetti Afrida Indra, M.Ak selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Kedua orang tua Penulis yang selalu mendo'akan 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 (UIN FAS) 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, Agustus 2022 M
1444 H

Penulis

NINA GUSTINA
NIM: 181140035

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
RINGKASAN EKSEKTIF.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Program	4
D. Manfaat Program	4
E. Luaran yang Diharapkan	4
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran	6
B. Strategi Pemasaran	8
C. Strategi Pemasaran Secara <i>Online</i>	10
D. Strategi Pemasaran Secara <i>Offline</i>	13
BAB III GAMBARAN UMUM DAN RENCANA USAHA	
A. Analisa produk.....	23
B. Pangsa pasar	24

C. Lokasi usaha	24
D. Analisa kelayakan usaha/program	25
E. Analisa keuntungan	25
F. Alat dan Bahan	29
G. Proses Pembuatan	31
H. Anggaran Biaya	37
I. Jadwal Kegiatan	39

BAB IV HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN

A. Hasil yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program	41
B. Potensi Keberlanjutan Program	45

BAB V PENUTUP

A. Evaluasi	46
B. Kesimpulan dan Saran	47

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rekap Produksi dan Penjualan Kerupuk Gurita Si Bungsu	15
Tabel 3.1 Rekapian Biaya Kerupuk Gurita	25
Tabel 3.2 Investasi Modal Kerja	26
Tabel 3.3 Alat dan Bahan.....	30
Tabel 3.4 Rekapian Anggaran Biaya.....	37
Tabel 3. Jadwal Kegiatan	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Grafik Penjualan Online.....	12
Gambar 2.2 Grafik Penjualan Offline	14
Gambar 2.3 Grafik Penjualan.....	17
Gambar 2.4 Logo Produk.....	16
Gambr 2.5 Produk.....	18
Gambar 2.6 Promosi Melalui Minimarket	18
Gambar 2. 7 Promosi Melalui Warung Manisan	18
Gambar 2.8 Promosi Melalui WhatsAap	19
Gambar 2. 9 Promosi Melalui Instagram	19
Gambar 2.10 Promosi Melalui Marketplace	20
Gambar 2.11 Tempat/Lokasi.....	20
Gambar 2.12 Pemasaran ke 1	21
Gambar 2.13 Pemasaran ke 2.....	21
Gambar 2.14 Pemasaran ke 3.....	22
Gambar 2.15 Pemasaran ke 4.....	22
Gambar 3.1 Proses Penggilingan Gurita	32
Gambar 3.2 Gurita yang Sudah Digiling.....	32
Gambar 3.3 Proses Pencampuran Gurita Dengan Tepung.....	33
Gambar 3.4 Proses Pengadonan.....	33
Gambar 3.5 Adonan yang Sudah Cair	34
Gambar 3.6 Proses Pengukusan	34

Gambar 3.7 Hasil Kukusan	35
Gambar 3.8 Kerupuk Mentah yang Telah diDigunting	35
Gambar 3.9 Proses Penjemuran	36
Gambar 3.10 Proses Pengukusan	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Pengesah Judul

Lampiran 2: SK Pembimbing

Lampiran 3: Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan

Lampiran 4: Surat Persetujuan Pemenuhan Komitmen

Lampiran 5: Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga
SPPIRT

Lampiran 6: Nomor Induk Berusaha NIB

Lampiran 7 : Izin Usaha

Lampiran 8: Izin Operasi/Komersi

Lampiran 9: Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

PKM (Program Kreativitas Mahasiswa) merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Kementerian Ristek Dikti untuk meningkatkan mutu peserta Didik (Mahasiswa) di Perguruan Tinggi agar kelak dapat menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan yang akademis atau profesional yang dapat diterapkan, mengembangkan dan menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi atau kesenian serta memperkaya budaya nasional.¹

Berwirausaha adalah salah satu jalan bagi umat Islam untuk melakukan aktivitas bisnis dan transaksi konsep dengan tata caranya yang sudah diatur dalam Al-Qur'an dan Hadist. Dalam kegiatan berwirausaha, pelaku usaha atau pebisnis akan melakukan transaksi dengan konsumen yang sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Untuk itu sangat diperlukan aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan transaksi bisnis yang halal sesuai dengan syariat Islam agar tidak ada pihak-pihak yang dirugikan dan dieksploitasi baik pihak konsumen maupun penjual.

¹Mahmudah hasanah, Monry, *Strategi Peningkatan Minat Wirausaha Mahasiswa Melalui Program Kreativitas Mahasiswa - Kewirausahaan (PKM-K)*, (Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial vol 6 :2017), hlm. 300.

Penghargaan Islam terhadap kemauan bekerja seseorang tidak saja dalam kerangka jangka pendek, namun jika bekerja secara baik dan benar, surga telah dijanjikan untuk mereka.²

Bahwa untuk melakukan usaha *Home* industri ini sangat banyak di minati masyarakat, sejak dilakukan pembuatan kerupuk gurita oleh Ibu Halimah warga Desa Jembatan Dua Kecamatan Kaur Selatan Kabupaten Kaur Guna untuk meningkatkan ekonomi lokal yang ada di daerah Kabupaten Kaur. Selain itu bisa menjadi makanan ciri khas dari Kabupaten Kaur. Sebenarnya Ibu Halimah sangat senang berbagi pengetahuan dan memberikan ilmu untuk pembuatan kerupuk gurita ini ke masyarakat sekitar lokasi khususnya bagi kami mahasiswa yang ingin mengembangkan lagi olahan kerupuk gurita tersebut. Namun, beliau berkata masih banyak masyarakat yang enggan dikarenakan belum mengetahui kelebihan atau manfaat dari gurita itu sendiri dan belum mengetahui kalau gurita bisa dijadikan makanan ringan yang lezat dan bergizi.

Persaingan bisnis yang ketat seperti saat ini membuat pelaku bisnis selalu berusaha untuk mempertahankan bisnisnya dan bersaing untuk mencapai suatu tujuan. Berbagai metode yang dilakukan pelaku usaha agar usaha yang dijalani tetap bertahan ditengah pesaing, suatu usaha

²Bahri, *Kewirausahaan Islam : Penerapan Konsep Berwirausaha dan Bertransaksi Syariah dengan Metode Dimensi Vertikal (Hablumminallah) dan Dimensi Horizontal (Hablumminnannas)*, (Maro, Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis Vo.1 No.2 : 2018), hlm. 69.

didirikan dan dikelola untuk menghasilkan suatu produk baik berupa barang maupun jasa. Dengan demikian diperlukannya pemasaran yang baik, karena sebuah prinsip pemasaran mengatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung pada seberapa mampu organisasi memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, dan menaruhnya secara lebih efisien dan efektif dibandingkan pesaingnya.³

Pemasaran merupakan sekumpulan kegiatan yang saling berhubungan, yang disusun dengan tujuan untuk mengetahui kebutuhan konsumen dan seterusnya mengembangkan barang yang dibutuhkan, menentukan harganya, mendistribusikan, dan mempromosikannya.⁴ Pemasaran merupakan bagian penting dengan pasar, karena pasar yang ada merupakan pasar pembeli dimana terjadinya transaksi jual beli tergantung pada kepuasan pembeli sendiri, sehingga pasar yang ada sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen dan yang penting perusahaan sebagai menawarkan barang hanya bisa mengikuti kehendak konsumen dan bagaimana mengatasi pesaing dari perusahaan yang menciptakan barang sejenis.⁵

Pada bisnis olahan makanan berbahan dasarnya ini atau disebut Kerupuk Gurita yang pasarkan dengan cara dua

³Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta, Andi, 2013), hlm. 8

⁴Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta, kencana, 2004), hlm.

⁵Daryanto, *manajemen pemasaran*, (Bandung:satu nusa, 2011), hlm.

sistem yaitu pemasaran *online* dan pemasaran *offline*, untuk pemasaran secara *online* itu menggunakan media internet dan pemasaran secara *offline* dengan menitip ke warung minimarket. Pemasaran kerupuk gurita ini dapat dikembangkan sampai ke luar kota agar masyarakat luar dapat mengetahui produk lokal yang ada di provinsi Bengkulu khususnya kabupaten kaur.

Tujuan dari Program Kreativitas Mahasiswa yaitu untuk mengenalkan produk baru dari bahan utama gurita. Dari usaha produk Kerupuk Gurita ini juga dapat memanfaatkan potensi lokal di Kota Bengkulu khususnya Kabupaten Kaur serta dapat meningkatkan ekonomi lokal yang ada. Sehingga program ini diketahui oleh masyarakat dan dapat menjadi sebuah peluang usaha UMKM.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pemasaran secara online dan offline pada bisnis kerupuk gurita.?

C. Tujuan Program

1. Untuk mensejahterakan masyarakat Kaur dalam mengembangkan sumber daya gurita.
2. Untuk menerapkan strategi pemasaran secara online dan offline.

D. Manfaat Program

1. Bagi Fakultas

Dapat memberikan informasi terhadap mahasiswa yang dapat membuat produk kerupuk gurita dengan bahan utama dari gurita yang dapat memanfaatkan potensi lokal.

2. Bagi Masyarakat

- a. Adanya kolaborasi antara mahasiswa dengan masyarakat sehingga dapat saling membantu dalam membuat produk kerupuk gurita, khususnya masyarakat sekitar pantai atau nelayan untuk meningkatkan ekonomi lokal.
- b. Dapat bertukar informasi tentang kerupuk gurita guna menambah inovasi baru pada produk.
- c. Dapat menjalin hubungan yang dapat meningkatkan usaha bisnis tertentu.

3. Bagi Penulis

Mendapatkan ilmu dan wawasan 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 menghasilkan produk Kerupuk Gurita, makanan yang bahan dasarnya berasal dari gurita dengan tambahan tepung terigu, tepung tapioka dan penyedap rasa. Dengan memanfaatkan potensi lokal yang ada juga dapat menjadikan Kerupuk gurita sebagai makanan cemilan yang digemari oleh masyarakat, karena rasanya yang

renyah, enak dan lezat serta mengandung protein dan vitamin yang baik untuk tubuh kita.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Pengertian pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses kegiatan perencanaan dan menjalankan harga, promosi serta distribusi sejumlah ide barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan konsumen. Seperti kita ketahui bahwa pemasaran merupakan bagian yang penting dalam bisnis tidak peduli apakah bisnis tersebut bergerak dalam bidang sektor industri kecil, menengah, maupun besar, atau bisnis yang bergerak dalam bidang perdagangan besar maupun kecil.⁶

Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah bekerja dengan pasar sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari suatu perusahaan.⁷

Menurut Basu Swasta yang menyatakan bahwa pemasaran merupakan keseluruhan dari kegiatan usaha untuk merencanakan, menentukan harga,

⁶Nur Fadillah, *Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syariah*, (Jurnal Salimiya Vol 1 No 2 :2020), hlm. 197.

⁷Philip kother, *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*,(Jakarta:Salemba Empat, 2001 M.), hlm. 23.

memproduksi serta memproduksi suatu barang atau jasa kepada pasar agar mencapai suatu tujuan.

Pemasaran merupakan suatu proses kegiatan dari produsen ke tangan konsumen. Semua yang berhubungan dengan pasar dimana produsen memberikan atau menawarkan suatu barang kepada konsumen yang membutuhkan. Disinilah letak kegiatan pemasaran dilakukan dan kegiatan pemasaran tersebut mencakup strategi pemasaran perusahaan yang baik.

Dalam bukunya Daryanto terdapat 4P bauran pemasaran yaitu : *Product* (barang atau jasa), *price* (harga), *promotion* (promosi), dan *place* atau *distribution* (distribusi).⁸

1. *Product*. Deskripsi lengkap tentang barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan kita dipaparkan di dalam komponen ini. Deskripsi tersebut, antara lain meliputi fitur(*feature*) dan kegunaan (*benefit*) dari barang atau jasa yang ditawarkan.
2. *Price*. Deskripsikan dalam bagian ini pula strategi penentuan (*pricing strategy*) harga barang atau jasa yang ditawarkan dan kebijakan atau sistem pembayaran (*payment policies*)
3. *Promotion*. Paparkan secara rinci alat-alat atau media promosi yang akan digunakan perusahaan kita atau

⁸Daryanto, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Satu Nusa 2011), hlm 121-122

taktik yang akan diterapkan dalam merealisasikan rencana promosi (promotion plan) dalam rangka mewujudkan tujuan pemasaran perusahaan

4. *Place*. Disini kita diminta untuk mendeskripsikan secara rinci bagaimana dan dimana produk perusahaan akan ditempatkan (di distribusikan) sehingga pelanggan mudah mengaksesnya. Kita juga perlu memaparkan bagaimana perusahaan akan menjualnya atau metode distribusi dan penjualan apa yang akan diterapkan perusahaan.

Dalam surah Al-Baqarah ayat 275 di bawah telah menjelaskan bahwa Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan Riba.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ
الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ
بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ
الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ
رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ

وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya:

Orang-orang yang memakan (mengambil) Riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan Riba, padahal Allah telah menghalalkan Jual Beli dan mengharamkan Riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan): dan urusannya (terserah) kepada Allah, orang yang kembali (mengambil riba) maka orang itu adalah penghuni-penghuni Neraka, mereka kekal didalamnya. (Q.S. Al-Baqarah:275).⁹

B. Strategi pemasaran

Strategi merupakan langkah-langkah yang harus dijalankan oleh setiap perusahaan. kadang proses yang dijalankan tersebut sangat panjang tetapi ada juga langkah yang mudah, banyak rintangan tersebut yang harus dijalani dengan hati hati agar dapat mencapai suatu tujuan. Dalam menjalankan suatu tujuan memerlukan langkah, misalnya perusahaan menjual suatu produk

⁹Muhammad Hasdin Has, *Riba Dalam Perspektif Al-Qur'an*, (Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol 1 No. 2, 2016), hlm. 28

berupa barang atau jasa kepada konsumen, diluar itu sudah banyak pesaing yang menuggu mulai dari pesaing kecil maupun pesaing besar. Seiring dengan berjalannya waktu pesaing itu pasti akan semakin bertambah apalagi produk yang dijual lebih banyak menghasilkan keuntungan sehingga dapat menggahmbat suatu usaha yang menjual suaut produk kepada pelanggan

Strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisis pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut. Dunia pemasaran di ibaratkan dengan suatu medan tempur bagi para produsen dan para pedagang yang bergerak dalam komoditas yang sama sehingga perlu sekali diciptakan strategi pemasaran agar dapat memeneangkan peperangan tersebut.¹⁰

Dalam strategi pemasaran ada tiga faktor yang terjadinya perubahan dalam strategi pemasaran yaitu:

1. Daur hidup produk, strategi harus disesuaikan tahap tahap daur hidup, seperti tahap pengenalan , tahap pertumbuhan , tahap kedewasaan dan tahap kemunduran.

¹⁰ Idri, *Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta:Prenadamedia Goup 2015), hlm. 278.

2. Posisi pesaingan perusahaan di pasar, strategi pemasaran harus disesuaikan dengan posisi perusahaan dalam pesaingan, apakah pemimpin, menantang, mengikuti atau hanya mengambil sebagian kecil dari pasar.
3. Dan situasi ekonomi, strategi pemasaran harus disesuaikan dengan situasi ekonomi dan pandangan kedepan, apakah ekonomi berada dalam situasi makmur atau inflasi tinggi.¹¹

Hubungan strategi pemasaran dengan pemasaran menjadi penting dalam dunia bisnis, karena pada hakikatnya hubungan ini merupakan langkah yang kreatif dan berkesinambungan yang diupayakan oleh sebuah perusahaan guna mencapai target pemasaran terbaik dalam rangka mewujudkan kepuasan konsumen secara maksimal. Strategi pemasaran sangat diperlukan untuk mencegah penurunan jumlah konsumen serta jatuhnya daya saing produk bisnis di pasar.¹²

C. Strategi Pemasaran Secara *Online*

Pemasaran secara online merupakan proses komunikasi yang memberikan informasi terhadap produk

¹¹ Farida yulianti dkk, *manajemen pemasaran*, (Banjarmasin:Penerbit Deepublish, 2019), hlm. 8

¹²Agus Hermawan, *Komunikasi pemasaran*, (Jakarta:Erlangga, 2012), hlm. 33

berupa barang atau jasa yang kita jual melalui media internet.

Strategi pemasaran *online* (*marketing strategi online*) merupakan segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui yang menggunakan media *online*, yaitu menggunakan Internet, walaupun mengalami perubahan, pemasaran tidak lepas dari tiga dari komponen yang selalu menyertai, yaitu konsumen, kompetitor, dan perusahaan. dari keetiga tersebut selalu selalu ada didalam pemasaran.¹³

Ada 6 jenis layanan bisnis secara *online* yaitu:

1. *Connexivity*

Merupakan bisnis yang berbasis layanan akses internet kepada pelanggannya

2. *Context*

Merupakan bisnis yang memberikan layanan berupa informasi dan hiburan

3. *Content*

Bisnis yang memberikan layanan berupa teks atau gambar sebagai inti dari bisnisnya

4. *Communication*

Merupakan layanan komunikasi yang berbasis internet dengan menggunakan media sebagai interaksinya

5. *Community*

¹³Ira setiawati, *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm*, 2017, hlm 344

Merupakan bisnis yang membangun komunitas digital dengan *media message, board, web chat*, maupun *web mail*

6. *Commerce*

Merupakan model bisnis yang melakukan aktivitas bisnis berbasis internet.¹⁴

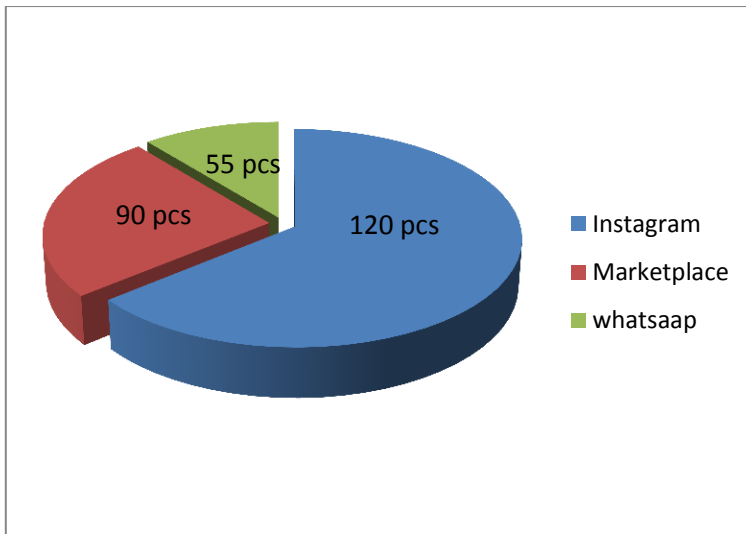
Jadi dapat di simpulkan bahwa pemasaran secara *online* adalah pemasaran yang menggunakan media internet untuk melakukan transaksi jual beli, sehingga para konsumen dapat membeli atau memesan suatu produk menggunakan media sosial lainnya.

Dalam proses pemasaran secara *online* produk kerupuk gurita yakni dengan menggunakan media sosial yaitu dengan cara menyebarkan brosur kerupuk gurita melalui media sosial seperti : *WhatsApp, Instagram, marketplace*. Berdasarkan data hasil penjualan bulan 1 sampai 4 melalui media sosial yang diterima penjualan secara online yaitu sebanyak 265 pcs. Dengan penjualan melalui Instagram sebanyak 120 pcs, Whatsaap 55 pcs, dan Marketplace 90 pcs. Berikut diagram pemasaran pada poduk kerupuk gurita.

¹⁴In Endang Mardiani, *Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media Online*, (Jurnal ekonomi vol 4 no 2: 2013), hlm. 153 dan 154

Jika pemasaran online digambarkan dalam diagram maka penjualan penjualan melalui media *online* dapat dihitung dan akan menentukan persentase penjualan.

Diagram Gambar 2.1
Grafik penjualan *online*



Rumus persentase penjualan:

$$\text{Persentase} = \frac{\text{jumlah bagian}}{\text{Jumlah keseluruhan}} \times 100\%$$

$$\text{Persentase} = \frac{265 \text{ pcs}}{525 \text{ pcs}} \times 100\%$$

$$= 0,50 \times 100\%$$

$$= 50\%$$

Perhitungan persentase penjualan secara *online* ini yaitu terdapat 50%. Pada diagram diatas pemasaran secara *online* itu lebih banyak dimanati konsumen yaitu melalui media instagram dengan target penjualan men capai 120 pcs.

D. Strategi Pemasaran *Offline*

Pemasaran *Offline* (*Offline marketing*) merupakan adalah bertemunya antara pembeli dan penjual yang dapat berkomunikasi secara langsung, Pemasaran *offline* mencakup berbasis media cetak.

Dalam pemasaran *offline* cukup banyak mengeluarkan biaya yang mahal, karena harus memasang iklan di media masa seperti koran, majalah dan menyebar brosur tentu semua itu harus menggunakan biaya disetiap iklan, selanjutnya dengan seiring berkembangnya zaman tentu membuka toko cabang untuk memperluas usaha, sehingga dalam kegiatan untuk membuka cabang itu perlu menggunakan biaya yang mahal. Dalam setiap mengakses produk *offline* ini agak sulit untuk di akses karena apabila konsumen menemukan iklan dalam brosur atau majalah kemudian konsumen kesulitan dalam

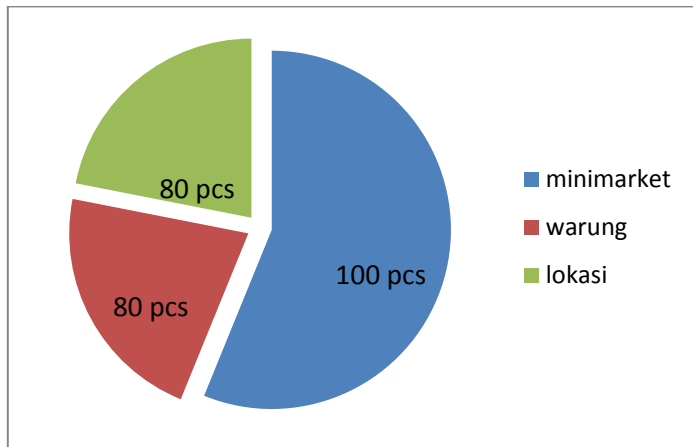
menentukan lokasi tersebut maka konsumen tidak akan banyak yang datang langsung ke lokasi.

Strategi pemasaran secara *Offline* pada produk kerupuk gurita ini yaitu dengan cara menitip ke minimarket, warung makanan, dan langsung kelokasi yang berada di jalan padat karya 32 Rt 14 Rw 04 kelurahan sumur dewa kecamatan selebar. Pada penjualan *offline* secara keseluruhan bulan 1 sampai 4 yaitu 260 pcs. Dengan penjualan di minimarket sebanyak 100 pcs, warung makanan 80 pcs dan lokasi 80 pcs.

Jika digambarkan pada diagram maka penjualan secara *offline* dapat dihitung untuk penjualan secara *offline* dan dapat menghitung persentase penjualan pada pemasaran kerupuk gurita yang digunakan melalui media *offline*.

Diagram gambar 2.2

Grafik penjualan *offline*



Dari diagram diatas bahwa pemasaran secara *offline* melakukan tiga cara yaitu, dengan menitip ke minimarket, warung makanan dan lokasi. Untuk melihat persentase penjualan pada pemasaran *offline* ini dapat kita lihat dibawah ini, dengan menggunakan rumus persentase penjualan.

Persentase penjualan *offline*

$$\text{Persentase} = \frac{\text{jumlah bagian}}{\text{Jumlah keseluruhan}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} \text{Persentase} &= \frac{260 \text{ pcs}}{525 \text{ pcs}} \times 100\% \\ &= 49\% \end{aligned}$$

Jadi dapat disimpulkan persentase pemasaran penjualan secara *offline* untuk bulan ke satu sampai bulan ke empat yaitu

49 %, dengan pemasaran melalui minimarket, lokasi dan warung

Pada diagram penjualan *offline* yang lebih banyak diminati konsumen yaitu membeli ketempat minimarket dengan mencapai penjualan sebanyak 100 pcs, dan tentunya lebih banyak dibandingkan menitip ke warung dan lokasi.

Tabel. 2.1

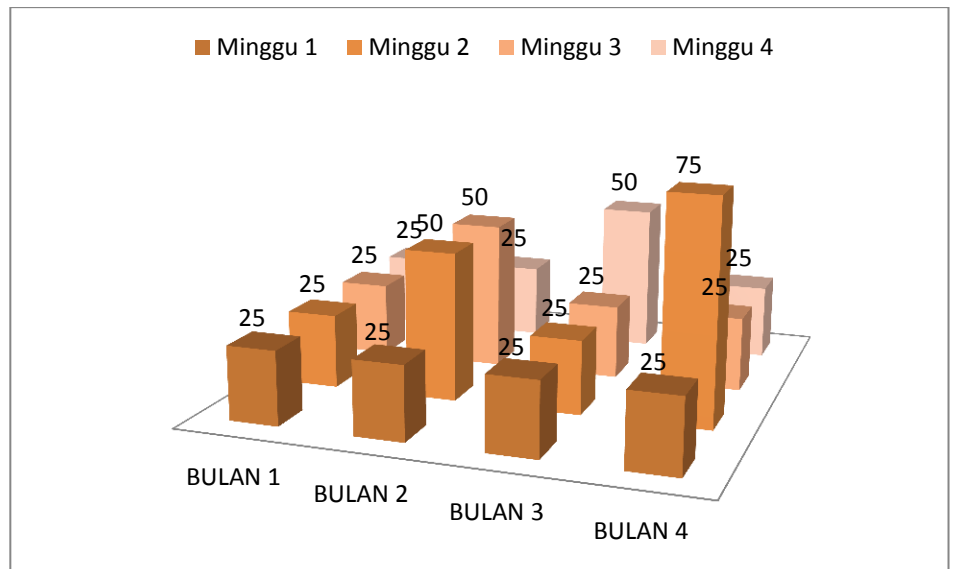
Rekap Produksi dan Penjualan Kerupuk Gurita Si Bungsu

Periode	Kerupuk Gurita Si Bungsu				
	Per Bungkus	Total Produk si Per Minggu	Total Penjualan Per Bulan		Total Pendapatan
			<i>Offline</i>	<i>Online</i>	
BULAN 1	Minggu 1	25 pcs	40 pcs	60 pcs	100 x Rp 15.000 = Rp 1.500.000
	Minggu 2	25 pcs			
	Minggu 3	25 pcs			
	Minggu 4	25 pcs			
BULAN 2	Minggu 1	25 pcs	90 pcs	60 pcs	150 x Rp 15.000 = Rp 2.250.000
	Minggu 2	50 pcs			
	Minggu 3	50 pcs			
	Minggu 4	25 pcs			
BULAN 3	Minggu 1	25 pcs	50 pcs	75 pcs	125 x Rp 15.000 = Rp 1.875.000
	Minggu 2	25 pcs			
	Minggu 3	25 pcs			
	Minggu 4	50 pcs			
BULAN 4	Minggu 1	25 pcs	80 pcs	70 pcs	150 x Rp 15.000 = Rp 2.250.000
	Minggu 2	75 pcs			
	Minggu 3	25 pcs			
	Minggu 4	25 pcs			
Jumlah			525 pcs		Rp 7.875.000

Berdasarkan tabel produksi dan penjualan kerupuk gurita diatas bahwa sistem pemasaran pada PKM ini menggunakan dua sistem penjualan yaitu secara *offline* dan *online*. Secara *offline* kami memasarkan dengan cara menitip di warung dan minimarket serta konsumen membeli langsung ke lokasi produksi di Jalan Padat Karya 32, N0.37 RT.14/RW.04, Kelurahan Sumur Dewa, Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu. Sedangkan secara *online* menggunakan media sosial yaitu dengan cara menyebarkan brosur kerupuk gurita ke *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Marketplace/Facebook*.

Jadi dari hasil kegiatan yang telah kami lakukan dapat disimpulkan bahwa bulan pertama pada penjualan *offline* yaitu terjual sebanyak 40 pcs. Sedangkan secara *online* 60 pcs. Adapun untuk bulan kedua yaitu penjualan *offline* terjual sebanyak 90 pcs dan *online* sebanyak 60 pcs. Selanjutnya bulan ketiga pada penjualan *offline* terjual sebanyak 50 pcs dan *online* sebanyak 75 pcs. Pada bulan terakhir yakni bulan keempat yaitu penjualan *offline* sebanyak 80 pcs dan *online* sebanyak 70 pcs.

Gambar 2.3

Grafik Penjualan

Sumber : Penjualan yang telah dilaksanakan selama empat bulan terakhir

Gambar 2.4

Logo Produk



Gambar 2. 5
Produk



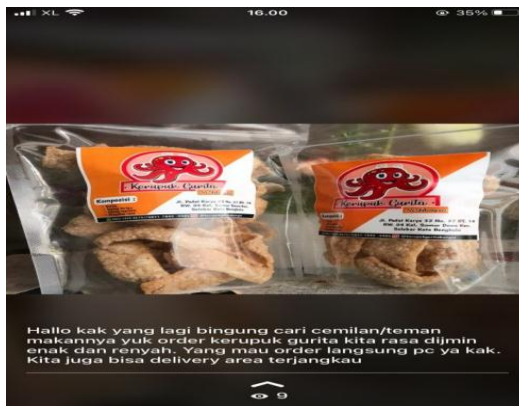
Gambar 2. 6
Promosi melalui Minimarket



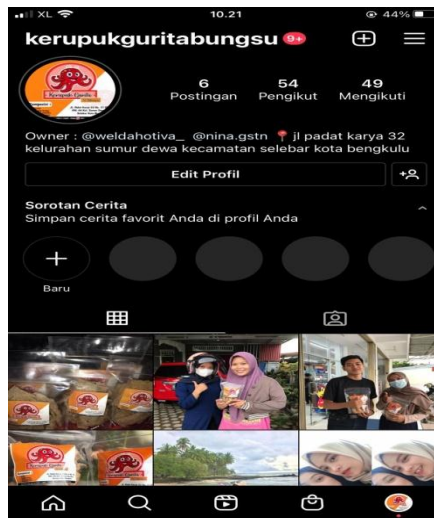
Gambar 2. 7
Promosi melalui Warung Manisan



Gambar 2.8
Promosi melalui Whatsapp



Gambar 2. 9
Promosi melalui *Instagram*



Gambar 2.10
Promosi melalui *Marketplace*



Kerupuk gurita


Rp 123

Ditawarkan 19 menit lalu di Bengkulu

 **Kirim pesan ke penjual**

Apa ini masih ada?

Kirim

 **Kirim Pesan di WhatsApp**

Gambar 2.11
Tempat/Lokasi (*Place*)



Gambar 2.12
Pemasaran ke-1



Gambar 2.13
Pemasaran ke-2



Gambar 2.14
Pemasaran ke-3



Gambar 2.15
Pemasaran ke-4



BAB III

GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

A. Analisa Produk

Nama produk ini adalah “Kerupuk Gurita Si Bungsu” diambil dari anggota tim yang sama-sama merupakan anak bungsu atau terakhir. Produk ini merupakan salah satu olahan yang bahan dasarnya berasal dari gurita dengan tambahan tepung terigu, tepung tapioka dan penyedap rasa. Produk kerupuk gurita ini bisa dikonsumsi selama jangka waktu 3-4 minggu.

Kerupuk gurita dapat menjadi makanan cemilan yang digemari oleh banyak orang, karena rasanya yang renyah, enak dan lezat serta mengandung protein dan vitamin yang baik untuk tubuh kita. Selain itu, kerupuk gurita cocok dikonsumsi sebagai teman saat makan nasi, makan bakso dan sebagainya. Serta ketersediaan bahan bakunya yang melimpah.

Gurita merupakan hewan laut yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan makanan yang bergizi karena mengandung protein dengan kadar yang tinggi. Selain itu daging gurita juga mengandung lemak, karbohidrat, vitamin dan zat besi. Gurita memiliki manfaat yang baik untuk pertumbuhan dan

perkembangan anak, memperbaiki jaringan tubuh dan baik untuk metabolisme. (Sandiana, 2011).¹⁵

B. Pangsa Pasar

Pangsa pasar yang kami tuju adalah masyarakat dan kalangan mahasiswa. Selain renyah dan enak rasanya Kerupuk Gurita juga disukai banyak orang dan sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Oleh karena itu, target pasar kami adalah semua kalangan usia mulai dari anak-anak, dewasa hingga lanjut usia. Untuk merealisasikanya, yaitu melalui media sosial (*WhatsApp, Instagram, marketplace*) dan pemasaran langsung menitip di minimarket. Dengan kedua cara ini produk kerupuk gurita dapat berkembang cepat karena semakin berkembangnya zaman yang modern ini orang-orang banyak membeli makanan dengan cara memesan secara *online*, sedangkan cara yang kedua yaitu dengan cara menitip di minimarket agar kerupuk gurita tidak hanya dikenal lewat media sosial namun masyarakat yang belum mengenal media sosial juga dapat membeli langsung produk kerupuk gurita ini.

Kekuatan dari produk kerupuk gurita 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

¹⁵Asnidar, dkk, *Analisis Mutu Sosis Gurita (Octopus sp)*,(Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian Vol.5 N0.2 : 2019), hlm. 73.

harga gurita dipasaran masih terbilang mahal, jika cuaca mendung atau hujan proses penjemurannya lama dan akan menghambat proses produksi.

C. Lokasi Usaha

Pembuatan Kerupuk Gurita ini dilakukan di Jalan Padat Karya 32, N0.37 RT.14/RW.04, Kelurahan Sumur Dewa, Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu. Lokasi ini berpeluang bagus karena tempatnya yang sudah padat dengan masyarakat sehingga usaha ini bisa memberikan inovasi bagi masyarakat terutama di daerah padat karya dan sekitarnya. lokasi ini juga tidak jauh dari kawasan kampus IAIN Bengkulu sehingga produk ini bisa dipromosikan dengan mahasiswa dan masyarakat sekitar.

D. Analisa Kelayakan Usaha/Program

Berdasarkan analisis pasar kerupuk gurita mempunyai peluang yang tinggi untuk dikembangkan di Kota Bengkulu khususnya di Daerah Kabupaten Kaur. Karena gurita mengandung banyak protein dengan kadar yang tinggi. Keunggulan dari produk kerupuk gurita ini yaitu dari segi komposisi dengan bahan dasar utama gurita yang memiliki cita rasa yang berbeda dari yang lainnya, dan tentunya produk ini tanpa menggunakan bahan pengawet.

Jika kerupuk gurita ini mengalami kerugian di masa mendatang dalam hal pendapatan atau *income* perbulannya, maka kita harus melakukan evaluasi untuk mengurangi kerugian, karena didalam 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 dibangun.

E. Analisa Keuntungan

Tabel 3.1

Rekap Biaya Kerupuk Gurita

Investasi Peralatan

No	Jenis Alat	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
1	Wajan	1 Buah	Rp 50.000	Rp 50.000
2	Saringan	1 Buah	Rp 25.000	Rp 25.000
3	Spatula	1 Buah	Rp 15.000	Rp 15.000
4	Timbangan	1 Buah	Rp 200.000	Rp 200.000
5	Mangkok	1 Buah	Rp 5.000	Rp 5.000
6	Dandang	1 Buah	Rp 50.000	Rp 50.000
7	Loyang Segi 4	2 Buah	Rp 15.000	Rp 30.000
8	Kompur Gas	1 Buah	Rp 100.000	Rp 100.000

9	Tabung Gas	1 Buah	Rp 150.000	Rp 150.000
10	Pisau	2 Buah	Rp 10.000	Rp 20.000
11	Talenan	1 Buah	Rp 15.000	Rp 15.000
12	Nampan Plastik	2 Buah	Rp 20.000	Rp 40.000
13	Gunting	1 Buah	Rp 10.000	Rp 10.000
14	Toples Besar	1 Buah	Rp 30.000	Rp 30.000
15	Baskom Besar	1 Buah	Rp 20.000	Rp 20.000
Total Investasi Peralatan				Rp 760.000

Tabel 3.2

Investasi Modal Kerja

No	Jenis Bahan	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
1	Gurita yang sudah digiling	1 Kg	Rp 55.000	Rp 55.000
2	Tepung Terigu	1 ½ Kg	Rp 8.000	Rp 12.000
3	Tepung Tapioka	½ Kg	Rp 7.000	Rp 3.500
5	Garam	1 Bks	Rp 5.000	Rp 5.000
6	Penyedap Rasa	2 Bks	Rp 500	Rp 1.000

7	Minyak Goreng	1 Liter	Rp 20.000	Rp 20.000
8	Plastik	2 Lembar	Rp 1.000	Rp 2.000
9	Kemasan Produk	25 Lembar	Rp 30.000	Rp 30.000
10	Logo	25 Buah	Rp 24.000	Rp 24.000
Total Investasi Modal Kerja				Rp 152.500

Total biaya yang diperlukan untuk mendirikan industri kecil “Kerupuk Gurita” dalam kemasan adalah **Rp 760.000 + Rp 152.500** sehingga total **Rp 912.500**.

Perhitungan Biaya Produksi :

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk. Biaya produksi terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Beberapa asumsi dalam perhitungan ini adalah :

1. Penyusutan
2. Umur alat selama 2 tahun
3. Hingga akhir alat Rp 0
4. Produk laku terjual semua
5. Biaya bensin merupakan biaya tetap
6. Sekali produksi dapat menghasilkan 25 kemasan Kerupuk Gurita
7. Hari kerja 4 hari perbulan Sehingga produksi selama 4 bulan adalah 16 kali

a. Biaya Tetap Per Bulan Selama 4 Bulan¹⁶

Penyusutan Rp 760.000 / 4 bln	= Rp 190.000
Biaya Bensin, Dll	= Rp 100.000 +
Total	Rp 290.000

b. Biaya Variabel

Dalam 1 kg gurita dapat menghasilkan 25 pcs kemasan plastik klip dengan berat bersih 100 gr dibutuhkan biaya sebesar :

Gurita yang sudah digiling 1 kg	= Rp 55.000
Tepung Terigu 1 ½ kg	= Rp 12.000
Tepung Tapioka ½ kg	= Rp 3.500
Garam 1 bks	= Rp 5.000
Penyedap Rasa 2 bks	= Rp 1.000
Minyak Goreng 1 liter	= Rp 20.000
Plastik 2 lembar	= Rp 2.000
Kemasan Produk 25 lembar	= Rp 30.000
Logo 25 buah	= Rp 24.000 +
Total	= Rp 152.500

Biaya Produksi untuk tiap pcs Kerupuk Gurita adalah :

Biaya Tetap	= Rp 290.000/400 pcs
	= Rp 725

¹⁶Arief Sugiono, *Manajemen Keuangan*, (Jakarta : PT Grasindo, 2009), hlm. 95.

$$\begin{aligned} \text{Biaya Variabel} &= \text{Rp } 152.500/25 \text{ pcs} \\ &= \text{Rp } 6.100 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya Produksi Per pcs} & \\ &= \text{Rp } 6.825 \end{aligned}$$

c. Perhitungan Titik Impas¹⁷

$$\text{Perhitungan produksi per pcs} = \text{Rp } 6.825$$

$$\text{Harga jual dipasaran rata-rata} = \text{Rp } 15.000$$

$$\text{BEP (Break Event Point)} =$$

$$\begin{aligned} &\frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga Jual} - \text{Harga Variabel}} \\ &= \frac{\text{Rp } 760.000}{\text{Rp } 15.000 - \text{Rp } 6.825} \\ &= \mathbf{93 \text{ Pcs/4 bln}} \end{aligned}$$

Untuk memperoleh titik impas dengan harga jual Rp 15.000 per pcs, maka perusahaan harus mampu menjual produk sebanyak 93 pcs/4 bln. Jika penjualan tidak sampai 93 Pcs, maka perusahaan terindikasi merugi karena biaya produksi tidak tertutupi.

F. Alat dan Bahan

1. Alat

Alat alat yang digunakan untuk membuat kerupuk gurita ini yaitu: wajan digunakan untuk menggoreng kerupuk gurita, timbangan digunakan untuk menimbang

¹⁷Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2005), hlm.192.

berat dalam kemasan kerupuk gurita, mangkok digunakan untuk menakar adonan kerupuk gurita yang cair untuk diletakan ke dalam loyang agar takarannya pas, dandang digunakan untuk mengukus adonan kerupuk gurita, loyang segi empat digunakan untuk wadah adonan kerupuk gurita yang akan dikukus, pisau dan talenan digunakan untuk menggunting adonan yang sudah dikukus, nampan plastik digunakan untuk menjemur kerupuk gurita yang sudah dikukus dan digunting, toples digunakan untuk menyimpan kerupuk gurita yang mentah sudah dijemurkan di keringkan, dan baskom digunakan untuk wadah kerupuk gurita yang digoreng sebelum dikemas kedalam plastik.

Tabel 3.3

Peralatan

No	Nama Alat	Jumlah
1	Wajan	1 Buah
2	Saringan	1 Buah
3	Spatula	1 Buah
4	Timbangan	1 Buah
5	Mangkok	1 Buah
6	Dandang	1 Buah
7	Loyang Segi 4	2 Buah
8	Kompore Gas	1 Buah
9	Tabung Gas	1 Buah

10	Pisau	2 Buah
11	Talenan	1 Buah
12	Nampan Plastik	2 Buah
13	Gunting	1 Buah
14	Toples Besar	1 Buah
15	Baskom Besar	1 Buah

2. Bahan

- Gurita
- Tepung terigu
- Tepung tapioka
- Penyedap rasa

Pembuatan produk kewirausahaan kerupuk gurita ini menggunakan bahan dasar dari gurita dengan tambahan tepung terigu, tepung tapioka dan penyedap rasa.

G. Proses Pembuatan

Proses produksi kerupuk gurita adalah sebagai berikut :

Bahan bahan untuk 25 pcs kemasan 100 gram

1. Gurita yang sudah digiling 1 kg
2. Tepung terigu 1 ½ kg
3. Tepung tapioka ¼ kg
4. Penyedap rasa
5. Air secukupnya

Langkah-Langkah :

1. Langkah Pertama

Rebus gurita terlebih dahulu, kemudian giling menggunakan mesin penggiling daging yang ada dipasar agar daging gurita halus tanpa ada serat.

Gambar 3.1

Proses penggilingan gurita



2. Langkah Kedua

Siapkan baskom, kemudian masukan daging gurita yang sudah digiling kedalam baskom yang sudah disiapkan.

Gambar 3.2
Gurita yang sudah digiling



3. Langkah Ketiga

Campurkan daging gurita dengan tepung terigu dan tepung tapioka sesuai takaran yang telah ditentukan.

Gambar 3.3
Proses pencampuran gurita dengan tepung



4. Langkah Keempat

Beri sedikit air, kemudian aduk adonan dan tambahkan penyedap rasa kedalam adonan agar memberikan rasa gurih.

Gambar 3.4
Proses pengadonan



5. Langkah Kelima

Tambahkan lagi air kedalam adonan sampai adonan terlihat cair seperti yang ada di gambar.

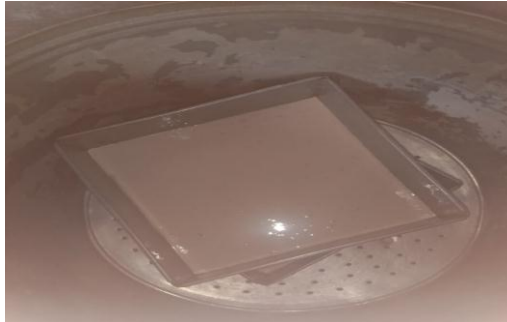
Gambar 3.5
Adonan yang sudah cair



6. Langkah Keenam

Masukan adonan kedalam mangkok dengan takaran $\frac{1}{4}$ bagian mangkok, lalu masukan kedalam loyang yang sudah di olesi menggunakan minyak goreng agar ketika adonan di kukus tidak menempel dipinggir loyang. Kemudian kukus adonan kedalam dandang dengan waktu sekitar lebih kurang 10 sampai 20 menit.

Gambar 3.6
Proses pengukusan



7. Langkah Ketujuh

Lepaskan adonan yang sudah masak tadi dari loyang lalu letak kedalam nampan, tunggu sampai dingin kemudian jemur sebentar.

Gambar 3.7
Hasil kukusan



8. Langkah Kedelapan

Selanjutnya gunting sesuai ukuran seperti di gambar.

Gambar 3.8

Kerupuk mentah yang telah digunting



9. Langkah Kesembilan

Susun yang sudah di gunting ke dalam nampan, kemudian jemur adonan selama 3 sampai 6 hari sampai menjadi kerupuk gurita mentah yang benar-benar sudah kering.

Gambar 3.9

Proses penjemuran



10. Langkah Kesepuluh

Goreng kerupuk gurita sampai bewarna kekuningan dengan menggunakan api sedang agar kerupuk gurita masak dengan merata.

Gambar 3.10

Proses penggorengan



H. Anggaran Biaya

Dalam anggaran biaya pada tahap pelatihan kami telah mengikuti pelatihan sertifikasi pangan di Hotel Addeva Jalan Pantai Panjang Kota Bengkulu yang di adakan oleh Dinas Kesehatan Kota Bengkulu. Pada tahap pelaksanaan bahan yang habis terpakai sebesar Rp. 152.500 itu sudah termasuk semua dari produksi sampai pengemasan. Kemudian untuk peralatan tetap biaya yang dikeluarkan yaitu sebesar Rp. 760.000. dan biaya pelaporan yaitu meliputi flasdisk, kertas hvs, proposal dan

menggandaan, tinta printer, printer yaitu telah mengeluarkan biaya sebesar Rp. 940.000. biaya transportasi meliputi distribusi produk untuk dua orang yaitu sebesar Rp. 400.000. dan yang terakhir biaya promosi untuk melalui media sosial maupun media masa yaitu sebesar Rp. 260.000. sehingga total anggaran biaya dalam usaha pembuatan kerupuk gurtia ini sebesar Rp. 2.862. 500.

Tabel 3.4

Rekap Anggaran Biaya

No	Kegiatan	Harga Barang		Jumlah
		Unit	Harga	
A	Tahap Pelatihan			
	Achievement Motivation Training			
	Pelatihan Sertifikasi Pangan			Rp 350.000
B	Tahap Pelaksanaan			
1.	Bahan Habis Pakai			
	Gurita	1 Kg	Rp 55.000	Rp 55.000
	Tepung Terigu	1 ½ Kg	Rp 8.000	Rp 12.000
	Tepung Tapioka	½ Kg	Rp 7.000	Rp 3.500
	Garam	1 Bks	Rp 5.000	Rp 5.000
	Penyedap Rasa	2 Bks	Rp 500	Rp 1.000
	Minyak Goreng	1 Liter	Rp 20.000	Rp 20.000
	Plastik	2 Lembar	Rp 1.000	Rp 2.000
	Kemasan Produk	25 Lembar	Rp 30.000	Rp 30.000

	Logo	25 Buah	Rp 24.000	Rp 24.000
	Jumlah			Rp 152.500
2	Peralatan Tetap			
	Wajan	1 Buah	Rp 50.000	Rp 50.000
	Saringan	1 Buah	Rp 25.000	Rp 25.000
	Spatula	1 Buah	Rp 15.000	Rp 15.000
	Timbangan	1 Buah	Rp 200.000	Rp 200.000
	Mangkok	1 Buah	Rp 5.000	Rp 5.000
	Dandang	1 Buah	Rp 50.000	Rp 50.000
	Loyang Segi 4	2 Buah	Rp 15.000	Rp 30.000
	Kompur Gas	1 Buah	Rp 100.000	Rp 100.000
	Tabung Gas	1 Buah	Rp 150.000	Rp 150.000
	Pisau	2 Buah	Rp 10.000	Rp 20.000
	Talenan	1 Buah	Rp 15.000	Rp 15.000
	Nampan Plastik	2 Buah	Rp 20.000	Rp 40.000
	Gunting	1 Buah	Rp 10.000	Rp 10.000
	Toples Besar	1 Buah	Rp 30.000	Rp 30.000
	Baskom Besar	1 Buah	Rp 20.000	Rp 20.000
	Jumlah			Rp 760.000
C	PELAPORAN			
	Proposal dan Penggandaan	4 Buah	Rp 20.000	Rp 80.000
	Pembuatan LPJ dan Penggandaan	4 Buah	Rp 20.000	Rp 80.000
	ATK Kertas HVS	2 Rim	Rp 40.000	Rp 80.000
	ATK Tinta Printer	2 Buah	Rp 50.000	Rp 100.000

	Flash Disk	1 Buah	Rp 100.000	Rp 100.000
	Printer	1 Buah	Rp 500.000	Rp 500.000
	Jumlah			Rp 940.000
D	TRANSPORTASI			
	Distribusi Produk	2orgx20hari	Rp 10.000	Rp 400.000
	Jumlah			Rp 400.000
E	PROMOSI			
	Cetak Label Produk	10 Lembar	Rp 12.000	Rp 120.000
	Iklan di Media Sosial	1 Bulan	Rp 35.000	Rp 140.000
	Jumlah			Rp 260.000
	TOTAL BIAYA (Jumlah A-E)			Rp 2.862.500

I. Jadwal Kegiatan

Jadwal kegiatan usaha kerupuk gurita ini selama empat bulan di mana bulan peertama pada minggu pertama dan kedua yaitu tahap perencanaan, untuk minggu kedua, tiga, dan empat yaitu melakukan suvey bahan baku yang ada di kabupaten kaur. Untuk bulan pertama minggu ke empat dan bulan kedua minggu ke satu dan dua dilakukan pelatihan untuk surat izin PIRT dan praktek pembuatan kerupuk gurita, selanjutnya langsung di publikasikan dan melakukan promosi melalui media *offline* maupun *online* yang berjalan sampai minggu ke empat pada bulan kedua. Pada bulan pertama dalam minggu ke empat. Evaluasi dilakukan tiga kali pada

bulan kedua, tiga, dan empat pada minggu terakhir. Dan terakhir pembuatan laporan pada bulan ke tiga minggu pertama dan kedua dan bulan ke empat.

Tabel 3. 5
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	Survey Bahan Baku																	
3	Pelatihan dan Praktek																	
4	Publikasi dan Promosi																	
5	Produksi																	
6	Pemasaran																	
7	Evaluasi																	
8	Pembuatan Laporan																	

BAB IV

HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN

A. Hasil yang Dicapai Berdasarkan Luaran 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 kerupuk gurita. 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. Lokasi yang ditentukan yaitu di Jalan Padat Karya 32, N0.37 RT.14/RW.04, Kelurahan Sumur Dewa, Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu.

Untuk tahap pembuatan kerupuk gurita memerlukan waktu yang agak lama di bagian proses penjemurannya. Kerupuk gurita akan cepat kering jika cuaca bagus yaitu jika cuaca panas sehari sudah kering, pun sebaliknya jika cuaca mendung atau hujan akan lama proses penjemurannya. Kemasan produk kerupuk gurita ini menggunakan plastik klip dengan berat bersih 100 gram.

Selanjutnya kegiatan pemasaran kerupuk gurita dilakukan setelah semua proses produksi selesai. Pada proses pemasaran ini dilakukan dengan dua cara yaitu pemasaran *online* dan

offline, pada pemasaran *online* yaitu dengan melalui media sosial yaitu dengan menggunakan Aplikasi seperti *WhatsApp*, *Instagram*, dan *marketplace*. kemudian pemasaran secara *offliine* yaitu dengan menitip kewartung makanan dan minimarket serta dapat dilakukan dilokasi. 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 ditempat. Pemasaran ini dilakukan selama tiga bulan dan produksi disesuaikan dengan pemasaran. Produk ini dijual dengan harga Rp. 15.000 dengan kemasan berat 100 gram.

Pada PKM ini hasil yang dicapai berdasarkan luaran program yaitu produk kerupuk gurita si bungsu telah mendapatkan surat izin dari Dinas Kesehatan dengan No PIRT : 2021771010037-27. Adapun penjelasan rinci mengenai kegiatan pelatihan tersebut sebagai berikut :

Kegiatan Pelatihan PIRT

PIRT adalah izin edar yang diterbitkan oleh Dinas Kesehatan untuk produk makanan dan minuman yang telah memenuhi standar keamanan pangan. Sesuai dengan namanya, yaitu *Pangan Industri Rumah Tangga*, PIRT dikhususkan

untuk produk pangan yang dihasilkan oleh industri rumah tangga, usaha kecil dan menengah. Sedangkan untuk produk pangan berskala besar, baik itu itu buatan lokal ataupun impor, sertifikasi tersebut digantikan oleh label MD atau ML yang diterbitkan oleh BPOM. Ijin edar PIRT dapat diketahui oleh konsumen melalui nomor yang tertera pada kemasan produk. Yang artinya, produk yang telah dilengkapi dengan PIRT, telah melewati serangkaian proses pengujian dan dinyatakan lulus sebagai produk yang aman untuk dikonsumsi. Hal ini menjadi nilai plus untuk menambah kepercayaan konsumen terhadap produk kita.¹⁸ Adapun kegiatan yang diadakan oleh Dinas Kesehatan dilakukan pada 16 Desember 2021 di Hotel Adeeva Pantai Panjang Bengkulu. Kegiatan ini di ikuti oleh Welda Hotiva sebagai peserta penyuluhan keamanan pangan dengan narasumber dari kepala Dinkes Kota Bengkulu yaitu Bapak Dr. Hairul Arifin, Ibu Elensa, SKM, dan Kepala Bidang Pelayanan SDK Dinkes yaitu Ibu Ganevi S.Kep. Sumber dana pelatihan ini diperoleh dari anggota kelompok Kerupuk Gurita Si Bungsu.

Adapun materi yang di sampaikan sebagai berikut :

1. 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

¹⁸Sokita Jaya, *Pengajuan Ijin Edar PIRT*, (<https://sokitajaya.co.id/pengajuan-ijin-edar-pirt/>, 2019).

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.

2. 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.

3. 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).

4. 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.

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: 06012002024300000001	
1. No. Pendaftaran	: P-IRT 001771010037.07
2. Nama NPTP	: Madia Helma
3. Nama Perseor	: Madia Helma
4. Alamat	: A. SOPHAPPO DALAM
5. Provinsi	: BENGKULU
6. Kabupaten/Kota	: KOTA BENGKULU
7. Jenis Pangan	: Produk Olahan Hasil Perikanan Terjemuk Malaka, Kincamat dan Sincobanese
8. Nama Produk Pangan	: Kerupuk Ikan Lembang, Malaka (Melayu)
9. Branding Produk	: Kerupuk Gurita De Bengali
10. Komposisi	: Gurita, tepung terigu, minyak nabati, penyedap rasa
11. Kemasan Primer	: Plastik
12. Masa Berlaku Sertifikat	: 14-01-2027
13. Keterangan	: a. Mengetahui Persetujuan Maksimal Pangan; b. Memenuhi persyaratan Cara Produksi Pangan yang Baik untuk Industri Rumah Tangga (CPPIRT) dan hygiene sanitasi dan laboratorium; c. Memenuhi ketentuan label dan iklan pangan di atas.

1. Dihasilkan dan dipasarkan dengan CEEK berdasarkan data dan Produk Utama, sedangkan untuk bahan CEEK yang mengandung pengawet Protein Utama;
2. Untuk keperluan ekspor dan impor harus memenuhi standar dan CEEK internasional yang berlaku;
3. Untuk keperluan ekspor dan impor harus memenuhi standar dan CEEK internasional yang berlaku.

B. Potensi Keberlanjutan 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, dan memperluas pangsa pasar terkhusus untuk Kota Bengkulu dan bisa sampai luar Provinsi Bengkulu. Dan melihat tingginya minat masyarakat terhadap Kerupuk Gurita sebagai makanan ringan, sehat dan harga yang terjangkau untuk masyarakat umum dan mahasiswa sehingga mendorong kami untuk meningkatkan kualitas dari Kerupuk Gurita.

Dengan memproduksi Kerupuk Gurita ini diharapkan dapat mengelola cemilan baru dari olahan gurita yakni kerupuk gurita beraneka rasa yang mana sebelumnya kurang diketahui masyarakat sehingga mampu menjadi alternatif cemilan ringan terbaru di kalangan masyarakat Bengkulu.

Meningkatkan produksi Kerupuk Gurita khususnya pada masyarakat Bengkulu.

BAB V

PENUTUP

A. Evaluasi

Berdasarkan evaluasi dari proses pemasaran secara *online* dan *offline* pada bisnis kerupuk gurita mendapat respon yang bagus dari para konsumen. Melalui uji coba pasar yang didapat dari percobaan pertama yakni dari lima orang yang membeli kerupuk gurita, konsumen pertama menyatakan bahwa penitipankerupuk gurita ke warung makanan membuat kemasan kerupuk gurita menjadi pudar. Konsumen ke dua menyatakan bahwa masih agak sulit untuk menemukan lokasi kerupuk gurita ini. Untuk konsumen yang ke tiga menyatakan pemasaran melalui media *online* lebih menarik karena bisa melalui sistem chash on delevary. Sedangkan konsumen empat dan lima menyatakan hal yang sama dengan konsumen pertama yang menyatakan menitip kerupuk gurita ke warung makaanan membuat kemasan menjadi pudar. Dari uji pasar yang dilakukan dari lima orang, ada sebagian konsumen yang menyatakan ada kekurangan sehingga adanya perbaikan pada pemasaran agar bisa memenuhi dan memberikan produk yang terbaik bagi konsumen.

Sebagai seorang pemula dalam berwirausaha memang sangat susah mendapatkan pelanggan, kita harus ekstra sabar dan pantang menyerah. Berhubungan baik dengan pelanggan dalam berwirausaha itu sangat disarankan agar kita dapat

mendapat masukan terhadap perencanaan keberlanjutan dari produk. Selain itu pelanggan kadang kali memberikan masukan terhadap inovasi produk. Ini semua merupakan keuntungan dari berhubungan baik dengan pelanggan, selain itu hal ini memang harus dilakukan agar bisnis ini dapat berkembang dan menjaga pelanggan agar terus percaya terhadap produk. Selain itu kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara pebisnis yang akan ditawarkan kepada konsumen, karena konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar.

B. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) yaitu kerupuk gurita berlokasi di Jalan Padat Karya 32, N0.37 RT.14/RW.04, Kelurahan Sumur Dewa, Kota Bengkulu dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran merupakan langkah-langkah yang harus digunakan dalam setiap perusahaan pada pemasaran bisnis kerupuk gurita menggunakan dua sistem pemasaran yaitu *online* dan *offline*, dimana pemasaran *online* menggunakan media sosial seperti: *instagram, marketplace, dan whatsapp* sedangkan pemasaran secara *offline* yaitu: menitip ke minimarket, warung makanan, dan lokasi usaha. Berdasarkan diagram dan persentase penjualan Dalam pemasaran *online* dan *offline* lebih banyak diminati konsumen yaitu dengan sistem pemasaran *online* karena dengan mudah

untuk dijangkau para konsumen cukup memesan lewat media sosial.

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

- Asnaini, Amimah Oktarina, AyuYuningsih. 2020. *Buku Pedoman Penulisan Tugas Akhir*. (Bengkulu : <http://www.febis.iainbengkulu.ac.id>).
- Asnidar, dkk. 2019. *Analisis Mutu Sosis Gurita (Octopus sp)*. Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian Vol 5 NO 2.
- Bahri. 2018. *Kewirausahaan Islam : Penerapan Konsep Berwirausaha dan Bertransaksi Syariah dengan Metode Dimensi Vertikal (Hablumminallah) dan Dimensi Horizontal (Hablummininannas)*. (Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis Vo.1 No.2).
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung. Satu Nusa.
- Endang, Iin, Mardiani. 2013. *Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media Online*. jurnal ekonomi vol 4 no 2.
- Fadillah, Nur. 2020. *pengertian, konsep, dan strategi pemasaran syariah* jurnal salimiya vol 1 No 2.
- Hasanah, Mahmudah dan Monry. 2017. *Strategi Peningkatan Minat Wirausaha Mahasiswa Melalui Program Kreativitas Mahasiswa- Kewirausahaan (PKM-K)*. Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial vol 6.
- Hasdin, Has, Muhammad. 2016. *Riba Dalam Perspektif Al-Qur'an, Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 1 No.2.
- Hermawan, agus. 2012. *Komunikasi pemasaran*, Jakarta. Erlangga.

- Idri. 2015. *Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta. Prenadamedia Goup.
- Ira, Setiawati. 2017. *pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm*.
- Jaya, Sokita. 2019. *Pengajuan Ijin Edar PIRT*
- Jumingan. 2005. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta. PT Bumi Aksara.
- Kother, philip.2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta. Salemba Empat.
- Sangadji, Mamang, Etta dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta, Andi.
- Sugiono, Arief. 2009. *Manajemen Keuangan*. Jakarta. PT Grasindo.
- Sukirno, Sadono. 2004. *Pengantar Bisnis*. Jakarta. Kencana
- Sukmayadi. 2019. *Kebijakan Penetapan Harga Pada Pt. Atrindo Asia Global* Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol.10 No.2.

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



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 : Welda Hotiva
NIM : 1811140024
Program Studi : Perbankan Syariah
Anggota : 1. Nina Gustina (NIM: 1811140035)

II. Pilihan Tugas Akhir:

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

Judul Tugas Akhir:

Kerupuk Gurita Sebagai Pemberdayaan Ekonomi Lokal Di Kota Bengkulu

III. Proses Validasi:

A. Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Catatan:

Judul PM buatkan lanjutkan Note 'OBuat RKL @ Latar Belakang
ditambahkan... Misa. Ketersediaan... BB. gurita... yang... melump...
belum berdaya, dengan saya Bengkulu, 16 November 2021
fkm bisa menjadi nilai
sebagai kuliner khas daerah

Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Yetti Afrida Indra, M.Ak
NIP : 0214048401

B. Ketua Jurusan

Judul yang disetujui:

Penunjukkan Dosen Pembimbing:

Mengesahkan

Kajur Ekis/Manajemen

Dr. Desi Isnaini, M.A

NIP : 197412022006042001

Bengkulu, November 2021

Ketua Tim

Mahasiswa

Welda Hotiva

1811140024



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKAN

Nomor: 1668 /In.11/F.IV/PP.00.9/11/2021

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 : Dr. Nurul Hak, M. A.
NIP : 196606161995031002
Tugas : Pembimbing Tugas-Akhir
2. N A M A : Yetti Afrida Indra, M. Ak.
NIDN. : 0214048401
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 : Nina Gustina
NIM : 1811140035
N A M A : Welda Hotiva
NIM : 1811140024
Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Tugas Akhir : **Kerupuk Gurita Sebagai Pemberdayaan Ekonomi Lokal di Kota Bengkulu**

Keterangan : Program Kreativitas Mahasiswa

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

Ditetapkan di : Bengkulu
Pada Tanggal : 23 November 2021
Plt. Dekan,


Asnaini

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.(0736) 21702



Sertifikat

PENYULUHAN KEAMANAN PANGAN

NOMOR : 1530/1771/21

Diberikan kepada :

Nama : **Welda Hotiva**
Jabatan : Pemilik
Alamat : Jl. Soepratto dalam Rt/Rw 018/ 006 Kec. Selebar
Betungan

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 UNTUK MENUNJANG KEGIATAN USAHA
SERTIFIKAT PEMENUHAN KOMITMEN PRODUKSI PANGAN OLAHAN
INDUSTRI RUMAH TANGGA (SPP-IRT)
LAMPIRAN PB-UMKU: 06012200202430000001

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1. No. Pendaftaran | : F-IRT 2021771010037-27 |
| 2. Nama IRTP | : Welda Hotiva |
| 3. Nama Pemilik | : Welda Hotiva |
| 4. Alamat | : JL. SOPRAPTO DALAM |
| 5. Provinsi | : BENGKULU |
| 6. Kabupaten/Kota | : KOTA BENGKULU |
| 7. Jenis Pangan | : Produk Olahan Hasil Perikanan Termasuk Moluska, Krustasea dan Ekinodermata |
| 8. Nama Produk Pangan | : Kerupuk Ikan Udang, Moluska (Mentah) |
| 9. Branding Produk | : Kerupuk Gurita Si Bungsu |
| 10. Komposisi | : gurita, tepung terigu, tepung tapioka, penyedap rasa |
| 11. Kemasan Primer | : Plastik |
| 12. Masa Berlaku Sertifikat | : 14-01-2027 |
| 13. Komitmen | : |
| | a. Mengikuti Penyuluhan Keamanan Pangan. |
| | b. Memenuhi persyaratan Cara Produksi Pangan yang Baik untuk Industri Rumah Tangga (CPPB-IRT) atau hygiene sanitasi dan dokumentasi. |
| | c. Memenuhi ketentuan label dan iklan pangan olahan. |
- Akan dipenuhi dalam waktu 3 bulan

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. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

**PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 0601220020243**

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

1. Nama Pelaku Usaha	: Welda Hotiva
2. Alamat	: JL. SOPRAPTO DALAM, Desa/Kelurahan Batungan, Kec. Selebar, Kota Bengkulu, Provinsi Bengkulu
3. Nomor Telepon Seluler	: +6282374944675
Email	: -
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 kepastian, serta pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan.

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai sertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 6 Januari 2022

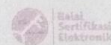
**Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 6 Januari 2022

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 ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BS/E-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: 0601220020243

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	Jl. Padat Karya 32 No 37 RI 14 Rw 04, Desa/Kelurahan Sumur Dewa, Kec. Selebar, Kota Bengkulu, Provinsi Bengkulu Kode Pos: 38216	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 diandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSE-BSSN.
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

Netto : 100 gram P-IRT No : 2021771010037-27



• Kerupuk Gurita •
Si Bangsu

Komposisi :

- Gurita
- Tepung terigu
- Tepung tapioka
- Penyedap rasa

Jl. Padat Karya 32 No. 37 RT. 14
RW. 04 Kel. Sumur Dewa Kec.
Selebar Kota Bengkulu

0823-7494-4675/0831-7849 -9486 @kerupukguritabangsu

5. Kemasan Produk



6. Pemasaran





7. Pelatihan PIRT



8. Sumber Produk



9. Expo Kewirausahaan







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

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

No : 007/SKLP-FEBI/02/4/2022

Satgas Plagiasi Program Studi Perbankan Syariah Menerangkan bahwa :

Nama : Nina Gustina
NIM : 1811140035
Prodi : Perbankan Syariah
Jenis Tugas Akhir : PKM
Judul Tugas Akhir : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SECARA
ONLINE DAN OFFLINE PADA BISNIS KERUPUK
GURITA**
Similarity Index : 20%
Status : LULUS

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dari naskah Publikasi Tugas Akhir melalui aplikasi Turnitin.

Satgas Plagiasi
Program Studi Perbankan Syariah

Debby Arisandi, MBA

