

**EVALUASI PEMASARAN UMKM KILABO  
MENGUNAKAN STRATEGI  
MARKETING MIX**



**SKRIPSI**

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

**OLEH:**

**BOBBY WAHYU PURNAMA**  
NIM. 1711140085

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
BENGKULU, 2021 M/1442 H**

**EVALUASI PEMASARAN UMKM KILABO  
MENGUNAKAN STRATEGI  
MARKETING MIX**



**SKRIPSI**

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

OLEH:

**BOBBY WAHYU PURNAMA**

**NIM. 1711140085**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
BENGKULU, 2021 M/1442 H**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

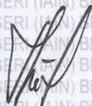
Skripsi yang di tulis oleh Bobby Wahyu Purnama, NIM 1711140085 dengan judul Evaluasi Pemasaran UMKM Kilabo Menggunakan Strategi Marketing Mix Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah di periksa dan di perbaiki sesuai dengan saran Pembimbing I dan Pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk di ujikan dalam Sidang Munaqasyah skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 08 Maret 2021 M

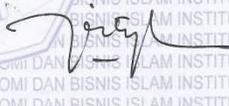
24 Rajab 1442 H

Pembimbing I

Pembimbing II



**Dr. Hj. Fatimah Yunus, M.A**  
NIP. 19630319200032003



**Dr. Miti Yarmunida, M.Ag**  
NIP. 197705052007102002



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

Jalan raden patah pagar dewa bengkulu  
Telepon (0736) 51171, 51171, 51176 fax. (0736) 51171

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul **“Evaluasi Pemasaran UMKM Kilabo  
Menggunakan Strategi Marketing Mix”** di tulis oleh Bobby Wahyu

Purnama, NIM. 1711140085, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan

Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan TIM Sidang

Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri

(IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 13 Juli 2021 M/03 Zulhijah 1442 H

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

Bengkulu, 02 Agustus 2021 M

23 Zulhijah 1442 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Andang Sunarto, PH.D

NIP. 197611242006041002

Penguji I

Yenti Sumarni, M.M

NIP. 197904162007012020

Penguji II

Andang Sunarto, PH.D

NIP. 197611242006041002

Aan Shar, M.M

NIP. 198908062019031008

Mengetahui,

Dekan



Dr. Asnaini, MA

NIP. 197304121998032003

MOTTO

وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَلَا تَتَّبِعُوا مَا يَتَّبِعُونَ وَأَصْبِرُوا إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ

Artinya :

*Dan taatlah kepada Allah dan Rasul-Nya dan janganlah kamu berbantah-bantahan, yang menyebabkan kamu menjadi gentar dan hilang kekuatanmu dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.*

Dalam proses menyelesaikan sesuatu itu terkadang banyak mengalami hal yang tidak kita harapkan, banyak menguji kesabaran meski sering mencoba, maka dari itu bersabarlah sesungguhnya Allah bersama orang-orang sabar.

**PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur kehadiran Allah SWT, ku persembahkan tugas akhir ini untuk :

1. Orang tua ku Bapak Mansi membesarkanku dengan limpahan kasih sayang, yang selalu mendoakan dengan hati yang tulus untuk setiap langkah ku. Terima kasih Bapak atas doa kasih sayang, dan semangat selama ini yang telah di berikan sekuat dan semampunya.

2. Kepada kakaku :Intan Permata Sari Terima kasih atas dukungannya, semangat, segala pengorbanan dan bantuan yang selalu diberikan untuk ku.

3. Ibu Dr. Fatimah Yunus, M.A. selaku pembimbing I dan Ibu Dr. Miti yarmunida, M.Ag. selaku pembimbing II, yang telah bersabar dalam membimbing dan mengarahkan penulis demi terselesaikannya tugas akhir ini.

4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.

5. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah

memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.

6. Teruntuk Eka Fitrianti terimakasih telah membantu dan

mendukung dalam segala proses.

7. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan tugas

akhir ini. Dan terimah kasih anggota kelompok kilabo (kiki

maria, larasati) yang telah berjuang bersama dari awal sampai

selesai.

8. Untuk keluarga FEBI IAIN Bengkulu dan Almamater Institut

Agama Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah menempahku.

Terimakasih ini sebagai bukti kasihku pada kalian yang

telah memberikan dorongan, motivasi, semangat, pengorbanan,

kesabaran, ketabahan, serta doanya dalam setiap jalanku.

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Program Kreativitas mahasiswa dengan judul “Evaluasi Pemasaran, UMKM Kilabo menggunakan Strategi Marketing mix”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Program Kreativitas Mahasiswa ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Di dalam Program Kreativitas mahasiswa 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 ketidak benaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 25 Juli 2021 M  
25 Zulhijah 1442 H



Bobby Wahyu Purnama  
NIM.1711140085

## **ABSTRAK**

Evaluasi Pemasaran UMKM Kilabo menggunakan Strategi  
marketing mix

Oleh Bobby Wahyu Purnama NIM. 1711140085

Wirausahawan adalah orang yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri, selain itu bahkan mampu menyerap tenaga kerja di lingkungannya. Dengan demikian, hal ini dapat meminimalisir angka pengangguran lokal yang berdampak pada penurunan angka kriminalitas. Selain untung, ia juga bermanfaat bagi lingkungan sosial. Sebelum terjun menjadi wirausahawan, maka seseorang dituntut untuk memiliki jiwa wirausaha itu sendiri. Mulai berlatih atau memang telah dilatih untuk menjadi seorang wirausaha, namun seorang wirausaha juga dituntut untuk menempuh pendidikan di lingkungan formal maupun informal. Karena ilmu akan digunakan dalam praktek. Sebagai seorang pengusaha, Anda juga harus memahami risikonya. Risiko dari setiap keputusan yang dia ambil akan berdampak pada bisnisnya di masa depan. Jahe saat ini sangat digemari oleh semua segmen pasar. Tidak ada batasan khusus mengenai usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan sebagainya. Oleh karena itu disini penulis mencoba membuat sebuah usaha kecil menengah yaitu “Kilabo” yang merupakan produk instan Jahe. Bisnis ini dinilai cukup kreatif untuk menembus pangsa pasar yang besar. Karena Kilabo terbuat dari jahe merah alami.

**Kata kunci :** *marketing mix*

## **ABSTRAK**

Kilabo UMKM Marketing Evaluation using a marketing mix  
strategy

From Bobby Wahyu Purnama NIM. 1711140085

Entrepreneurs are people who are able to create their own jobs, besides that they are even able to absorb workers in their environment. Thus, this can minimize the local unemployment rate which has an impact on reducing the crime rate. In addition to profit, it is also beneficial for the social environment. Before plunging into an entrepreneur, a person is required to have the entrepreneurial spirit itself. Starting to practice or indeed have been trained to become an entrepreneur, but an entrepreneur is also required to take education in a formal or informal environment. Because knowledge will be used in practice. As an entrepreneur, you must also understand the risks. The risk of every decision he makes will have an impact on his business in the future. Ginger is currently very popular with all market segments. There are no specific restrictions regarding age, gender, occupation, and so on. Therefore, here the author tries to create a small and medium business, namely "Kilabo" which is an instant product of Ginger. This business is considered creative enough to penetrate a large market share. Because Kilabo is made from natural red ginger.

***Keywords : Marketing mix***

## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul atas segala nikmat dan karuniannya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir Program Kreativitas Mahasiswa yang berjudul “**Evaluasi Pemasaran UMKM Kilabo Menggunakan Strategi Marketing Mix**”. Shalawat dan salam tak lupa saya panjatkan untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk kejalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan laporan ini bertujuan untuk mengungkap masalah dan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

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

1. BapakProf.Dr.H.Sirajuddin M.Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk membina ilmu di IAIN.
2. Dr. Asnaini,MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan kemudahan kepada kami selama masa perkuliahan.
3. Drs. Fatimah Yunus, M.A. Selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan bimbingan pada penulisan tugas akhir ini.

4. Ibu Miti Yarmunida, M. Ag. Selaku Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Kedua orang tua Penulis yang selalu mendoa'akan kesuksesan penulis.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
7. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
8. Semua rekan-rekan seperjuangan yang selalu ada dan telah memotivasi penulis 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 kedepan.

Bengkulu, 25 Juli 2021 M  
15 Zulhijah 1442 H

Bobby Wahyu Purnama  
NIM. 1711140085

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan masalah .....	3
C. Tujuan Program .....	3
D. Manfaat Program .....	4
E. Luaran Yang Diharapkan .....	5
<b>BAB II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA</b>	
A. Analisa Produk.....	6

B. Pangsa Pasar.....	6
C. Lokasi Usaha.....	8
D. Analisa Kelayakan Usaha/Program .....	9
E. Anlisis keuntungan.....	9

### **BAB III METODE PELAKSANAAN**

A. Alat Dan Bahan .....	11
B. Uraian Pelaksanaan Tugas Bagian Pemasaran.....	12
C. Proses Promisi dan Pemasaran.....	13
D. Analisis Peluang Usaha.....	28

### **BAB IV JADWAL KEGIATAN**

A. Anggaran Biaya.....	30
B. Jadwal Kegiatan .....	32

### **BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN**

A. Hasil Yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program.....	33
B. Potensi Keberlanjutan Program.....	34

### **BAB VI PENUTUP**

A. Evaluasi.....	37
B. Kesimpulan .....	38
C. Saran.....	39

### **DAFTAR PUTAKA**

### **LAMPIRAN – LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> <i>produk kilab</i> .....	12
<b>Gambar 1.2</b> <i>promosi produk di arika cell</i> .....	14
<b>Gambar 1.3</b> <i>lokasi UKM kilabo</i> .....	16
<b>Gambar 1.4</b> <i>budidaya jahe merah kilabo</i> .....	27

## **DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 2.1</b> Daftar Harga .....	12
<b>Tabel 2.2</b> Rincian Biaya .....	14
<b>Tabel 2.3</b> Penjualan Produk .....	19
<b>Tabel 2.4</b> Anggaran Biaya.....	22
<b>Tabel 2.5</b> Jadwal Kegiatan .....	24

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Surat Penunjuk Pembimbing
- Lampiran 2 : Form Pengajuan Judul Tugas Akhir
- Lampiran 3 : CV Pembimbing 1
- Lampiran 4 : CV Pembimbing 2
- Lampiran 5 : CV Anggota
- Lampiran 6 : Lembaran Bimbingan Pembimbing 1
- Lampiran 7 : Lembaran Bimbingan Pembimbing 2
- Lampiran 8 : Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan
- Lampiran 9 : Sertifikat S-PIRT
- Lampiran 10 : Surat Persetujuan Pemenuhan Komitmen
- Lampiran 11 : Izin Usaha
- Lampiran 12 : Nomer Induk Berusaha ( NIB)
- Lampiran 13 : Dokumentasi



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Masa globalisasi saat ini, perkembangan dunia teknologi sangatlah pesat dengan berbagai macam kecanggihan alat elektronik yang dapat memberikan kemudahan kepada manusia untuk membantu menyelesaikan pekerjaan. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan bisnis Melalui UMKM yang dikelola oleh masyarakat setempat untuk kesejahteraan masyarakatnya, dengan begitu dapat membantu pemerintah desa dalam mewujudkan cita-cita untuk jadi usaha yang mandiri.<sup>1</sup>

Perkonomian saat ini tanpa terkecuali di Indonesia dengan adanya covid-19 ini mengakibatkan semua harus melakukan Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) untuk memutuskan penyaluran covid, Keterpengaruhannya sektor UMKM eksportir sebagai imbas langsung dari PSBB, yang membuat ruang menuju sasaran produk mengalami kendala. Penjarakan sosial yang kemudian dikenal sebagai *social distancing* juga turut menjadi faktor pemicu hambatan distribusi sehingga menyebabkan terjadi penurunan omzet penjualan dari UMKM ini.

---

<sup>1</sup> Otoh khoirullah, ade, pengembangan UKM kerupuk dua putra desa sidoda di kecamatan way lima kabupaten pewartawan, 2019

Hal itu terjadi karena banyak masyarakat yang takut terpapar dengan virus corona itu sendiri, dan menyebabkan pedagang-pedagang di sekitar Bengkulu mengalami penurunan jumlah pembeli, karena para konsumen yang biasanya jajan diluar dan konsumtif membeli makanan diluar, sekarang lebih memilih untuk masak sendiri dirumah dan mereka juga lebih bisa mengetahui sendiri kebersihan makanan yang mereka buat, di antara UMKM tersebut jenis usaha yang paling terkena dampak covid-19 adalah usaha kuliner<sup>2</sup>

Meski banyak aktifitas usaha yang tidak berjalan seperti biasanya tetapi harus optimis untuk mengambil peluang usaha rumahan di masa seperti ini. Menurut penulis usaha yang mampu bertahan di masa covid-19 ini yaitu usaha yang mampu memberikan pelayanan prima sehingga bisa memuaskan pelanggan salah satunya memanfaatkan media sosial.

Berdasarkan paparan di atas penulis mempunyai ide membuat produk yang bisa menambah atau memberikan imunitas tubuh agar terhindari virus dan berbagai penyakit, berupa inovasi yang Kami nama "**KILABO**" kilabo sendiri adalah nama *band* kami yang merupakan singkatan dari

---

<sup>2</sup>Admin, 2020. "usaha kuliner yang paling kena dampak pandemi covid19", <https://kabarkampus.com/2020/11/usaha-kuliner-paling-kena-dampak-pandemicovid-19/di> akses pada 15 juli 2021 jam 09;00.

nama kelompok Kiki,Laras,dan Bobby. Yang terinspirasi dari kelompok sendiri dimana bahan utamanya merupakan Jahe merah asli, dimasa pandemi covid-19 seperti ini, banyaknya masyarakat yang mencari bahan herbal untuk menangkal berbagai virus salah satunya bahan herbal yang di cari yaitu Jahe merah. Maka dari itu pihak kilabo memproduksi jahe merah itu untuk di pasarkan kepasar saat ini dan menjadikanya bubuk Instan dan Wedang jahe agar bisa langsung di konsumsi tanpa harus memproduksi ulang.

#### **B. Perumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah di jelaskan diatas, maka dapat dibuat rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana Strategi Kilabo dalam memasarkan produknya disaat pandemi seperti ini?

#### **C. Tujuan Program**

1. Menjadikan salah satu sumber pengetahuan tentang pemasaran produk kilabo dengan menggunakan strategi marketing mix.
2. Untuk menambah wawasan mahasiswa dan masyarakat dalam berwirausaha sehingga menciptakan ekonomi kreatif pada saat pandemi.
3. Memperkenalkan dan menciptakan usaha rumahan yang mudah untuk di produksi bagi masyarakat.

## **D. Manfaat Program**

### 1. Bagi Peneliti

Untuk menerapkan teori bisnis yang sudah dipelajari selama proses perkuliahan, Peneliti dalam hal ini dapat mengetahui berbagai proses dan hambatan dalam membangun sebuah usaha. Dan juga laporan diharapkan dapat digunakan untuk memperoleh pengetahuan dan wawasan keilmuan dalam dunia bisnis/usaha, baik dalam lingkup universitas maupun luar universitas.

### 2. Bagi Masyarakat

- a. Penelitian ini diharapkan menjadi pedoman untuk masyarakat yang ingin membangun usaha dibidang Hortikultura.
- b. Terciptaknya ekonomi kreatif yang inovatif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan terbukanya peluang usaha dengan membangun usaha kecil menengah.
- c. Bahan dasar pembuatan Jahe Instan Bubuk dan wedang Jahe memberi manfaat kesehatan bagi masyarakat
- d. Perkembangan usaha Kilabo dapat membantu melestarikan budaya penggunaan rempah-rempah dalam kehidupan sehari-hari.

### 3. Bagi Perguruan Tinggi

Bagi program studi, hasil laporan ini dapat menjadi bahan untuk di evaluasi agar menumbuhkan

keaktivitas jiwa bisnis mahasiswa Terciptanya UMKM baru dari institut yang memiliki produk layak edar seperti usaha UMKM Kilabo.

#### **E. Luaran yang diharapkan**

1. Diharapkan untuk bisnis usaha ini adalah terciptanya produk dari Kilabo yang disajikan dalam bentuk minuman dalam dikemas secara praktis.
2. Meningkatkan inovasi mahasiswa dan masyarakat dalam rangka membuka usaha rumahan yang bernafaat dan tepat guna di masa pandemi *covid-19*
3. Menjadikan produk inovatif dan alternatif baru kepada masyarakat yang berbahan baku Jahe merah menjadi produk yang di gemari oleh masyarakat.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA**

#### **A. Analisa Produk**

Jahe Ini adalah salah satu bahan herbal Indonesia dan sangat diminati. Setiap orang, dari berbagai kelompok usia, status sosial, jenis kelamin, dapat menjadi pasar independen untuk setiap merek. Dalam rencana wirausaha, kami menciptakan produk minuman yang disebut "KILABO (Kiki, laras dan Bobby)", Dalam mendirikan Usaha Kilabo, bahan baku utamanya ialah Jahe merah bahan baku yang akan digunakan merupakan bahan baku yang mudah didapatkan dipasaran karena manfaatnya tanpa adanya pengawet makanan yang kami racik dengan memiliki produk berkualitas tinggi dan terjamin higienis, kami belajar inovasi rasa kami sendiri, Kilabo ini memiliki keunikan dimana yang awal mulanya bahan baku jahe bisa dirubah menjadi serbuk/sari jahe atau bubuk jahe. Kelemahan dari produk jahe ini yaitu bahan utamanya jahe merah sering mengalami kenaikan harga yang mengakibatkan pengeluaran biaya yang cukup signifikan.

#### **B. Pangsa Pasar**

menentukan keberhasilan bekerja dipasar sasaran dan target menjadikan hal yang sangat penting. Untuk melakukan

pemasaran seorang pembisnis harus menargetkan siapa calon konsumen kita yang jelas, maka UMKM akan tetap bisa dimasa pandemi, dengan harus menentukan konsumen dengan tepat.<sup>3</sup> Target paarnya merupakan orang tua, remaja, dan anak-anak . Oleh karena itu, lingkungan yang paling cocok untuk menjual Kilabo adalah tempat wisata, pasar, lingkungan tempat tinggal dan lingkungan kampus. Promosi diterapkan dengan menggunakan strategi pemasaran yaitu *offline* dan *online*. Dalam skala, penggunaan strategi offline dilakukan melalui kerjasama antara pedagang, tempat wisata dengan toko oleh-oleh khas Bengkulu. Juga, jika ada kegiatan di luar ruangan dan tempat-tempat umum yang ramai seperti pameran dagang atau pameran lainnya, akan tetapi pada masa pandemi covid-19 seperti masyarakat selalu di himbau untuk selalu mematuhi protokol kesehatan, Penggunaan strategi pemasaran online secara besar-besaran saat ini adalah menjadikan Facebook, WhatsApp, InstaGram dan jejaring sosial dan situs web lainnya menjadi tempat pemasara, di karenakan masyarakat ini lebih memilih untuk berbelanja secara online, karena selain memutus virus covid berbelanja *online* lebih mudah,evesien.

---

<sup>3</sup>Ariyanto aris,dkk, 2021 *Strategi pemasaran UMKM dimasa pandemi.sumatera barat :insancendikiamandiri* hal.10

### C. Lokasi usaha/Program

Lokasi usaha produksi produk Kilabo adalah di Bumi Ayu 6 RT. 23 No. 18 Kota Bengkulu. Lokasi ini berpeluang bagus karenakan tempatnya yang sudah padat dengan masyarakat, sehingga usaha ini bisa memberikan inovasi bagi masyarakat terutama di kompleks perumahan di Bumi Ayu. Lokasi ini juga tidak jauh dari kawasan kampus STISNU dan IAIN Bengkulu sehingga produk ini bisa dipromosikan dengan mahasiswa dan masyarakat sekitar. Adapun peluang dan tantangan dari produk Kilabo:

- a. Peluang produk Kilabo :
  1. Cuaca dingin/musim hujan bisa menambah penjualan
  2. Belum banyak orang yang bisa mengelola jahe menjadi produk yang bernilai ekonomis
  3. Proses pengelolaan mudah (dengan teknis yang benar)
- b.

Tan

tangan dari produk Kilabo :

Tantangan dari produk Kilabo ini adalah adanya daya saing, karena sudah banyak beredar dipasaran akan tetapi produk ini mempunyai beberapa keunggulan tersendiri dari pada produk yang sudah ada, sehingga produk kami siap bersaing dipasaran.

#### **D. Analisa Kelayakan Usaha/Program**

Berdasarkan analisis produk, Kilabo ini mempunyai peluang yang tinggi dibanding produk lain. Pembuatan jenis minuman herbal ini usaha yang terbilang baru, karena banyaknya pesaing yang lebih dahulu sudah memulai usaha ini. Dengan adanya keunggulan dari produk ini dari segi komposisi yang bergizi membuat produk Kilabo akan digemari oleh konsumen. Usaha ini juga termasuk investasi di masa mendatang karena bisa menjadi suatu potensi penghasilan jangka panjang. Apabila usaha ini mengalami kerugian di masa mendatang dalam hal pendapatan atau income perbulannya, Karena terkadang akan mendapatkan keuntungan atau pendapatan yang besar, namun terkadang juga akan mendapatkan hasil yang kecil, atau bahkan kerugian. Menjalankan bisnis harus siap menghadapi kegagalan. Jika ada masalah dengan bisnis yang sedang dibangun, UKM juga harus siap secara finansial.

#### **E. Analisa keuntungan**

Rencana keuntungan dengan menyesuaikan *set-up* harga dan volume yang dapat di serap oleh pasar dengan mempertimbangkan kebijaksanaan dari pesaing analisis keuntungan ini harus selalau di lakukan dalam preode

tertentu. Adapun ide kreatif usaha ini kami membutuhkan kisaran dana untuk berwirausaha minuman “**Kilabo**” yang akan kami dirikan dan kemungkinan untuk kedepannya dapat kami kembangkan seiring perkembangan kewirausahaan yang selalu tumbuh dalam mensejahterakan perekonomian UKM (usaha kecil menengah) yang ada di Indonesia. Pada masa pandemi Covid-19 menjual minuman herbal ini sangat menguntungkan karena dapat menambah imunitas dan kekebalan tubuh terhadap penyakit.

Analisis keuntungan Kilabo pakai yaitu *Break Even Point* ( BEP) yang merupakan titik impas metode ini berhubungan langsung dengan biaya, keuntungan, volume produksi, yang mana untuk mengetahui tingkat ke untungan yang harus di capai, pada tingkatan ini usaha kilabo tidak akan mengalami keuntungan kerugian .

$$\text{BEP (Break Event Point)} = \frac{\text{biaya tetap}}{\text{harga jual}-\text{biaya variabel}}$$

adapun tujuan mengapa menggunakan analisis titik impas (BEP)<sup>4</sup> adalah :

1. Untuk mengetahui berapa jumlah produk minimal yang harus di produksi agar bisnis tidak rugi.
2. Berapa harga terendah yang harus di tetapkan agar bisnis tidak rugi.

---

<sup>4</sup> Nurmalina Dita, Tintin, Arif, 2018, *Studi Kelayakan Bisnis*, Bogor: Percetakanipb.

## **BAB III**

### **METODE PELAKSANAAN**

#### **A. Alat dan Bahan**

Dalam pendirian usaha ini, sumber bahan baku utama adalah JAHE MERAH. Jahe yang akan kami gunakan adalah jahe merah yang mudah didapatkan dipasaran karena manfaatnya tanpa adanya pengawet makanan yang kami racik sendiri dengan inovasi rasa yang telah kami pelajari dengan memiliki kualitas produk yang bagus dan dijamin higienis. Adapun bahan baku dalam pembuatan.

a) Bahan yang di gunakan :

##### 1. Jahe Instan Bubuk

Jahe merah yang tua

Gula pasir yang putih (bersih)

Air bersih

Dapat juga ditambahkan rempah-rempah (kayu manis, kapulaga, dan cengkeh)

##### 2. Wedang jahe + wedang Susu jahe

1 kaleng susu segar

Ampas jahe yang telah diperas Airnya

Gula pasir

Gula aren

Air bersih / secukupnya

Ditambahkan rempah-rempah (kayu manis, kapulaga, dan cengkeh)

b) Alat yang digunakan :

1. Kompor gas dan perlengkapannya
2. Wajan tembaga berukuran kira-kira 1 meter
3. Pengaduk dari kayu kelapa panjang kira-kira 1,25 meter
4. Kain saring parutan jahe atau mesin parut
5. Pisau dan baskom untuk pencucian
6. Ayakan dengan ukuran lubang 18 mesh atau 2 mm
7. Sealer atau pengemas (Kemasan yang berlabel)

## **B. Uraian Pelaksanaan Tugas Bagian Pemasaran**

Adapun dalam pemasaran tugas yang harus dilakukan, mulai dari perencanaan penjualan, pelaksanaan, pengawasan dan tanggung jawab untuk memastikan bahwa kegiatan ini berjalan dengan lancar. Berikut merupakan tugas dari bagian pemasaran :

Perencanaan, menyusun strategi pemasaran (4P) berdasarkan kondisi pasar saat ini yang sedang dilanda *Covid-19* dan kemampuan dari usaha kilabo ini dalam merencanakan perluasan usaha kedepannya untuk menyusun kebijakan terkait kegiatan usaha pemasaran dan menganalisis peluang usaha kedepannya, pengawasan untuk mengevaluasi dan menjamin perencanaan strategi pemasaran yang telah disusun berjalan dengan efektif dan baik sesuai yang telah direncanakan, kami juga selalu memperhatikan

alat dan bahan yang akan segera menyusut terhadap penjualan untuk di ganti yang baru. Pelaksanaan selalu berkordinasi satu sama lain dengan anggota kelompok terkait penetapan harga jual di tingkat konsumen maupun disributor selalu menerima apabila terjadinya complain dari konsumen terhadap produk kilabo, mencapai produksi oftimal dalam penjualan dan selalu sigap untuk mendistribuibkan produk agar menjalankan tugas yang telah di tentukan.

Bagian pemasaran produk kilabo juga bertanggung jawab terhadap tugas yang telah di emban agar berjalan dengan lancar. Bertanggung jawab terhadap perencanaan strategi yang telah di susun dan telah di rumuskan, selalu membangun interaksi yang baik terhadap konsumen saat melakukan pemasaran secara *offline online*. menjaga komitmen atara anggota kelompok agar usaha kilabo ini berjalan.

### **C. Proses Promosi Pemasaran**

Program KWU kilabo dalam pengelolaan Produk ini secara umum berjalan lancar dan kondusif dengan mengusung dua Produk yaitu Jahe Instan Bubuk dan Wedang Jahe, produk ini dapat membatu usaha rumahan untuk membuka bisnis baru karena pada saat ini tanaman atau Produk seperti ini juga di cari oleh masyarakat untuk bahan

konsumsi disaat terjadinya pandemi virus *Covid-19* seperti saat ini.

Dalam pemasarannya sendiri kami menggunakan strategi 4p yang di kemukakan oleh Kotler & Armstrong (1997:48), “*Bauran pemasaran atau marketing mix adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, produk, harga, distribusi, dan promosi yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dalam pasar sasaran*”<sup>5</sup>.

Evaluasi diartikan sebagai penaksiran atau penilaian. Nurkencana (1983) menyatakan bahwa evaluasi adalah kegiatan yang dilakukan berkenaan dengan proses untuk menentukan nilai dari suatu hal. Sementara Raka Joni (1975) menjelaskan bahwa evaluasi adalah proses untuk mempertimbangkan sesuatu barang, hal atau gejala dengan mempertimbangkan beragam faktor yang kemudian disebut *Value Judgment*.<sup>6</sup>

Dari pengertian di atas dapat di simpulkan Evaluasi adalah proses menentukan nilai untuk suatu hal atau objek yang berdasarkan pada acuan acuan tertentu untuk

---

<sup>5</sup> Catatanmarketing, 2012 pengertian marketing, wordpress. com/ pengertian marketing, 15 juni 2021, jam 11:21

<sup>6</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Evaluasi> Di akes tanggal 18 juni 2021 jam 12:58

menentukan tujuan tertentu. Dalam mengadakan sebuah proses evaluasi.

Dalam pengevaluasian Proses pemasaran produk Kilabo juga berjalan dengan baik dengan menerapkan strategi Marketing Mix walupun secara sederhana yang diharapkan mampu meningkatkan harga jual dan kepuasan dimasyarakat. Dalam pemasaran membutuhkan yang namanya 4P<sup>7</sup> yang meliputi (*Product, Price, Place, Promotion*).

#### 1. Produk (*Product*)

Produk adalah barang yang di buat atau di produksi untuk memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu<sup>8</sup> *Product* UKM kilabo bagi pengonsumsi baik itu anak-anak sampai Orang tua karena memiliki berbagai hal yang sangat baik dan menarik bagi pengonsumsiya.

##### a. Kualitas

produk kilabo sangat mengedepankan untuk kepuasan para konsumen agar disukai oleh pengonsumsi, dengan tidak menggunakan bahan kima atau pun pengawet apapun untuk menjaga rasa Khas asli jahe merah.

---

<sup>7</sup>Musafar Firli Tengku, 2020, *Manajemen pemasaran*, jawabarat, mediasains indonesia

<sup>8</sup> Musafar Firli tengku, 2020, *Manajemen Pemasaran*. jawabarat: mediasainsindonesia

b. keistimewahan

dari produk ini sendiri jahe merah merupakan salah satu bahan utama dan herbal yang dicari banyak masyarakat untuk menambah imunitas dan menangkal virus seperti pandemi saat ini.

c. Pilihan produk

Saat dibentuk, Kilabo mempunyai satu produk utama yaitu Jahe instan bubuk, karena dilihat dari ampas dari jahe instan tersebut di buang percuma maka kami memanfaatkan ampas tersebut untuk di jadikan wedang jahe yang merupakan produk ke dua dari Kilabo.

d. Nama merek (brand name)

Nama awal brand yaitu Bancoolan Jahe, akan tetapi pada saat itu gagal di karenakan sudah ada yang telah memakai nama tersebut dan telah diresmikan. Dan saat ini merek brand adalah Kilabo, kilabo merupakan singkatan dari nama kelompok kami sendiri yang sudah di resmikan yaitu (Kiki, laras dan bobby) dengan penuh kepercayaan dan keyakinan bahwa brand kami ini suatu saat akan di kenal oleh masyarakat luas.

e. Kemasan

Sama pentingnya dengan kualitas produk yang pungsinya juga mendorong minat pembeli untuk

membeli suatu produk. Kilabo sendiri memberikan kemasan yang menarik memberikan bentuk yang inovasi seiring dengan perkembangan zaman.



**Gambar 1.1** Produk Kilabo

## 2. Harga (*Price*)

Harga produk pada dasarnya adalah jumlah yang di bayar pelanggan untuk menikmatinya<sup>9</sup>. Harga merupakan suatu hal penting dalam pemasaran karena suatu pendapatan usaha merupakan hasil dari menjual suatu produk. Harga dari Kilabo ini sendiri berbeda-beda mulai dari Rp7.000-Rp15.000 sesuai dengan besar ukurannya (gram).

### a. Harga

Tentunya harga sangat penting di cantumkan di suatu produk untuk memudahkan konsumen melakukan pembelian dan perhitungan.

---

<sup>9</sup> Musafar Firlis, 2020 *Manajemen Pemasaran*, Jawa Barat: Mediasains Indonesia Hal 13

**Tabel 2.1** tabel harga

No	Produk	Berat	Harga
1	Jahe Instan Bubuk	100 Gram	Rp. 15.000.00
2	Wedang Jahe/susu	250 MI	Rp. 7.000.00

b. Potongan Harga

Untuk menarik minat konsumen maka dalam pemasaran produk diadakan pemotongan harga ( Discount) pemotongan harga produk Kilabo sendiri dapat menarik minat konsumen untuk membeli suatu produk, apalagi disaat acara atau hari-hari tertentu seperti lebaran dan lain-lain, misalnya harga Jahe Instan bubuk Rp. 15.000 menjadi Rp.12.000.

c. Pemberian hadiah

Pemberian hadiah di lakukan oleh Kilabo selain menarik minat konsumen juga sebagai ucapan telah menjadi pelanggan setia Kilabo, hadiah seperti stiker Kilabo, soupenir, dan juga bonus yang telah di siapkan.

#### d. Sistem pembayaran

Untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran tanpa harus melakukan pembayaran langsung, maka Kilabo telah menyiapkan cara untuk memudahkan pembayaran. Seperti melalui E-banking, tranfer saldo.

### 3. Promosi(*Promotion*)

Diharapkan dari promosi ini adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk.<sup>10</sup> Promosi juga sangat penting karena dapat meningkatkan penjualan, kilabo melakukan beberapa promosi yaitu secara *online* dan *offline* untuk melakukan pemasaran, apalagi di saat ini sedang terjadinya pandemi yang mengakibatkan susah untuk berbaur pada masyarakat, dengan tetap mengedepankan protokol kesehatan kami tetap melakukan promosi langsung.

#### a. *Offline*

Promosi secara offline atau secara langsung *face to face* memberitahukan informasi informal kepada masyarakat tentang Produk, manfaat produk, kualitas

---

<sup>10</sup> Al-Arif, nurianto 2019 *dasar-dasar pemasaran bank Syariah*, bandung: alfabeta hal. 15

produk dan sering di lakukan di sekitar tempat tinggal, sekitar kampus, sekitar tempat wisata, dan ke teman-teman yang akan nantinya di harapkan sampai ke orang lain untuk kenal dengan produk ini.

*b. Online*

Perkembangan pasar Online yang sangat besar di masa pandemi ini juga kami manfaatkan dengan jejaring media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp dengan mempublikasikan produk ke media sosial akan mempermudah para konsumen untuk mengenal lagi tentang produk yang di jual dan mempermudah pembelian tanpa harus bertemu langsung di lapangan.

*c. Penjualan langsung*

Melakukan penjualan kesekitar pameran,seminar mahasiswa, dan di titipkan ke berbagai tempat yang sudah di ajak kerja sama seperti di Arika cell, warung mak Eli, Eksis mart, juga melakukan penjualan langsung ke organisasi mahasiswa dan acara-acara, dengan tetap melakukan protokol kesehatan.

**Tabel 2.2** Rincian Biaya Promotion

no	Promosi	Total	Harga	Jumlah
1	Tranportasi	3 orang x 120 hari	Rp. 360.000	Rp. 360.000
2	Iklan di Medsos	15 GB paket	Rp. 75.000	Rp. 75.000
3	Cetak Label Produk	10 lembar	Rp. 100.000	Rp. 100.000

Jumlah keseluruhan	Rp. 535.000
--------------------	----------------



**Gambar 1.2** Promosi Produk di Arika Cell

#### 4. Place/Tempat (Saluran Distribusi)

Penempatan atau distribusi adalah bagian yang sangat penting<sup>11</sup> sebagai produk minuman yang menjunjung nilai kesehatan maka produk harus tetap higienis agar konsumen yakin untuk membeli dan mengonsumsinya, dalam hal ini kilabo mendistribusikan produk ke tokoh agar mudah di jangkau oleh konsumen. Maka dari itu harus memperhatikan dalam pemilihan tempat distribusi.

##### a. Saluran distribusi dan jangkauan

Dalam hal ini Kilabo belum melakukan distribusi melalui tokoh modern akan tetapi juga Dalam saluran

---

<sup>11</sup> Firli tengku2020, *Manajemen Pemasaran jawa barat; media sains indonesia hal 15*

distribusi produk didistribusikan ke tempat yang mudah di jangkau oleh konsumen seperti di tokoh Mak Eli dan arika Cell, tidak di situ saja kami juga mendistribusikan di tempat tinggal masing-masing.

b. Lokasi

Untuk memudahkan konsumen dalam mendapatkan produk kilabo di tempat lokasi Bumi ayu 6 Rt 23 no 18 kota bengkulu Produksi kami juga melakukan penjualan di sana, akan tetapi harga dan kualitas masih tetap sama dimata masyarakat, selain di tempat produksi lokasi penjualan yang telah bekerja sama yaitu di tempat wiata pantai berkas dan pasar prapto.

c. Transportasi

Dalam memudahkan distribusi kami memakai kendaraan masing-masing untuk pengantaran produk ke tempat penjualan, entah itu langsung di ke konsumen ataupun ke tokoh. Dengan menggunakan transportasi sepeda motor memudahkan kami dalam pengiriman produk ke berbagai tempat di sekitar kota bengkulu.

Lokasi pendistribusian kilabo sangat dekat dengan pertokohan lainnya, Berada ditempat akses jalan yang mudah dijangkau dengan kendaraan. Dengan pendistribusian yang Ramah, cepat, baik, akurat dan teliti bisa menciptakan kepuasan konsumen dan kesetiaan

konsumen terhadap Produk Kilabo agar meningkatkan *Brand* Kilabo di mata masyarakat.



**Gambar 1.3** Lokasi produksi Kilabo

Suatu Produk UKM pasti memiliki kekurangan, kelebihan, ancaman dan peluang masing-masing, termasuk produk UKM Kilabo sendiri juga memiliki kelebihan dan kekurangan pelayanan dan lain-lain, kelebihan, kekurangan, ancaman, peluang produk kilabo sendiri adalah sbagai berikut :

a) Kelebihan produk Kilabo

Kekuatan (*strengths*) dari produk setiap usaha perlu dinilai kelebihan dengan pesaingnya. Penilaian tersebut dapat terjadi pada faktor seperti kemampuan usaha, sumber daya financial, basis pelanggan yang dimiliki dan kekuatan pemasaran. Kekuatan merupakan kelebihan dimiliki. Berdasarkan dari penelitian maka ada

beberapa hal yang penulis dapatkan, beberapa kekuatan yang dimiliki oleh UKM Kilabo sebagai berikut:

1. Memiliki kemasan menarik dan model yang disukai oleh konsumen
2. harga produk sangat terjangkau untuk masyarakat kalangan bawah ke atas
3. Memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh
4. Dikemas dalam bentuk bubuk dan sangat praktis jika ingin dikonsumsi.
5. Telah memiliki izin produksi dari dinas kesehatan Bengkulu.

b) Kelemahan Produk Kilabo

Kelemahan (weakness) dari produk Dalam menjalankan sebuah usaha pasti memiliki kelemahan dalam hal pengoperasiannya, untuk itu kilabo perlu mengetahui kelemahan yang dimilikinya agar mendapatkan langkah yang tepat untuk mengatasinya. Berdasarkan dari hasil penelitian si penulis, maka ada kelemahan yang dimiliki UKM Kilabo, sebagai berikut:

1. Pemasaran kurang baik sehingga jumlah toko langganan belum terlalu banyak.

2. Penikmat wedang jahe hanya kalangan tertentu terutama generasi muda yang lebih menyukai minuman dingin dan segar.
3. Harga bahan baku sering naik di pasara yang mengakibatkan mengeluarkan biaya lebih.

Adapun cara mengatasi kelemahan harus belajar lebih banyak lagi tentang bisnis yang ingin kita bangun kedepannya, mulai dari pemasaran dan pembudidayaan.

c) Ancaman produk kilabo

Setiap usaha pasti mempunyai masalah termasuk ancaman. Ancaman yang menghambat produk kilabo dalam mencapai tujuannya merupakan ancaman dari luar, karena produk kilabo ini merupakan produk baru, berdasarkan penelitian di pasaran kelemahan produk kilabo yaitu :

1. Banyak pesaing yang telah memakai Jahe Merah sebagai bahan baku utama.
2. Produk pesaing lebih jauh di kenal oleh masyarakat di bandingkan produk kilabo.
3. Konsep mudah di tiru pesaing.

Untuk mengatasi ancaman itu kami harus mengoptimalkan kekuatan yang kami miliki agar para konsumen tidak berpaling dari bisnis ini.

d) Peluang produk kilabo

Peluang merupakan faktor pembantu keuangan suatu usaha untuk menjadikannya lebih baik lagi. Faktor lingkungan yang mendukung dalam meningkatkan pemasaran produk kilabo saat ini, dari penelitian penulis menuliskan peluang yang akan produk kilabo dapatkan:

1. banyak masyarakat mencari minuman herbal di saat pandemi seperti ini salah satunya yang terbuat dari Jahe Merah.
2. pembudidayaannya jahe terbilang mudah.
3. Peluang dalam pemasaran besar.
4. Sudah mendapat kan izin PIRT
5. Usaha investasi untuk masa depan.

**Tabel 2.3** Penjualan Produk Kilabo

no	bulan	Nama produk	Berat	Taret penjualan	Target tercapai	Banyak/produk	Harga satuan	Total harga
1	November	Jahe Instan Bubuk	100 Gram	30	43	43 produk	Rp15.000	Rp.645.000
		Wedang jahe	250 MI			-		-
2	Desember	Jahe Instan bubuk	100 Gram	40	56	40 Produk	Rp 15.000	Rp 600.000
		Wedang jahe	250 MI			16 Produk	Rp 7.000	Rp 112.000
3	Januari	Jahe instan bubuk	100Gram	50	72	51 produk	Rp 15.000	Rp.765.000
		Wedang jahe	250 MI			21 produk	Rp. 7000	Rp. 147.000
Jumlah rata-rata				120	171	171 produk	Rp. 59.000	Rp. 2.269.000

Dalam tiga bulan terakhir di hitung dari bulan November-Januari target penjualan kilabo mencapai 120 produk per bulan sedangkan target yang tercapai 171 produk. Untuk total harga yang di berikan ke konsumen Rp 59.000/ 3 bulan. Dan jumlah rata-rata pendapatan tiga bulan terakhir adalah Rp .2.269.000.

#### **D. Analisis Peluang Usaha.**

Menyesuaikan bisnis dengan pasar atau pelanggan. Disinilah kita harus beradaptasi, kecepatan dalam melihat semua perkembangan pelanggan dan pasar akan menjadi kunci keberhasilan Brand Kilabo, dalam menganalisis pasar mulai dari (*Product*) dalam hal ini kita harus memastikan produk dengan hal yang dibutuhkan oleh pelanggan pastinya produk kita mampu menyelesaikan, memenuhi atau memuaskan kebutuhan pelanggan, (*Price*) di sini kalkulasi harga yang tepat, yang menyesuaikan dengan dinamika ekonomi setempat, kita harus membungkus harga dengan tampilan yang bagus dan bisa memancing pelanggan untuk membelinya, (*promotion*) melakukan promosi dengan baik akan meningkatkan pelanggan untuk membeli produk. Seperti senyuman terhadap konsumen sangat menentukan kesetiaan pelanggan, (*place*) pemilihan tempat menentukan laku tidaknya produk yang kami jual di pasaran, lokasi yang bukan hanya sekedar strategis karena banyak dilwati banyak orang. Tapi lokasi itu memang menjadi tempat target pelanggan kita berada. Dinamika ini harus menjadi perhatian lebih oleh anggota kelompok jika ingin peluang usaha ini bisa berkembang dan bertahan.

Setiap produk pasti mempunyai kelebihan masing-masing yang tidak dimiliki oleh pesaing yang juga dimiliki oleh Kilabo, seperti kemasan yang menarik, harga

terjangkau, manfaat dan inovatif, selain itu juga kilabo mungkin juga ada kekurangan seperti, pengonsumsi jahe cuman kalangan tertentu, pemasaran sedikit kurang baik, jadi kita harus belajar lebih banyak lagi tentang bisnis yang ingin kita bangun kedepanya

Suatu bisnis juga tidak lepas dari peluang yang ada di sekitar usaha seperti banyak masyarakat mencari minuman herbal di saat pandemi seperti ini salah satunya Jahe Merah, pembudidayaannya jahe terbilang mudah, Usaha investasi untuk masa depan. Meskipun mempunyai peluang bisni ini juga mempunyai ancaman yang sewaktu-waktu bisa menyerang bisnis kilabo ini, hal ini berupa banyak pesaing menggunakan jahe merah di daerah bengkulu, produk pesaing lebih di kenal, produk mudah di tiru oleh pesaing, oleh karena itu kami harus mengoptimalkan kekuatan yang kami miliki agar para konsumen tidak berpaling dari bisnis ini.

## BAB IV

### JADWAL KEGIATAN

#### A. Anggaran Biaya

#### B. Anggaran Biaya dari PKM produksi Kilabo

**Tabel 2.4** Anggaran Biaya

No	Kegiatan	Harga Barang		Total pembelian
		Unit	Harga (Rp)	
<b>A.</b>	<b>TAHAP PELAKSANAAN</b>			
<b>1.</b>	<b>Produk Jahe Instan Bubuk</b>			
	Jahe merah (kecil)	10 kg	30.000	300.000
	Gula pasir	10 kg	12.500	125.000
	Kapulaga	1 bungkus	1.000	1.000
	Cengkeh	1bungkus	1.000	1.000
	Kayu manis	1 bungkus	1.000	1.000
	<b>Jumlah</b>			<b>428.000</b>
<b>2.</b>	<b>Produk Wedang Jahe Susu</b>			
	Gula Pasir	10 kg	12.500	125.000
	Gula Merah	2 kg	15.000	30.000
	Susu kental manis	2 kaleng	11.000	22.000
	<b>Jumlah</b>			<b>177.000</b>
<b>B.</b>	<b>PERALATAN LENGKAP</b>			
<b>1.</b>	<b>Peralatan Produk Jahe Instan Bubuk</b>			
	Pisau	1	10.000	10.000

	Kain saring	1	10.000	10.000
	Timbangan	1	150.00 0	150.000
	Wajan	1	150.00 0	150.000
	Kompore gas	1	250.00 0	250.000
	Tabung gas	1	150.00 0	150.000
	Baskom	3	5.000	15.000
	Pengaduk kayu besar	2	20.000	40.000
	Pengaduk kayu kecil	1	10.000	10.000
	Ayakan	1	10.000	10.000
	Sikat plastic	1	5.000	5.000
	Kemasan + stiker	1000	800	800.000
	<b>Jumlah</b>			<b>1.600.000</b>
<b>2.</b>	<b>Peralatan Lengkap Wedang Jahe Susu</b>			
	Kain saring	1	10.000	10.000
	Timbangan	1	150.00 0	150.000
	Wajan	1	150.00 0	150.000
	Kompore gas	1	250.00 0	250.000
	Tabung gas	2	150.00 0	150.000
	Baskom	2	5.000	10.000
	Pengaduk kayu kecil	1	10.000	10.000
	Kemasan Botol + Stiker	700	1.200	840.000
	<b>Jumlah</b>			<b>1.570.000</b>
<b>C.</b>	<b>PELAPORAN</b>			

	Proposal dan Pengadaan	4buah	20.000	80.000
	Atk kertas HVS	2rim	30.000	60.000
	Flask disk	1buah	100.00 0	100.000
	<b>Jumlah</b>			<b>240.000</b>
<b>D.</b>	<b>TRANSPORTASI</b>			
	Distribusi produk	3 org X 20 hari	60.000	60.000
	<b>Jumlah</b>			<b>60.000</b>
<b>E.</b>	<b>PROMOSI</b>			
	Iklan dimedia social	15 gb paket	75.000.	75.000
	Cetak label produk	10 lembar	100.00 0.	100.000
	<b>Jumlah</b>			<b>175.000</b>
<b>F.</b>	<b>TAHAP PELATIHAN</b>			
	<b>Achievement Motivation Training</b>			
	<b>Pelatihan sertifikasi Pangan</b>	<b>350.000</b>		<b>350.000</b>
	<b>TOTAL BIAYA JUMLAH A-F</b>			<b>4.600.000</b>

No	Pelaksanaan Kegiatan	Bulan ke			
		I Oktober	II November	III Desember	IV Januari
1	Perencanaan	■	■		
2	Survey Bahan Baku		■	■	
3	Pelatihan dan Praktek		■	■	■
4	Publikasi dan Promosi			■	■
5	Produksi		■	■	■
6	Pemasaran			■	■
7	Evaluasi				■
8	Pembuatan laporan				■

### C. Jadwal kegiatan

Tabel 2.5 jadwal kegiatan

Keterangan :

- a. Putih, libur
- b. Kuning , ( melakukan kegiatan bersama Tim)
- c. Hitam, kegiatan kegiatan bagian pemasaran

## **BAB V**

### **HASIL YANG DICAPAI DAN POTENS KEBERLANJUTAN**

#### **1. Hasil yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program**

luaran program yang di capai dari kegiatan PKM ini meliputi beberapa jenis, yaitu:

- a. Bagi tim kelompok, Dapat Menciptakan produk-produk baru bagi usaha rumaha dengan kemasan yang menarik dan simpel bagi konsumen, memiliki khaisat yang sangat bagus untuk menambah imunitas dan kekebalan tubuh bagi para pengonsumsi di masa Covid-19 ini, sehingga keberhasilan kegiatan ini sangat tergantung pada terjalinya kerjasama antara anggota kelompok sesuai tugas masing-masing. Para kelompok juga merasakan suasana yang berbeda dalam kegiatan ini karena di laksanakan dalam kondisi pandemi, dan segala batasan sebagai upayah mencegahnya penularan covid-19. Meskipun ruang gerak tidak terlalu luas namun kegiatan ini tetap merupakan salah satu kewajiban yang harus di laksanakan dan ternyata hasinyapun sesuai dengan yang di targetkan.
- b. Bagi mahasiswa, sebagai contoh dan motivasi bagi pembaca supaya dapat menciptakan usaha-usaha baru yang inovatif, alternatif dan bermanfaat juga tepat

guna, sehingga bagi mereka laporan ini dapat di kembangkan dan di pertimbangkan agar menjadi usaha yang baru. Selain bertambahnya ilmu tentang pemasaran juga menambah pengetahuan untuk memanfaatkan menjadi sebuah produk baru yang berjual nilai tinggi.

- c. Pemberian Sertifikat Produksi Rumah Tangga (SPP-IRT) ke Kilabo berdasarkan peraturan kepala badan pengawaan obat dan makanan tentang pedoman pemberian SPP-IRT<sup>12</sup> dengan nomor IRT NO 5.13.1771.01.0289.26 dan dengan nomor induk berusaha (NIB) 1266000132874 yang telah di keluarkan secara resmi oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

## **2. Potensi Keberlanjutan Program**

Kedepannya, karena referensi masyarakat terhadap minuman jamu jahe, maka bisnis ini akan memiliki prospek yang sangat baik ke depan karena kualitas yang terjaga. Ketika dihadapkan dengan persaingan dari produsen lain dan pesaing lainnya, bisnis akan bertahan ancaman internal dan eksternal. Segmen pasar yang akan kami targetkan adalah seluruh masyarakat. Meski harus melawan pandemi seperti ini

---

<sup>12</sup> Pemerintah kota Bengkulu,2021, *Dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu*,Bengkulu,dpmptspkotabkl.

kami akan tetap menjual dengan tetap melakukan Proses, menjual produk kami di sekitar rumah dan di berbagai pasar regional.

a. Potensi Keberlanjutan Dilingkungan

untuk keberlanjutan disekitar lingkungan, *Place* atau tempat yang kita masuki juga menentukan keberhasilan bekerja di pasar sasaran. dengan menerapkan berbagai penjualan di pasar *Online Offline* Karena target konsumennya adalah seluruh kalangan masyarakat. Penjualan Lebih banyak mendominasi dijual dipasaran *Online* melalui Aplikasi seperti Facebook, WhatApp, IG dan forum-forum Bengkulu dan akan tetapi penjualan juga di lakukan secara *offline* di jual melalui penitipan ditokoh seperti Eksis Mart, Arika Cell, Warung Mak Ely dan penjualan secara langsung oleh anggota kelompok. Secara aspek sosial keagamaan bahan baku yang kami gunakan dalam proses pembuatan jahe bubuk, wedang ini menggunakan bahan alami tanpa adanya bahan campuran lainnya, seperti bahan pewarna dan pengawet sehingga aman dan Halal untuk di konsumsi.

b. Potensi keberlanjutan masa depan

Sekarang ini UKM kilabo telah melakukan pembudidayaan Jahe merah untuk mencadangi kedepanya agar disaat harga jahe di pasar naik dan melambung, kita memiliki persiapan jahe untuk siap di produksi, bibit jahe

yang di pakai yaitu sisa-sisa jahe yang kami beli dan tidak layak di produksi kami budidayakan kembali selain itu pembudidayaan jahe ini juga akan memperindah lingkungan rumah.



***Gambar 1.4*** budidaya Jahe merah Kilabo

Selain itu kami akan berusaha keras untuk prospek kedepanya dalam pemasaran agar menjadi lebih baik dan di kenal oleh masyarakat indonesia yaitu dengan mendaftarkan produk kami ini ke bisnis online seperti akun shopee, bukalapak, beli-beli dan grabfood untuk investasi akan keberlanjutan usaha Kilabo kedepanya.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. EVALUASI**

Kegiatan UMKM Kilabo ini yang telah kami jalani memiliki peluang usaha yang bagus di masyarakat kota Bengkulu. Hal ini terbukti dari minat konsumen di saat pandemi seperti ini terhadap minuman herbal dan khasiatnya bagi imunitas tubuh apa lagi pada saat pandemi sekarang dengan tanaman Jahe merah di Bengkulu ini membuat kami tidak susah untuk mencari bahan produksi. Banyak masukan yang di berikan oleh Konsumen kepada kami di saat memasarkan produk seperti masalah rasa Produk Kilabo yang berbentuk Wedang Jahe karena rasanya agak sedikit pahit, maka kami memberikan penjelasan bahwa sistem pembuatan Wedang berbeda dengan yang lain, biasanya pembuatan Wedang menggunakan Jahe utuh lalu di geprek atau dimemarkan sedangkan Wedang yang kami buat adalah memanfaatkan Ampas Jahe Instan agar rama lingkungan, dan tidak mengeluarkan biaya yang lebih dalam, menggunakan Ampas dari Jahe Instan yang sebelumnya digiling menggunakan Blender yang membuat sari-sari jahe tadi diserap sepenuhnya oleh Produk Instan Jahe, dan juga untuk melakukan evaluasi sistem pemasaran agar lebih dikenal lagi oleh masyarakat luar Kota, luar Daerah.

Untuk perkembangan usaha Kilabo kedepannya usaha ini akan tetap bisa tumbuh dan berkembang bukan hanya didaerah Bengkulu saja tetapi bisa sampai keluar Kota Bengkulu dan kami bisa melakukan pelatihan untuk menambah wawasan masyarakat dalam bidang berbisnis.

## **B. KESIMPULAN**

Kondisi pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia dan diberbagai daerah di tanah air telah menyebabkan berbagai permasalahan di bidang perekonomian. Termasuk Bengkulu juga mengalami gangguan yakni terjadinya penurunan pertumbuhan ekonomi. UMKM sebagai penopang perekonomian terutama kuliner di Indonesia ternyata merupakan sektor yang paling pertama dan paling terdampak oleh pandemi *Covid-19*. karena banyak masyarakat yang takut terpapar dengan virus corona itu sendiri, saat pandemi ini strategi marketing di kedepankan demi mengembngkan usaha UMKM kilabo agar tetap berjalan.

Dengan menciptakan usaha rumahan yang mempunyai fungsi bagi kesehatan tubuh untuk menambah imunitas agar terhindari dari virus. Berbagai cara pemasaran di lakukan untuk menghadapi pesaing-pesaing lain, Berdasarkan pemasaran selama pandemi ini, strategi yang di pakai oleh kilabo yaitu strategi *mareketing mix* melalui pasar *online dan oflinenya* memudahkan kami dalam memasarkan

produk, meski harus mengalami hambatan *social distancing* tapi kami tetap melaksanakannya dengan tetap mematuhi protokol kesehatan agar masyarakat dapat mengenal produk kilabo ini lebih jauh lagi sehingga bisa menciptakan ekonomi-ekonomi baru dan kreatif saat pandemi.

### C. SARAN

Berdasarkan laporan yang di buat dan dilakukan oleh penulis dengan keterbatasannya dalam melakukan penelitian ini, maka penulis mengajukan beberapa saran bagi pembaca yaitu:

- a. Penelitian ini masih dapat dilanjutkan dengan memperhatikan kondisi perkembangan pandemi Covid-19 di Indonesia terutama di Bengkulu serta dampaknya bagi perekonomian. Bagi pelaku UMKM, dapat terus aktif menggunakan sosial media dalam pemasaran dan penjualan serta memperbaiki strategi selama pandemi Covid-19 dan pasca pandemi Covid-19 nantinya.
- b. Penyusunan laporan ini memerlukan perbaikan dan kritik serta saran yang membangun. Agar di saat membuat laporan di masa depan dapat lebih baik. Untuk itu, penulis juga meminta saran untuk menyempurnakan laporan ini.

- c. Penelitian ini diharapkan menjadi pedoman untuk masyarakat yang ingin membangun usaha dibidang UMKM.
- d. Terciptaknya ekonomi kreatif yang inovatif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan terbukanya peluang usaha dengan membangun usaha kecil menengah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Admin, 2020. “*usaha kuliner yang paling kena dampak pandemi covid19*” <https://kabarkampus.com/2020/11/usaha-kuliner-paling-kena-dampak-pandemicovid-19/> diakses pada 15 juli 2021 jam 09;00.
- Al-Arif, nurianto 2019 *dasar-dasar pemasaran bank Syariah*,bandung:alfabeta hal. 15
- Ariyanto aris,dkk, 2021 *Strategi pemasaran UMKM dimasa pandemi*.sumatera barat :insancendikiamandiri hal.10
- catatan marketing, 2012 *pengertian marketing*, [catatanmarketing.wordpress.com/](https://catatanmarketing.wordpress.com/) pengertian marketing, diakses 15 juli 2021 jam 11:21
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Evaluasi> Di akes tanggal 18 juni 2021 jam 12:58
- Musafar, Firli Tengku. 2020. *Manajemen pemasran*, Jawa Barat: Media Sains Indonesia
- Otoh khoirullah, dan ade, *pengembangan UKM kerupuk dua putra desa sidoda di kecamatan way lima kabupaten pewartawan*, 2019
- Pemerintah kota bengkulu, *Dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu*,bengkulu:dpmpptspkotabkl

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



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BENGKULU

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

**SURAT PENUNJUKAN**

Nomor: 1508/In.11/F.IV/PP.00.9/12/2020

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 : Miti Yarmunida, M. Ag.  
NIP. : 197705052007102002  
Tugas : Pembimbing Tugas Akhir

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft program kreativitas mahasiswa, kegiatan penyusunan kegiatan kreativitas mahasiswa ini dilakukan sampai persiapan ujian tugas akhir bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

1. N A M A : Bobby Wahyu Purnama  
NIM : 1711140085
2. N A M A : Larasati  
NIM : 1711140067
3. N A M A : Kiki Mariah  
NIM : 1711140095  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Tugas Akhir : **Bencoolen Jahe**  
Keterangan : Program Kreativitas Mahasiswa

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

Ditetapkan di : Bengkulu

Pada Tanggal : 29 Desember 2020

Dekan

Dr. Asnaini, MA

NIP. 197304121598032003

Tembusan :

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



**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 : Bobby Wahyu Purnama  
 NIM : 1711140085  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Anggota : 1. Larasti<sup>1</sup> (NIM : 1711140067)  
 2. Kiki Mariah (NIM : 1711140095)  
 (maksimal 3 Orang)

**II. Pilihan Tugas Akhir:**

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

Judul Tugas Akhir:

PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA (UKM) "BENCOOLEN JAHE"

**III. Proses Validasi:**

**A. Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir**

Catatan: *Bisa dilanjutkan!*

Bengkulu,.....  
 Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Miti Yarmunida, M.Ag  
 Nip : 197705052007102002

**B. Ketua Jurusan**

Judul yang disetujui:

*SOA*

Penunjukkan Dosen Pembimbing:

*Miti Yarmunida, M. Ag*

Bengkulu,.....

Mengesahkan  
 Kajur Ekis/Manajemen  
*Desi Isnaini, MA*  
 Nip: 197412022006042001

Ketua Tim  
 Mahasiswa  
  
Bobby Wahyu Purnama  
 Nim : 1711140085

## Biodata (CV) Dosen Pendamping

### 1. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Dra. Fatimah Yunus, MA
2	NIP/NIDN	1963031920032003
3	Jenis Kelamin	Perempuan
4	Pangkat, gol/Jabatan	Pembina (IV/A)
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Bengkulu, 19 Maret 1963
6	Alamat E-mail	fatimahyunus13@gmail.com
7	Nomor Telepon/HP	0813-6726-7945
8	Motto	Yakin Usaha Sampai

### 2. Riwayat Pendidikan Formal/Non Formal (jumlah tabel disesuaikan kebutuhan)

No	Pendidikan	Asal Sekolah/PT	Tahun Tamat
1	S1	IAIN	1991
2	S2	UMJ	2007

### 3. Rekam Jejak Tri Dharma PT (tiga tahun terakhir)

#### a. Pendidikan/Pengajaran

No	Nama Mata Kuliah	Wajib/Pilihan	SKS
1.	Fikih Ibadah	Wajib	2
2.	Fikih Haji dan Umroh	Wajib	4

#### b. Penelitian

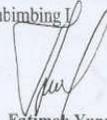
No	Judul	Penyanggah Dana	Tahun/Output
1.	Multipier Efecce Keberadaan Kelapa Sawit	Mandiri	2018
2.	Pemetaan SDM Dosen/Karyawan FEBI	APBN/DIPA	2019

**c. Pengabdian Kepada Masyarakat**

No	Judul	Penyandang Dana	Tahun/Output
1.	Kampung Zakat, Model Pemberdayaan Berbasis Zizwaf	DIPA/APBN	2020
2.	Pendampingan Koperasi An-Nida	Mandiri	2020

Bengkulu, 29 Maret 2021 M  
15 Syakban 1442 H

Pembimbing I



Dra. Fatimah Yunus, MA

NIP. 19630319200032003

Lampiran Biodata Dosen Pembimbing

1. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Miti Yarmunida M.Ag
2	NIP/NIDN	197705052007102002
3	Jenis Kelamin	Perempuan
4	Pangkat, gol/Jabatan	Penata Tk 1 / III d / Lektor
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Gn. kaya , 05 Mei 1977
6	Alamat E-mail	miti.yarmunida@uinbengkulu.ac.id
7	Nomor Telepon/HP	082268775011
8	Motto	Mencari Ridho Allah

2. Riwayat Pendidikan Formal/Non Formal (jumlah tabel disesuaikan kebutuhan)

No	Pendidikan	Asal Sekolah/PT	Tahun Tamat
1	S1	UIN Imam Bonjol	2000
2	S2	UIN Imam Bonjol	2004

3. Rekam Jejak Tri Dharma PT (tiga tahun terakhir)

a. Pendidikan/Pengajaran

No	Nama Mata Kuliah	Wajib/Pilihan	SKS
1.	Fiqh Muamalah	wajib	3
2.	fiqh Mua kontem porev	wajib	3

b. Penelitian

No	Judul	Penyandang Dana	Tahun/Output
1.			2019/Jurnal
2.			2018/Laporan

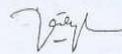
c. Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Judul	Penyandang Dana	Tahun/Output
1.			
2.			

Semua data yang tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya bersedia menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Tugas Akhir PKM Mahasiswa yang dibimbing.

Bengkulu, Januari 2021 M

Dosen Pendamping 2



Miti Yarmunida M.Ag  
NIP. 197705052007102002

## LAMPIRAN 1

### BIODATA KETUA

#### 1. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap	Bobby wahyu purnama
2.	NIM	1711140085
3.	Jenis Kelamin	Laki-laki
4.	Program Studi	Perbankan Syariah
5.	Tempat dan Tanggal Lahir	Muara Payang, 19-Juni-1999
6.	Alamat E-mail	<a href="mailto:Bobbywpm5@gmail.com">Bobbywpm5@gmail.com</a>
7.	Nomor Telepon/HP	0858-3299-3200/082289122182
8.	Moto	Awali dengan Bismillah, jalani dengan ikhlas dan selesaikan dengan senyuman.

#### 2. Riwayat Pendidikan Formal dan Non Formal

No	Pendidikan	Asal Sekolah	Tahun Tamat
1	SD	SD Negeri 03 Muara Payang	2005-2011
2	SMP	SMP Negeri 1 Jarai	2011- 2014
3	SMA	SMA Negeri 1 Jarai	2014-2017

#### 3. Pengalaman Organisasi yang Pernah Diikuti

No	Nama Organisasi	Status dalam Organisasi	Waktu dan Tempat
1	KSEI SEM-C	Kepala Divisi Media Syi'ar	25 Oktober 2019- 25 Oktober 2020, IAIN Bengkulu
2			

3			
---	--	--	--

4. Pelatihan/workshop/Penghargaan Yang Pernah Diterima

No.	Jenis	Pihak Pelaksana	Tahun
1			
2			
3			

Semua data yang tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya bersedia menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Tugas Akhir PKM.

Bengkulu, 15 Agustus 2020 M

25 Zulhijah 1441 H

Ketua



TTD

**Bobby Wahyu Purnama**

NIM : 1711140085



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51171

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nema/NIM/Prodi : Bobby Wahyu Purnama/1711140085/Perbankan Syariah  
Pembimbing I : Miti Yarnunida, M.Ag  
Judul Tugas Akhir : Sistem pemasaran UMKM produksi Kilabo menggunakan strategi marketing mix (Di bumi ayu 6 Rt. 23 No. 18 Kota Bengkulu)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	10/11/2021	Revisi Proposal	Perbaikan, Penulisan (EYD) masih banyak yg salah.	V
2	26/11/2021	Memperbaiki Produk KILABO, jake instan dan kemasan jake	Perbaikan Warna (EYD) logo, Perbaiki Sain Perbaikan Proposal	V
3	29/11/2021	ACC persetujuan Produk KILABO	Kedepannya Praktek kilabo dipertahankan dan mengeluarkan inovasi-inovasi baru	V
4	12/12/2021	Penyerahan SK penunjang dan proposal	-	V
5	28/12/2021	Perbaikan Laporan	Pembagian Laporan Individu Sesuai tugas masing-masing	V
6	02/01/2022	Perbaikan Laporan bagian keuangan.	Perbaikan laporan bagian pemasaran Sesuaikan dengan Pedoman dari Cover Sampul Kilabopram - Peluang pasar depan usaha KILABO	V

7	01/2021 /03	Perbaikan Laporan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perbaikan Cover (Judul) harus sesuai dengan laporan pertanggungjawaban individu.</li> <li>- Penulisan, Perbaikan, Spasi sesuai pedoman</li> </ul>	J
8	08/2021 /03	ACC	<ul style="list-style-type: none"> <li>- dapat di lanjutkan ke Pembimbing I</li> </ul>	J

Bengkulu, 8 Maret 2021 M

24 Rajab 1442 H

Pembimbing II



Miti Yarmunida, M.Ag  
NIP. 197705052007102002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51171

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama/NIM/Prodi : Bobby Wahyu Purnama/1711140085/Perbankan Syariah  
Pembimbing I : Dra. Fatimah Yunus, MA  
Judul Tugas Akhir : System Pemasaran UMKM Produksi Kilabo Menggunakan Strategi Marketing Mix (Di Bumi Ayu 6 RT 23 No. 18 Kota Bengkulu)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	8/3 2021	Julu TA UMKM kilabo	- dari nama bereslah jalu kilaban mengah kilabo	
	15/3 2021	fokus penelitian jalu BAB evaluasi hasil potensi keberlanjutan bisnis baru.	Proses pemasaran fokus dengan strategi kilabo cobaan baru fokus potensi bisnis baru	
	22/3 2021	Perbaiki Laporan Penyerahan Sampel Produk Kilabo Jalu Instruksi dan wawancara	kritik dan saran mengajar produk kilabo	
	24/3 2021	#cc	- dapat diproses untuk sidang akhir. - Lengkapi syarat- syaratnya.	

Bengkulu, 5 April 2021 M

22 Syaaban 1442 H

Pembimbing I

Dra. Fatimah Yunus, MA

NIP. 19630319200032003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51171

DAFTAR NILAI TUGAS AKHIR

Nama/NIM/Prodi : Bobby Wahyu Purnama/1711140085/Perbankan Syariah  
Pembimbing II : Miti Yarmunida, M.Ag  
Judul Tugas Akhir : System pemasaran UMKM produksi Kilabo menggunakan strategi marketing mix (Di bumi ayu 6 Rt. 23 No. 18 Kota Bengkulu)

Nilai :

No	Kriteria	Bobot (%)	Skor	Nilai (Bobot Skor)
1	Isi a. Gagasan b. Perumusan Masalah c. Ketepatan Usaha/Program d. Kreaktifitas Pemikiran	30	85	27
2	Metode Pelaksanaan a. Kesesuaian Metode b. Kerjasama	20	85	20
3	Manfaat Bagi Masyarakat a. Kontribusi untuk Masyarakat b. Potensi Keberlanjutan (Sustainability)	20	80	10
4	Penjadwalan Kegiatan, Lengkap, Jelas, dan Waktunya Sesuai	5	85	5
5	Penyusunan Anggaran Biaya Lengkap, Rinci, Wajar dan Jelas Peruntukkannya	5	85	3
6	Laporan Kegiatan a. Kelengkapan b. Bahasa c. Sistematika Penulisan	20	90	20
TOTAL		100		85

Bengkulu, 8 April 2021 M

24 Rajab 1442 H

Pembimbing II

**Miti Yarmunida, M.Ag**  
NIP. 197705052007102902



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51171

DAFTAR NILAI TUGAS AKHIR

Nama/NIM/Prodi : Bobby Wahyu Purnama/1711140085/Perbankan Syariah  
Pembimbing I : Dra. Fatimah Yunus, M.A  
Judul Tugas Akhir : System pemasaran UMKM produksi Kilabo menggunakan strategi marketing mix (Di bumi ayu 6 Rt. 23 No. 18 Kota Bengkulu)

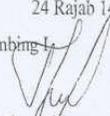
Nilai :

No	Kriteria	Bobot (%)	Skor	Nilai ( Bobot Skor)
1	Isi a. Gagasan b. Perumusan Masalah c. Ketepatan Usaha/Program d. Kreativitas Pemikiran	30	85	25.5
2	Metode Pelaksanaan a. Kesesuaian Metode b. Kerjasama	20	85	17
3	Manfaat Bagi Masyarakat a. Kontribusi untuk Masyarakat b. Potensi Keberlanjutan (Sustainability)	20	80	16
4	Penjadwalan Kegiatan, Lengkap, Jelas, dan Waktunya Sesuai	5	85	4.25
5	Penyusunan Anggaran Biaya Lengkap, Rinci, Wajar dan Jelas Peruntukkannya	5	85	4.25
6	Laporan Kegiatan a. Kelengkapan b. Bahasa c. Sistematika Penulisan	20	85	17
TOTAL		100		84.5

Bengkulu, 8 April 2021 M

24 Rajab 1442 H

Pembimbing I

  
**Dra. Fatimah Yunus, M.A**  
NIP. 19630319200032003



**PEMERINTAH KOTA BENGKULU  
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN  
TERPADU SATU PINTU**

Jl. WR Supratman Kel. Bentring Permai Kec. Muara Bangkahulu  
Telp. (0736) 349731 Fax. (0736) 349731 email : dpmpstpkotabkl@gmail.com

**SURAT PERSETUJUAN PEMENUHAN KOMITMEN  
NOMOR : 1502111153/DPMPTSP/II/2021**

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, yang bertandatangan di bawah ini Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Bengkulu menyetujui pemenuhan komitmen izin / non izin, Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga kepada :

Nama Perusahaan : KILABO  
Nama Penanggung jawab : LARASATI  
Nomor Induk Berusaha (NIB) : 1266000132874  
Alamat Lokasi Usaha : Jln Bumi Ayu 6, Kel. Bumiayu, Kec. Selebar,  
Kota Bengkulu  
Jenis Komitmen : Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah  
Tangga  
Jenis Dokumen : Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah  
Tangga  
Nomor Dokumen : 1502111153  
Notifikasi / Nomor : 440/83.b/LHp.IRTP/D.Kes/2021  
Rekomendasi Perangkat Teknis :  
Tanggal Rekomendasi Teknis : 16 Februari 2021

Demikian surat persetujuan pemenuhan komitmen ini dibuat untuk dapat diproses lebih lanjut.

Dikeluarkan di : **Kota Bengkulu**  
Pada Tanggal : **25 Februari 2021**



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN.





PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

NOMOR INDUK BERUSAHA (NIB)  
1266000132874

Berdasarkan ketentuan Pasal 24 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, Lembaga OSS menerbitkan NIB kepada :

Nama Pemilik Usaha : LARASATI  
Nomor KTP : 1771015305980002  
NPWP Pemilik Usaha :  
Nama Usaha : KILABO  
NPWP Usaha : -  
Alamat : JL BUMI AYU 6 D NO. 18, Kel. Bumi Ayu, Kec. Selebar, Kota Bengkulu, Prov. Bengkulu  
Kode dan Nama KBLI : 10762 - INDUSTRI PENGOLAHAN HERBAL (HERB INFUSION)  
Akses Kepabeanaan : -  
Kekayaan Bersih : Rp 20.000.000 ( Dua Puluh Juta Rupiah)

1. NIB merupakan identitas Pelaku Usaha dalam rangka pelaksanaan kegiatan berusaha dan berlaku selama menjalankan kegiatan usaha sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. NIB adalah bukti Pendaftaran Penanaman Modal/Berusaha yang sekaligus merupakan pengesahan Tanda Daftar Perusahaan dan hak akses kepabeanaan.
3. Lembaga OSS berwenang untuk melakukan evaluasi dan/atau perubahan atas izin usaha (izin komersial/operasional) sesuai ketentuan perundang-undangan.
4. Seluruh data yang tercantum dalam NIB dapat berubah sesuai dengan perkembangan kegiatan berusaha
5. Apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam Keputusan ini, maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya

Diterbitkan tanggal : 27 Januari 2021  
Perubahan ke-2 Tanggal : 15 Februari 2021

Oleh: Badan Koordinasi Penanaman Modal



*Dokumen ini diterbitkan melalui Sistem OSS atas dasar data dari pelaku usaha. Kebenaran dan keabsahan atas data yang ditampilkan dalam dokumen ini dan data yang tersimpan dalam Sistem OSS menjadi tanggung jawab pelaku usaha sepenuhnya.*



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

IZIN USAHA

(Izin Usaha Mikro Kecil)

Berdasarkan ketentuan Pasal 31 Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, untuk dan atas nama Menteri, Pimpinan Lembaga, Gubernur, Bupati/Walikota, Lembaga OSS menerbitkan Izin Usaha berupa Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) kepada:

Nama Pemilik Usaha	: LARASATI
Nomor Induk Berusaha	: I266000132874
Alamat Pemilik Usaha	: JL BUMI AYU 6 D NO. 18, Kel. Bumi Ayu, Kec. Selebar, Kota Bengkulu, Prov. Bengkulu
Nama Usaha	: KILABO
Kode KBLI	: 10762
Nama KBLI	: INDUSTRI PENGOLAHAN HERBAL (HERB INFUSION)
Alamat Usaha	: JLN bumi ayu 6 rt 23 rw 01 no 18 block D, Kel. Bumi Ayu, Kec. Selebar, Kota Bengkulu, Prov. Bengkulu

IUMK berlaku untuk melakukan kegiatan usaha baik produksi maupun penjualan barang/jasa dan berlaku sebagai izin lokasi usaha sesuai ketentuan perundang-an.

Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) berlaku efektif sejak tanggal dikeluarkan.

Apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam Keputusan ini, maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

Tanggal Terbit Izin usaha	: 27 Januari 2021
Perubahan ke-2 Tanggal	: 15 Februari 2021



*Dokumen ini diterbitkan melalui Sistem OSS atas dasar data dari pelaku usaha. Kebenaran dan keabsahan atas data yang ditampilkan dalam dokumen ini dan data yang tertera dalam Sistem OSS menjadi tanggung jawab pelaku usaha sepenuhnya.*



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

LEMBAR SARAN TIM PENGUJI

Nama Mahasiswa  
NIM  
Judul Skripsi

*Robby Watiya purnama*  
*1711140005*

NO	Tanggal	Masalah	Saran
		<i>judul</i> <i>- penulisan</i> <i>- tyy</i> <i>- kengkap</i> <i>- cantu</i>	<i>proses</i> <i>/</i>

Bengkulu, .....  
Penguji I/II

*[Signature]*  
*M. Dedy Gunawan Ph.D.*  
NIP





Hasil Dari Proses Pembuatan Bubuk Sari Jahe Dan Wedang Jahe





Penjualan Produk Jahe





Pembudidayaan Jahe Merah Kilabo



Wedang siap jual



Proses pemberian logo



Siap di distribusikan



**ANALISIS SISTEM PRODUKSI, KEUANGAN BREAK EVENT  
POINT (BEP) DAN PEMASARAN MARKETING MIX (4P)  
DARI HASIL PRODUKSI JAHE MERAH UMKM KILABO**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

**Oleh :**

**Bobby Wahyu Purnama NIM 1711140085**

**Kiki Mariah NIM 1711140098**

**Larasati NIM 1711140067**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
BENGKULU, 2021 M/1442 H**



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jln. Raden Fatah Pagar Dewa telp (0736) 51276.51171 Faka.(0736) 511171  
Email :aak@iain Bengkulu.ac.id

---

**HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR PROGRAM KREATIVITAS  
MAHASISWA (PKM)**

1. Nama/NIM/Prodi : Bobby Wahyu Purnama 1711140085 Perbankan Syariah
2. Status Dalam Tim : Ketua
3. Judul Kegiatan : System pemasaran UMKM produksi kilabo menggunakan strategi marketing mix (di bumi ayu 6 RT 23 No.18 kota Bengkulu)
4. Lokasi kegiatan : Jl. Bumi Ayu 6 RT. 23 RW. 01 Blok D Kota Bengkulu
5. Waktu Kegiatan : September s.d Maret
6. Biaya : Rp. 3.813.500

Dapat disetujui untuk diajukan dalam seminar hasil Program Kreativitas Mahasiswa sebagai Tugas Akhir pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.

Bengkulu, 8 Maret 2021 M  
24 Rajab, 1442 H

Pembimbing I

**Dra. Fatimah Yunus, M.A.**  
NIP. 19630319200032003

Pembimbing II

**Miti Yarmunida, M.Ag.**  
NIP. 197705052007102002

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Program .....	3
D. Manfaat Program .....	4
E. Luaran Yang Diharapkan.....	5
<b>BAB II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA</b>	
A. Analisa Produk.....	6
B. Pangsa Pasar.....	7

C. Lokasi Usaha.....	8
D. Analisa Kelayakan Usaha/Program .....	9
E. Analisis Keuntungan.....	10
 <b>BAB III METODE PELAKSANAAN</b>	
A. Alat Dan Bahan.....	12
B. Uraian Pelaksanaan Tugas Bagian Produksi, Keuangan Dan Pemasaran .....	13
C. Proses Pemasaran Jahe Instan Bubuk Dan Wedang Jahe Susu Di UMKM KILABO .....	26
D. Analisa Peluang Usaha UMKM KILABO .....	27
 <b>BAB IV JADWAL KEGIATAN</b>	
A. Anggaran Biaya .....	29
B. Jadwal Kegiatan .....	32
 <b>BAB V HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN</b>	
A. Hasil Yang Dicapai .....	34
B. Potensi Keberlanjutan Program .....	34
 <b>BAB VI PENUTUP</b>	
A. Evaluasi.....	37
B. Kesimpulan .....	38
C. Saran .....	39
 <b>DAFTAR PUTAKA</b>	
 <b>LAMPIRAN – LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Investasi Peralatan Jahe Instan Bubuk .....	18
Tabel 3.2 Investasi Modal Kerja Jahe Instan Bubuk.....	19
Tabel 3.3 Investasi Peralatan Wedang Jahe .....	21
Tabel 3.4 Investasi Modal Kerja Wedang Jahe.....	22
Tabel 3.5 Rincian Biaya Promotion .....	25
Tabel 4.1 Anggaran Biaya.....	29
Tabel 4.2 Jadwal Kegiatan .....	3

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Dokumentasi

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Jahe (*Zingiberoficinale*) merupakan tanaman rimpang yang populer digunakan sebagai rempah-rempah dan obat. Jahe sering disajikan dalam bentuk wedang (minuman yang diseduh dengan air panas dan dapat menghangatkan tubuh) saat cuaca dingin. Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa ekstrak jahe dapat meningkatkan daya tahan tubuh atau imun tubuh yang direfleksikan dalam sistem kekebalan dengan memberikan respon kekebalan inang terhadap mikroba yang masuk ketubuh.<sup>13</sup>

Jahe merah dikenal juga dengan nama jahe sunti. Jenis jahe ini memiliki kandungan minyak atsiri tinggi dan rasa paling pedas dan aromanya sangat tajam, sehingga cocok untuk bahan dasar farmasi dan jamu. Ukuran rimpangnya paling kecil dengan warna merah. Jahe instan adalah produk pangan berbentuk serbuk terbuat dari ekstrak jahe ditambah gula dan rempah-rempah lain (misal, kapulaga, cengkeh, kau manis, kayu secang, sereh wangi). Secara tradisional jahe instan dibuat dengan cara memanaskan campuran (sambil diaduk) sampai membentuk kristal.<sup>14</sup>

System produksi pada olahan jahe bubuk ini meliputi proses persiapan bahan baku, pemotongan, penggilingan, pemerasan, penyaringan, pemasakan (pengeringan) dan pengemasan. Pada peroduk jahe instan dan wedang jahe susu

---

<sup>13</sup>Ravindran, P.N., and Babu, K. N., (2005), —*Ginger The Genus Zingiber*, CRC Press, New York, hal. 87-90

<sup>14</sup>Tjahja Muhandri, *Pengembangan Industry Kecil Produk Olahan Jahe*, (Bogor:Institute Pertanian Bogor,2008), hal. 4

dapat di konsumsi langsung, untuk bubuk instan jahe dengan ditambahkan air panas saja.

Analisis Break Event Point (BEP) atau titik impas merupakan suatu keadaan yang dialami oleh perusahaan dimana tidak mengalami laba dan juga tidak mengalami kerugian, artinya seluruh biaya itu dapat ditutupi oleh penghasilan penjualan. Break Event Point (BEP) adalah total pendapatan yang diterima besarnya sama dengan total biaya yang dikeluarkan.<sup>15</sup>

Berdasarkan paparan di atas penulis mempunyai ide membuat produk yang bisa menambah atau memberikan imunitas tubuh agar terhindari virus dan berbagai penyakit, berupa inovasi yang Kami nama “**KILABO**” kilabo sendiri adalah nama *brand* kami yang merupakan singkatan dari nama kelompok Kiki, Laras dan Bobby. Yang terinspirasi dari kelompok sendiri dimana bahan utamanya merupakan Jahe merah asli, dimasa pandemi covid-19 seperti ini, banyaknya masyarakat yang mencari bahan herbal untuk menangkal berbagai virus salah satunya bahan herbal yang di cari yaitu Jahe merah.

## **B. Perumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah di jelakan diatas, maka dapat dibuat rumusan masalah yaitu :

2. Bagaimana Proses Pembuatan Minuman Jahe Instan Bubuk Dan Wedang jahe susu di Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kilabo
3. Bagaimana cara menganalisis keuntungan produksi Kilabo dengan menggunakan BEP (Break Event Point) ?

---

<sup>15</sup>Raden rustam, dkk. 2016. *Analisis break event point sebagai alat perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan*. Jurnal Administrasi. Vol. 35 No. 1.Hal 199.

4. Bagaimana Strategi Kilabo dalam memasarkan produknya disaat pandemi seperti ini?

### **C. Tujuan Program**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan program ini adalah :

1. Untuk mengetahui system pembuatan olahan jahe merah.
2. Sebagai upaya untuk mengembangkan produk rumahan melalui Program Kreativitas Mahasiswa (PKM)
3. Untuk mengetahui titik impas yang harus dihasilkan oleh produk Kilabo.
4. Menjadikan salah satu sumber pengetahuan tentang pemasaran produk Kilabo.

### **D. Manfaat Program**

1. Bagi Penulis
  - a. Mengetahui berbagai proses produksi olahan jahe merah dan mengetahui hambatan dalam membangun sebuah usaha.
  - b. Untuk menerapkan teori ilmu bisnis yang sudah dipelajari pada proses perkuliahan, Produksi usaha dalam hal ini dapat mengetahui berbagai proses dan hambatan dalam membangun sebuah usaha.
  - c. Untuk menerapkan teori bisnis yang sudah dipelajari selama proses perkuliahan, Peneliti dalam hal ini

dapat mengetahui berbagai proses dan hambatan dalam membangun sebuah usaha.

2. Bagi Masyarakat
  - a. Penelitian ini diharapkan menjadi pedoman untuk masyarakat yang ingin membangun usaha dibidang *Hortikultura*.
  - b. Mengatahui proses dan tantangan dalam system pengolahan jahe merah.
  - c. Terciptaknya ekonomi kreatif yang inovatif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan terbukanya peluang usaha dengan membangun usaha kecil menengah.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Terciptanya usaha kecil, melalui program kreativitas mahasiswa dapat menjadi bahan evaluasi untuk menumbuhkan kreativitas bisnis mahasiswa sehingga terbentuknya jiwa-jiwa pembisnis baru dari Institut Negeri Islam Bengkulu yang memiliki produk layak edar dipasaran seperti usaha UMKM **Kilabo**.

#### **E. Luaran yang diharapkan**

Luaran yang diharapkan dari program ini adalah dapat membuka usaha Kilabo yang makin Berkembang. Selain itu, Kilabo olahan jahe diharapkan dapat memberi manfaat kesehatan bagi konsumen. Terciptanya ekonomi kreatif dari pemanfaatan tanaman *hortikultura* (Jahe Merah). Menjadikan produk inovatif dan alternatif baru kepada

masyarakat yang berbahan baku Jahe merah menjadi produk yang di gemari oleh masyarakat.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA**

#### **A. Analisa Produk**

Produk merupakan elemen yang sangat penting bagi konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu barang. Produk merupakan elemen penting dari bauran pemasaran dan harus dipahami dengan baik yang berhasil memenuhi kebutuhan konsumen dan untuk mencapai tujuan organisasi perusahaan.<sup>16</sup>

Jahe adalah salah satu komoditas utama di Indonesia yang peminatnya banyak. Semua orang, dari berbagai kalangan usia, status sosial, jenis kelamin, bisa menjadi pasar tersendiri untuk masing-masing *brand*. Produk ini memberikan rasa cinta kepada masyarakat mengenai jahe merah agar dapat dikonsumsi secara modern dan mendapatkan manfaat yang baik untuk kesehatan konsumen/masyarakat. Produk kilabo ini diproduksi tanpa adanya pengawet makanan sebab kami racik sendiri dengan inovasi rasa, memiliki kualitas produk yang bagus dan dijamin higienis, kilabo ini memiliki keunikan dimana yang awal mulanya bahan baku jahe merah bisa dirubah menjadi serbuk/sari jahe atau bubuk jahe dan wedang jahe susu dengan rasa pekat dari rempah-rempah.

Produk usaha Kilabo ini memiliki keunikan dimana yang awal mulanya bahan baku jahe bisa dirubah menjadi

---

<sup>16</sup> Juhari. *Analisis Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Sepatu Bola Merek Adidas*.2015. **Jurnal** Bisnis Darmajaya, Vol. 01. Hal. 50

serbuk/sari jahe dan wedang jahe, ide kreatif dari produk jahe instan bubuk ini adalah dimana melihat dari kondisi saat ini yang maraknya terpapar covid-19 sehingga membutuhkan minuman yang memiliki manfaat untuk kesehatan tubuh.

## **B. Pangsa Pasar**

Pangsa pasar (market share) adalah besarnya bagian pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan, dengan kata lain penguasaan suatu produk terhadap pasar atau besarnya jumlah produk yang diminta yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dibandingkan dengan jumlah permintaan dipasar.<sup>17</sup>

Minuman produk Kilabo ini memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh, dilihat dari keadaan pada saat ini penyebaran virus Covid-19 yang terus meningkat didaerah Kota Bengkulu sehingga menyebabkan masyarakat harus meningkatkan imun tubuh dengan banyak memilih makanan maupun minuman yang berkhasiat sehingga minuman ini banyak diminati oleh setiap konsumen.

Promosi diterapkan dengan menggunakan strategi pemasaran yaitu *offline* dan *online*. Dalam skala, penggunaan strategi offline dilakukan melalui kerjasama antara pedagang, tempat wisata dengan toko oleh-oleh khas Bengkulu. Juga, jika ada kegiatan di luar ruangan dan tempat-tempat umum yang ramai seperti pameran dagang atau pameran lainnya, akan tetapi pada masa pandemi covid-19 seperti masyarakat selalu di himbau untuk selalu mematuhi protol kesehatan, Penggunaan strategi pemasaran online secara besar-besaran

---

<sup>17</sup> Desiahan, Usaha-usaha untuk mencapai target pasar (market share) harian pagi tribun jateng, 2017. hal.20

saat ini adalah menjadikan Facebook, WhatsApp, InstaGram dan jejaring social.

### **C. Lokasi usaha/Program**

Lokasi usaha produksi produk Kilabo adalah di Bumi Ayu 6 RT. 23 Block D No. 18 Kota Bengkulu. Lokasi ini juga tidak jauh dari kawasan kampus STISNU dan IAIN Bengkulu sehingga produk ini bisa dipromosikan dengan mahasiswa dan masyarakat sekitar. Produk Kilabo ini memiliki peluang dan tantangan, adapun peluang dan tantangan dari lokasi usaha kilabo yaitu sebagai berikut :

#### **a. Peluang lokasi usaha kilabo adalah :**

1. Lokasi yang berada didekat pasar sehingga mudah dalam membeli bahan baku usaha.
2. Keberadaan lokasi usaha yang mudah diakses oleh konsumen karena berada di daerah padat penduduk
3. Lokasi usaha yang memiliki tempat yang luas dan sangat strategis untuk menjadi pusat produksi.

#### **b. Tantangan lokasi usaha kilabo adalah :**

1. Berada didaerah padat penduduk tentu saja memiliki pesaing dalam menjalankan suatu usaha.
2. lokasi tersebut tentu juga memiliki resiko bagi lingkungan sebab tidak adanya aliran pembuangan limbah yang layak bagi suatu usaha

### **D. Analisa Kelayakan Usaha/Program**

Usaha Kilabo memiliki peluang usaha yang sangat baik sebab jahe merah pada saat ini saja memiliki daya tarik bagi konsumen untuk meningkatkan imun didalam tubuh dan

juga minuman ini memiliki harga yang terjangkau bagi setiap kalangan. Dilihat dari segi pemasaran produksi Kilabo ini memiliki peluang pasar yang tinggi. Yang membedakan produk Kilabo dengan yang lain adalah terletak pada packaging/pengemasan dimana disini kami menggunakan pengemasan yang menarik dan kami juga memilih jahe merah yang tua untuk diproduksi dengan perbandingan 1:1 yang membuat bubuk jahe lebih terasa jahenya dibandingkan rasa gula. Memproduksi minuman yang memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh dan diharapkan Kilabo ini dapat memiliki tempat tersendiri dihati masyarakat.

*Apabila usaha ini mengalami kerugian yang cukup besar maka tim secepat mungkin mencari solusi terbaik dari penyelesaian masalah tersebut dengan membuat sistem keuangan yang baik maka akan meminimalisir kerugian yang akan terjadi, dengan pengelolaan keuangan, pengelolaan produksi, pengelolaan distribusi yang tersusun dan terancang dengan rapi maka kami berharap meminimalisir kerugian yang akan terjadi kedepannya.*

#### **E. Analisis Keuntungan**

Analisa Keuntungan merupakan suatu metode yang dipakai untuk menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha apakah usaha tersebut mengalami kerugian atau keuntungan, untuk menganalisis keuntungan. usaha Kilabo ini yaitu menggunakan Rumus BEP (Break Event Point).

Adapun yang dimaksud dengan Analisis Break Event Point (BEP) atau titik impas merupakan suatu keadaan yang dialami oleh perusahaan dimana tidak mengalami laba dan juga tidak mengalami kerugian, artinya seluruh biaya itu dapat ditutupi oleh penghasilan penjualan. Break Event Point

(BEP) adalah total pendapatan yang diterima besarnya sama dengan total biaya yang dikeluarkan.<sup>18</sup>

**Kegunaan Analisis BEP (Break Event Point)**

Menurut kasmir terdapat beberapa manfaat didalam analisis break event point (BEP) bagi manajemen perusahaan, diantaranya :

- a. Menentukan harga jual persatuan
- b. Mementukan target penjualan dan penjualan minimal
- c. Memaksimalkan jumlah produksi dan penjualan
- d. Merencanakan laba yang diinginkan serta tujuan lainnya.

---

<sup>18</sup>Raden rustam, dkk. 2016. *Analisis break event point sebagai alat perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan*. Jurnal Administrasi. Vol. 35 No. 1.Hal 199.

## **BAB III**

### **METODE PELAKSANAAN**

#### **A. Alat dan Bahan**

Dalam pendirian usaha ini, sumber bahan baku utama adalah Jahe Merah. Jahe yang akan kami gunakan adalah jahe merah yang tua yang mudah ditemukan dipasar dengan harga terjangkau. Olahan jahe merah ini tanpa adanya pengawet makanan sebab kami racik sendiri dengan inovasi rasa yang telah kami pelajari dengan memiliki kualitas produk yang bagus dan dijamin higienis. Adapun bahan baku yang digunakan dalam produksi usaha Kilabo ini antara lain:

1. Proses pembuatan Jahe Instan Bubuk memerlukan beberapa bahan baku seperti:
  1. 3kg Jahe merah yang tua
  2. 3kg Gula pasir yang putih (bersih)
  3. Air bersih / secukupnya
  4. 2 Batang serai
  5. 1 Ruas kayu manis
  6. 5 Butir kapulaga
  7. 5 Butir cengkeh
  
2. Proses pembuatan Wedang jahe susu dan wedang Susu Jahe memerlukan beberapa bahan baku seperti :
  1. Ampas jahe dari 3kg jahe
  2. 1 Setengah kg Gula pasir
  3. 1 kg Gula aren

4. Air bersih / secukupnya
  5. 2 Batang serai
  6. 1 kaleng susu kental manis
  7. 1 Ruas kayu manis
  8. 5 Buah kapulaga
  9. 5 Buah cengkeh
3. Alat yang digunakan dalam produksi produk Kilabo sebagai berikut :
1. Kompor gas dan perlengkapannya
  2. Wajan tembaga berukuran kira-kira 1 meter
  3. Pengaduk dari kayu kelapa panjang kira-kira 1,25 meter
  4. Kain saring parutan jahe atau mesin parut
  5. Pisau dan baskom untuk pencucian
  6. Ayakan dengan ukuran lubang 18 mesh atau 2 mm
  7. Sealer atau pengemas (Kemasan yang berlabel)

## **B. Uraian Pelaksanaan Tugas Bagian Produksi, Keuangan Dan Pemasaran**

### **1. Uraian Pelaksanaan Tugas Bagian Produksi**

Pada proses pembuatan Jahe Instan Bubuk pada Gambar diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### **a. Pemasakan**

Air perasan jahe dimasukkan kedalam wajan yang telah diletakan diatas kompor yang menyala. Pada saat pemasakan ini ditambahkan gula pasir dan tak lupa ditambahkan rempah-rempah seperti kayu

manis, kapulaga dan cengkeh sebagai aroma penguat rasa dari Jahe instan bubuk ini. Dengan perbandingan 3 kg jahe merah 3 kg gula pasir dimasak menggunakan api besar. Ketika cairan sudah pekat (cirinya adalah dipinggir wajan sudah mulai terbentuk seperti butiran gula pasir) pemasakan dilakukan dengan api kecil.

b. Pegadukan

Selama proses pemasakan berlangsung pengadukan dilakukan secara terus menerus agar tidak terjadi penggumpalan ditengah wajan. pengadukan harus lebih cepat pengadukan tidak boleh berhenti sampai proses selesai. ketika cairan tidak lagi terlihat (secara visual atau dalam mata telanjang) api dimatikan. Pengadukan harus terus berlangsung sampai butiran jahe tidak lagi panas (hangat).

c. Penyaringan

Proses penyaringan atau pengayakan ini merupakan proses dalam menghasilkan bubuk jahe yang baik dimana dalam proses ini bertujuan untuk memisahkan butiran serbuk jahe dari gumpalan jahe yang membongkah, proses ini dilakukan dengan saringan atau ayakan dengan ukuran lubang 18 mesh atau 2 mm. Bubuk jahe yang masih berbentuk bongkahan besar dan tidak lolos ayakan dapat dimasukan kedalam proses pemasakan selanjutnya.

d. Penimbangan

Serbuk jahe yang lolos ayakan dapat lanjut keproses penimbangan. Penimbangan dilakukan agar didapatkan bahan dengan ukuran yang tepat dan cermat. penimbangan dilakukan untuk mengetahui

hasil dari proses pemasakan jahe dan gula pada tahap awal. Penimbangan produk menggunakan alat timbangan digital untuk mengetahui berat Jahe bubuk yang akan dipasarkan, produk Jahe Instan Bubuk memiliki berat yaitu sekitar 100gr dan tergantung pemesanan.

e. Pengemasan

Pengemasan hasil akhir dari olahan jahe ini yaitu menggunakan kemasan plastik dan dalam bentuk botol. Plastik yang digunakan berukuran kecil. Jahe bubuk dikemas dengan berat 100gr. Langkah selanjutnya yang harus dilakukan yaitu pengecekan kembali produk yang telah dikemas agar produk aman dikonsumsi tertutup rapat untuk menghindari kontaminasi dari luar dan sebaiknya dilakukan diruangan yang steril. Tahap terakhir dengan memberi label pada produk kilabo.

Pada proses pembuatan Wedang jahe susu pada Gambar diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Pemasakan ke 1

Proses pemasakan pertama ini yaitu pemasakan ampas jahe dari 3kg jahe, dimasukan kedalam wajan yang telah disiapkan. Tambahkan air sebanyak 2 liter sambil diaduk hingga mendidih kemudian ketika sudah mendidih matikan kompor dan angkat ampas jahe tersebut untuk dipisahkan ampas dan air jahnya menggunakan saringan.

b. Penyaringan

Pada proses penyaringan dilakukan agar air jahe terpisah dari ampas jahe dan akan dimasak untuk tahap selanjutnya. Pada penyaringan

dipastikan tidak ada ampas yang tersisa agar tidak merubah rasa pada wedang jahe susu nantinya. Alat yang digunakan ialah tapisan kelapa yang memiliki ukuran 18 mesh atau 2 mm.

c. Pemasakan ke 2

Proses pemasakan kedua ini yaitu memasak kembali air jahe yang telah disaring menggunakan saringan. Pada tahap ini masukan gula pasir sebanyak  $\frac{1}{2}$  kg dan gula merah sebanyak  $\frac{1}{2}$  kg ditambah rempah-rempah seperti 5 buah kapulaga, 1 ruas kayu manis dan 5 buah cengkeh dan serai) kedalam air jahe. Tunggu hingga mendidih dan air wedang telah siap untuk ketahap selanjutnya.

d. Penambahan Rasa

Pada proses ini produk Kilabo tidak menggunakan pemanis buatan maupun pewarna makanan hanya menggunakan bahan alami seperti gula dan susu. khususnya untuk wedang susu jahe hanya ditambahkan susu kental manis saja sebanyak 3 sendok makan untuk 250ml botol.

e. Pengemasan

Pada proses pengemasan wedang jahe susu ditunggu hingga dingin kemudian baru bias dikemas dengan di masukan kedalam botol dengan ukuran 250ml. Langkah selanjutnya yang harus dilakukan yaitu pengecekan kembali produk yang telah dikemas agar produk aman dikonsumsi tertutup rapat dan tidak ada cacat pada botol. Tahap terakhir botol kemasan diberi label produk kilabo.

## 2. Uraian Pelaksanaan Tugas Bagian Keuangan

### 1. Rekap Biaya Jahe Instan Bubuk

**Tabel 3.1 Investasi Peralatan**

No	Jenis Alat	Jumlah	Harga per-alat (Rp)	Total Harga (Rp)
1.	Pisau	1	10.000	10.000
2.	Kain Saring	1	10.000	10.000
3.	Timbangan	1	150.000	150.000
4.	Kompore Gas	1	250.000	250.000
5.	Tabung Gas	1	150.000	150.000
6.	Wajan	1	150.000	150.000
7.	Baskom	3	5.000	15.000
8.	Pengaduk Kayu Besar	2	20.000	40.000
9.	Pengaduk Kayu Kecil	1	10.000	10.000
10.	Ayakan	1	10.000	10.000
11.	Sikat Plastik	1	5.000	5.000
12.	Kemasan + stiker	1000	800	800.000
<b>Total Investasi Peralatan</b>				<b>1.600.000</b>

Kebutuhan modal kerja dan karyawan pada usaha Kilabo pada disajikan pada Tabel berikut :

**Tabel 3.2 Investasi Modal Kerja**

No	Jenis Bahan	Jumlah	Harga Per-Satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
1.	Jahe merah (Kecil)	10kg	30.000	300.000
2.	Gula Pasir	10kg	12.500	125.000

3.	Kapulaga	1 bungkus isi 10	1.000	1.000
4.	Cengkeh	1 bungkus isi 10	1.000	1.000
5.	Kayu manis	1 bungkus isi 10	1.000	1.000
<b>Total Investasi Modal Kerja</b>				<b>428.000</b>

Total biaya yang diperlukan untuk mendirikan industri kecil **Kilabo** adalah Rp. 1.600.000 ditambah Rp. 428.000 sehingga total **Rp. 2.028.000**. Beberapa asumsi perhitungan ini adalah:

- 1) Penyusutan barang
- 2) Umur alat selama 2 tahun
- 3) Hingga akhir alat Rp. 0
- 4) Kemasan produk 100 gram
- 5) Produk laku terjual semua
- 6) Biaya bensin merupakan biaya tetap
- 7) Selama sehari dapat memproduksi 50 kemasan jahe instan bubuk
- 8) Hari kerja selama 20 hari perbulan sehingga memproduksi perbulan adalah 1000 kemasan

Perhitungan Biaya Produksi:

**a. Biaya tetap Per Bulan Selama 2 Tahun<sup>19</sup>**

Penyusutan Rp. 1.600.000/ 24 bln= Rp. 66.666/bln

Listrik,telpon,dll= Rp. 300.000/bln

**Total = Rp. 366.666/bln**

**b. Biaya Variabel**

Untuk memproduksi 1 bungkus ukuran 100 gr dibutuhkan komponen biaya

Jahe merah 100 gr = Rp. 5.000

Kemasan 1 bungkus= Rp. 800

Kapulaga 1 buah = Rp. 100

Cengkeh 1 buah = Rp. 100

Kayu Manis 1 ruas = Rp. 100

Gula pasir 100 gr = Rp. 1.300

**Total = Rp. 7.400**

Biaya produksi untuk tiap bungkus jahe instan bubuk adalah:

Biaya tetap = Rp. 366.666/1000 kemasan = Rp. 367

Biaya variabel= Rp. 7.400 Per kemasan= Rp. 7.400

**Biaya Produksi Per Bungkus = Rp. 7.767**

**c. Perhitungan Titik Impas**

Perhitungan produksi per kemasan = Rp. **7.767**

Harga jual dipasaran rata-rata = Rp. 15.000

**BEP (Break Event Point) =  $\frac{\text{biaya tetap}}{\text{harga jual}-\text{biaya variabel}}$**

**=  $\frac{\text{Rp. 366.666}}{\text{Rp.15.000}-\text{Rp. 7.767}}$  = 51 Kemasan**

Untuk memperoleh titik impas dengan harga jual Rp. 15.000 per kemasan, maka perusahaan harus mampu menjual produk sebanyak 51 kemasan.

---

<sup>19</sup>Muhandri, tjahja. *Pengembangan Industry Kecil Produk Olahan Jahe*.hal.13.

## 2. Rekap biaya Wedang Jahe Susu

**Tabel 2.3 Investasi Peralatan**

No	Jenis Alat	Jumlah.	Harga per-alat (Rp)	Total harga (Rp)
1.	Kain saring	1	10.000	10.000
2.	Timbangan	1	150.000	150.000
3.	Wajan	1	150.000	150.000
4.	Kompore gas	1	250.000	250.000
5.	Tabung gas	1	150.000	150.000
6.	Baskom	2	5.000	10.000
7.	Pengaduk kayu kecil	1	10.000	10.000
8.	Botol kemasan	700	1.200	840.000
<b>Total Investasi Peralatan</b>				<b>1.570.000</b>

Kebutuhan modal kerja dan karyawan pada usaha Kilabo disajikan pada periode perbulan Tabel berikut :

No	Jenis Bahan	Jumlah	Harga per-alat (Rp)	Total harga (Rp)
1.	Ampas jahe merah (kecil)	-	-	-
2.	Gula pasir	10 kg	12.500	125.000
3.	Gula merah	2 kg	15.000	30.000
4.	Susu kental manis Frisian flag	2 kaleng	11.000	22.000
<b>Total Investasi Modal Kerja</b>				<b>177.000</b>

Total biaya yang di perlukan untuk mendirikan industry kecil **Kilabo** adalah Rp. 1.579.000 ditambah Rp. 177.000 sehingga total **Rp. 1.756.000**

### Perhitungan Biaya Produksi:

Beberapa asumsi perhitungan ini adalah:

1. Penyusutan barang
2. Umur alat selama 2 tahun
3. Hingga akhir alat Rp.0
4. Kemasan produk 250 ml
5. Produk laku terjual semua
6. Biaya bensin merupakan biaya tetap
7. Selama sehari dapat memproduksi 35 kemasan wedang jahe
8. Hari kerja selama 20 hari perbulan sehingga memproduksi perbulan adalah 700 botol.

### Perhitungan BiayaProduksi:

#### a. Biaya tetap Per Bulan Selama 2 Tahun

Penyusutan Rp. 1.570.000/ 24 bln= Rp. 65.416/bln

Listrik, telpon dll = Rp. 100.000/bln

**Total = Rp. 165.416/bln**

#### b. Biaya Variabel

Untuk memproduksi tiap bungkus dibutuhkan komponen biaya :

Ampas jahe merah 250 ml= -

Kemasan 1 botol = Rp. 1.200

Gula merah 1 on= Rp. 1.000

Gula pasir 1 on = Rp. 1.200

**Total = Rp. 3.400**

Biaya produksi untuk tiap botol wedang jahe adalah:

Biaya tetap=Rp. 165.416/700 botol= Rp. 236

Biaya variabel = Rp.3.400 Per botol= Rp. 3.400

**Biaya produksi per bungkus = Rp. 3.636**

### c. Perhitungan titik impas

Perhitungan produksi per kemasan = Rp. 3.636

Harga jual dipasaran rata-rata = Rp. 7.000

$$\begin{aligned} \text{BEP (Break Event Point)} &= \frac{\text{biaya tetap}}{\text{harga jual}-\text{biaya variabel}} \\ &= \frac{\text{Rp. 165.416}}{\text{Rp.7.000}-\text{Rp.3.636}} = \mathbf{49 \text{ botol}} \end{aligned}$$

Untuk mendapatkan titik impas dengann harga jual Rp. 7.000 per bungkus, maka perusahaan harus memiliki opsi untuk menjual sebanyak 49 botol kemasan.

### 3. Uraian Pelaksanaan Tugas Bagian Pemasaran

Proses pemasaran produk Kilabo juga berjalan dengan baik dengan menerapkan strategi Marketing Mix walupun secara sederhana yang diharapkan mampu meningkatkan harga jual dan kepuasan dimasyarakat. Dalam pemasaran membutuhkan yang namanya 4P<sup>20</sup> yang meliputi (*Product, Price, Place, Promotion*).

#### 5. Produk (*Product*)

*Product* UKM kilabo bagi pengonsumsi baik itu anak-anak sampai Orang tua karena memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh produk KILABO yaitu jahe instan bubuk dan wedang jahe susu.

#### 6. Harga (*Price*)

Harga jual produk Kilabo ini sendiri berbeda-beda mulai dari Rp7.000 untuk 250ml wedang jahe susu dan Rp. 15.000 untuk 100gr jahe instan bubuk. Untuk

---

<sup>20</sup>Musafar Firli Tengku,2020,*Manajemen pemasaran*,jawabarar,mediasains indonesiahal 10

produk jahe instan bubuk ini dijual juga perkilogram dengan harga Rp. 100.000.

#### 7. Promosi (*Promotion*)

Promosi juga sangat penting karena dapat meningkatkan penjualan, kilabo melakukan beberapa promosi yaitu secara *online* dan *offline* untuk melakukan pemasaran. Secara langsung atau personal selling juga dilakukan untuk mempromosikan produk kemasyarakatan. Melalui media social seperti instagram (kilabo\_bkl), dan whatsapp (08985340641)

**Tabel 2.2** Rincian Biaya Promotion

No	Promosi	Total	Harga	Jumlah
1	Tranportasi	3 orang x 120 hari	Rp. 360.000	Rp. 360.000
2	Iklan di Medsos	15 GB paket	Rp. 75.000	Rp. 75.000
3	Cetak Label Produk	10 lembar	Rp. 100.000	Rp. 100.000
Jumlah keseluruhan				Rp. 535.000

#### 8. Place/Tempat (Saluran Distribusi)

Dalam hal ini Kilabo belum melakukan distribusi melalui tokoh modern akan tetapi juga Dalam saluran distribusi produk didistribusikan ke tempat yang mudah di jangkau oleh konsumen seperti di tokoh Mak Eli dan arika Cell, Eksismart. tidak di situ saja kami juga mendistribusi kan ditempat tinggal masing-masing, daerah bumi ayu 6 dan Surabaya. Dalam memudahkan distribusi kami memakai kendaraan masing-masing untuk pengantaran produk ke tempat penjualan, entah itu langsung di ke konsumen ataupun ke tokoh. Dengan menggunakan transportasi sepeda

motor memudahkan kami dalam pengiriman produk ke berbagai tempat.

### **C. Proses Pemasaran Jahe Instan Bubuk Dan Wedang Jahe Susu Di UMKM Kilabo**

Proses promosi dilakukan melalui media social seperti whatsapp, facebook dan instagram, bahkan pemasaran dilakukan dengan cara menitipkan produk ketakoh-tokoh atau warung. Penjualan juga dilakukan secara langsung *personal selling*. *Personal selling* adalah kegiatan promosi untuk memperkenalkan produk dan menarik minat konsumen yang ditawarkan secara tatap muka. Dengan harga terjangkau dari Rp. 7.000 sampai Rp. 15.000.

Dengan adanya strategi pemasaran, potongan harga untuk menarik minat konsumen maka dalam pemasaran produk diadakan pemotongan harga (Discount) misalnya harga Jahe Instan bubuk Rp. 15.000 menjadi Rp.12.000.apabila membeli lebih dari 20 bungkus.

### **D. Analisa Peluang Usaha UMKM KILABO**

Program KWU kilabo dalam pengelolaan Produk ini secara umum berjalan lancar dan kondusif dengan mengusung dua Produk yaitu Jahe Instan Bubuk dan Wedang Jahe, produk ini dapat membatu usaha rumahan untuk membuka bisnis baru karena pada saat ini tanaman atau Produk seperti ini juga di cari oleh masyarakat untuk bahan konsumsi disaat terjadinya pandemi virus *Covid-19* seperti saat ini.hasil penjualan produksi Kilabo kegiatan pemasaran dilaksanakan mulai dari bulan November - Januari berdasarkan hasil penjualan dibulan pertama yaitu :

1. Bulan November produk yang terjual yaitu sebanyak 43 produk yang dimana 30 produk jahe instan bubuk dan 13

produk wedang jahe, lokasi penitipan produk di Eksis Mart IAIN Bengkulu.

2. Penjualan kedua pada bulan Desember yaitu produk yang terjual 56 produk 40 Jahe instan bubuk dan 16 Wedang jahe, lokasi penitipan produk di SMK 2 Kota Bengkulu.
3. Penjualan terakhir yaitu dibulan Januari produk yang terjual sebanyak 72 produk dimana 51 jahe instan bubuk dan 21 wedang jahe, lokasi penitipan produk di Konter dan diwarung.

Dalam tiga bulan terakhir di hitung dari bulan November-Januari target penjualan kilabo mencapai 120 produk per bulan sedangkan target yang tercapai 171 produk. Untuk total harga yang di berikan ke konsumen Rp 59.000/ 3 bulan. Dan jumlah rata-rata pendapatan tiga bulan terakhir adalah Rp. 2.269.000.

## BAB IV

### ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

#### A. Anggaran Biaya

Anggaran Biaya PKM Kilabo

**Tabel. 4.1 Anggaran Biaya**

No	Kegiatan	Harga Barang		Total pembelian
		Unit	Harga (Rp)	
<b>A.</b>	<b>TAHAP PELAKSANAAN</b>			
<b>1.</b>	<b>Produk Jahe Instan Bubuk</b>			
	Jahe merah (kecil)	10 kg	30.000	300.000
	Gula pasir	10 kg	12.500	125.000
	Kapulaga	1 bungkus	1.000	1.000
	Cengkeh	1bungkus	1.000	1.000
	Kayu manis	1 bungkus	1.000	1.000
	<b>Jumlah</b>			<b>428.000</b>
<b>2.</b>	<b>Produk Wedang Jahe Susu</b>			
	Gula Pasir	10 kg	12.500	125.000
	Gula Merah	2 kg	15.000	30.000
	Susu kental manis	2 kaleng	11.000	22.000
	<b>Jumlah</b>			<b>177.000</b>
<b>B.</b>	<b>PERALATAN LENGKAP</b>			
<b>1.</b>	<b>Peralatan Produk Jahe Instan Bubuk</b>			
	Pisau	1	10.000	10.000
	Kain saring	1	10.000	10.000
	Timbangan	1	150.000	150.000
	Wajan	1	150.000	150.000
	Kompore gas	1	250.000	250.000
	Tabung gas	1	150.000	150.000

	Baskom	3	5.000	15.000
	Pengaduk kayu besar	2	20.000	40.000
	Pengaduk kayu kecil	1	10.000	10.000
	Ayakan	1	10.000	10.000
	Sikat plastic	1	5.000	5.000
	Kemasan + stiker	1000	800	800.000
	<b>Jumlah</b>			<b>1.600.000</b>
<b>2.</b>	<b>Peralatan Lengkap Wedang Jahe Susu</b>			
	Kain saring	1	10.000	10.000
	Timbangan	1	150.000	150.000
	Wajan	1	150.000	150.000
	Kompor gas	1	250.000	250.000
	Tabung gas	2	150.000	150.000
	Baskom	2	5.000	10.000
	Pengaduk kayu kecil	1	10.000	10.000
	Kemasan Botol + Stiker	700	1.200	840.000
	<b>Jumlah</b>			<b>1.570.000</b>
<b>C.</b>	<b>PELAPORAN</b>			
	Proposal dan Pengadaan	4 buah	20.000	80.000
	Atk kertas HVS	2 rim	30.000	60.000
	Flask disk	1 buah	100.000	100.000
	<b>Jumlah</b>			<b>240.000</b>
<b>D.</b>	<b>TRANSPORTASI</b>			
	Distribusi produk	3 org X 20 hari	60.000	60.000
	<b>Jumlah</b>			<b>60.000</b>
<b>E.</b>	<b>PROMOSI</b>			
	Iklan dimedia social	15 gb paket	75.000.	75.000
	Cetak label produk	10 lembar	100.000.	100.000
	<b>Jumlah</b>			<b>175.000</b>
<b>F.</b>	<b>TAHAP PELATIHAN</b>			
	<b>Achievement Motivation Training</b>			

	<b>Pelatihan sertifikasi Pangan</b>	<b>350.000</b>	<b>350.000</b>
	<b>TOTAL BIAYA JUMLAH A-F</b>		<b>4.600.000</b>

## B. Jadwal Kegiatan

Jadwal kegiatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) kilabo ini menjelaskan tentang waktu yang dibutuhkan dalam pelaksanaan kegiatan Kilabo sebagai berikut :

**Tabel 4.1 Jadwal Kegiatan PKM Kilabo**

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																

Keterangan :

Kegiatan dilakukan dari September 2020 sampai januari 2021

1. Kolom warna Putih (Libur)

2. Untuk kolom warna kuning (melakukan kegiatan bersama tim)
3. Warna hitam fokus kegiatan (Produksi, Pemasaran dan Perencanaan Keuangan)

## **BAB V**

### **HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN**

#### **A. Hasil Yang Dicapai**

Dari hasil kegiatan program kreatifitas mahasiswa kelompok KILABO ini menghasilkan 2 macam produk yaitu jahe instan bubuk dan wedang jahe yang dijual dengan harga 15.000 untuk jahe instan bubuk dan 7.000. Dalam mencapai keuntungan kami melalui tantangan yang cukup berat dimana awalnya produk KILABO ada 3 jenis yaitu jahe instan bubuk, wedang jahe susu dan permen kacang jahe.

Proses PKM ini kami awali dari bulan oktober sampai sekarang dimana akhirnya kami hanya memproduksi 2 jenis produk yaitu jahe instan bubuk dan wedang jahe susu karena untuk permen kacang jahe itu tidak banyak memiliki khasiat atau manfaat sebab hanya menggunakan gula pasir dan kacang saja banyak mengandung *gulkosa*, sehingga mengganggu kesehatan gigi.

#### **B. Potensi Keberlanjutan Program**

Produk Jahe Instan Bubuk yang dipasarkan biasanya tahan sampai 4 bulan. Tahan lamanya produk ini dihasilkan dari bahan baku yang alami yakni gula pasir. Usaha Kilabo ini sangat memiliki potensi yang baik apalagi saat ini sebab pada masa pandemi Covid-19 sekarang omset penjualan meningkat, apabila mampu menjual Jahe instan bubuk lebih 51 kemasan dan Wedang sebanyak 49 botol maka usaha dapat dikatakan mendapatkan keuntungan dan potensi keberlanjutan yang diharapkan untuk kedepanya bisa

memproduksi lebih banyak lagi produk dengan berbagai variasi yang bisa menarik pelanggan.

Berdasarkan aspek lingkungan lokasi usaha yang kami pilih yaitu bertempat di bumiayu 6 lokasi tersebut merupakan tempat yang ramai dilalui oleh orang dengan padat penduduk, lokasi atau tempat yang dimasuki juga menentukan keberhasilan menggarap target pasar, karena target pasar adalah remaja maupun dewasa. Maka lingkungan yang paling tepat untuk menjual usaha ini adalah ditempat-tempat wisata, kampus dan outlet ditepi jalan raya utama.

Usaha ini memiliki peluang yang cukup besar dimasa pandemi saat ini dan dimasa mendatang dilihat dari manfaat jahe bagi kesehatan tubuh. Jahe diolah secara modern dan menarik berbeda dengan jamu jahe pada umumnya. Usaha ini dapat bertahan lama tidak hanya pada masa pandemi saja, pada aspek ekonomi modal yang di keluarkan tidak terlalu besar akan tetapi mendapatkan keuntungan lebih dari modal yang di keluarkan seperti yang di lihat dari perhitungan di atas.

Secara aspek sosial keagamaan bahan baku yang kami guna kan dalam proses pembuatan jahe instan bubuk dan wedang ini menggunakan bahan alami tanpa adanya bahan campuran lainnya, seperti bahan pewarna dan pengawet sehingga produk aman dan Halal untuk di konsumsi.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. EVALUASI**

Dalam proses pembuatan produk usaha Kilabo ini masih menggunakan alat-alat rumah tangga jadi sedikit memakan waktu, untuk kedepannya diharapkan dapat menggunakan alat produksi standar nasional Indonesia mulia dari mesin giling jahe, mesin peras dan mesin ayak atau penyaring agar dapat menghemat waktu dan dapat memproduksi seara banyak.

Menganalisis keuntungan produk Kilabo ini perlu mempertimbangkan kebijaksanaan dalam menetapkan harga pemasaran didaerah kota Bengkulu agar penjualan dapat menyesuaikan diserap oleh pasar dan tidak mengalami kerugian, Evaluasi dapat simpulkan bahwa produk Kilabo Jahe nstan bubuk dan Wedang jahe susu dikemas dengan harga terjangkau dimana harga Jahe instan bubuk dengan berat 100 gr sebesar Rp. 15.000 dan Wedang Jahe Susu dengan berat 250 ml Rp. 7.000 Evaluasi rencana keuangan memiliki beberapa keuntungan. Yang mana evaluasi ini dapat membantu mengetahui posisi keuangan dan juga dapat membantu kegiatan dalam menentukan penetapan harga dengan menggunakan rumus BEP (Break Event Point).

Untuk perkembangan usaha Kilabo kedepannya usaha ini akan tetap bisa tumbuh dan berkembang bukan hanya didaerah Bengkulu saja tetapi bisa sampai keluar Kota Bengkulu dan kami bisa melakukan pelatihan untuk menambah wawasan masyarakat dalam bidang berbisnis.

## B. KESIMPULAN

Jahe merupakan tanaman rimpang yang populer digunakan sebagai rempah-rempah dan obat. Jahe sering disajikan dalam bentuk wedang (minuman yang diseduh dengan air panas dan dapat menghangatkan tubuh) disaat cuaca dingin. Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa ekstrak jahe dapat meningkatkan daya tahan tubuh.

Usaha ini dapat bertahan lama tidak hanya pada masa pandemi saja sebab memiliki banyak manfaat bagi tubuh. Dengan peralatan yang sederhana dan proses pembuatan tidak sulit serta bahan baku mudah didapatkan. Dengan menciptakan usaha rumahan yang mempunyai fungsi bagi kesehatan tubuh untuk menambah imunitas agar terhindari dari virus. Berbagai cara pemasaran dilakukan untuk menghadapi pesaing-pesaing lain, Berdasarkan pemasaran selama pandemi ini, strategi yang dipakai oleh Kilabo yaitu strategi *marketing mix* melalui pasar *online dan offlinenya* memudahkan kami dalam memasarkan produk, meski harus mengalami hambatan *social distancing* tapi kami tetap melaksanakannya dengan tetap mematuhi protokol kesehatan agar masyarakat dapat mengenal produk kilabo ini lebih jauh lagi sehingga bisa menciptakan ekonomi-ekonomi baru dan kreatif saat pandemi.

Menganalisis keuntungan produk Kilabo ini perlu mempertimbangkan kebijaksanaan dalam menetapkan harga pemasaran di daerah kota Bengkulu agar penjualan dapat menyesuaikan diserap oleh pasar dan tidak mengalami kerugian, Evaluasi dapat disimpulkan bahwa produk Kilabo Jahe instan bubuk dan Wedang jahe susu dikemas dengan harga terjangkau dimana harga Jahe instan bubuk dengan berat 100 gr sebesar Rp. 15.000 dan Wedang Jahe Susu

dengan berat 250 ml Rp. 7.000 Evaluasi rencana keuangan memiliki beberapa keuntungan.

### **C. SARAN**

Penyusunan laporan ini memerlukan perbaikan, kritik dan saran yang sifatnya membangun. Sehingga penyusunan laporan di masa mendatang akan lebih baik lagi bagi produk ini Untuk proses produksi yang jauh lebih baik seharusnya menggunakan mesin produksi standar nasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Admin, 2020. “*Usaha Kuliner Yang Paling Kena Dampak Pandemi Covid19*”  
[https://Kabarkampus.Com/2020/11/Usaha-Kuliner-Paling-Kena-Dampak Pandemicovid-19/Di](https://Kabarkampus.Com/2020/11/Usaha-Kuliner-Paling-Kena-Dampak-Pandemicovid-19/Di) Akses Pada 15 Juli 2021 Jam 09;00.
- Ariyanto aris,dkk, 2021 *Strategi pemasaran UMKM dimasa pandemi.sumatera barat :insancendikiamandiri* Hal.10
- Catatan Marketing, 2012 *Pengertian Marketing*,  
 Catatanmarketing.Wordpress.Com/ *Pengertian Marketing*, Diakses 15 Juli 2021 Jam 11:21
- Desiahan, *Usaha-usaha untuk mencapai target pasar (market share) harian pagi tribun jateng*. 2017. Hal.20
- Juhari. *Analisis Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Sepatu Bola Merek Adidas*.2015. Jurnal Bisnis Darmajaya, Vol. 01. Hal. 50
- Raden rustam, dkk. 2016. *Analisis break event point sebagai alat perencanaan penjualan pada tingkat laba yang diharapkan*. Jurnal Administrasi. Vol. 35 No. 1.Hal 199.
- Ravindran, P.N., and Babu, K. N., (2005), —*Ginger The Genus Zingiber*, CRC Press, New York, hal. 87-90
- Tjahja Muhandri, *Pengembangan Industry Kecil Produk Olahan Jahe*, (Bogor : Institute Pertanian Bogor. 2008). hal. 4
- Winarti C Dan Nurdjanah N (2005). *Peluang Tanaman Rempah Dan Obat Sebagai Sumber Pangan Fungsional*. Jurnal Litbang Pertanian, 24 (2):

[Id.wikipedia.org/wiki/jahe](https://id.wikipedia.org/wiki/jahe) (Akses pada 17 desember 2020)

<https://infoukm.wordpress.com/2008/08/> ( Akses pada 17 Desember 2020)

<https://id.wikipedia.org/wiki/Evaluasi> Di akes tanggal 18 juni 2021 jam 12:58

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

### LAMPIRAN DOKUMENTASI





